

# INFORME DEL GERENTE GENERAL

LXV Congreso  
Nacional de Cafeteros

# COLOMBIA ES CAFÉ

Noviembre 30, diciembre 1, 2 de 2005 - Bogotá



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

© Copyright: FNC 2005

**GERENTE GENERAL**  
GABRIEL SILVA LUJÁN

**GERENTE ADMINISTRATIVO**  
LUIS GENARO MUÑOZ ORTEGA

**GERENTE FINANCIERO**  
CATALINA CRANE ARANGO

**GERENTE COMERCIAL**  
ROBERTO VÉLEZ VALLEJO

**GERENTE TÉCNICO**  
ÉDGAR ECHEVERRI GÓMEZ

**DIRECTOR PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**  
**DIRECTOR CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIONES DE CAFÉ**  
GABRIEL CADENA GÓMEZ

**COORDINACIÓN EDITORIAL**

Andrés Valencia  
Julián García

**ASESORÍA EDITORIAL**

José Chalarca

**FOTOGRAFÍA**

Patricia Rincón  
Archivo FNC

**DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN**

Común Presencia Editores  
comunpresencia@yahoo.com

**FIGURAS Y CUADROS**

FEDERACAFÉ

**IMPRESIÓN**

LEGIS

© FEDERACAFÉ



## ÍNDICE

<b>Introducción del Gerente General</b>	9
<b>Capítulo 1. Relación con las autoridades</b>	15
Convenio para la cobertura del riesgo de precio del caficultor	17
Convenio ICA – Federación Nacional de Cafeteros	18
Contratación entre las Entidades Territoriales y la FNC	19
Contribución Cafetera	19
Crédito BID, modelos innovadores de intervención para sector cafetero	20
Convenio Proexport- Federación	20
Programa forestal silvicultura en zonas marginales cafeteras	21
Programa Protección Social en Salud	21
Programa de seguridad alimentaria	21
<b>Capítulo 2. Comercialización del café de Colombia - Año Cafetero 2004/5</b>	23
Mercado Internacional	25
El café colombiano	38
Oficinas en el Exterior	47
Oficina de representación en Europa	48
<b>Capítulo 3. Competitividad de la caficultura</b>	55
Atención a caficultores	57
Programa para la competitividad de la caficultura	58
Cenicafé	69
Información Cafetera	76
<b>Capítulo 4. Bienestar social para los caficultores</b>	79
Programa protección social en salud	81
Programa de seguridad alimentaria	82
ACDI/VOCA	83
Programa sembradores de paz	84
Convenios de Cooperación y asistencia técnica	85
Mejoramiento de Condiciones de Habitabilidad	87
Programa computadores para educar	87
Programa Forestal «Río Magdalena»	89
Fundación Manuel Mejía	91
Programa Gremio Cafetero, motor de convivencia	95
Programas de Inversión Social para el Desarrollo y Bienestar	98

Capítulo 5. <b>Publicidad y promoción</b>	101
Avances implementación política marcara	103
Ejecución y administración de licencias	104
Denominación de Origen: un gran paso en la defensa del origen	105
Desarrollo y protección de la propiedad intelectual	106
Publicidad y promoción	107
Capítulo 6. <b>Valor agregado</b>	111
Cafés especiales	114
Fábrica de Café Liofilizado	117
Tiendas Juan Valdez	119
Expansión Internacional	121
Juan Valdez - Pods	124
Extractos de café - Juan Valdez° CaféREALE	125
Capitulo 7. <b>Política internacional del café</b>	127
Segunda Conferencia Mundial Cafetera	129
La Organización Internacional del Café	133
Membresía de la Organización	134
Cooperación con Estados Unidos	135
Cooperación con Brasil	135
Coordinación con países productores de café de la Comunidad Andina	136
Negociaciones del TLC con Estados Unidos	136
Cooperación internacional	137
V Reunión Del Comité Empresarial Japón-Colombia Del Keidanren	139
Café y Salud	142
Código Común para la Comunidad Cafetera (iniciativa 4C)	142
Capítulo 8. <b>Situación financiera del Fondo Nacional del café</b>	145
Fortalecimiento patrimonial	148
Cubrimiento de riesgos de mercado	149
Resumen ingresos contribución cafetera	150
Los retos para el nuevo año cafetero	150
Capítulo 9. <b>Estructura gremial e institucional</b>	151
Consolidar la fortaleza gremial	153
Consolidar el enfoque de gestión por procesos	154
Propiciar la gestión del conocimiento	156
Implantar una política de desarrollo humano	157
<b>Anexo estadístico</b>	165



## INTRODUCCIÓN

**A**l concluir el presente año cafetero no hay duda que la Caficultura Colombiana en general y la Institucionalidad cafetera en particular mostraron resultados muy positivos. Estas circunstancias, sumadas a una situación deficitaria del mercado mundial por segundo año consecutivo que impulsó un mayor nivel de precios, significaron un respiro y un alivio ante la incertidumbre y volatilidad observada en el mercado en los últimos años.

Las realizaciones en todas las áreas confirman el compromiso de la institucionalidad con el caficultor y con la caficultura. En el plano interno, se destacan los proyectos encaminados a conseguir el bienestar social del caficultor, para lo cual el gremio ha apalancado un importante monto de recursos con el apoyo del Gobierno Nacional y Regional, la Cooperación Internacional y Nacional, para la ejecución de numerosos programas que impulsan el desarrollo social de los habitantes de las zonas cafeteras.

En el plano internacional, debe destacarse el despliegue internacional de los proyectos de valor agregado del café colombiano, así como en importante papel de Colombia en la agenda internacional cafetera que abarcó temas como el regreso de Estados Unidos a la OIC, las negociaciones del TLC y la segunda cumbre mundial cafetera.

Durante el 2005, la Federación continuó siendo una organización con gran capacidad para multiplicar y generar valor para los Caficultores. En la actualidad son numerosos los proyectos y programas que avanzan exitosamente al amparo del modelo de parafiscalidad cafetera, buscando la maximización del precio dentro de parámetros de mercado, y que se complementa con la provisión de bienes públicos a los caficultores.

La orientación de este modelo hacia la preservación de la competitividad de la caficultura ha sido esencial para mantener la preponderancia del café de Colombia en los mercados internacionales, para la creación de valor y para la consolidación de las bases de desarrollo social, productivo, científico y de infraestructura necesarios para defender la sostenibilidad sectorial.

En el último año, incluyendo los programas que cada Comité Departamental desarrolla, se han ejecutado recursos por cerca de \$121 mil millones de pesos en los diferentes proyectos de inversión social, esperándose terminar el año con ejecuciones cercanas a los \$196 mil millones. Las familias cafeteras y sus zonas de influencia han recibido



este beneficio a través de programas de educación, capacitación, fortalecimiento gremial, infraestructura comunitaria, infraestructura domiciliaria, protección del medio ambiente, protección social y competitividad de la caficultura, entre otros.

Adicionalmente, el repunte en las cotizaciones incrementó el valor de la cosecha a \$3.5 billones, cifra superior en más de 1 billón de pesos a la registrada en el año cafetero anterior y significando un crecimiento de 38% en términos reales. El actual esquema de contribución cafetera le ha permitido recibir a los caficultores un mayor porcentaje del precio internacional, por encima del 92%.

Por su parte, los resultados de los proyectos con valor agregado han sido contundentes. Así, mientras que en 2002, las exportaciones de la institucionalidad cafetera con valor agregado que el café verde estándar fueron del orden de 975.000 sacos de 60 kilos, para el 2005 se estima que esta cifra alcanzará los 1.54 millones de sacos, lo cual implica un incremento en el volumen de ventas en los últimos tres años del 58% y con respecto al año anterior un incremento del 9%. De esta manera, mientras que en el 2002 el valor adicional generado ascendió a \$96,000 millones, en el presente año se acercará a los \$203,000 millones, un crecimiento del 111% en el período 2002-2005 y del 31% con respecto al 2004.

Estas cifras incluyen no solo el café industrializado en la Fábrica de Café Liofilizado, sino los cafés clasificados como especiales (origen y sostenibles, emerald, types y preparación), los cafés de las Tiendas Juan



Valdez, los PODS y las ventas de café diferenciado como el café tipo Europa, los cuales obtienen una prima adicional a la prima del café estándar.

Los anteriores avances, estuvieron soportados por un activo programa de comunicaciones asociado con la marca Juan Valdez®. La apertura de nuevas tiendas de café Juan Valdez en el exterior, la inauguración de la gigantesca valla en Time Square en Nueva York para publicitar al Café de Colombia y la elección de Juan Valdez como el icono publicitario favorito de América en Semana de la Publicidad 2005 en Estados Unidos se constituyeron en los elementos más notables, desde el punto de vista de comunicaciones y publicidad, del año que transcurre.

Todo apoyado sobre la aplicación de la nueva arquitectura marcaría y de la política de licenciamiento de las marcas del Fondo Nacional del Café. Durante este periodo se reanudó el licenciamiento del Logo Tradicional Café de Colombia como marca-ingrediente y, acorde con la Arquitectura de Marcas, se estableció el procedimiento de licencia de marca-producto para proyectos de valor agregado. Así mismo, y con el fin de mantener el objetivo estratégico de defender el origen, el café fue el primer producto colombiano en obtener el reconocimiento de Denominación de Origen por la Superintendencia de Industria y Comercio. Esfuerzo que se replicó para la Unión Europea, donde dicho registro está en trámite, haciendo de la solicitud del café de Colombia la primera para un producto no europeo en la historia de las denominaciones de origen en el viejo continente.

La evolución del mercado cafetero mundial y la comercialización del café colombiano ha sido positiva en varios aspectos. Se ha observado un incremento en el nivel de precios como resultado de una disminución de la oferta mundial. Adicionalmente, el consumo mundial de café presentó una tendencia creciente, dinamismo que se sustenta, principalmente, en el aumento del consumo en los países productores. El mundo consume hoy alrededor de 115 millones de sacos con un crecimiento de casi el 2% anual y con mercados nuevos de enorme potencial.

Por el lado de la producción mundial un déficit significativo en el balance cafetero mundial, marcado por una menor disponibilidad de arábigos ha dado pie a un repunte en la cotización internacional, pasando de un promedio de 77c/lb en 2003/2004 a 114c/lb en 2004/2005. Este repunte representó para Colombia que las ventas internacionales de café durante el año cafetero 2004/2005 generaran al país 1.557 millones de dólares. Esta cifra, la más alta en siete años (1997/1998 fueron 2.000 millones de dólares), muestra un aumento de 58% en los ingresos por exportaciones, en comparación con 988,4 millones de dólares del año cafetero anterior.

No obstante y ante los buenos resultados anteriores, la revaluación del peso ha afectado la competitividad de las exportaciones del país. Solo para el caso del café, la apreciación de la tasa de cambio en el año cafetero 2004/05 ha significado menores ingresos para los caficultores de cerca de 295 mil millones de pesos frente a un escenario de devaluación del 4%. En términos unitarios, esto equivale a una disminución del precio promedio del pergamino en más de \$40.000 por carga. A pesar de esta situación, el precio interno mejoró en 34% en el último año. Pasó de un promedio de 329.871 pesos por carga de 125 kilos en el año cafetero 2003/2004 a 443.138 pesos en el 2004/2005.

En materia de provisión de servicios para el caficultor, se destacan las labores que el Servicio de Extensión y el programa de Investigación Científica en la búsqueda de una caficultura rentable y sostenible. Durante el último año más de 1 millón de personas recibieron capacitación sobre diferentes tecnologías que mejoraron su productividad y sus condiciones de vida. De la misma forma también se fortaleció la capacitación y actualización de los extensionistas gracias al plan de estudios diseñado desde el año anterior con destino a todo el personal del Servicio de Extensión, los investigadores de Cenicafé y el personal docente de la Fundación Manuel Mejía.

Simultáneamente los programas de competitividad dirigidos a mejorar la sostenibilidad de los caficultores, así como los programas de café y maíz, de renovación de cafetales, de crédito cafetero, y de gestión empresarial han continuado a lo largo y ancho de la zona cafetera. Paralelamente, Cenicafé tuvo avances significativos en su labor investigativa para encontrar la secuencia completa del genoma del café y en los estudios complementarios del genoma en organismos asociados al café, como la broca y su controlador biológico.

Durante el presente año se continuó el programa de renovación de cultivos, con un incentivo representado en fertilizantes o en colinos, que ha permitido aumentar la productividad, mejorar la calidad, y mantener los niveles de producción de la caficultura colombiana. Este año se renovaron por zoca o resiembra 33.352 hectáreas, con una densidad de 5.478 plantas por hectárea. Teniendo en cuenta que en los primeros cinco años del programa (1998-2003) se habían renovado 350.000 hectáreas, con las del 2004 y 2005, la renovación de la caficultura sobrepasa las 428.000 hectáreas. Gracias a ello, hoy el país cuenta con una edad promedio de su caficultura de 5,5 años, ideal para lograr un café de calidad y mayor rendimiento por hectárea. Desde 1999 hasta el momento la productividad por hectárea ha crecido 45%.

Como apoyo al anterior programa, y de manera conjunta con el Ministerio de Agricultura y la Red de Solidaridad se impulsó las siembras de





cultivos de *pan coger* intercaladas con café. De 29.404 hectáreas sembradas con maíz en el 2003, se pasó a 37.814 hectáreas durante el año pasado, y para el presente año se lograron 52.830 hectáreas, con un crecimiento de 39,7%. Es decir, en tres años, se han sembrado 121.000 hectáreas. En renovaciones de café intercaladas con frijol, se sembraron 19.523 hectáreas, incluyendo 8.000 que financió el Gobierno con el programa RESA.

En cuanto al Fondo Nacional del Café, el patrimonio del Fondo del Café ha continuado su fortalecimiento. Al cierre de septiembre del 2002 dicho patrimonio estaba en 245 millones de dólares, para septiembre del 2003 subió a 270 millones, para el 2004 a 380 millones y el 30 de septiembre del 2005 alcanzó a 430 millones de dólares. En el último año creció en 13% y el acumulado de los últimos tres años subió 74,6%. De acuerdo con las últimas cifras de la Gerencia Financiera de la Federación, al concluir el año cafetero 2004/2005, el Fondo terminó con un superávit operacional de 6.670 millones de pesos y para el 2006 podría ser de 15.000 millones. El Fondo ha podido sanear sus finanzas con la contribución especial de dos centavos de dólar por libra de café exportada, que se extenderá durante el 2006.

El Fortalecimiento del Fondo ha permitido sostener y profundizar la Garantía de Compra. Por ello la presencia en la comercialización del café de Colombia por parte del Fondo Nacional del Café ha llevado a la maximización del ingreso del caficultor tanto por las compras de la institucionalidad como las realizadas por los actores privados.

En resumen, los resultados anteriores demuestran que en la institucionalidad cafetera radica una de las mayores fortalezas del país. Su presencia es fundamental para la construcción del Estado, la consolidación e integración de la Nación y el afianzamiento de la sociedad civil. Por más de tres cuartos de siglo, la Federación de Cafeteros ha tomado provecho de su naturaleza privada, democrática y participativa, para asociarse eficazmente con el Estado, para generar niveles de bienestar colectivo que no hubiesen sido posibles si el sector cafetero se le deja simplemente a la iniciativa individual o al comando exclusivo de la acción gubernamental.

Los resultados obtenidos por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia durante el 2005, que se recogen en el presente informe, así lo confirman ampliamente.

**Gabriel Silva Luján**

Gerente General Federación Nacional de Cafeteros

# CAPÍTULO I

## Relación con las Autoridades

Gobierno y Gremio:  
Una alianza para el bienestar





**L**a política cafetera acordada desde septiembre del 2002 con el Gobierno Nacional e inspirada en los trabajos de la Comisión de Ajuste Institucional, determinó el carácter estratégico económico y social de la caficultura. A partir de esa definición la Federación de Cafeteros ha construido una estrecha y constructiva relación de cooperación y trabajo conjunto con las autoridades en el orden nacional y territorial, en todas las ramas del poder público. La armónica colaboración entre nuestra organización y el Estado es indispensable para alcanzar los objetivos de desarrollo, progreso y bienestar social de los cafeteros. De hecho, la Federación ha transformado su papel de sustituto y conductor de la función pública en catalizador de la acción estatal, apalancándose en sus reconocidas capacidades de gestión institucional. Esta es una forma más de potenciar y proyectar los activos organizacionales que por cerca de ochenta años ha venido construyendo el gremio.

Dentro de su actividad la Gerencia General le asigna especial prioridad a la socialización y potenciación de los objetivos gremiales frente a los actores estatales. Con la participación permanente en los escenarios públicos, en los foros y eventos, al igual que fortaleciendo el diálogo inter-institucional, se ha logrado mantener un clima de armonía, transparencia y efectividad en la rica agenda de trabajo desarrollada con el Gobierno Nacional. La Federación de Cafeteros y el Congreso de la República han colaborado constructivamente en una agenda legislativa que le ha permitido al gremio obtener decisiones y normas que han favorecido ampliamente los intereses y el progreso del sector. En el 2005 los cafeteros hemos encontrado en el legislativo un aliado comprometido con su futuro.

La Gerencia General ha organizado también reuniones técnicas y de intercambio de información con el Consejo de Estado, el Señor Contralor de la República y sus delegados, y con el Señor Procurador General de la Nación, entre otros.

No menos importante ha sido el trabajo hacia la opinión pública y la colaboración con otros gre-

mios de la producción. A modo de ejemplo, en el año 2005 se registraron 3382 notas que fueron publicados en prensa, radio y televisión y que generaron un ambiente público favorable y el Gerente General ha participado en un número significativo de eventos gremiales de otros sectores.

Es así como el Gobierno Nacional en los cinco últimos años, mediante instrumentos como incentivos directos al precio interno, cofinanciación de los programas de asistencia técnica e investigación científica, el programa de renovación, el PRAN Cafetero, así como el programa de cafés especiales y biodiversidad, han aportado más de \$550 mil millones.

Solo en el último año, los aportes ejecutados del gobierno nacional, municipal y departamental sumaron más de 75 mil millones de pesos. Adicionalmente, el apoyo se ha extendido al fortalecimiento de los ajustes institucionales y el marco legal vigente como del programa de reconversión y desarrollo social emprendido por la presente administración. Además, el impulso a la agenda de política cafetera internacional y a los programas de acceso al crédito ha sido fundamental.

En cuanto a los avances del Plan de Apoyo a la Caficultura, así como los nuevos convenios es importante destacar los siguiente aspectos:

### **Convenio para la cobertura del riesgo de precio del caficultor**

Durante el año 2005, el Gobierno Nacional dispuso \$45.000 millones para el apoyo directo a los caficultores a través del mecanismo de AGC. Debido a la recuperación de las cotizaciones internacionales del grano, el precio interno promedio registrado no alcanzó los niveles que a la fecha estaban establecidos como disparadores de este mecanismo, esto es, \$320.000 y \$310.000, por lo cual a noviembre 15 del presente año no se habían ejecutado recursos por este concepto.

Igualmente, atendiendo la recomendación del LXIV Congreso Nacional de Cafeteros, se revisó la actual estructura de costos de la caficultura colombiana teniendo como base los estimativos que la Gerencia Técnica actualiza continuamente. En ese sentido se fijó un valor de costos promedio de referencia para la definición de los disparadores del AGC de \$360,000 por carga de 125 kilos de café pergamino seco, tal como se reportó a la sesión de Comité Directivo del 28 de septiembre del presente año.

Considerando que las probabilidades de ejecutar los recursos de AGC para el 2005 eran muy bajas y dado el nulo nivel de ejecución a noviembre, la Federación y el Ministerio de Agricultura acordaron la implementación de un convenio de coberturas para el caficultor.

Gracias a dicho convenio se pudieron salvar \$20,000 millones de pesos del presupuesto de AGC de 2005, de los cuales \$10,000 ya se encuentran en caja. Dichos recursos podrán ser utilizados en el programa de AGC y/o en el Programa de Cobertura del Riesgo de Precio del Caficultor.

Para dicho programa se planea utilizar recursos del Fondo de Comercialización del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural por una cuantía inicial de \$20,000 millones de pesos. Con estos recursos se podrán adquirir derivados financieros del café y de tasa de cambio que permitan ofrecerle al caficultor un Contrato de Protección de Precios, para una fecha futura, con el cual compensará en forma limitada una posible reducción de los precios del café.

El apalancamiento en los derivados financieros genera la posibilidad de multiplicar los recursos para la estabilización ante una caída en los precios del café. Adicionalmente, se establece una cultura de gestión de riesgo al permitirle al caficultor entender y aprovechar los beneficios de los programas de cobertura.

Este proceso puede ser la transición hacia el desarrollo de mecanismos de protección similares

para otros productos agrícolas y la creación de una Bolsa de Futuros y Opciones de productos agrícolas en el país

### **Convenio ICA – Federación Nacional de Cafeteros**

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y su operador logístico de comercio exterior, los Almacenes Generales de Depósito (Almacafé), firmaron un convenio con el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) para realizar un estricto control fitosanitario a las importaciones de café que se han venido incrementando en el país en los últimos meses. Este convenio hace seguimiento a las medidas de control previamente establecidas como las restricciones asociadas a las guías de tránsito.

El objeto central del convenio busca proteger la sanidad vegetal de la caficultura colombiana. Para la ejecución del acuerdo se creó un Comité Coordinador, integrado por el Coordinador del Grupo de Prevención de Riesgos Fitosanitarios del ICA y el Gerente Técnico de la Federación o su delegado, quienes se encargarán de proponer acciones para garantizar la sanidad vegetal del café importado.

El ICA aportará soporte de infraestructura y apoyo técnico y en los funcionarios que ejercerán labores de inspección y control fitosanitario en los pasos fronterizos de Ipiales y San Miguel. Igualmente, coordinará las acciones de control y capacitación sobre inspecciones y toma de muestras. Por su parte, la Federación y Almacafé aportarán, a título de comodato, seis medidores de humedad que serán colocados en los pasos fronterizos de Ipiales, San Miguel y Cúcuta, y en los terminales marítimos de Buenaventura, Cartagena y Barranquilla. Simultáneamente, se comprometen a brindar la capacitación a los funcionarios del ICA sobre sanidad y calidad del café importado.

Gracias a la firma de este convenio se tomarán las medidas para proteger a las 560.000 fami-



lias de caficultores de la posible llegada de plagas que afecten sus cultivos, y para garantizar que los consumidores les sea ofrecido un café de calidad por parte de la industria nacional.

### **Contratación entre las Entidades Territoriales y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia**

Teniendo en cuenta las calidades de la Federación y sus objetivos y funciones como administradora del Fondo Nacional del Café, el primero de agosto de 2005 la Sala de Consulta y Servicio Civil del Consejo de Estado conceptuó que es viable, con fundamento en el artículo 355 de la Constitución Nacional, que las entidades territoriales celebren contratos con la Federación, siempre y cuando se cumplan los presupuestos establecidos en el Decreto 777 de 1992. Además considera procedente que la Federación cobre a las entidades territoriales los gastos administrativos en que incurra en virtud de la ejecución de los contratos celebrados.

El anterior concepto es de vital importancia puesto que la Federación es una entidad sin ánimo de lucro que en muchas ocasiones comparte objetivos con los departamentos y municipios cafeteros. También, ha sido usual que se celebren contratos para cofinanciar proyectos que en general buscan la mejora de las condiciones de vida de los ciudadanos que habitan esos territorios. Esos contratos se celebran con fundamento en el artículo 355 de la Constitución Nacional y sus decretos reglamentarios.

### **Contribución Cafetera**

El Congreso de la República, por iniciativa de las Comisiones Terceras, aprobó las normas correspondientes en el Presupuesto Nacional para el 2006, que permiten continuar con la política para el saneamiento del Fondo Nacional del Café y a la estabilización del ingreso del caficultor. En tal sentido, se prolongó hasta el 31 de diciembre de 2006 la vigencia de la contribución

de saneamiento aprobada por el artículo 63 de la Ley 788 de 2002 la cual creó una contribución cafetera, destinada al Fondo Nacional del Café, de dos centavos de dólar (US\$0.02) por libra de café exportada siempre y cuando el precio sea superior a sesenta centavos de dólar (US\$0.60) y que inicialmente estaba vigente hasta el 31 de diciembre del año 2005. Esta contribución mantiene el nivel bajo al igual que el criterio de estabilidad y previsibilidad recomendados por la Comisión de Ajuste en su informe del 2002.

### **El artículo propuesto se justifica en consideración de los siguientes aspectos:**

Los cálculos sobre el comportamiento del mercado con base en los cuales se aprobó la contribución de saneamiento del Fondo Nacional del Café-FoNC, que expira el 31 de diciembre de 2005, consideraban una recuperación de los precios internacionales del grano. Estos implicarían que los niveles de contribución fueran los adecuados para el saneamiento de las finanzas del Fondo Nacional del Café y el restablecimiento de los programas de asistencia al caficultor, pagados ordinariamente con recursos parafiscales y que en los últimos años habían sido asumidos parcialmente por el gobierno nacional. En efecto, las cotizaciones del grano durante los años 2.003 y 2.004 estuvieron lejanos al nivel de 80 centavos, en donde el nivel de contribución llega al tope de 4 centavos sobre los cuales se había proyectado el nivel de egresos del Fondo Nacional del Café. Inclusive, en algunos momentos el precio estuvo por debajo del nivel de 60 centavos, rango por debajo del cual no operó la contribución de saneamiento de 2 centavos por libra.

Al menor monto de ingresos en dólares derivados de la contribución cafetera se le sumó la revaluación que durante los dos años arriba mencionados experimentó el peso colombiano con relación al dólar americano. Por este concepto los ingresos del Fondo Nacional del Café en pesos se vieron reducidos en un monto de

treinta y cinco mil millones de pesos adicionales. Esto último disminuyó la capacidad del Fondo Nacional del Café, para lograr cubrir todas sus obligaciones tanto en el aspecto de servicios al caficultor como en el financiero.

Así las cosas, es posible anticipar que el saneamiento definitivo del FoNC requiere de un esfuerzo financiero durante 2006 que permita la consolidación de sus finanzas, justificando así la necesidad de este artículo.

### **Crédito BID, modelos innovadores de intervención para el sector cafetero**

Con el objeto de aprovechar las experiencias exitosas derivadas del proyecto Jóvenes Agricultores liderado por el Comité de Cafeteros del Valle del Cauca, se está preparando una ampliación de este programa a escala nacional cuyo financiamiento provendrá de un crédito con el Banco Interamericano de Desarrollo. El monto del dicho financiamiento será de US\$ 6,0 millones los cuales se complementarán con recursos de contrapartida cercanos a los US\$ 2 millones.

Esta operación, denominada «Modelos Innovadores de Intervención para el Sector Cafetero», está sustentada en la urgente necesidad de promover la profundización de la adopción tecnológica, la consolidación de explotaciones cafeteras financieramente viables y el relevo generacional mediante esquemas asociativos de jóvenes que con el apoyo de la institucionalidad cafetera.

El objetivo de la operación es adoptar modelos institucionales innovadores de intervención para mejorar, de manera sostenible, el acceso a recursos productivos, en particular de jóvenes agricultores, y para movilizar recursos hacia la caficultura colombiana. Con esta operación se generarán los aprendizajes requeridos para la expansión de esta experiencia a toda la zona cafetera y su eventual adopción en otras regiones rurales del país.

El Prestatario de la operación de crédito será el Banco Agrario de Colombia S.A. y el ejecutor será la Federación Nacional de Cafeteros como administrador del Fondo Nacional del Café.

Este arreglo institucional así como las funciones y obligaciones correspondientes a la financiación y ejecución del Proyecto se sujetarán a lo establecido en el contrato de préstamo que se suscribirá entre la Banca Multilateral y el Banco Agrario de Colombia S.A. Es de destacar que este proyecto ha recibido la aprobación del Consejo Nacional de Política Económica y Social.

### **Convenio Proexport- Federación**

La Federación Nacional de Cafeteros y Proexport (hoy Proexport Colombia) suscribieron en 1986 un convenio con el objeto de promover y desarrollar la investigación y experimentación de productos agrícolas para el establecimiento de producciones exportables.

Posteriormente, en 1997 el objeto del convenio se modificó para apoyar las actividades de promoción y diversificación del ingreso cafetero, reestructuración y reconversión de la industria cafetera con base en la política de promoción de exportaciones del País.

El año anterior, la Junta Asesora de Proexport por solicitud de la Federación aprobó una nueva modificación a los objetivos del convenio, con miras a promocionar en los mercados internacionales el café con valor agregado, hacer investigaciones de mercado en los países emergentes consumidores de café y financiar las actividades para la promoción de los cafés especiales.

A la fecha el convenio cuenta con más de 1.000 millones de pesos en donde el 50% le corresponde a cada una de las partes y se espera que al concluir el año haya financiado mediante la figura del reembolso, la participación de los cafés del Fondo Nacional del Café en las ferias de cafés especiales de Seattle y la celebración del Cup of Excellence.



### **Programa forestal silvicultura en zonas marginales cafeteras: «Río Magdalena III»**

El Programa Forestal «Río Magdalena», se desarrolla dentro de un Convenio de Cooperación bilateral entre los gobiernos de Alemania y Colombia.

El Programa, con un aporte financiero inicial de EUR 8,2 millones (fase I y II) ha logrado el establecimiento de más de 11.500 hectáreas de plantaciones forestales, 12.150 hectáreas de conservación de bosques naturales, 4.050 hectáreas de enriquecimiento y conservación de bosques degradados, y 2.400 hectáreas de sistemas agroforestales; para un total aproximado de 30.100 hectáreas intervenidas a 31 de diciembre de 2004.

En desarrollo de las negociación intergubernamentales de ambos países, Gobierno Alemán a través del KfW, ha ofrecido un total de EUR 17,3 millones en calidad de crédito concesional, acompañado de donación, para el desarrollo de un nuevo Programa, con la cual se pretende fortalecer en las zonas donde actualmente se opera, los alcances en materia de incremento del uso forestal con carácter productivo y la protección y recuperación de los ecosistemas boscosos existentes. Por esta razón en marzo de 2005 se sometió a consideración del CONPES la autorización a la Nación para contratar un empréstito externo con el Gobierno Alemán, a través del KfW Bankengruppe por € 8,9 millones o su equivalente en otras monedas, destinados a financiar el Programa Silvicultura como alternativa de producción en la zona marginal de la región cafetera.

### **Programa protección social en salud**

Mediante el Acuerdo número 262 del Consejo Nacional de Seguridad Social en Salud se fijaron los criterios de distribución de los recursos del Fosyga para la ampliación de cobertura del régimen subsidiado mediante la afiliación de la po-

blación rural distribuidos entre los gremios del sector agrícola y demás organizaciones interesadas en promover la afiliación al Régimen Subsidiado de la población rural clasificada en los Niveles I y II del Sisbén.

La Federación se inscribió ante el Ministerio de la Protección Social para promover la afiliación al régimen subsidiado de la población rural cafetera. El Ministerio de la Protección Social, mediante Resolución número 1758 del 8 de junio de 2004, autorizó a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia a promover la identificación para la afiliación al régimen subsidiado de la población rural. Fosyga aportó el 50% del valor de la UPC-S y La Federación Nacional de Cafeteros aportó el 37.5% y las entidades territoriales el 12.5%.

Por Resolución número 3179 de 2004, se asignaron recursos de la sub-cuenta de solidaridad del Fosyga para ampliar la cobertura en el régimen subsidiado mediante la afiliación de la población rural cafetera en 16 departamentos cafeteros.

### **Programa de seguridad alimentaria**

En el año 2004 la Federación de Cafeteros firmó con la Red de Solidaridad Social el Convenio de Cooperación 0020 y el Contrato 057/157, con el objeto de implementar políticas de seguridad alimentaria destinadas a la población en peligro de desplazamiento o a la población desplazada en las zonas rurales de los distintos municipios del país para motivar la producción de alimentos mediante proyectos de autoconsumo y de generación de ingresos en predios de pequeños agricultores y caficultores. En este año se firmaron los Convenios 069 y 041 con el mismo fin.

Durante el año 2005 la Institucionalidad cafetera continuó gestionando recursos y buscando alianzas con entidades gubernamentales y privadas, con el fin de aportar a la seguridad alimentaria y nutricional de la población colombiana.

## CAPÍTULO II

# Comercialización del café de Colombia: en defensa de la calidad del grano y el ingreso de los productores







**P**or segundo año consecutivo el mercado mundial cafetero ha tenido un comportamiento positivo en varios aspectos. Se ha observado un incremento en el nivel de precios como resultado de una disminución de la oferta mundial. Adicionalmente, el consumo mundial de café presentó una tendencia creciente, dinamismo que se sustenta, principalmente, en el aumento del consumo en los países productores. El mundo consume hoy alrededor de 115 millones de sacos con un crecimiento de casi el 2% anual y con mercados nuevos de enorme potencial.

Son por estas razones que el orden económico y social que enfrentamos nos conduce a un manejo innovador de la industria con el objetivo primordial de fomentar la calidad y promover así el consumo en forma sistemática.

Por su parte, en el mercado interno la comercialización del café colombiano continuó con su nueva estrategia de comercialización interna que busca el fortalecimiento de la garantía de compra y el traslado del mayor ingreso posible al productor. En esa tónica el mercado se desarrolló en un ambiente de estrecha disponibilidad frente a los compromisos de exportación. Fue así como las exportaciones totales del país se mantuvieron en niveles estables con moderada tendencia al alza en el volumen de exportaciones.

### **Mercado Internacional**

Al comenzar el año cafetero el mercado continuó recogiendo información de diversas fuentes que conducían a reafirmar que durante tres años consecutivos, que iniciaron con el período 2002/2003, se presentaría un déficit en el balance cafetero mundial.

Esta visión, así como el comportamiento más activo de lo normal de parte de los Fondos de Inversión que actúan en diferentes Mercados de Futuros de Productos Básicos, llevaron a un repunte importante en los precios.

Los fundamentales del mercado, es decir el comportamiento de las cifras de producción y de consumo a escala mundial, tuvieron un comportamiento conforme a lo previsto. Esta situación deficitaria impulsó un mayor nivel de precios que ha superado las cotizaciones de años anteriores.

Como consecuencia del alza en las cotizaciones internacionales, las exportaciones de los países productores se incrementaron y de esta manera se presentó una transferencia de inventarios de los países productores a los países consumidores.

Se tiene la percepción de que en los próximos meses se presentará paulatinamente un menor volumen de embarques de café, particularmente de parte del Brasil como consecuencia de la menor producción, y del agotamiento de los inventarios en origen.

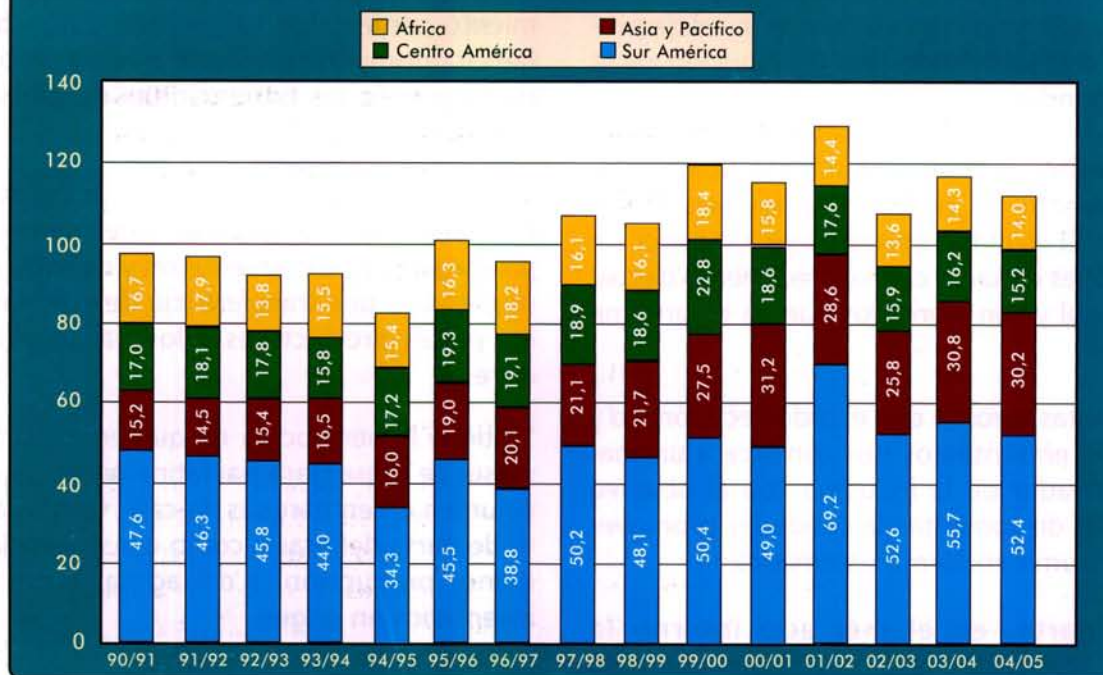
### **Producción Mundial**

En el informe del año anterior se había hecho referencia a una producción total de 110 millones de sacos para el año cafetero 2003/2004. Se estimaba que se iba a presentar un pequeño déficit a escala mundial, pues el consumo se situaba en cifras similares.

La producción mundial ha pasado a ser explicada en gran medida por los tres principales productores: Brasil, Colombia y Vietnam. Centroamérica se ha estabilizado en un volumen cercano a los 15 millones de sacos, y muestra un comportamiento similar al que ha tenido desde la reducción de sus cosechas, que llegaron a ser de 20,7 millones de sacos en el año cafetero 1999/2000, ver Figura 1.

Colombia, contrario a lo sucedido con sus mas cercanos competidores, los países centroamericanos, resistió la crisis provocada por la caída de los precios, gracias a la institucionalidad cafetera y a las ayudas que brindó el Gobierno Nacional, y su producción se ha situado entre 11 y 12 millones de sacos.

**Figura 1. Evolución de la Producción Mundial por Regiones**  
Millones de sacos de 60 Kg.



Fuente: LMC - Primer Trimestre de 2005

África, en general, ha estado afectada por los conflictos internos y ha perdido participación. De un 30% del total mundial, ahora solo representa un 13%. Caso especial ha sido el de Costa de Marfil, cuya producción cayó como consecuencia del conflicto interno que vivió en 2004 y comienzos de 2005. De más de 4,0 millones de sacos en promedio que producía en 1999 - 2000, ahora apenas responde por unos 2,5 millones de sacos.

Indonesia, otrora tercer productor mundial, ahora produce 4,5 millones de sacos. En estas condiciones, lo que ocurra en materia de producción mundial depende en gran medida de Brasil, Colombia y Vietnam. Por esta razón, parece importante centrar el análisis de lo ocurrido en estos países.

## Brasil

La producción cafetera de Brasil durante el año 2004 fue de unos 40 millones de sacos, cuando se toma un promedio general entre las cifras

gubernamentales, publicadas por CONAB, que la estiman en 39,3 millones de sacos, y otros estimativos, que superan los 40 millones de sacos.

Las diferentes estimaciones mencionan que las atípicas lluvias ocurridas durante el período de recolección en Brasil perjudicaron notoriamente la calidad de los granos y ocasionado florescencias dispersas y a destiempo. Además, comentaban que los bajos precios condujeron a una disminución en la inversión cultural en las plantaciones. Estas razones, aunadas al ciclo bajo de la cosecha que sigue al alto que se presentó en 2004, permitían prever que durante el período 2004-2005 se redujese la producción cafetera en Brasil.

Estos pronósticos empezaron a tomar forma con el informe de la visita efectuada en septiembre de 2004 a los cafetales brasileños por la firma Neumann-Stockler. En esta visita se hizo evidente el estado de deterioro de algunos importantes sectores del Estado de Minas, en donde se



produce el café de mejor calidad. Como consecuencia del estimativo de producción para Brasil, 34 millones de sacos, el mercado empezó a contemplar una importante reducción en el volumen para el siguiente año.

Posteriormente se presentaron los resultados de visitas técnicas efectuadas por la Federación Nacional de Cafeteros y por CONAB de Brasil, que confirmaban cifras similares. La Federación expresó que estimaba una cosecha de 32 millones de sacos para el año 2004.

Estos datos contrastan con la cosecha del año anterior, 40 millones de sacos, y llevaron a la conclusión que se presentaría un importante déficit.

En el cuadro 1 se presentan las estimaciones más recientes de la cosecha de Brasil, de acuerdo con diferentes fuentes. Cualquiera de ellas muestra claramente la reducción que se preveía hace un año.

## Vietnam

Vietnam terminó su ciclo 2003/2004 con una producción que llegó a estimarse en unos 16 millones de sacos, pero que a la postre sólo alcanzó cerca de 15 millones. Durante el período 2004/2005, la peor sequía en 28 años afectó la región de Dak Lak, la más productora de café del país. Esta situación, sumada a los bajos precios del grano y los altos costos de los insumos cafeteros derivados del petróleo, ocasionaron

una importante reducción en los volúmenes, que inicialmente se pensaba iban a estar por el orden de los 13 millones de sacos, pero que resultaron finalmente en 12,5 millones de sacos. Por tanto, se espera que la cosecha que comienza a recolectarse en octubre de 2005 no alcance los volúmenes vistos hace unos años y que llegue sólo a 11,0 millones de sacos.

En las condiciones antes enunciadas la producción mundial para el año 2004 - 2005 se sitúa en un rango entre 108 y 111 millones de sacos.

## Consumo

El consumo mundial de café presentó una tendencia creciente durante el año cosecha 2004/2005 al registrarse un consumo estimado en 115.1 millones de sacos, un aumento de 2.95% respecto al año 2003/2004 que registró 111.8 millones de sacos. Por su parte, algunos expertos señalan que el consumo mundial de café podría alcanzar 118 millones el próximo año.

Este dinamismo se sustenta, principalmente, en el aumento del consumo en los países productores en donde se estima que este aumentaría 5.4% durante 2004/2005 hasta alcanzar 29.9 millones de sacos (26.1% del consumo mundial).

No obstante, el consumo por habitante continúa siendo bajo, alrededor de 0.7 kilogramos en 2004, lo que indica que el mercado interno de estos países tiene un potencial significativo para incrementar el consumo de café.

**Cuadro 1. Brasil - Pronósticos Cosechas**

Millones ss 60 kg

Cosecha <sup>(1)</sup>	2004 / 2005			2005 / 2006		
	Arábicos	Robustas	Total	Arábicos	Robustas	Total
Gobierno - Conab	31,7	7,6	<b>39,3</b>	24,25	9,1	<b>33,3</b>
Safras & Mercado	32,6	8,5	<b>41,1</b>	25,3	9,4	<b>34,7</b>
Neumann - Stockler	32,1	8,9	<b>41,0</b>	23,2	10,8	<b>34,0</b>
USDA	33,4	9,0	<b>42,4</b>	26,0	10,5	<b>36,5</b>
Volcafé	34,3	9,0	<b>43,3</b>	27,0	11,5	<b>38,5</b>

Nota: (1) Abril - Marzo

Brasil se destaca como el principal consumidor entre los países productores y el segundo en importancia a nivel mundial (después de Estados Unidos) con una demanda interna de 14.2 millones de sacos en 2003/2004. Se estima que el consumo interno de café se ubicaría entre 15.5 y 16.5 millones de sacos en 2004/2005. La fortaleza del consumo brasileño de café se sustenta, principalmente, en el esfuerzo hecho por los tostadores brasileños para mejorar la calidad del grano y promocionar las bondades de su consumo. Cabe anotar que este esfuerzo ha sido exitoso debido a que se ha logrado aumentar, de manera sistemática, el consumo por habitante; que se ubicaría en 5.01 kilogramos por habitante en 2004. Este nivel supera en 0.33 kilogramos a la cifra alcanzada en 2001.

De otro lado, se espera que Indonesia, Etiopía, México, Colombia e India presenten un consumo de café superior al millón de sacos en 2004/2005. Aunque estos países se perfilan como los mayores consumidores de café entre los países exportadores después de Brasil, su consumo por habitante es relativamente bajo.

Por su parte, se estima que el consumo de todos los países importadores, es decir en los mercados maduros, alcance los 85.2 millones de sacos en 2004, lo que representaría un crecimiento de 2.2% con respecto a la cifra alcanzada en 2003 (83.4 millones de sacos). El consumo por habitante de los principales países consumidores se ubicaría en 4.64 kilogramos en 2004 después de haber sido 4.56 en 2003. Así, el consumo por habitante de este grupo de países mantendría su crecimiento después de haberse contraído a 4.46 kilogramos en 2002. El cambio de tendencia en el consumo de las naciones desarrolladas es una de las noticias más importantes y positivas en el escenario del mercado mundial.

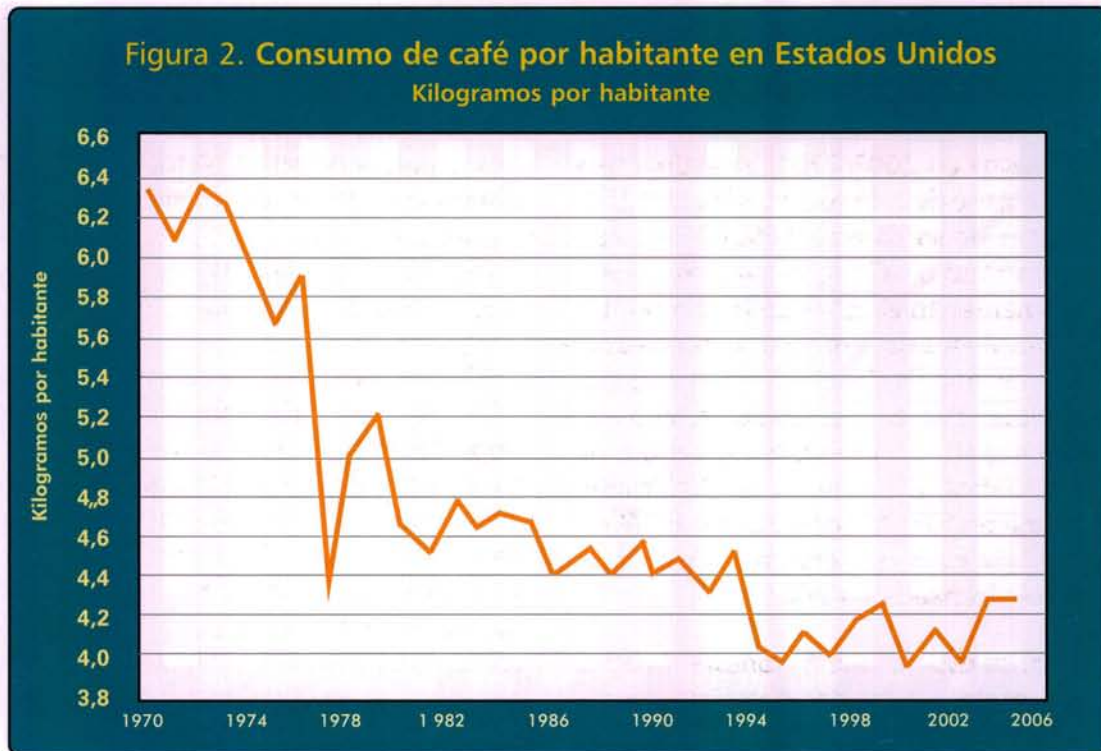
El consumo de Estados Unidos creció 1.4% entre 2004 y 2003 al alcanzar 20.8 millones de sacos. Aunque este crecimiento es moderado, es importante señalar que el consumo estadounidense completó dos años consecutivos de aumento después de haberse contraído 2.5% en

2002. Adicionalmente, el repunte del consumo por habitante se mantuvo en 2004 ya que se situó alrededor de 4.26 kilogramos. Aunque el consumo por habitante continúa en un nivel bajo desde una perspectiva histórica, ver Figura 2, el dinamismo del mercado de cafés especiales y de las tiendas de café consolidaría el repunte del consumo por habitante en el mercado estadounidense en el mediano plazo.

En Europa, el entorno cafetero europeo 2004/2005 se caracterizó por el incremento en las importaciones de café verde del 2.2%. En efecto, de acuerdo al reporte publicado en Junio de 2005 por la Federación Europea del Café (ECF) se importaron conjuntamente un volumen de 47.8 millones de sacos de 60 KG. Según la OIC, los países de Europa Central y Oriental registraron un aumento mayor en las importaciones de café verde que Europa Occidental.

Por su parte, Alemania se consolida como el tercer país consumidor de café, superado únicamente por Estados Unidos y Brasil. Efectivamente, el consumo alemán de café alcanzó los 10.2 millones de sacos en 2004 lo que representa un aumento de 11.4% con respecto al año anterior. Este repunte es significativo ya que por primera vez, desde 1999, el consumo de café en Alemania supera los 10 millones de sacos. De la misma manera, el consumo per cápita de café alcanzaría los 7.4 kilogramos en 2004; 0.8 kilogramos superior a la cifra del año inmediatamente anterior.

Sin embargo, un común denominador en la Unión Europea es la continua disminución en la participación de los cafés suaves en las importaciones totales ante el aumento en las importaciones de cafés Robustas, principalmente Vietnam. Sin duda el origen de esta situación esta en la guerra de precios que se vive en los canales al detal, y que ha sido fomentada por los supermercados de descuento. Por esta razón, gran parte de los tostadores Europeos se han visto obligados a alterar sus mezclas, incrementado el uso de cafés robustas para poder competir.



Fuente: OIC

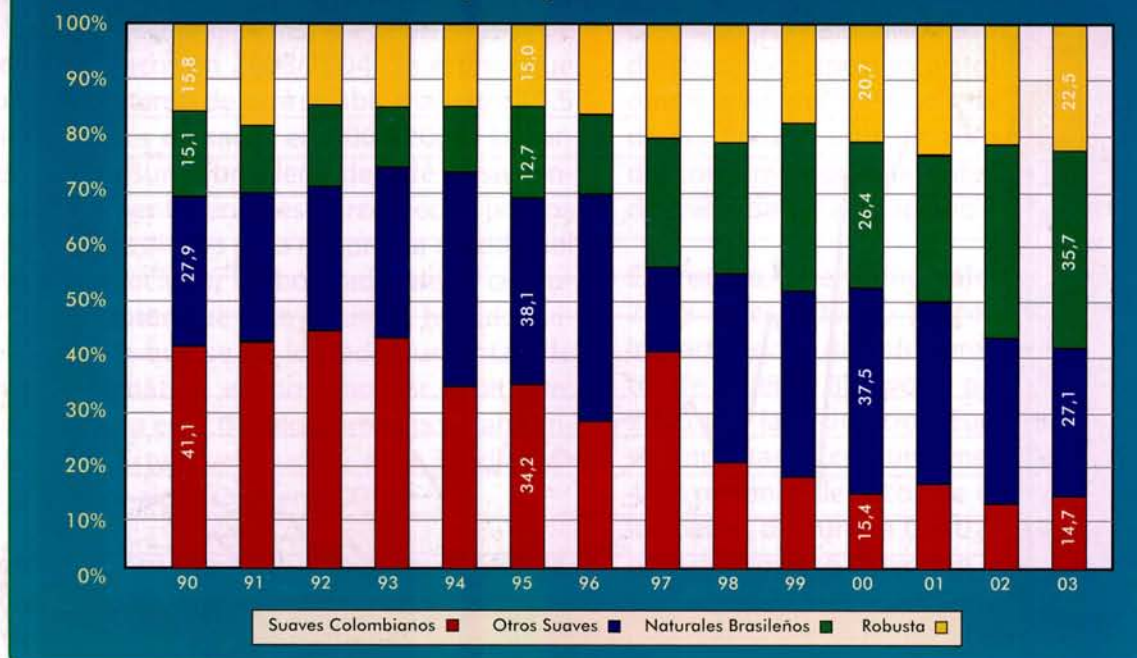
De esta problemática, es en Alemania donde más se ha visto como la calidad del café importado se ha deteriorado durante la última década, Figura 3. En efecto, la participación de los Suaves Colombianos en las importaciones totales de café en este país se ha reducido a 14.7% en 2003 después de haber estado por encima del 40% en los primeros años de la década de los noventa. De la misma forma, la participación de los Otros Suaves ha caído sistemáticamente desde 1995 al pasar de 38.1% a 27.1% en 2003. Por el contrario, las participaciones de calidades inferiores como los Naturales Brasileños y Robusta han crecido notoriamente hasta alcanzar 35.7% y el 22.5% respectivamente en 2003.

No obstante, en medio de esta guerra de precios que caracteriza los mercados de consumo de café más importantes de Europa, se comienzan a observar tendencias diferenciadoras en la oferta del producto final que están revolucionando los hábitos de consumo de café en Europa: Las porciones individuales (como los «Pods» suaves, duros y las cápsulas), la multiplicación

de las tiendas de café y la demanda de cafés «certificados» (sostenibles, comercio justo, amigos del medio ambiente, entre otros), son ejemplo de estas tendencias.

De otro lado, el consumo de café en Japón superó, por primera vez en la historia, los 7 millones de sacos en 2004 al registrar un crecimiento de 5.2% con respecto a 2003. De esta manera, el consumo per cápita de café aumentó a 3.35 kilogramos después de haber sido 3.18 el año anterior. Este es un hecho que debe destacarse puesto que en este mercado, gracias a una efectiva campaña de comercialización y el café Colombia representa el principal proveedor en términos de valor. Durante el 2005 el café de Colombia en Japón representó una participación, en volumen, del 22% del mercado, significando el segundo origen después de Brasil, país que tiene un 26%. No obstante, en términos de valor Colombia ocupa el primer lugar. Igualmente desde el 2004, Japón es el segundo destino para el café de Colombia, después de Estados Unidos.

Figura 3. Composición de las importaciones alemanas por tipo de café



Fuente: OIC, cálculos FNC

Países consumidores no tradicionales como Chipre, Eslovenia, Estonia y Lituania presentaron fuertes incrementos en su consumo durante 2004 lo que consolida la tendencia al alza de la demanda por el grano en estos países. Es de destacar también la importancia que han adquirido países como Polonia, con 2,2 millones de sacos consumidos en 2004. En el caso de los otros grandes consumidores a nivel mundial, Alemania, Francia e Italia, se ha presentado un relativo estancamiento.

China es un caso especial ya que sus importaciones han presentado un gran dinamismo en la última década alcanzando un crecimiento anual promedio de 39.2% entre 1993 y 2003, Figura 4. No obstante, el volumen importado continúa siendo bastante bajo dado el gran número de habitantes de este país (344.000 sacos en 2003). Claramente, este mercado tiene un gran potencial hacia el futuro debido a la consolidación de su inserción en el comercio internacional y al incremento sostenido del Producto Interno Bruto. La Federación, en asocio con la Embajada de Colombia, creará una posición de promoción y

seguimiento para ampliar las posibilidades para nuestro café en ese prometedor mercado.

Finalmente, a continuación se observa el consumo por regiones geográficas, tanto productoras de café, como importadoras. La conclusión que se deriva del mismo, es que hay mucho espacio para avanzar, pues en los países de Europa Central y del Este, y también en muchos países productores, hay una frontera inexplorada que ofrecerá un inmenso potencial para el Café de Colombia, Figura 5.

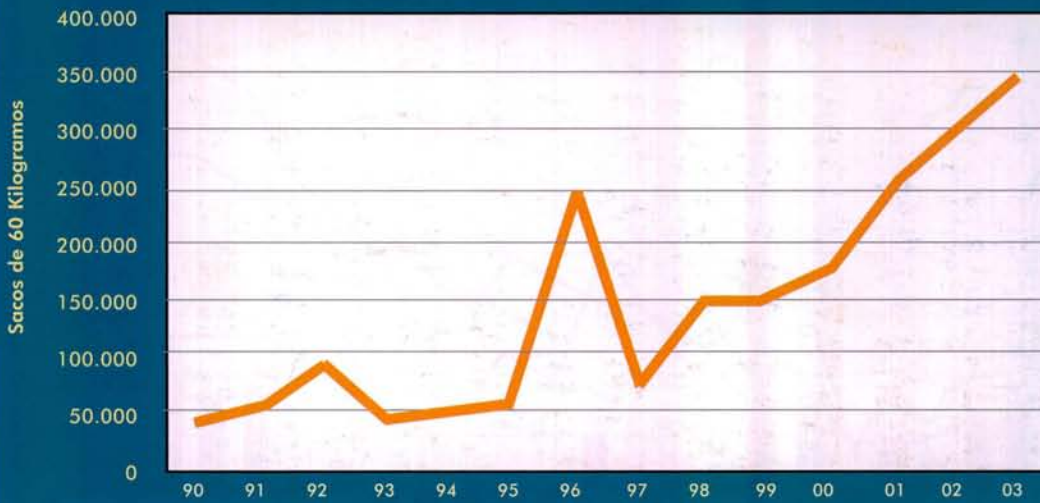
### Disponibilidad Mundial de Café

Como se observa en la Figura 6, en el presente año cafetero, 2004/2005, se completan tres años continuos de restricción en la oferta de café, en los que la producción ha estado por debajo del consumo mundial.

Para el próximo año civil, 2006, se espera una mejoría en la cosecha de Brasil, gracias a los mayores precios que han permitido incremen-



**Figura 4. China - Importaciones de café**  
Sacos de 60 Kg.



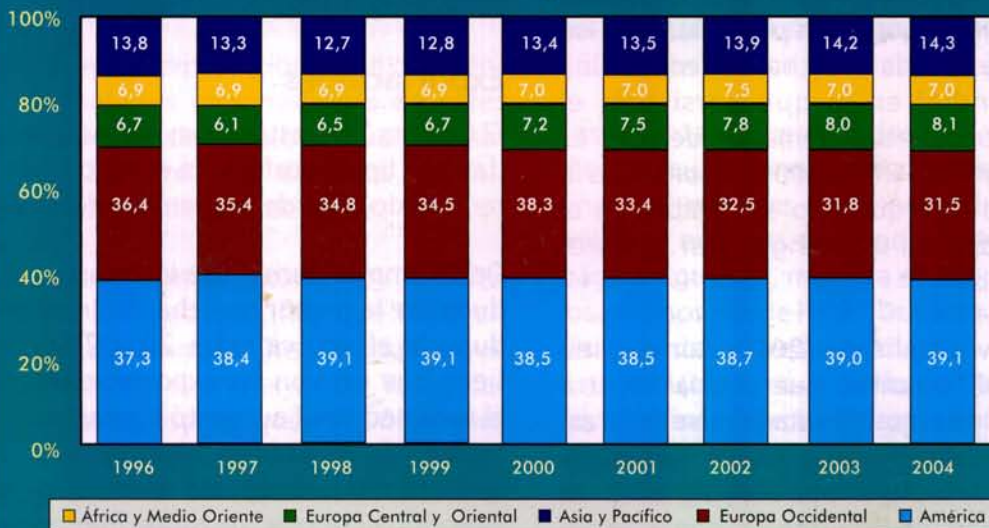
Fuente: FAO

tar el cuidado de las plantaciones, y por el buen comportamiento climático observado hasta el momento. Así mismo, se tendrá la fase de alta producción dentro del ciclo bienal.

De esta manera, se han comenzado a plantear estimativos de la cosecha que se centran entor-

no a los 44 millones de sacos para 2006, e incluso algunos analistas han hablado de 50 millones de sacos. Aun cuando es temprano en el ciclo para predecir confiablemente, existen variables que permiten pensar en un impacto adverso que mantendrá la producción hacia las cotas inferiores de este rango. Entre estos factores se des-

**Figura 5. Evolución de consumo por regiones**  
Porcentaje



Fuente: LMC - Años Civiles

**Figura 6. Balance Mundial Cafetero**  
En millones de sacos de 60 Kg.



taca el incremento en la edad promedio de los cafetales y la altísima revaluación, superior a la de Colombia, que ha amortiguado el impacto doméstico de los mejores precios.

Con una proyección de 44 millones de sacos, volumen superior al que se ha presentado en los últimos años de buena cosecha, se tendría una situación mundial en la que persistiría el desbalance entre oferta y demanda de café. Es decir, para el periodo 2005-2006 se consolida la perspectiva de un equilibrio sostenible en el mercado mundial sin que se generen mayores excedentes de café.

Para el año civil siguiente (2007) continuaría aumentando el consumo, que podría llegar a 124,5 millones de sacos. Si esta cifra se contrasta con una producción optimista de 123 millones de sacos, que incluyen una cosecha alta para el ciclo bienal bajo de Brasil, (43 millones de sacos), se prolongaría la situación de balance mun-

dial en el horizonte del año cafetero 2007-2008. Por tanto, la evolución de los denominados fundamentales no permite prever en el corto y mediano plazo una gran sobreoferta de café que lleve a un desplome de los precios.

## Exportaciones

El Cuadro 2 muestra las exportaciones acumuladas, por tipo de café, para el período de 12 meses terminado el 30 de septiembre del presente año.

Del mismo se deriva que la escasez de café producto de la menor cosecha de Brasil no se sintió durante el año cafetero 2004/2005, en lo que tiene que ver con las exportaciones. De hecho, el volumen total aumentó ligeramente, y el acumulado de los últimos 12 meses alcanzó a estar cerca de 89 millones de sacos, cifra levemente superior a la que se había tenido en el año anterior.





**Cuadro 2. Exportación de café <sup>1</sup>**  
Millones ss 60 kg

Exportador	Sep-04	Sep-05	Variación	Oct-03 Sep-04	Oct-04 Sep-05	Variación
<b>Arábicas</b>	<b>4,2</b>	<b>3,8</b>	<b>-11,4%</b>	<b>57,6</b>	<b>59,0</b>	<b>2,3%</b>
Suaves Colombianos	0,5	0,8	48,3%	11,4	12,2	6,8%
- Colombia	0,4	0,7	58,3%	10,2	11,0	8,4%
Otros Suaves	1,4	1,3	-11,7%	21,0	19,7	-5,9%
- 6 Países <sup>2</sup>	0,5	0,5	-15,9%	12,6	11,6	-8,4%
Brasil & Otras Arábicas	2,3	1,8	-24,3%	25,2	27,1	7,2%
- Brasil - Arábica	2,1	1,6	-24,8%	22,8	24,4	6,8%
<b>Robustas</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>-6,6%</b>	<b>31,1</b>	<b>30,0</b>	<b>-3,6%</b>
- Vietnam	0,9	0,9	-7,8%	14,5	13,9	-3,8%
- Brasil - Robustas	0,2	0,2	2,0%	2,6	2,8	9,7%
<b>Total</b>	<b>6,6</b>	<b>6,0</b>	<b>-9,7%</b>	<b>88,7</b>	<b>89,0</b>	<b>0,2%</b>
- Brasil - Total	2,4	1,8	-22,4%	25,4	27,2	7,1%

Notas: (1) Fuente: OIC - Septiembre 2005

(2) 6 países: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Nicaragua

Al analizar las cifras por países, se puede ver que Colombia incrementó sus exportaciones, al pasar de 10,2 a 11,0 millones de sacos. Los Otros Suaves, conformados básicamente por los cafés centroamericanos, India y Perú, disminuyeron sus exportaciones levemente. Pasaron de 21,0 millones a 19,7 millones. Los 6 países centroamericanos bajaron 1 millón de sacos, de un año al otro. Por su parte, Vietnam también bajó sus exportaciones al pasar de 14,4 a 14,0 millones de sacos.

Esta reducción en las exportaciones fue compensada por las mayores exportaciones de cafés arábigos procedentes del Brasil, las cuales pasaron de 22,8 a 24,4 millones de sacos. Un aumento de más de 2 millones de sacos.

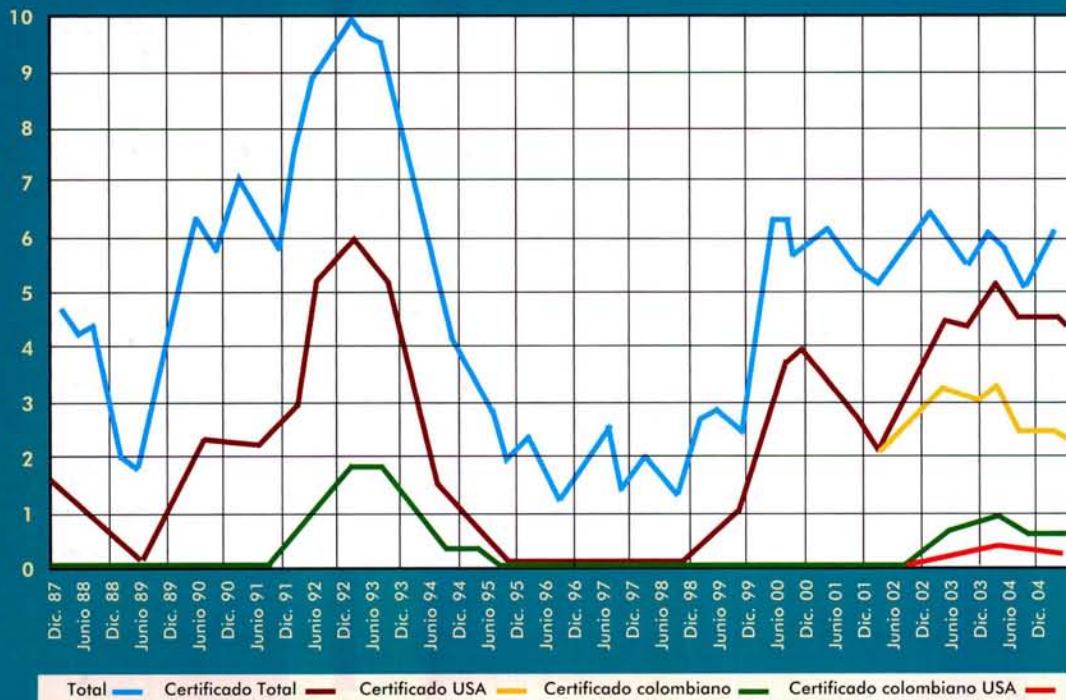
Esto puede parecer contradictorio con las cifras de producción. Sin embargo, hay que tener en cuenta que dicho país evacuó los inventarios que había acumulado en el año anterior. Ya agotados los mismos, se espera que los volúmenes exportados descendan durante el último trimestre de 2005 y el primer semestre de 2006, hasta que vuelva a entrar la época de cosecha, a mediados del próximo año.

## Inventarios

Los inventarios mundiales vivieron varias etapas durante el año. Al finalizar 2004, se presentó un descenso en los mismos. Tanto los inventarios totales como los certificados bajaron. Para el primer semestre de 2005 los inventarios de Estados Unidos crecieron cerca del 18% respecto al mismo período del año anterior. Para julio los inventarios totales alcanzaron 6,06 millones de sacos. Estos niveles de inventarios superan en un 1% a los que se tenían en el mismo mes de 2004, y en 5% los que había en julio de 2003.

Los inventarios certificados han venido descendiendo, aunque muy lentamente, hasta llegar a unos 2,4 millones en Estados Unidos, y a 4,46 millones en todo el mundo. La Figura 7, en la página siguiente, muestra el comportamiento de los mismos desde 1987. Durante el mes de septiembre dos huracanes tocaron los puertos de Estados Unidos en el Golfo de México. El primero, «Katrina», afectó seriamente todas las actividades de Nueva Orleans. Sólo unas pocas semanas después, un segundo huracán, «Rita», paralizó nuevamente las actividades, y aunque su trayectoria no pasó de manera directa por

Figura 7. Inventarios en Estados Unidos  
Millones de sacos de 60 Kg.



Fuentes: Green Coffee Association, Bolsa NYBOT-CSCE

dicha ciudad, se presentó cuando los mercados no acababan de asimilar las consecuencias de «Katrina», circunstancia que reforzó el nerviosismo y la volatilidad.

Ha sido muy complicado evaluar el daño sufridos por el café, que según algunas estimaciones pudo llegar a inutilizar entre el 30% a 40% del volumen almacenado que llegaba a 1,6 millones de sacos, de los cuales 734.000 estaban certificados.

Los efectos en las bodegas de café en ese puerto llevaron a la Bolsa de Nueva York a declarar la Fuerza Mayor sobre los inventarios certificados, la suspensión de la actividad en dicho puerto, y la revisión de todo café almacenado allí para que eventualmente éste pueda ser certificado de nuevo. Además del deterioro de la calidad misma de los cafés, es posible que sea catalogado como no apto para el «consumo humano».

El cuadro 3 muestra la evolución de los inventarios. Se aprecia como en 2002-2003 se llegó a tener un máximo en los inventarios totales, 52 millones de sacos. Para fines de 2005, esta cifra ha disminuido considerablemente, se espera que se sitúen en 38,9 millones de sacos, de los cuales 14,4 millones estarán en poder de los productores de café, y 24,5 millones en manos de los países importadores de café.

Como ya se había indicado, las exportaciones han aumentado a costa de la utilización de inventarios de cosechas anteriores en manos de los productores. Este aspecto limita seriamente la capacidad de respuesta de los exportadores ante la necesidad de cubrir algún faltante por eventos climáticos adversos u otras condiciones. El otro punto que vale la pena destacar es que no solamente han disminuido los inventarios totales, sino que su proporción sobre el consumo, que ha aumentado, es ahora todavía



Cuadro 3. Inventarios mundiales totales

Millones ss 60 kg

Año	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08
<b>Totales</b>	<b>37,9</b>	<b>43,9</b>	<b>41,9</b>	<b>52,0</b>	<b>42,9</b>	<b>44,8</b>	<b>38,9</b>	<b>41,8</b>	<b>40,3</b>
<b>Productores</b>	20,7	23,1	20,6	29,7	19,7	20,8	14,4	17,3	19,5
<b>Importadores</b>	17,2	20,8	21,3	22,3	23,2	24,0	24,5	24,5	20,8

Fuente: J. Ganes Consulting, LLC., 24 julio.2005

más precaria. En tal sentido, mientras que en 2005 los inventarios totales cubren apenas 4 meses de consumo de café, en 2003 cubrían 5,4 meses. El otro punto que hay que resaltar es que la mayoría de los inventarios de café certificado en la Bolsa llevan uno o más años almacenados. En estas condiciones, corresponden a cafés reposados.

Hacia adelante se prevé que para 2006 y 2007 los inventarios en los países importadores continúen su descenso, y, dependiendo de la cosecha de Brasil, que los inventarios de los países productores permanezcan estables, o que aumenten ligeramente si esta supera los 44 millones de sacos en 2006.

Los inventarios de café de Colombia, tanto los privados como institucionales, se encuentran en uno de los niveles más bajos de su historia.

## Precios

La situación de los precios al cerrar el año cafetero es favorable respecto al cierre de los años precedentes. En la Figura 8 es notoria la evolución en el comportamiento del precio de la primera posición del Mercado C de la bolsa de Nueva York –que sirve de base para conformar el precio del café físico que se vende en el mundo.

Se aprecia una etapa que corresponde al último trimestre de 2004. A partir de este periodo el mercado identificó una menor producción en Brasil, y consecuentemente para el mundo. En

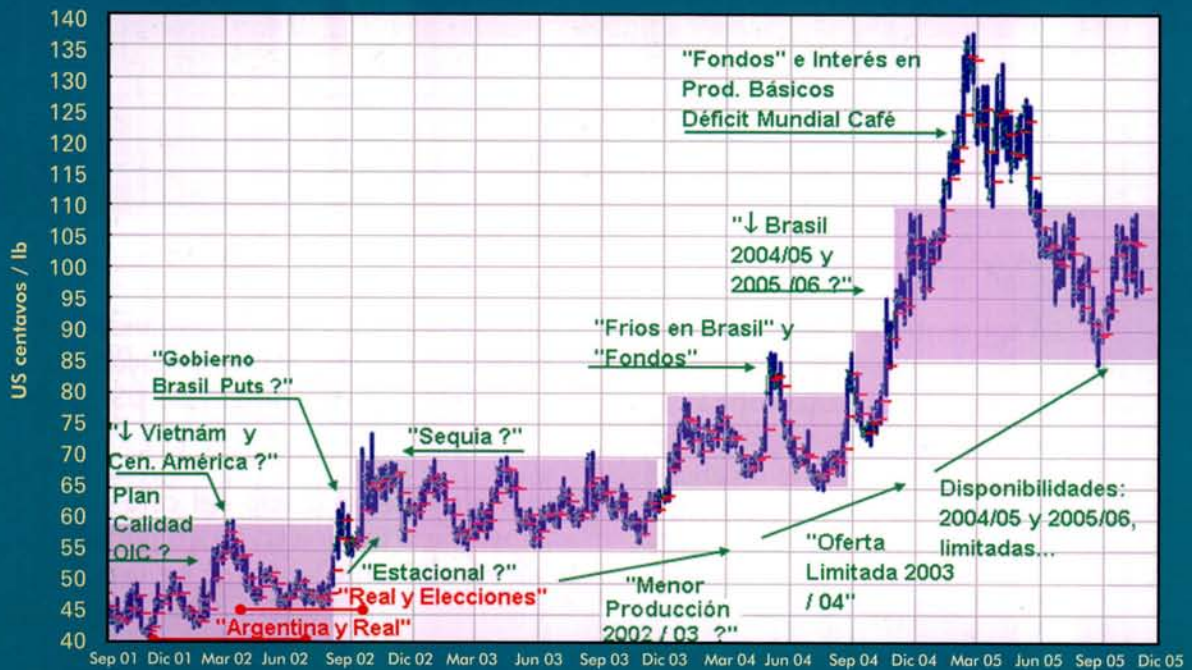
estas condiciones, y ante la demanda que existe para el final del año, el precio reaccionó favorablemente, y pasó de niveles de US \$ 0,76 por libra, a US \$ 0,92.

Posteriormente, el precio del café continuó su ascenso hasta llegar a US \$1,10 por libra. A partir de ese momento, entraron en juego otros elementos que contribuyeron a que el café siguiera subiendo hasta llegar a un máximo de US \$ 1.395 por libra, en marzo del presente año.

El elevado déficit en la balanza de pagos de Estados Unidos, la pérdida de valor del dólar con respecto al Euro, al Yen, a la libra esterlina y a otras monedas, y las posibilidades de obtener mayores utilidades en los mercados de futuros de «commodities», llevaron a los grandes Fondos de Inversión a recomponer su portafolio de Inversiones, y centrarlos en estas. De esta manera, apoyados en unos «fundamentales» atractivos, comenzaron a comprar agresivamente Contratos de Café para entrega futura en la Bolsa de Nueva York. El máximo de las cotizaciones se vio en marzo de 2005.

A partir de ese momento, comenzó un descenso de las cotizaciones como respuesta a la ausencia de noticias sobre comportamientos climáticos adversos, –heladas o sequías en Brasil, o la presencia de lluvias en Vietnam– y la recomposición de las inversiones de los Fondos. Algunos de los eventos relacionados con esta recomposición corresponde al aumento de las tasas de interés directoras de Estados Unidos, la recuperación del valor del dólar ante eventos como el voto negativo de Francia y los Países Bajos para

Figura 8. Bolsa CSCE - NYBOT : Café «C» - 1ª Posición (US ¢ / lb)



aprobar la nueva constitución europea y la identificación de inversiones con mayor potencial de utilidad, como es el caso de los futuros de petróleo, y la gran demanda mundial de crudo impulsada por países como China e India.

Los problemas existentes en las regiones productoras y la llegada de huracanes en el área del Golfo de México, que afectaron seriamente la producción y existencias, soportan el crecimiento de los precios del petróleo.

En la Figura 9 se puede observar el comportamiento de las diferentes posibilidades de Inversión, en la que el café siguió en general las tendencias de los mercados de futuros.

### Evolución de algunos mercados

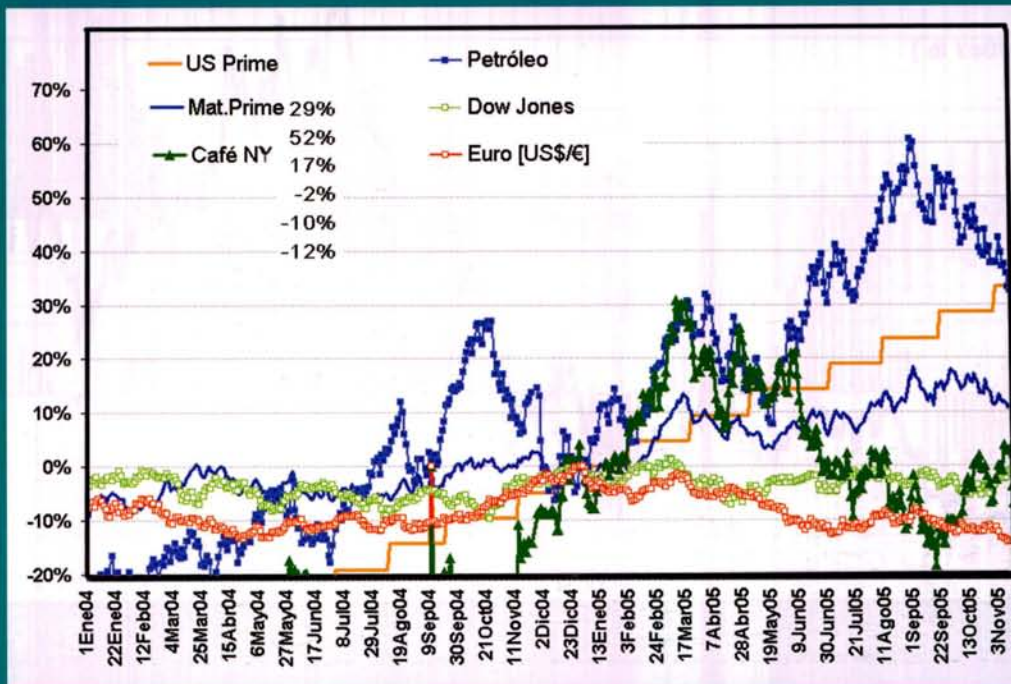
En la Figura 10 se observa la relación existente entre la situación de cobertura neta de los grandes inversionistas, los «especuladores» en la Bolsa

de Nueva York, denominada la «Posición abierta» del mercado, y el precio del café. Antes de comenzar el año cafetero 2004/2005 estaban «cortos» o sea que tenían más café para entrega futura vendido que comprado. A partir de septiembre de 2004 pasaron a comprar contratos hasta llegar a un máximo de 44.361 en febrero de 2005, equivalentes a más de 11 millones de sacos –es decir que estaban «largos». En la medida que compraron café ( Contratos para entrega futura) los precios subieron hasta llegar a su máximo, US \$1,395 por libra en marzo del presente año.

Como se aprecia en los primeros meses del año 2005 se presentó un alto interés por parte de los inversionistas por el mercado de «commodities», sustentado principalmente por su alta rentabilidad, la debilidad del dólar y la competencia entre los agentes por atraer mayores recursos a sus portafolios. En una época de oferta limitada y crecimientos de la demanda, especialmente con la rápida expansión econó-



Figura 9. Evolución de Algunos mercados con relación al 30 de diciembre de 2004



Fuentes: Green Coffee Association, Bolsa NYBOT-CSCE

mica de China, el mercado de los «commodities» se convirtió en una atractiva inversión. Sin embargo, en el segundo semestre del año, este interés por los productos básicos disminuyó en respuesta a una recuperación paulatina del dólar por el alza en las tasas directas en Estados Unidos. Es así como a partir de septiembre de 2005, comenzaron a vender los contratos, contribuyendo al descenso de las cotizaciones.

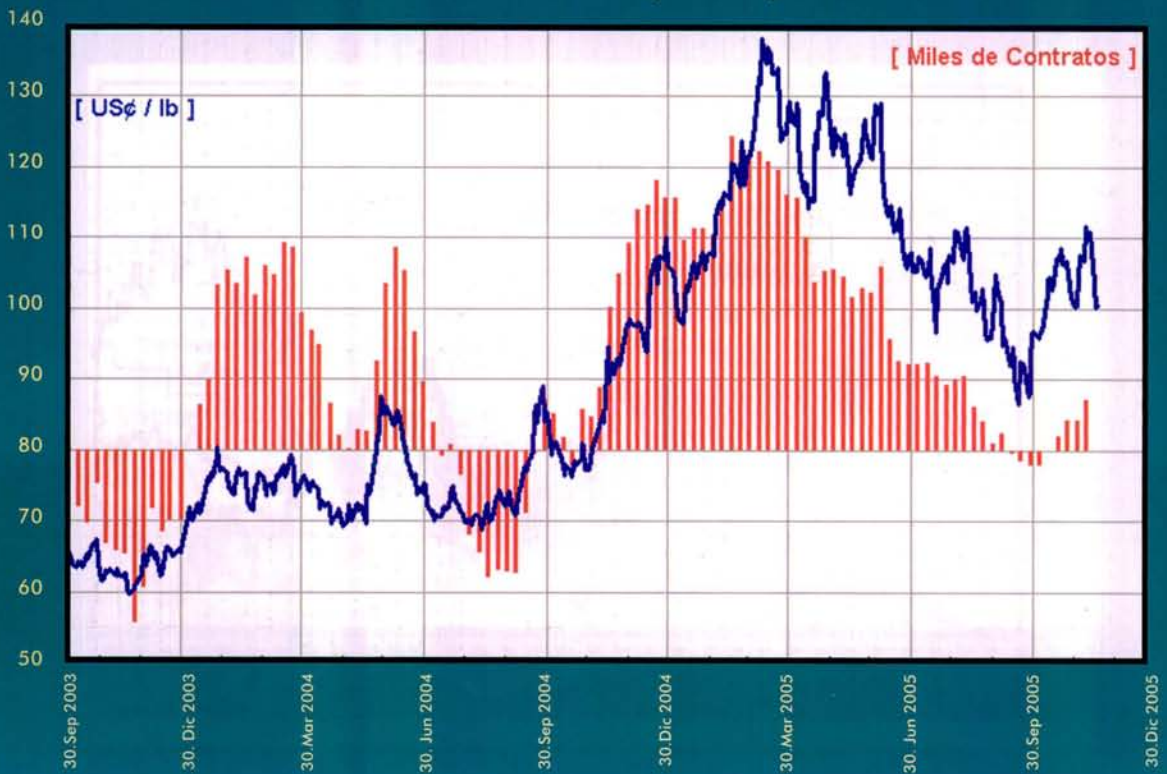
Los especuladores tienen una posición neta de vendedores de cerca de 2000 contratos a septiembre 27, o sea que tienen café vendido que excede lo que tienen comprado.

También contribuyen a formar el precio las primas o diferenciales que se pagan o sustraen sobre la cotización de la bolsa, Figura 11. La suma de las dos da lugar al precio del café físico, generalmente expresado en condiciones FOB puer-

to de origen. En el gráfico a continuación, se puede ver como se han comportado los diferenciales durante este año cafetero.

Es importante notar cómo, mientras el comportamiento de los diferenciales ha sido relativamente estable en los países descritos en la figura, se ha presentado una mejoría en los diferenciales del café brasileño con respecto a la Bolsa. De diferenciales negativos de 14 centavos por libra al comienzo del período, ahora se observan descuentos del orden de 10 centavos por libra, para el café Santos 2/3, el más representativo. Esto se debe, primero a que se están presentando restricciones en la oferta por una cosecha menor y en segundo lugar, a la gran revaluación que ha tenido el real con respecto al dólar. Esa valorización ha hecho más difíciles los términos de exportación de los productos brasileños, pues los exportadores prefieren retrasar sus embarques

Figura 10. Evolución del precio de la bolsa y posición neta de los Fondos (Futuros)



a la espera de una devaluación del real. Finalmente, de acuerdo con los datos suministrados por la OIC, se destaca como el café colombiano sigue estando por encima de otros competidores.

Ello se apoya en la defensa de la calidad, en el cumplimiento de sus compromisos y en el papel de la Institucionalidad cafetera en comercialización, Cuadro 4.

### El café Colombiano

El año cafetero 2004 - 2005 trajo cambios muy positivos a la comercialización del café colombiano. El precio internacional, como se anotó antes, reaccionó favorablemente, y en una muy buena parte del período estuvo por encima de US\$ 1,00 por libra, precio que no se veía desde hacia cinco años.

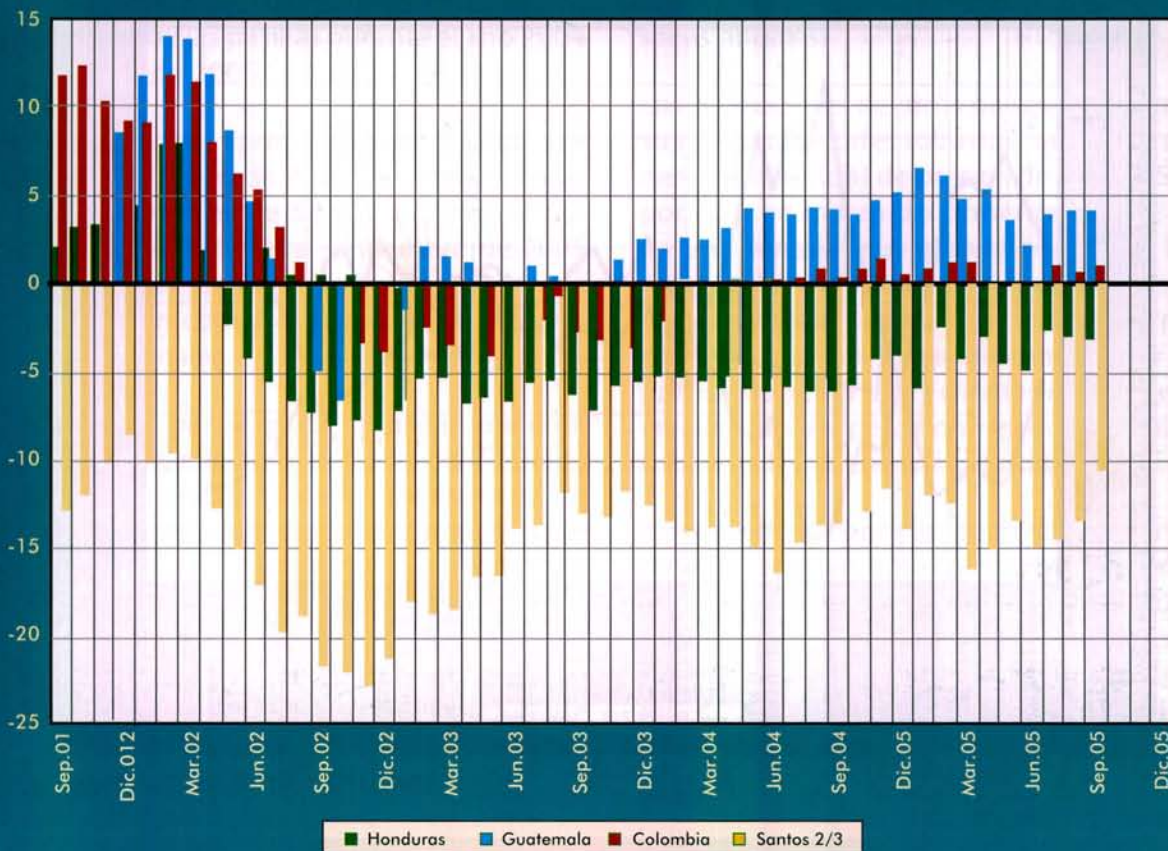
Cuadro 4. Precio Promedio de Cafés <sup>1</sup>

Tipo	1985/ 1989	1990/ 1994	1995/ 1999	1999 / 2000	2000 / 2001	2001 / 2002	2002 / 2003 (2)	2003 / 2004 (2)	2004 / 2005 (2)	2005 / 2006 (2,3)
Colombia	155	97	149	113	77	64	68	77	114	109
Otros Suaves	140	92	140	97	66	59	65	73	111	106
Brasil	142	84	129	87	58	44	49	62	97	95
Robustas	108	63	87	49	30	27	39	38	48	51

Notas: (1) Indicadores OIC promedios, en términos ex-dock. (2) Precio en NY desde el 2002 / 2003.  
(3) Promedio Mensual: Oct. 2005.



Figura 11. Diferenciales FOB con bolsa - Pronto embarque (US¢/lb)



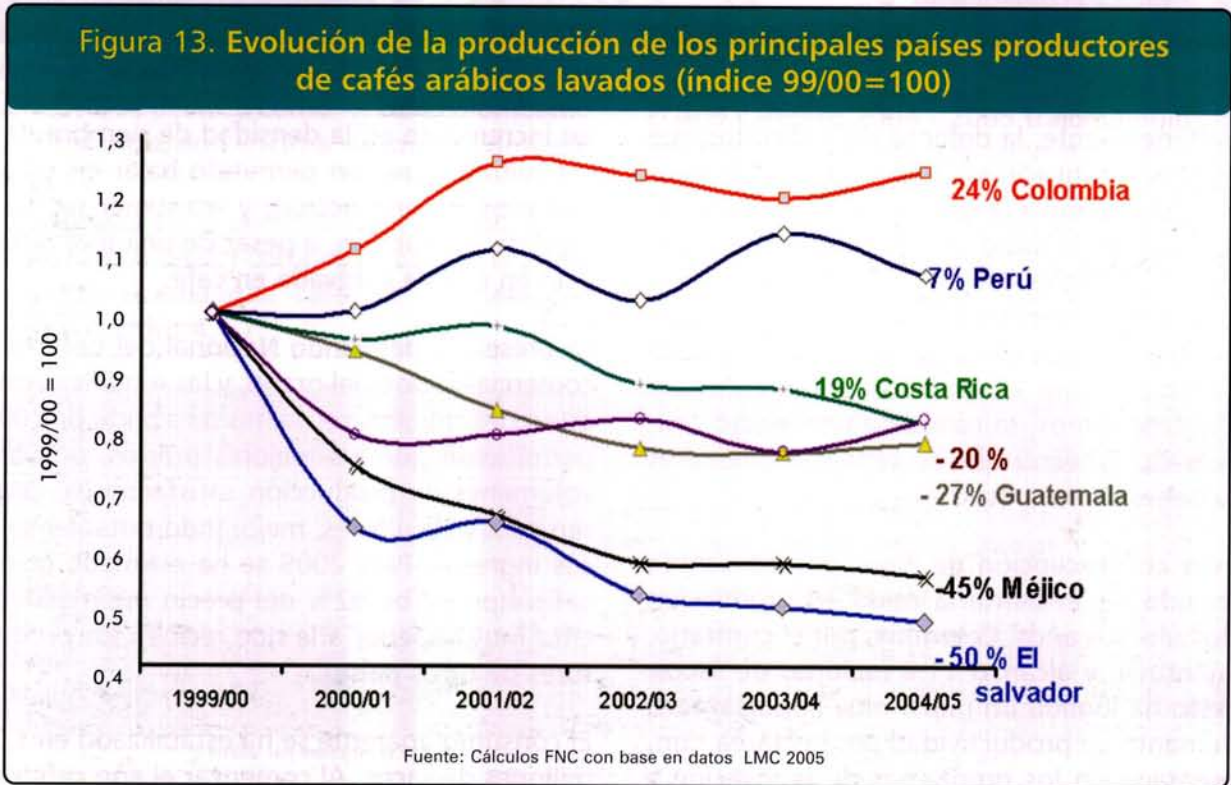
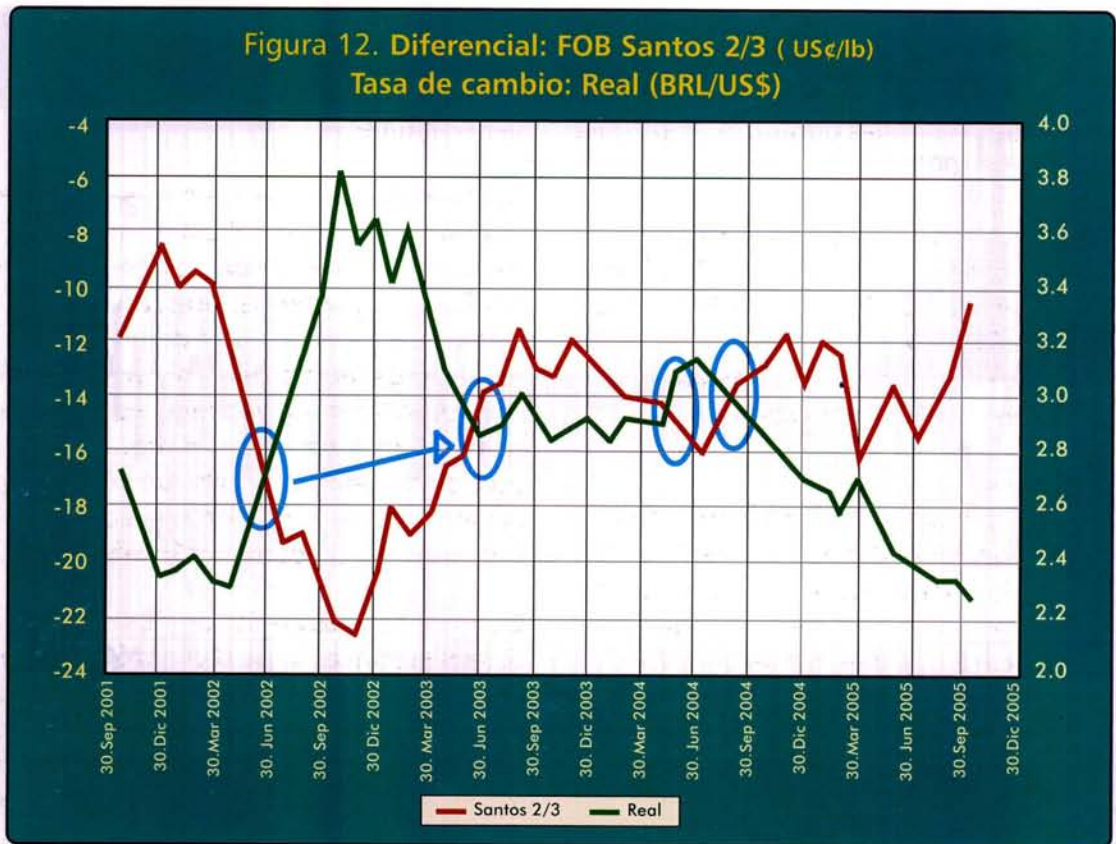
Simultáneamente, la defensa del caficultor que hicieron las Instituciones Cafeteras colombianas, con la Federación a la cabeza y el apoyo obtenido del Gobierno Nacional, permitieron que conservara sus niveles de producción y sorteara la crisis de sobreoferta y bajos precios de mucho mejor manera que otros países. Como se puede ver en el la Figura 13, en otros países, como los centroamericanos, la caficultura se afectó profundamente hecho que se reflejó en menores volúmenes de sus cosechas.

Tal vez con excepción de Perú, que ha venido creciendo, es evidente la caída en producción de los últimos años. Colombia, por el contrario, la mantuvo, y alcanzó 11.8 millones de sacos. En esto ha jugado un papel muy importante el incremento en productividad por hectárea, fundamentado en los programas de renovación y

un incremento en la densidad de siembra de la caficultura, que han permitido bajar los costos unitarios de producción, y mantener un buen nivel de producción, a pesar de una leve reducción en el área cultivada en café.

La presencia del Fondo Nacional del Café en la comercialización del grano, y las modificaciones que se introdujeron en la misma a partir de 2001, permitieron que los mejores precios, unidos a volúmenes de producción satisfactorios, llegaran a los caficultores, mejorando notablemente sus ingresos. Para 2005 se ha estimado que el caficultor recibe 92% del precio internacional, cifra muy superior a la que reciben los productores de otros países.

El consumo aparente se ha estabilizado en 1,25 millones de sacos. Al comenzar el año cafetero,







se indicó que se había presentado un considerable incremento en los costos de la materia prima. A continuación se muestra en la figura 14 de los precios de las pasillas durante el año 2004 y lo recorrido de 2005.

En este gráfico se aprecia que de \$1.200 por kilo, precio en enero de 2004, las pasillas llegaron a subir a niveles de \$4.500 por kilo, al comenzar el año 2005. Para septiembre de 2005 su precio estaba en \$3.650 por kilo, ajuste que guarda relación con la disminución de los precios internacionales.

Los consumos, por su parte, alcanzaron a cotizarse a cerca de \$6.000 por kilo. Esto afectó notoriamente los costos de los industriales colombianos. Tanto los tostadores como los productores de café soluble tuvieron grandes dificultades para conseguir su materia prima. El efecto se evidenció cuando los procesadores que venden en el mercado interno tuvieron que subir sus precios al público varias veces durante este período. A pesar de ello, vieron reducirse fuertemente sus márgenes y sus utilidades.

Circunstancias similares vivieron los productores de café soluble. Su principal mercado es el internacional, en donde sitúan cerca de 600.000 sacos anuales.

Los productores de otros países se abastecen en su mayoría de cafés robustas, que llegaron a tener un diferencial de precios de hasta US \$ 0,89 por libra en marzo del presente año, lo que les da una ventaja muy grande en costos. De esta manera, los industriales colombianos no pudieron compensar sus mayores costos de producción, ya que no los pudieron reflejar en los precios de venta a sus clientes en el exterior. La revaluación del peso con respecto al dólar contribuyó a hacer todavía más difícil su situación.

Como consecuencia de los problemas de desabastecimiento, se comenzó a presentar desde el último trimestre de 2004 la importación de café desde Ecuador y desde Perú. Este café ha venido entrando en un volumen cercano a los 30.000 sacos mensuales, 20.000 del primero y 10.000 del segundo, y ha permitido sortear la crisis.

Figura 14. Evolución del precio de la Pasilla  
\$/ Kg.



Al respecto se ha tenido contacto permanente con las instancias del Gobierno Nacional que tienen que ver con las importaciones, como son el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la DIAN, y el ICA, para que esta se haga dentro de los parámetros más adecuados y que no afecten a los productores nacionales.

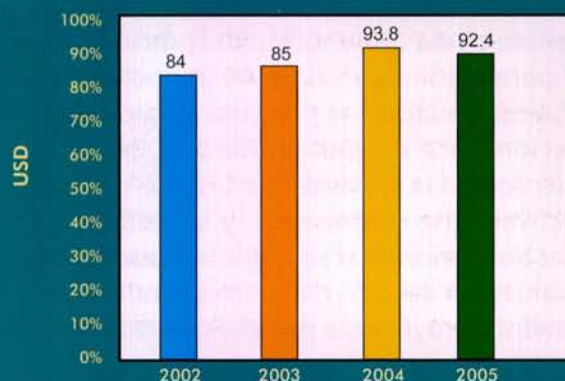
El precio interno del café pagado al productor acompañó la evolución del precio internacional, de esta forma en el año cafetero 2004 - 2005, el precio interno promedio mejoró en un 34 %, al pasar de \$329.871 por carga en 2003 - 2004 a \$443.138 por carga. No obstante, tal como se observa en la Figura 15 el aumento en el precio externo entre el año cafetero 2001/2002 y 2004/2005 fue del 63 %, mientras que el incremento en el precio interno en el mismo período fue del 72 %, lo que corresponde a un mayor esfuerzo de la institucionalidad para transferirle al caficultor, cada vez más, una mayor proporción del precio externo.

En tal sentido, esto se refleja en una cada vez mayor transferencia del precio externo a productores. En efecto, Durante el 2005, Colombia mantuvo la más alta transferencia del precio externo a los productores, en comparación con los demás países cafeteros del mundo. Mientras que en el 2003 se logró que de cada dólar obtenido por exportaciones se le transfirieran 85 centavos al productor, durante el 2004 y 2005 dicha transferencia se mantuvo entre 93 y 92%. Como bien se sabe, el resto corresponde a los costos de comercialización, transporte y seguros. Los demás países les transfieren a los productores, cuando más, 75% del precio externo, y hay casos como el de Vietnam, donde ha estado, incluso, por debajo del 60%, Figuras 16 y 17.

Por su parte, el ingreso total por exportaciones de café, experimentaron una reacción muy favorable respecto al año anterior. Mientras el volumen creció 8% hasta alcanzar 11 millones de sacos, el valor de las exportaciones en dólares

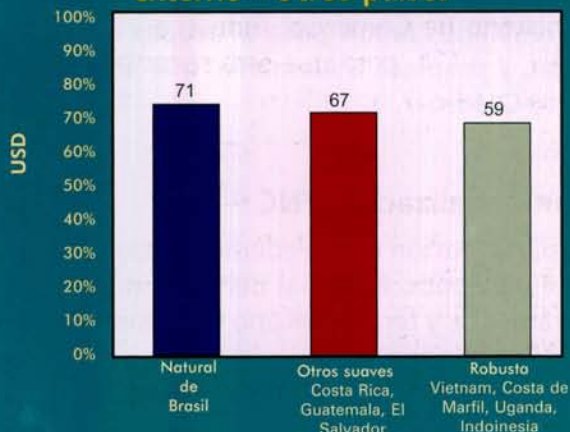
**Figura 15. Precio Interno y precio externo (Indice 1999/00=100)**




**Figura 16. Transferencia de precio externo - Colombia**


llegó a US\$1.557 millones, un incremento del 58% respecto al año cafetero anterior, Cuadro 5.

Por el lado de la producción, el año cafetero cerró en 11,9 millones de sacos, un incremento cercano al 8% respecto al año anterior.

**Figura 17. Transferencia de precio externo - Otros países**


En el cuadro 6 se puede ver la situación deficitaria de abastecimiento del presente año cafetero, que se pudo sortear con una disminución de los inventarios del país, que como se ve, pasaron de 1,42 millones de sacos a 1,17 millones de sacos.

**Cuadro 5. Volumen, valor y precio FOB de las exportaciones**

		1999/2000	2000 / 2001	2002/03	2003/04	2004/05
<b>Valor</b>	(Millones US\$)	1.253,4	912,5	919,3	988,4	1.557,4
<b>Volumen</b>	(Millones ss60kg)	9,07	9,47	10,5	10,2	11,0
<b>Precio FOB</b>	(US¢ / lb)	104,7	73,0	66,3	73,3	106,9

Notas: (1) Volumen y valor según los DEX.

**Cuadro 6. Balance Cafetero Colombia**

Millones ss 60 kg

Año ->	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05(a)
<b>1. Producción</b>	10,9	9,5	10,5	12,0	11,7	11,1	11,9
<b>2. Exp. y Cons.</b>	11,8	10,6	10,8	12,0	11,7	11,4	12,2
- Exportaciones	10,3	9,1	9,5	10,6	10,5	10,2	11,0
- Consumo Interno	1,5	1,5	1,4	1,3	1,2	1,2	1,2
<b>3. Balance</b>	-0,9	-1,1	-0,3	0,0	0,0	-0,4	-0,4
( Producción (1) menos uso (2) )							
<b>4. Inv. Totales</b>	3,2	2,1	1,8	1,8	1,8	1,4	1,1

Notas: (a) Cifras preliminares : Oct04 - Sep05

Por país de destino, las exportaciones muestran una relativa estabilidad, ya que Estados Unidos sigue siendo el principal consumidor del café colombiano. Japón pasa a ocupar el segundo lugar, y desplaza a Alemania, que ahora es tercera, Cuadro 7.

### Comercialización FNC

La participación de la Federación, exportando el café del Fondo Nacional del Café, disminuyó ligeramente, y terminó el año cafetero en un 26%. Los exportadores particulares, en su conjunto exportaron un 74% del total, Figura 18. Para el año calendario se espera un incremento en la participación del Fondo que permitirá mantener un nivel óptimo de intervención en el mercado. En síntesis, se puede considerar que la comercialización del café de Colombia durante el presente año se hizo en condiciones mucho más favorables que en años anteriores.

### Efecto de la revaluación del peso sobre el precio pagado al Caficultor

La revaluación del peso en los últimos meses afectó la competitividad de las exportaciones del

país. En café, los efectos negativos del comportamiento de la tasa de cambio en el año cafetero 2004/05 se pueden cuantificar en unos 295 mil millones de pesos. En términos unitarios, esto equivale a una disminución del precio promedio del pergamino de más de 40 mil pesos por carga. A continuación se presenta el valor de la producción para el año cafetero 2004/2005, de acuerdo con la situación de tasa de cambio que efectivamente se presentó, y un estimativo del valor de la misma, si se hubiese presentado una devaluación del 4%, que corresponde a la originalmente proyectada por el Gobierno Nacional, Cuadro 8.

### Ajustes al Sistema de Comercialización Interna – FNC

A finales de 2003 el Comité Nacional de Cafeteros aprobó una serie de medidas de ajuste al sistema de comercialización interno de la Federación, para asegurar el cumplimiento de la Garantía de Compra.

Para julio del presente año, se vio la necesidad de introducir algunas modificaciones a dichas medidas de tal manera que se pudiese poten-

Cuadro 7. Exportaciones por país de destino

Millones ss 60 kg

Año ->	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05(a)	
Estados Unidos	3,22	2,92	2,95	3,42	3,63	<b>3,63</b>	<b>3,82</b>	↑
Japón	1,12	1,21	1,22	1,48	1,32	<b>1,57</b>	<b>1,68</b>	↑
Alemania	2,08	1,70	1,79	1,78	1,87	<b>1,34</b>	<b>1,45</b>	↑
Canadá	0,40	0,38	0,47	0,59	0,50	<b>0,59</b>	<b>0,63</b>	↑
Bélgica - Lux.	0,42	0,49	0,63	0,57	0,63	<b>0,51</b>	<b>0,70</b>	↑
Italia	0,24	0,24	0,24	0,25	0,25	<b>0,28</b>	<b>0,39</b>	↑
Reino Unido	0,24	0,25	0,23	0,31	0,31	<b>0,27</b>	<b>0,37</b>	↑
Suecia	0,30	0,24	0,25	0,28	0,24	<b>0,26</b>	<b>0,27</b>	↑
España	0,28	0,23	0,19	0,24	0,25	<b>0,22</b>	<b>0,23</b>	↑
Corea	0,13	0,12	0,12	0,09	0,13	<b>0,13</b>	<b>0,20</b>	↑
Holanda	0,43	0,20	0,23	0,26	0,25	<b>0,24</b>	<b>0,17</b>	↓
Francia	0,42	0,28	0,28	0,34	0,20	<b>0,16</b>	<b>0,15</b>	↓
Otros	1,05	0,79	0,87	1,00	0,91	<b>1,01</b>	<b>0,97</b>	↓
<b>Total</b>	<b>10,32</b>	<b>9,07</b>	<b>9,47</b>	<b>10,63</b>	<b>10,48</b>	<b>10,20</b>	<b>11,03</b>	↑

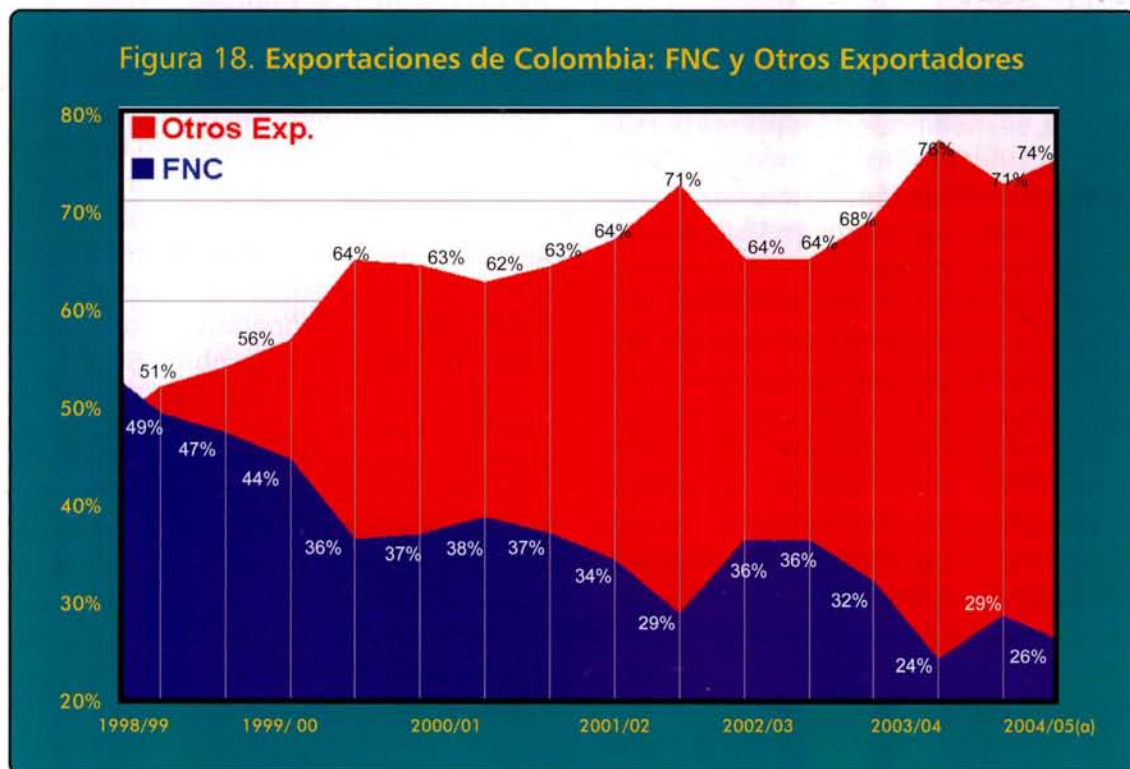
Notas: (a) Cifras preliminares: Oct04-Sep05



Cuadro 8. Efecto Revaluación 2004/2005

		Observada	Escenario con Devaluación 4%
TRM Sep 2004	[ \$ / US\$ ]	2.553	2.553
TRM Sep 2005	[ \$ / US\$ ]	2.295	2.655
Revaluación	[ \$ / US\$ ]	-10%	4%
TRM Promedio	[ \$ / US\$ ]	2377,3	2607,8
Precio Promedio sin AGC	[ \$ / 125 kg.perg.US\$ ]	\$ 439.742	\$ 481.033
Diferencia en el Precio	[ \$ / 125 kg.perg.US\$ ]		\$ 41.292
Producción	[ Millones ss60kg ]	11.887	11.887
Valor Producción	[ Miles de Millones de \$ ]	\$ 3.142	\$ 3.437
Diferencia	[ Miles de Millones de \$ ]		\$ 295

Figura 18. Exportaciones de Colombia: FNC y Otros Exportadores



Notas: (a) Cifras preliminares: Oct04-Sep05

ciar la Garantía de Compra a los productores de café, por medio de la red de puntos de compra de las Cooperativas de Caficultores, de Almacafé y de la Federación.

### **El concepto de Garantía de Compra comprende los siguientes elementos:**

- Compra permanente
- En lugares cercanos a los sitios de producción
- Pago de contado
- Maximización del ingreso del productor

En desarrollo de lo anterior, se hicieron algunos cambios en el procedimiento que se sigue para el otorgamiento de los incentivos a la comercialización y al cumplimiento de la garantía de compra, en función del volumen adquirido y del número de puntos de compras de las Cooperativas, siempre y cuando se compruebe que la Cooperativa haya trasladado el mayor precio posible al productor, y que los gastos de administración no crezcan por encima de la inflación.

Por otra parte, se modificaron los plazos para la rotación de la Línea de Financiamiento, con el fin de facilitar su utilización. Así mismo, se modificó el monto del pago parcial en las operaciones de compra con entrega inmediata y precio determinable, con el fin de que reflejen de mejor manera las condiciones de precios del mercado. Por último, se autorizó la compra a precios del mercado de los cafés pergamino con factores de rendimiento superiores a 102 kilos por saco de excelso, con lo cual se hace posible que el Fondo intervenga en su comercialización, defendiendo los intereses de los productores que tengan este tipo de granos.

### **Cooperativas de caficultores**

Durante el año 2005 han operado en el mercado un total de 38 Cooperativas de Caficultores,

desarrollando su actividad de comercialización de café a través de una red de 492 puntos de compra. Para desarrollar la actividad de comercialización y cumplir con la función de garantizar la compra de café, las Cooperativas de Caficultores han contado con los recursos del Fondo Nacional del Café. Del total de compras realizadas en el período enero-septiembre de 2005, el 54% se realizó con recursos del Fondo, y el 46% con recursos propios. Para el mismo período del año 2004, este comportamiento fue del 57% con recursos del Fondo Nacional del Café y 43% con recursos propios.

La producción registrada durante el período enero-septiembre de 2005 fue de 8'0 millones de sacos de 60 kilos de café verde y de esta producción, las Cooperativas de Caficultores comercializaron 2'4 millones de sacos, equivalentes al 29,9%. Con relación al mismo período del año anterior, las Cooperativas disminuyeron su volumen de compras en un 4.6% y su participación en la producción registrada a septiembre-04 era del 33,51%.

En su conjunto, las Cooperativas de Caficultores arrojaron excedentes netos al corte de septiembre-05 por \$5.758 millones, cabe anotar que 13 Cooperativas arrojaron pérdida neta, pues al mes de agosto aún no se ha iniciado la cosecha principal en algunas regiones. Durante el mismo período del año 2004, las Cooperativas acumularon excedentes por las suma de \$3.306 millones y 15 Cooperativas arrojaron pérdida neta. Así mismo, las Cooperativas han logrado acumular al mes de septiembre-05, un capital de trabajo por \$87.467 millones, frente al capital de trabajo registrado a septiembre de 2004 por \$79.075 millones.

Las medidas adoptadas por la Federación Nacional de Cafeteros para hacer más eficiente el servicio de la garantía de compra, le han representado beneficios económicos a las Cooperativas, contribuyendo a mejorar sus resultados económicos .

Durante el año 2005 se efectuaron una serie de ajustes a las medidas ya aprobadas por el Comi-



té Nacional de Cafeteros, para mantener la Garantía de Compra, las cuales se resumen así:

- Modificación del procedimiento para el otorgamiento del incentivo a las Cooperativas de Caficultores.
- Modificación de los plazos establecidos para la rotación de los recursos de la Línea de Financiamiento.
- Modificación del monto del pago parcial en las operaciones de compra con entrega inmediata y precio determinable.
- Modificación del sistema de fijación del precio de compra para los cafés con factor de rendimiento superior a 102 kilos de pergamino por saco de 70 kilos de excelso.

## Oficinas en el Exterior

### Oficina de Nueva York durante el 2005

La CCF —Colombian Coffee Federation— continuó su labor estratégica de apoyar la comercialización y promoción del café de Colombia, así como con su labor de fortalecer la presencia institucional y política de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en el mercado norteamericano de Estados Unidos, México y Canadá.

Las actividades de la oficina de Nueva York se concentraron en las siguientes áreas:

**1. Presencia Política e Institucional.** Para la participación de la Federación en la convención anual de la Asociación Nacional de Café – NCA, la oficina de Nueva York preparó una agenda detallada de reuniones en coordinación con la gerencias General y Comercial. Se realizaron reuniones con Mother Parkers, Kraft USA, Coffeecol, Rothfos, Mercon, Sara Lee, Eximware, Kroger, Dunkin Donuts, Starbuck, Louis Dreyfus, Eight O’Clock, Folger and RGC Coffee. Estas reuniones dieron excelentes resultados tanto desde el punto de vista comercial así como gremial.

La oficina de Nueva York también adelantó importantes gestiones con el Instituto de Calidad

del Café con miras a implementar la subasta Q en Colombia. En el mismo sentido, adelantaron conversaciones con el World Barista Championship para organizar un campeonato nacional de baristas en Colombia con la FNC como socio oficial. La CCE continuó durante el 2005 como miembro del Comité de Modernización de Arbitraje de la Green Coffee Association (GCA) el cual se encarga de la revisión de todas las reglas de calidad y arbitrajes técnicos para el café verde bajo el contrato de dicha asociación.

Por segunda vez y casi institucionalizado como parte de los actos de la convención de la NCA, la FNC fue anfitrión de un evento para los tostadores miembros del programa 100% Colombian Coffee y demás tostadores y comercializadores con quienes la FNC tiene relación. El evento tuvo una excelente participación.

Al igual que en años anteriores, la FNC fue parte del Comité de Marketing del NCA y participó activamente en el diseño del estudio de mercado de consumo en Norteamérica.

La Federación de Cafeteros de Colombia, con el apoyo de la Oficina de Nueva York, también participó en la conferencia del SCAA. Como en años anteriores, este año la Federación participó con un stand, cuyo tema principal fue «We Care», el cual fue desarrollado en cinco estaciones individuales con los mensajes:

- Protegemos a los Caficultores
- Protegemos la educación y la Investigación
- Protegemos a nuestros Clientes
- Protegemos la Cooperación Internacional
- Protegemos el Medio Ambiente

También se participó activamente en algunas charlas del programa educativo. Además, por segunda ocasión consecutiva el stand de la FNC obtuvo el premio al «Best Exhibition Booth».

Finalmente, Mary Petitt, Vicepresidente de la oficina de Nueva York, fue elegida como Segundo Vicepresidente de la Asociación de Cafés Especiales de América – SCAA - para el periodo

2005-2006. Durante el periodo 2007-2008, asumirá el cargo de Presidente de esta organización. Será la encargada de la planeación de la decimonovena conferencia anual de cafés especiales que se realizará en el estado de Minnesota.

**2. Comercialización de Café Verde.** La oficina de Nueva York siguió apoyando a la Gerencia Comercial en la venta de café verde para el mercado norteamericano, no solo en el segmento tradicional sino también en el mercado de los cafés especiales. Los principales logros se destacan a continuación:

Hasta septiembre 30, las ventas a RGC Coffee habían sido del orden de 140.660 sacos de 70 kilos, de los cuales aproximadamente 120.000 han tenido como destino el mercado canadiense. Cabe destacarse que la Federación alcanza una participación de casi un 30% del total de las importaciones de café verde Colombiano en Canada, mercado en el que las importaciones de Café Colombiano se han incrementado considerablemente en los últimos 3 años con un crecimiento aproximado del 10% anual.

Otro cliente importante es Paragon Coffee. Este año se han exportado aproximadamente 22.000 sacos de 70 kilos, cifra igual a la del año anterior. Se espera consolidar con este cliente negocios en el área de los cafés especiales.

En el área de cafés especiales, en 2005 se han consolidado negocios por 12,385 sacos de 70 kilos, lo que comparado con los negocios realizados hasta el 30 de septiembre de 2004, corresponde a un aumento del 18%. En cuanto a las proyecciones, se estima que al finalizar 2005 se habrán alcanzado ventas para embarque en 2005 por un total de 18.000 sacos de cafés especiales y 190.000 sacos de cafés estándar.

**3. Programa 100% Café Colombiano.** A la fecha 85 tostadores norteamericanos hacen parte del programa que tiene acceso a la utilización del logo de café de Colombia, los cuales tienen registradas en el programa 962 marcas distribuidas tanto en el mercado al detal como el institucional, Cuadro 9.

**Cuadro 9. Tostadores del Programa 100% Café de Colombia en Norteamérica**

País	2004	2005
Estados Unidos	66	69
Canadá	11	12
Colombia	4	6
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>85</b>

El programa 100% Café de Colombia sigue representando un volumen significativo del total de la importaciones de café colombiano en Norteamérica, con un equivalente aproximado de 2.500.000 sacos de 60 kilos vendidos como café 100% colombiano, de los cuales aproximadamente 1.5 millones de sacos corresponden a café vendido con el logotipo de café de Colombia.

Con el visto bueno del Comité de Marcas y la Gerencia General, se reactivó el licenciamiento de uso de las marcas registradas del FoNC en Norteamérica. Varios tostadores norteamericanos interesados en el uso del logo recibieron con agrado esta noticia en inmediatamente iniciaron los tramites para la firma de acuerdos de licenciamiento.

**4. Apoyo en la política de valor agregado.** La oficina de Nueva York siguió apoyando el programa de Valor Agregado en el mercado norteamericano, no solo en el segmento en el mercado de los cafés especiales, sino también en el tema de tiendas, café Juan Valdez, PODs. Temas que se profundizarán en el Capítulo 6 .

### Oficina de representación en Europa

La estrategia comercial en Europa ha consistido en concentrar los esfuerzos en los socios estratégicos que comparten la visión de diferenciación por calidad de la FNC. Es aquí donde el fortalecimiento de las relaciones institucionales, así como la filosofía de buscar valor agregado a





través del ofrecimiento de «soluciones integrales de suministro a la Industria» han jugado un papel preponderante, permitiendo colocar un mayor volumen de café colombiano de alta calidad, en un mercado que evidencia síntomas de sustitución de cafés suaves lavados por robustas. Las ventas de FNC a Europa crecieron en un 25% durante el año cafetero 04/05, Figura 19.

Del total de las ventas pactadas durante el año cafetero 2004/2005, el 34% corresponde a ventas que se pactaron para entrega física en Europa, en vez de FOB, puerto Colombiano. Este desarrollo es importante, ya que corresponde a la filosofía de escalar en la cadena de valor del café, no necesariamente vía producto, sino vía servicios asociados a la cadena de suministro del café. Esto ha implicado posicionar a la FNC como comercializador externo, es decir, como un proveedor capaz de comprometerse con de los principales torrefactores para ofrecer soluciones que optimicen el suministro de café verde en Europa, lo que desde luego, ha implicado una integración vertical y el desarrollo de relaciones de confianza en donde se comparten los pronósticos de consumo de café verde en el largo plazo. La incursión de la FNC en el mercado de los comercializadores externos ha generado valor, no solo para la FNC sino también para sus socios industriales, y desde luego, ha conllevado un mayor ingreso por el café verde comercializado a través de estos esquemas.

Durante el mismo periodo, la FNC pactó ventas (para todos los meses de embarque) por 86 mil sacos de cafés especiales en Europa. Esta cifra representa un crecimiento de 58 mil sacos en relación al año cafetero 2003/2004, es decir, un volumen tres veces mayor en comparación al periodo anterior, Figura 20.

El aumento se debe a la participación de la FNC en las compras de los tostadores que están sobresaliendo en los sectores de mercado del consumo que más registran crecimiento porcentual en valor: los «pods» suaves, las capsulas y los cafés certificados; como ejemplo, las ventas al grupo Ahold (quien participa en el mercado de «pods» suaves, así como el mercado de cafés certificados con el sello «UTZ Kapeh»), Nespresso, Illy Café y Kraft (certificaciones «RainForest Alliance»). Las primas adicionales obtenidas a través de estos proyectos representaron un mayor ingreso en efectivo cercano a los 2.5 millones de dólares para los caficultores.

Dentro de la comercialización de cafés especiales, es importante resaltar: El desarrollo de la cápsula 100% Colombiana, «Nespresso Sandoná». Edición Limitada de Nespresso que se comercializó en el verano de 2005, y que vendió mas de 30 millones de cápsulas (porciones individuales). La página «web» de Nespresso habilitó una sección para la edición limitada que promovió no solo el producto sino Colombia

Figura 19. Ventas pactadas para todos los meses de embarque

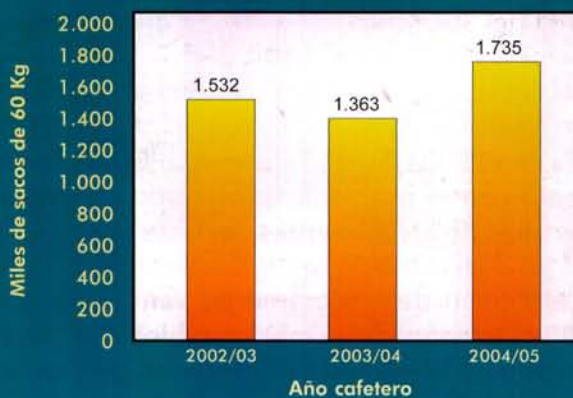
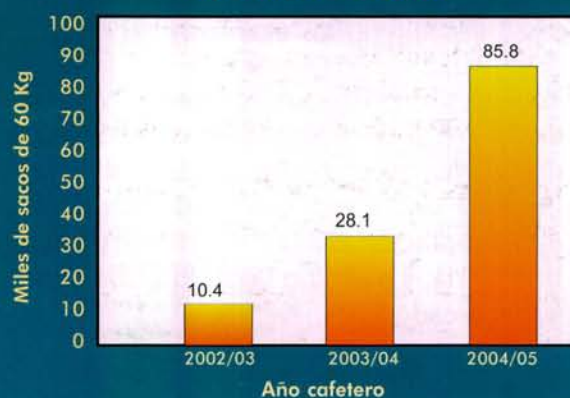


Figura 20. Ventas de cafés especiales Europa



como país. Esta página «web» registró más de 240.000 «hits» .

Actualmente, la FNC ha logrado entrar en el proyecto «AAA» de sostenibilidad de la calidad Nespresso, lo cual implica una relación proveedor/comprador de largo plazo, y la búsqueda conjunta de «los mejores cafés para producir la mejor experiencia al tomar una taza de espresso».

El proyecto «UTZ Kapeh», donde se identificó el potencial de mercado para el café, se combinaron esfuerzos con el área de Cooperación Internacional y se obtuvieron recursos para fomentar la certificación de las comunidades bajo el código de conducta «UTZ», y finalmente, se cerró el ciclo con la venta del café verde, debidamente certificado.

El proyecto 4 C's / Rain Forest Alliance, mediante el cual confluyen los esfuerzos de diferentes áreas de la organización para cerrar un ciclo comercial para café certificado (en este caso, sostenible), y se obtienen recursos de cooperación internacional para facilitar la certificación. En este caso, el proyecto intenta evaluar la aplicación del código de sostenibilidad de las 4 C's que ahora es coordinado por la Federación Europea de Café (ECF). (ver más adelante detalles sobre el 4C's).

## Gestión de promoción y representación gremial

Durante el 2005, la oficina ha coordinado la participación en diferentes eventos:

- *Feria de Cafes Especiales, Atenas, Marzo/05.* Se presentó el portafolio de cafés especiales de la FNC, así como los productos de la Fábrica de Liofilizado. Los productos tuvieron alta aceptación dentro de los participantes de la feria, y permitió la exploración de nuevos mercados.
- *Interpack, Dusseldorf, Abril/05.* Se participó con un módulo de degustación de Café de

Colombia en el Stand de la firma Colombiana Minipak, en donde se sirvieron más de 4.000 tazas de Café Colombiano.

- *Feria de Marcas Privadas, Ámsterdam, Mayo/05.* Se participó en esta feria con los productos de la fábrica de liofilizado, y los «pods» 100% Colombianos de PCC LTDA. Esta feria contó con la participación de 2.600 expositores, y una muestra importante de supermercados, hipermercados y almacenes de descuento, con algunos de los cuales se han venido desarrollando nuevos negocios.
- *UNESCO, Paris, Octubre/05.* Se montó un módulo de degustación de Café de Colombia en la víspera de las elecciones el Consejo Directivo de la UNESCO en el que se sirvieron más de 500 tazas de Café de Colombia.
- Se participó como asistentes en las Ferias de alimentación de Anuga (Colonia, Octubre/05), y en la Feria de Café de Milán (Oct./05).

## Oficina de representación en Asia

### Generalidades del mercado

El mercado de café en Asia presenta grandes contrastes en su consumo, por un lado se ve el inmenso potencial de China y de India y por otro lado aparece el mercado de Japón, como uno de los más sofisticados en el mundo del café.

Así mismo aparecen otros países que se encuentran en un proceso de consolidación como son: Corea del Sur, Singapur y Taiwán entre otros.

Analizando el programa de ventas de la Federación a los diferentes mercados, Asia pasó de un 18% en el 2004 a un 25 % en el 2005. Además cuenta con el promedio ponderado de primas más altas de los diferentes destinos.

La ejecución del programa de ventas del año 2005 corresponde a la meta establecida conjuntamente con la Gerencia Comercial, con un volumen total de 570.000 sacos de 60kgs.



Los programas establecidos con las diferentes casas comercializadoras mediante alianzas estratégicas han sido clave para la penetración en ciertos segmentos. Cabe resaltar el proyecto del Emerald Mountain, el cual ocupa un lugar preponderante en el segmento de los cafés de mayor calidad; este es un producto único por su calidad, consistencia, trazabilidad, estricto control de calidad y especializado manejo logístico.

Otros programas para mencionar son los cafés de origen, sostenibles y por preparación, reconocidos como cafés especiales, cuyas características físicas, perfil de taza y origen han permitido presentar al mercado una selección de productos para los diferentes gustos de los consumidores, como son: Clásicos, Típica Perijá, Grupo de los 6, Motilón, Altura de Concordia, Orgánicos, Kachalú, San Andrés, Huila, Nariño, Santander, Supremo, Maragogipe, Vintage Toledo, Jazmín, Apia y Santa Claudia, entre otros.

## Actividades de promoción

Una idea que se logró materializar en el 2005, fue el Primer curso de Catación, dirigido exclusivamente para el mercado Japonés. Esta iniciativa se ha convertido en un semillero de conocimientos no solo de las virtudes únicas de nuestro café, sino de lo que realmente es Colombia.

El curso permite educar, reforzar la imagen y características de nuestro café, y a su vez multiplicar esfuerzos institucionales con mejores resultados comerciales. En dicha oportunidad se contó con la presencia de 16 representantes de la Industria Cafetera de Japón. Ante el éxito del primer ejercicio, se llevará a cabo la segunda edición del curso en Febrero del 2006.

En cuanto a las actividades de promoción y a pesar de las restricciones presupuestales, en el 2005 FNC/Tokio mediante recursos en especie,



continúo con la campaña con los tostadores de apoyo a programas de marcas 100% colombiano y el interés en promocionar nuestro café entre los exigentes consumidores japoneses. Durante todo el año se llevaron a cabo aproximadamente 380 promociones en diferentes puntos de venta, en su mayoría cafeterías, supermercados y almacenes por departamentos. También se contó con la exposición e información de café colombiano mediante folletos, periódicos, revistas especializadas, anuncios en páginas electrónicas y publicidad en teléfonos celulares.

Dentro del tema de la promoción del café colombiano se continuó con la campaña en las líneas de tren de la compañía East Japan Railway (EJR). Es una campaña muy importante el tener el servicio de café 100% colombiano en 5 líneas del tren bala, en el Narita Express (tren que conecta Tokio con el aeropuerto) y cuatro líneas de tren súper expreso. Se llega a aproximadamente a 12 millones de pasajeros al año. Se tiene máxima exposición del logo en vasos, menú, revistas y desde el 2004 se anuncia por micrófono el servicio de café 100% colombiano.

Hay que resaltar la activa participación de los japoneses en los programas de promoción como en el caso de «Cup of Excellence», ciertamente importante para promocionar cafés de la más alta calidad y lograr un mayor reconocimiento del programa de 100% cafés colombianos. En las dos ediciones que se llevaron a cabo este año, la presencia de Japón fue muy destacada tanto en la organización, en la participación como jurados y en la subasta de los cafés.

En cuanto a ferias se participó con un stand en Foodex, que es el evento de alimentos más reconocido de Asia. También se tuvo presencia en Hoteles, Feria de Joyas, en Codex Seul y en la Feria de Cafés Especiales de Japón. Así mismo se desarrollaron eventos promocionales en el Hotel Imperial, el Hotel Okura y en la Asamblea del BID en Okinawa.

### **Consolidación del programa de marcas Juan Valdez**

Conjuntamente con la División de Propiedad Intelectual se ha avanzado en la regulación de los contratos de marca para el uso de nuestro logo Juan Valdez.

Es importante resaltar el mayor grado de penetración en el mercado con el Café de Colombia como origen y el interés de la industria de tener productos con el logo de Juan Valdez, que es reconocido como sello de garantía de calidad. El uso y la regulación del logo han permitido transmitir un mensaje del valor agregado que representa nuestro reconocido icono. Con el fin de tener un mayor conocimiento y una mayor recordación de la marca, se ha planteado la reanudación de la campaña de promoción y publicidad. La cual empezará a desarrollarse a finales de este año y comienzos del 2006.

### **Legislación Japonesa de residuos químicos**

A partir del primero de Enero del presente año las autoridades de Japón aceptaron la inspección de diclorvos realizada en el país, siempre y cuando esta haya sido certificada por la División de Calidades de La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Esta medida es un voto de confianza en la institución y permite ahorro en tiempo, costos y riesgos para todo el café de nuestro origen.

A partir del mes de Mayo del año 2006, entrará en vigencia en Japón una nueva reglamentación sobre el tema de seguridad alimentaria, la cual regula los residuos químicos en los alimentos que se consumen en este país. La Federación ha venido trabajando conjuntamente con las casas comercializadoras y con las autoridades con el fin de tomar las medidas necesarias para asegurar que nuestro producto esté dentro del marco de esta legislación; para este efecto personal especializado de nuestra institución visita a Tokio en el mes de Noviembre, para sostener reuniones con el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social, así como en la Cuarentena.

## CAPÍTULO III

# Competitividad de la Caficultura:

Conocimientos para la competitividad  
y la sostenibilidad





**E**l Servicio de Extensión y el programa de Investigación Científica trabajan con el objetivo de alcanzar una caficultura rentable y sostenible. Durante el último año más de 1 millón de personas recibieron capacitación sobre diferentes tecnologías que mejoraran sus actividades y sus condiciones de vida. De la misma forma también se fortaleció la capacitación y actualización de los extensionistas gracias al plan de estudios diseñado desde el año anterior para la capacitación y actualización de todo el personal del Servicio de Extensión, los investigadores de Cenicafé y docentes de la Fundación Manuel Mejía.

Simultáneamente los programas de competitividad dirigidos a mejorar la sostenibilidad de los caficultores, así como los programas de café y maíz, de renovación de cafetales, de crédito cafetero, y de gestión empresarial han continuado a lo largo y ancho de la zona cafetera. Paralelamente, Cenicafé continuó con su labor investigativa de apoyo al sector en áreas que abarcan la generalidad de aspectos del cultivo del café.

## Atención a caficultores

### Asistencia Técnica

Nuevamente el año cafetero que termina mostró una intensa actividad del Servicio de Extensión, en todo lo relacionado con las metodologías de extensión utilizadas para atender a los cafeteros en los programas que se ejecutaron en el año, así como para transferir tecnologías que mejoraran sus actividades y sus condiciones de vida. Con la ejecución de métodos individuales se tuvo un contacto directo con 383.331 cafeteros con la práctica de 174.132 visitas a fincas y 209.199 visitas recibidas en oficina con un incremento del 15.00 % respecto al número de visitas realizadas durante el año cafetero inmediatamente anterior.

Respecto a la utilización de metodologías grupales de extensión para el año cafetero que terminó se logró la atención de 607.398

caficultores que estuvieron involucradas en 30.265 eventos.

Dentro de los métodos grupales aplicados, las reuniones fueron las más utilizadas por los extensionistas con un total de 18.927 y una cobertura de 381.646 caficultores, es decir, un 62.8 % del total de personas atendido por métodos grupales. Le siguieron en orden de actividades, las Demostraciones de Método humanizadas con 5.334 y 81.983 cafeteros, los Cursos Cortos con 3.217 y 70.076 cafeteros involucrados, las Giras con 1.728 y 21.825 asistentes. En promedio en cada actividad grupal el Servicio de Extensión atendió a 20 cafeteros.

En la realización de foros se logró un incremento importante pasando de 107 a 512 actividades cumplidas con ese tipo de método. De 15.964 cafeteros atendidos en el 2.004 se llegó a 20.184 en el 2005.

Respecto a la situación de los grupos conformados y activos, al finalizar el año cafetero 2005, su número fue de 4.386 con un total de 92.004 cafeteros y un promedio de 20.9 personas por grupo.

En total, se beneficiaron 1.010.913 personas durante el año, gracias a todos los métodos de Extensión que utilizaron los técnicos en sus diferentes actividades de atención a cafeteros en el año.

### Programa de capacitación del servicio de extensión

Durante el presente año la Gerencia Técnica continuó con el montaje de los cursos que componen el plan de estudios diseñado desde el año anterior para la capacitación y actualización de todo el personal del Servicio de Extensión, los investigadores de Cenicafé y docentes de la Fundación Manuel Mejía. El programa tiene la característica de que se ejecuta de manera virtual aprovechando las tecnologías existentes y permitiendo que cada técnico lo realice desde su

lugar de trabajo, con ahorro de costos y tiempo porque llega a todo el país vía Internet, facilitando así la capacitación masiva de los técnicos.

La administración y ejecución del programa está a cargo de la Fundación Manuel Mejía entidad encargada por el gremio para ofrecer la capacitación. La Fundación instaló la infraestructura necesaria para desarrollarlo por convenio con el SENA y la Federación Nacional de Cafeteros, permitiéndole a esta última aprovechar la plataforma virtual que el SENA posee, colocar allí sus cursos y emitirlos para el beneficio del personal técnico en todo el país.

En el primer semestre se emitieron cursos masivos de Informática, Fisiología, Clima y el piloto de suelos con una cobertura inicial de 629 técnicos, de los cuales iniciaron 550, Cuadro 1.

En el segundo semestre de 2005 se vienen realizando cursos de Fisiología, Suelos y Clima con 623 alumnos y los pilotos de «Extensión y comunicaciones» y «Formulación de proyectos», con 69 alumnos. El total de capacitados adscritos a la Gerencia Técnica es de 878 personas, Cuadro 2.

El consolidado de la capacitación recibida hasta el momento en los diferentes cursos por Comité Departamental puede observarse en el Cuadro 3. En total, los técnicos que inician su programa de capacitación y están tomando su primer curso son 248, los técnicos que han aprobado un curso son 205, los que ya aprobaron 2 alcan-



zan los 188 y los que conforman el grupo piloto, que ya han tomado 3 cursos y actualmente evalúa otros, son 16. Este grupo está conformado por técnicos de todo el país.

Solamente 115 técnicos no han iniciado su plan de capacitación, algunos por inconvenientes de conectividad y otros porque aún no han culminado el curso de informática básica que es prerequisite para tomar cursos de cualquier área.

### Programa para la competitividad de la caficultura

El Comité Nacional de Cafeteros, en su sesión del 17 de diciembre de 2004, aprobó el presupuesto para la vigencia Enero – Diciembre 2005 con destino a incentivar la renovación de cafe-

Cuadro 1. Programa de capacitación virtual - primer semestre 2005

Cursos	Matriculados	Iniciaron		Terminaron		Aprobaron	
		Total	%	Total	%	Total	%
Clima	241	225	93	186	82,7	181	97
El suelo	26	25	96	20	80	18	90
Fisiología	196	174	89	152	87	144	95
Informática Básica	166	126	76	126	100	124	98
<b>Total</b>	<b>629</b>	<b>550</b>	<b>87</b>	<b>484</b>	<b>350</b>	<b>467</b>	<b>96</b>


**Cuadro 2. Programa de capacitación virtual. Segundo semestre 2005**

Fundamentos de Informática	186
El Clima y la Producción Vegetal	221
El Suelo: Formación, Fertilidad y Conservación	183
La Planta: Estructura y Funciones	219
Extensión y comunicaciones (Piloto)	29
Formulación de proyectos (Piloto)	40
<b>Total</b>	<b>878</b>

tales y la siembra de maíz y frijol y tomate, representada en fertilizante ó colinos.

Gracias al Programa de Renovación de Cafetales iniciado en el año de 1998, la Caficultura Colombiana ahora es más joven, más productiva, más competitiva, de mejor calidad y con una producción que se ha estabilizado en los 12 millones de sacos de 60 kilogramos, a aumentar en un 45% la productividad entre 1999 y el año

2004, a rebajar los costos de producción y a mejorar la calidad del café que se produce en las fincas.

### Renovación de cafetales

La renovación sigue siendo labor prioritaria dentro de las actividades de extensión, dada su importancia para mantener una caficultura joven y competitiva. En el presente año se pasó de un área improductiva entre renovación y nuevas siembras de 45.094 hectáreas a 33.351 hectáreas.

En cuanto a las nuevas siembras, estas alcanzaron un total de 3.008,41 hectáreas con una densidad promedio de 5.408 sitios por hectárea sembrada. En cuanto a las actividades de renovación de café tradicional llegó a las 326,22 hectáreas con una densidad promedio de 3.422 sitios renovados.

La renovación de cafetales tecnificados se dio en un mayor porcentaje en lotes renovados por el sistema de zoca, que alcanzó las 18.642 hectáreas con un promedio de 5.574 sitios por cada

**Cuadro 3. Consolidado de cursos realizados y en ejecución Programa de capacitación Virtual**

COMITÉ O SEDE	N° DE PARTICIPANTES EN CADA CASO									
	Potenciales Estudiantes Área Técnica	No han realizado ningún curso	Realizando Primer Curso	Un curso aprobado y actualmente no estudian	Un curso aprobado y uno en ejecución	Dos cursos aprobados y actualmente no estudian	Dos cursos aprobados y uno en ejecución	Dos cursos aprobados y dos en ejecución	Tres cursos aprobados y actualmente no estudian	Tres cursos aprobados y uno en ejecución
ANTIOQUIA	107	12	37	4	18	0	13	0	0	1
BOYACÁ	13	5	1	0	2	0	2	0	0	1
CALDAS	74	7	9	0	28	1	21	0	0	0
CAUCA	72	2	8	0	30	0	29	1	0	1
CENICAFÉ	54	2	22	5	4	4	8	0	0	0
CESAR - GUAJIRA	21	4	2	0	5	0	4	0	0	1
CUNDINAMARCA	66	16	23	0	7	0	3	0	0	0
FUNDACIÓN MANUEL MEJÍA	4	0	0	0	0	0	3	0	0	1
HUILA	73	5	29	0	23	0	10	0	0	1
MAGDALENA	14	2	2	0	1	0	8	0	0	0
NARIÑO	33	7	20	1	2	0	1	0	0	0
NORTE DE SANTANDER	33	4	9	0	7	0	6	0	0	3
OFICINA CENTRAL	13	0	13	0	0	0	0	0	0	1
QUINDÍO	46	1	9	0	17	0	18	0	0	1
RISARALDA	46	8	6	0	16	0	14	0	1	1
SANTANDER	45	7	18	0	5	0	7	0	0	1
TERRITORIOS	17	14	3	0	0	0	0	0	0	0
TOLIMA	70	15	17	1	11	0	10	0	0	2
VALLE	72	4	21	2	16	0	26	0	0	1
<b>Totales</b>	<b>860</b>	<b>115</b>	<b>249</b>	<b>13</b>	<b>192</b>	<b>5</b>	<b>183</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>16</b>



**Cuadro 4. Informe de Labores de Aplicación - Café**  
Año Cafetero 2004 - 2005

DEPTO	Nuevas Siembras			Renovación Siembra Tradicional			Renovación Siembra Tecnificado			Renovación Zoca			Total Área Improductiva		
	Has	Árboles	Densidad	Has	Árboles	Densidad	Has	Árboles	Densidad	Has	Árboles	Densidad	Has	Árboles	Densidad
Antioquia	305,30	1.524.407	4.993,1	7,01	26.641	3.800,4	2.251,40	12.015.751	5.337,0	4.074,77	19.429.506	4.768,2	6.638,48	32.996.305	4.970,46
Boyacá	9,41	39.227	4.168,7	17,16	87.664	5.108,6	83,74	414.021	4.944,1	51,82	195.692	3.776,4	162,13	736.604	4.543,29
Caldas	246,28	1.518.921	6.167,5	6,34	27.027	4.262,9	2.075,41	12.746.211	6.141,5	4.536,02	31.118.421	6.860,3	8.864,05	45.410.580	6.615,71
Cauca	333,06	1.868.780	5.610,9	0,76	2.418	3.181,6	458,70	2.569.461	5.801,6	359,76	1.984.355	5.515,8	1.152,28	6.425.014	5.575,91
Cesar	9,62	46.702	4.854,7	19,71	62.020	3.146,6	41,21	216.050	5.242,7	57,46	282.111	4.909,7	128,00	606.883	4.741,27
Cundinamarca	74,05	339.299	4.582,0	192,34	595.473	3.095,9	1.294,48	5.905.403	4.562,0	765,01	3.286.290	4.295,7	2.325,88	10.126.465	4.353,82
Huila	1.114,90	6.010.689	5.391,2	9,26	29.548	3.190,9	380,28	2.078.704	5.466,2	1.527,16	8.190.861	5.356,9	3.031,60	16.299.802	5.376,63
Guajira	1,00	3.125	3.125,0	16,16	61.754	3.821,4	5,49	25.305	4.809,3	2,67	11.749	4.400,4	25,32	101.933	4.025,79
Magdalena	12,53	53.796	4.293,4	0,86	2.787	3.240,7	33,49	198.308	5.921,4	28,96	105.045	3.827,2	75,84	359.936	4.745,99
Nariño	216,99	1.231.284	5.674,4	0,50	2.595	5.190,0	274,75	1.604.339	5.839,3	218,57	1.225.328	5.806,1	710,81	4.063.544	5.716,78
Nte. Santander	35,20	174.017	4.943,7	16,82	76.511	4.548,8	228,68	1.221.765	5.342,7	278,94	1.521.914	5.456,1	559,64	2.994.207	5.350,24
Quindío	79,97	413.081	5.165,4	10,34	27.939	2.702,0	379,27	2.214.677	5.839,3	653,62	3.783.127	5.788,0	1.123,20	6.438.824	5.732,57
Risaralda	174,96	992.659	5.673,6	5,48	23.733	4.330,8	1.400,51	7.756.280	5.538,2	3.350,20	19.223.980	5.738,2	4.931,15	27.996.652	5.677,51
Santander	105,21	569.979	5.417,5	6,88	26.135	3.798,7	605,68	3.145.122	5.192,7	898,27	3.824.468	5.556,6	1.406,04	7.565.704	5.380,86
Tolima	222,74	1.209.837	5.431,6	11,47	51.207	4.464,4	1.315,20	6.770.218	5.147,7	1.228,30	5.759.600	4.889,1	2.777,71	13.790.862	4.964,83
Valle	67,19	275.909	0,0	5,13	13.035	2.540,9	546,99	2.537.046	4.838,2	820,52	3.983.138	4.854,4	1.439,83	6.809.128	4.729,12
<b>Total</b>	<b>3.008,41</b>	<b>16.271.712</b>	<b>5.408,7</b>	<b>326,22</b>	<b>1.116.487</b>	<b>3.422,5</b>	<b>11.375,28</b>	<b>61.418.661</b>	<b>5.399,3</b>	<b>18.642,05</b>	<b>103.915.583</b>	<b>5.574,3</b>	<b>33.351,96</b>	<b>182.722.443</b>	<b>5.478,61</b>

hectárea, la preferencia por esta práctica ha sido la constante en los últimos años, ya que resulta más económica que la renovación por siembra.

Adicionalmente facilita el incremento en la densidad con los mismos sitios gracias a que los cafeteros dejan más de un chupón por árbol sin necesidad de modificar distancias y trazos de sus cafetales.

Finalmente se alcanzó la cifra de 11.375,28 hectáreas de cafetales tecnificados renovados por siembra con una densidad promedio de 5.399 sitios por cada hectárea. En total en el país para el año cafetero 2004-2005 se alcanzó un total de área de café improductiva (renovaciones más nuevas siembras) de 33.351.96 hectáreas con una densidad promedio para ese ejercicio de 5.478 sitios por hectárea. Esta información se consolidó con los reportes de los diferentes comités al sistema de información cafetera SICA, después del cierre del año cafetero. El Cuadro 4 muestra lo ejecutado por cada departamento durante el año cafetero que terminó.

## Café y maíz

Desde la firma del convenio Fenalce - Federación de Cafeteros en 2002 a la fecha se han sembrado más de 100 mil hectáreas en maíz asociado a café. Año a año el área sembrada ha venido creciendo hasta pasar de 30.000 hectáreas en 2003, a 38 mil hectáreas en 2004 y cerca de 53 mil en 2005, ver Cuadro 5.

En lo que va corrido de 2005 se han distribuido 103 toneladas de semilla ICA V 305 como aporte al convenio, así: 58 toneladas el primer semestre y 45 toneladas el segundo semestre. Las condiciones de entrega implican que el cafetero debe hacer devolución de la semilla recibida, cuando la coseche. Actualmente se entregan hasta 5 kilogramos/cafetero y hasta 5 hectáreas en café por agricultor una vez al año.

Fruto del Convenio firmado entre Fenalce, el CIMMYT y la Federación de Cafeteros-Cenicafé, se han desarrollado híbridos blancos para zona cafetera. La semilla se multiplicará en parcelas demostrativas en el 2006. Los materiales a sem-


**Cuadro 5. Siembras de Maíz en Zona Cafetera**

Departamento	2003	2004	2005 *	TOTAL
Antioquia	8.176	6.000	7.718	21.894
Boyacá	241	350	916	1.507
Caldas	5.400	4.000	3.264	12.664
Cauca	2.000	2.500	3.124	7.624
Cesar-Guajira	287	5.578	3.947	9.812
Cundinamarca	-	2.000	2.194	4.194
Huila	1.502	2.386	8.565	12.453
Magdalena	133	205	370	708
Nariño	714	1.000	1.200	2.914
Nte Santander	500	800	3.408	4.708
Quindío	989	743	1.132	2.864
Risaralda	2.044	1.282	2.217	5.543
Santander	3.357	3.500	5.079	11.936
Tolima	2.926	4.620	5.580	13.126
Valle	1.135	2.850	2.962	6.947
Meta			468	468
Casanare			260	260
Caquetá			426	426
<b>Total</b>	<b>29.404</b>	<b>37.814</b>	<b>52.830</b>	<b>120.048</b>

\* Incluye 17 mil hectárea programa RESA

brar son el HEZC 3054 y HEZC 3056, (HEZC - Significa híbridos experimentados en zona cafetera. Son materiales blancos).

Hasta el momento se han establecido 47 parcelas comerciales con HEZC 3054 y una superficie de media hectárea. De otro lado, se han establecido 26 parcelas semicomerciales con los materiales HEZC 3054-HEZC 3056 e ICA V 354, cada parcela de 450 metros cuadrados. Las parcelas comerciales y semicomerciales se han sembrado en los departamentos de Antioquia, Cesar, Tolima, Risaralda, Santander, Cauca, Huila y Caldas.

**Días de campo.** Con el objetivo de promover para el año 2006 las siembras comerciales de los híbridos blancos HEZC 3054 y HEZC 3056, se realizaron 8 días de campo en 2005. Estas actividades también tuvieron el objetivo de actualizar las recomendaciones tecnológicas para dicho cultivo. Los invitados fueron productores interesados en el programa café-maíz de cada región y el Servicio de Extensión, Cuadro 6.

**Cuadro 6. Días de Campo**

Municipio	Asistentes
Barbosa - Santander	160
Palestina - Caldas	150
Tarso - Antioquia	180
Libano - Tolima	150
Tambo - Cauca	180
Garzón - Huila	150
Pueblo Bello - Cesar	180
Santuario - Risaralda	150
Asistentes	1300

De otro lado, con el objetivo de establecer parcelas demostrativas de híbridos comerciales se realizó un acuerdo con PIONNER DUPONT para sembrar los materiales híbridos amarillos 3041 y 30F80. Las parcelas demostrativas de 3041-30F80 tienen entre media y una hectárea. Los departamentos seleccionados son Antioquia, Caldas, Risaralda, Cauca, Santander, Huila, Tolima, Norte de Santander y Nariño. Pioneer dará la Semilla y la asesoría técnica.

El Seguimiento estará a cargo de Fenalce, Cenicafé y el extensionista de cada parcela.

**Reuniones de evaluación:** Por petición del Ministerio de Agricultura se deben efectuar anualmente dos reuniones de evaluación del programa maíz en zona cafetera con la Gerencia Técnica de Federación, los Directores de División Técnica, Directivos y Técnicos de Fenalce, Cenicafé, CIMMYT e invitados especiales. La primera de estas actividades se realizó en Manizales el 22 de junio.

Esta actividad permite la actualización técnica sobre el maíz y el diseño de actividades educativas. La segunda reunión está programada para el 27 de octubre en Cali, donde se recibirán los datos sobre maíz y frijol para el consolidado final 2005.

## Café y Frijol

Durante 2005 se sembraron cerca de 20.000 hectáreas de frijol incluyendo las relacionadas con el programa RESA. Una hectárea de frijol tiene una productividad aproximada de una tonelada por hectárea. Los costos están alrededor de \$1.200.000/hectárea y actualmente la tonelada de frijol está en \$3.000.000. El precio del frijol es muy variable y oscila aproximadamente entre \$800 y \$3.000 kilo, Cuadro 7.

**Cuadro 7.**  
**Siembras de frijol en Zona Cafetera**

Departamento	Total*
Antioquia	1.397
Boyacá	441
Caldas	1.722
Cauca	1.270
Cesar-Guajira	3.497
Cundinamarca	469
Huila	2.604
Magdalena	118
Nariño	602
Nte Santander	1.733
Quindío	560
Risaralda	671
Santander	429
Tolima	2.040
Valle	1.538
Meta	240
Casanare	42
Caquetá	150
<b>Total</b>	<b>19.523</b>

\* Incluye 8 mil hectareas programa RESA

## Crédito cafetero

**PRAN Cafetero.** Una vez terminado el proceso de firma de los pagarés, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural expidió la resolución 319 de 2005, donde se fijan las fechas máximas para que, tanto los deudores como las entida-

des financieras, acrediten, ante el Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (FINAGRO) el cumplimiento de los requisitos exigidos para que los deudores puedan ser beneficiarios del programa PRAN Cafetero. Estas fechas fueron 1 de Agosto y 31 de octubre respectivamente.

## Resultados obtenidos PRAN

El Cuadro 8 nos muestra el estado de los pagarés firmados y su situación actual en FINAGRO a 30 de Septiembre de 2005. Podemos observar que el número de obligaciones normalizadas a cargo del Fondo Nacional de Café, fue de los más altos en relación con las demás entidades, resaltando además el gran volumen de pagarés tramitados.

De los 54.358 pagarés del FNC, enviados por los comités a FIDUCAFE completamente diligenciados, FINAGRO ha comprado a 30 de Septiembre: 1.995 pagarés de Cartera Bancaria por un valor de \$4.374.068.773 y 47.071 pagarés de Fondo Rotatorio y FORECAFE I por un valor de \$15.371.364.624, para un total recibido por PRAN Cafetero de \$19.745.433.397.

**Resultados total cartera informe FIDUCAFE.** En el Cuadro 9 se muestran los resultados de toda la cartera a cargo del Fondo Nacional de Café. Además de la gestión operativa con FINAGRO, por conducto de FIDUCAFE se ha normalizado cartera con el pago directo del 40% sobre el valor del pagaré PRAN, pagarés que fueron cancelados por los deudores de manera regular y deudores fallecidos cuya reclamación ha sido cancelada efectivamente por la aseguradora.

## Recaudo de la cartera comprada por FINAGRO.

El convenio firmado entre la FEDERACIÓN Y FINAGRO permitió que los Comités Departamentales realizaran la gestión de recaudo de la totalidad de la cartera originada en el Fondo Rotatorio de Crédito Cafetero y FORECAFE y que fuera adquirida por FINAGRO. Esta liquidación se basa en las consignaciones efectivamente contabilizadas y conciliadas por FINAGRO



**Cuadro 8. PRAN nacional de reactivación cafetera (decreto 1257 Y 931)**  
**Resumen de ejecución por intermediario y estados**  
 Acumulado hasta el 30 de septiembre 2005

INTERMEDIARIO	Estado	No. Pag	% Ejec.	Total deuda	Base compra	Valor pagado y a pagar
<b>BANCAFE</b>		<b>1.604</b>	<b>100,00%</b>	<b>10.282.215.115</b>	<b>9.036.122.480</b>	<b>2.720.635.361</b>
	ACTIVO	17	1,06%	59.345.883	48.417.776	17.222.198
	ANALISIS	19	1,18%	85.007.881	70.726.781	25.157.513
	ANULADO	388	24,19%	1.387.441.909	1.387.441.909	0
	COMPRADOS	1.147	71,51%	8.525.732.511	7.337.001.858	2.609.771.258
	DEVUELTO	33	2,06%	224.686.930	192.534.156	68.484.392
<b>BANCO AGRARIO</b>		<b>872</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.165.020.900</b>	<b>3.654.713.191</b>	<b>1.173.826.826</b>
	ACTIVO	131	15,02%	606.496.326	507.805.302	202.558.501
	ANALISIS	63	7,22%	398.557.067	340.720.336	136.288.134
	ANULADO	248	28,44%	718.737.075	718.737.075	0
	COMPRADOS	364	41,74%	2.223.459.120	1.890.906.549	756.362.620
	DEVUELTO	66	7,57%	217.771.312	196.543.929	78.617.572
<b>CAJA AGRARIA</b>		<b>6.859</b>	<b>100,00%</b>	<b>49.077.539.358</b>	<b>34.542.246.450</b>	<b>3.104.460.261</b>
	ACTIVO	757	11,04%	11.909.528.765	5.340.670.609	1.170.239.241
	ANALISIS	219	3,19%	2.584.981.508	1.313.696.366	285.435.210
	ANULADO	4.141	60,37%	20.053.377.477	20.049.679.353	1.097.500
	COMPRADOS	1.649	24,04%	13.409.161.932	7.321.645.161	1.528.430.357
	DEVUELTO	93	1,36%	1.120.489.676	516.554.961	119.257.954
<b>CISA - S.A.</b>		<b>9.695</b>	<b>100,00%</b>	<b>129.652.509.643</b>	<b>129.591.441.938</b>	<b>16.567.935.548</b>
	ACTIVO	1.247	12,86%	18.330.627.079	18.302.928.933	6.510.351.597
	ANALISIS	690	7,12%	12.337.693.077	12.333.490.791	4.386.900.695
	ANULADO	5.919	61,05%	83.012.548.268	83.012.548.268	0
	COMPRADOS	1.548	15,97%	12.072.440.915	12.043.273.641	4.283.792.170
	DEVUELTO	291	3,00%	3.899.200.304	3.899.200.304	1.386.891.085
<b>FED. DE CAFETEROS</b>		<b>70.277</b>	<b>100,00%</b>	<b>165.740.504.397</b>	<b>146.245.914.789</b>	<b>25.413.430.032</b>
<b>CARTERA BANCARIA</b>		<b>5.133</b>	<b>7,30%</b>	<b>48.126.112.524</b>	<b>37.140.617.922</b>	<b>8.218.686.569</b>
	ACTIVO	102	0,15%	1.756.804.257	1.062.587.005	377.962.171
	ANALISIS	883	1,26%	12.580.227.769	8.053.025.058	2.864.460.813
	ANULADO	1.976	2,81%	14.032.720.576	14.032.720.576	0
	COMPRADOS	1.995	2,84%	17.163.451.425	12.299.133.753	4.374.068.773
	DEVUELTO	177	0,25%	2.592.908.497	1.693.151.530	602.194.811
<b>CARTERA NO BANCARIA</b>		<b>65.144</b>	<b>92,70%</b>	<b>117.614.391.873</b>	<b>109.105.296.867</b>	<b>17.194.743.463</b>
	ACTIVO	398	0,57%	875.798.665	747.573.332	149.514.622
	ANALISIS	2.938	4,18%	7.836.358.355	6.818.721.935	1.371.288.906
	ANULADO	13.943	19,84%	23.166.449.815	23.166.449.815	0
	COMPRADOS	47.071	66,98%	83.981.370.627	76.859.226.337	15.371.364.624
	DEVUELTO	794	1,13%	1.754.414.410	1.513.325.448	302.575.311
<b>MEGABANCO</b>		<b>32</b>	<b>100,00%</b>	<b>159.877.235</b>	<b>122.224.645</b>	<b>9.863.628</b>
	ACTIVO	2	6,25%	6.371.966	4.109.645	821.929
	ANALISIS	1	3,13%	36.567.356	17.200.000	3.440.000
	ANULADO	21	65,63%	72.906.507	72.906.507	0
	COMPRADOS	8	25,00%	44.031.406	28.008.493	5.601.699
<b>Total general</b>		<b>89.339</b>		<b>359.077.666.648</b>	<b>323.192.663.493</b>	<b>48.990.151.656</b>

En este momento se han realizado dos recaudos:

El año pasado se informó sobre el primer pago a recibir de FINAGRO por valor de \$508.278.980. Este recaudo comprendía 2.459 obligaciones canceladas mediante un prepagó por valor de

\$327.330.956.35 para los Comités Departamentales, y 2.191 obligaciones con abonos parciales por valor de \$180.948.023.40. En el segundo recaudo se recibieron recursos por \$73.949.480 por concepto de prepagos (consignaciones con las cuales el deudor queda con la obligación cancelada).

**Cuadro 9. Informe Programa PRAN - Carteras FRCC- CDE- BIRF- CMP- Forecafé**  
30/09/2005 - Saldos a nov de 2001

DETALLE	TOTAL EN CANTIDAD		TOTAL EN PESOS	
	N°	%	\$	%
<b>TOTAL PAGARES IMPRESOS</b>	<b>69.381</b>	<b>100%</b>	<b>142.660.739.415</b>	<b>100%</b>
<b>FINAGRO</b>			-	
Pagarés comprados por Finagro a Federacafé	48.996		86.936.001.110	
Pagarés pendientes de revisión y pago por Finagro	4.782		11.938.154.142	
Pagarés revisados y devueltos por Finagro	534		1.429.929.660	
Pagarés firmados y en proceso de compra (1)	-		7.545.964.020	
<b>SUB TOTAL</b>	<b>54.312</b>	<b>78%</b>	<b>100.304.084.912</b>	<b>76%</b>
<b>PROGRAMA 40%</b>				
Cancelados 40%	3.331		8.895.472.239	
<b>SUB TOTAL</b>	<b>3.431</b>	<b>5%</b>	<b>9.047.299.694</b>	<b>6%</b>
Pagarés - Cancelados y Fallecidos	1.625			
Pago seguro - Fallecidos	1.201		2.895.199.995	
<b>SUB TOTAL</b>	<b>2.826</b>	<b>4%</b>	<b>4.645.613.222</b>	<b>3%</b>
<b>TOTAL SANEAMIENTO</b>	<b>60.569</b>	<b>87%</b>	<b>113.996.997.828</b>	<b>85%</b>
Pagarés impresos por Finagro	69.376		142.823.200.362	
<b>NO SE ACOGIERON AL PROGRAMA</b>	<b>8.812</b>	<b>13%</b>	<b>28.663.741.587</b>	<b>15%</b>

**Convenio Central de Inversiones – Federación.** Dentro del Convenio firmado con CENTRAL DE INVERSIONES se han hecho tres recaudos así:

Primera factura: \$34.210.000 mas IVA, correspondiente al trámite de 622 pagarés.

Segunda Factura: \$29.370.000 mas IVA, correspondiente a 534 pagarés tramitados.

Tercera Factura: \$18.590.000 mas IVA, correspondiente a el trámite de 338 pagarés debidamente comprados por FINAGRO.

Los valores recaudados serán distribuidos en los comités Departamentales en proporción con los pagarés gestionados y efectivamente comprados por FINAGRO.

**Convenio Caja Agraria en liquidación – Federación.** En el año 2004 se recibieron recursos por el trámite de 944 pagarés por un valor de

\$51.920.000 mas el IVA correspondiente. En el presente año se recaudó la suma de \$36.575.000, correspondiente al trámite de 665 pagarés, efectivamente comprados por FINAGRO. Los valores recaudados serán distribuidos en los comités Departamentales en proporción con los pagarés gestionados y efectivamente comprados por FINAGRO.

**Gestión cartera vigente.** En sesión del 8 de Julio/05 el Comité Nacional aprobó el castigo de la cartera cuyo valor contabilizado no supera los 5 SMMLV (\$1.907.500). Igualmente, un comité integrado por Fiducaf , la División Jurídica y la Gerencia Técnica de la Federación determinó iniciar acciones judiciales para todas las obligaciones cuyo valor supera los 5 SMMLV de la siguiente manera:

**Fondo Rotatorio.** Se est  gestionando la operación por intermedio del Dr. Mario Paredes y los Comités Departamentales de Cafeteros.



**Cartera Bancaria y FORECAFE.** El cobro de esta cartera lo está haciendo FIDUCAFE, que tiene un abogado externo para realizar todas las labores, en coordinación con los Comités Departamentales de Cafeteros.

En el Cuadro 10 se nos muestra la distribución de la cartera y el número de obligaciones a las cuales se está adelantando su cobro con procesos judiciales.

### Línea de crédito FOGACAFE

Por conducto del Banco Agrario se están tramitando créditos nuevos para sostenimiento de cafetales, donde se financian montos hasta de 25 SMMLV (\$9.537.500 para el 2005).

En el transcurso del año 2005 y con fecha de corte a 30 de septiembre se han desembolsado un total de 14.460 créditos por un valor total de \$23.600.953.266.

### Sanidad Vegetal

Durante el año cafetero 2004-2005 el nivel de infestación ponderado de broca del café, *Hypothenemus hampei Ferrari*, fue de 1.9 % en todo el país. Estos resultados se lograron gracias a la adopción por parte de los agricultores de las prácticas de manejo integrado que incluyeron la renovación de cafetales, la buena calidad de la recolección favorecida por los mejores precios del café y la presencia de reguladores antagonicos.

En cafetales ubicados en zonas bajas donde la broca es más severa y se aplican insecticidas, los controles con los productos registrados para manejar la broca, fueron erráticos y en evaluaciones de campo los porcentajes de mortalidad resultaron inferiores al 50%. Posiblemente algunas de las razones por las cuales se presentaron estos resultados son: malas aplicaciones, falta de calibración de equipos, presencia de genes de resistencia, aplicaciones fuera de tiempo y aspersiones generalizadas entre otros.

Además se presentaron ataques esporádicos de otros problemas fitosanitarios como la roya del cafeto, *Hemileia vastatrix Berk. y Br.*, la mancha de hierro, *Cercospora coffeicola Berkeley y Cooke*, la llagas radicales *Rosellinia y Ceratocystis* y la palomilla de la raíz, *Dysmicoccus spp.* Las prácticas más comunes para manejar estas plagas fueron la siembra de variedad Castilla resistente a la roya, la buena fertilización para el control de la mancha de hierro, las podas o zoqueos en verano y la protección de heridas con químicos para evitar la aparición de llagas radicales y, finalmente, la selección y transplante de plantas sanas del almácigo a los sitios definitivos para evitar la palomilla de la raíz.

En el municipio de La Plata del departamento del Huila y en cuatro municipios más, se reportó la incidencia del hongo de la muerte descendente de *Phoma sp.* en 350 ha de cafetales jóvenes sembrados por encima de 1600 manm, acompañado por un ataque fuerte de insectos chupadores lo que causó graves pérdidas económicas a los agricultores, estimadas en el 60%

**Cuadro 10. Consolidado por obligaciones y deudor FRCC - CDE - CMP - BIRF - FORECAFÉ. 19 de enero de 2005**

DETALLE	FRCC		CDE	CMP	BIRF	FORECAFE	TOTAL
	FIDUCAFE	FEDERACIÓN					
N° OBLIG.	312	3.024	685	117	296	657	5.091
Vr K + INT CTES (*)	512.450.891	5.644.983.207	5.045.174.770	258.132.081	2.329.196.581	1.692.027.022	15.481.964.553
N° DEUDORES	64	1.568	441	45	173	368	2.659

\* Obligaciones superiores a 5 SMMLV  
 (\*) Saldos a Oct de 2,004

de la producción. El Comité de Cafeteros del Huila y los agricultores iniciaron un programa de manejo en estas plantaciones basados en fertilización y manejo con insecticidas, mientras se investigan otras alternativas de manejo como el control con entomopatógenos como *Verticillium spp.*, recomendado para insectos chupadores.

Durante el 2005 el número de cargamentos detectados y rechazados en puerto por infestación de plagas disminuyó del 16% a menos del 3%; en años anteriores los principales reclamos se presentaron por dos insectos la broca, *H. hampei* y la carcoma achatado de los granos, *Cryptolestes spp.* El plan incluyó un programa de asesoramiento y capacitación a técnicos de Almacafé y exportadores privados para la adecuación de las instalaciones, con el objetivo principal de evitar la comercialización de cargamentos con insectos vivos y racionalizar el uso de productos químicos de baja toxicidad que sean biodegradables y que no representen riesgos de salud por presencia de residuos.

### Situación actual de la broca

La broca durante el último año cafetero (2004/2005) presentó el 1.90 % de infestación en las compras de café pergamino seco de Almacafé

**Cuadro 11. Resumen de promedios ponderados del porcentaje de infestación de broca en café pergamino seco durante los últimos 8 años**

Año Cafetero	Porcentaje de Infestación C.P.S.
1997/1998	11.37
1998/1999	6.16
1999/2000	1.16
2000/2001	1.65
2001/2002	3.96
2002/2003	3.70
2003/2004	2.83
2004/2005	1.90

en todo el país, porcentaje ponderado calificado como bajo con respecto a los tres años anteriores 3.96 % (2001/2002), 3.70 % (2002/2003) y 2.83 % (2003/2004). Permitiendo al país cumplir con los compromisos internacionales de comercialización en cuanto a volumen y calidad. Ello constituye un ejemplo en cuanto a la implementación por parte de los agricultores de un Programa de Manejo Integrado de la Plagas.

Como se observa en el Cuadro 11, durante el año cafetero 2003/2004, el porcentaje de infestación de broca fue 2,8 % y durante el 2004/2005 fue 1,9. Infestaciones bajas si se comparan con los años anteriores de alta incidencia como 97/98 con 11.37% y 98/99 con 6.16%, Figura 1.

La disminución del daño de la broca registrada durante el 2005 fue el resultado de la labor de Servicio de Extensión y la adopción por parte de los agricultores de las prácticas de manejo integrado, MIB, las cuales consistieron en: sostener plantaciones de cafetales jóvenes menores de 7 años de edad en las fincas, recolectar oportunamente los frutos de café cuando madura, establecer los controladores biológicos y garantizar la permanencia de sus enemigos naturales.

**Campañas educativas.** El Servicio de Extensión de los Comités Departamentales de Cafeteros sigue atento a las actividades de capacitación y motivación para que los agricultores no abandonen las prácticas del MIB. Afortunadamente durante el último año la recuperación de los precios del café incentivó las buenas recolecciones de café como también los repases y evaluaciones durante la cosecha y la mitaca. Para el año 2006 el Servicio de Extensión debe adelantar una campaña de manejo seguro de insecticidas en aquellas zonas donde existe esta vocación agrícola, porque son zonas bajas donde el insecto es más agresivo.

Con respecto al manejo fitosanitario en plagas de almacenamiento se realizaron talleres dirigidos al personal de Almacafé responsable de las bodegas, a los trabajadores de puertos de Bue-



Figura 1. Porcentaje de infestación de broca  
Año cafetero 2002 - 2005



naventura, Santa Marta y Cartagena y algunos de los exportadores privados de café y personal que maneja trilladoras en Ibagué, Buga, Tuluá, Medellín y Santa Marta.

**Manejo con controladores biológicos.** Los controladores biológicos de la broca como: el hongo *Beauveria bassiana* y los parasitoides: *Cephalonomia stephanoderis* y *Prorops nasuta* continúan realizando una excelente labor de control en campo junto a otros enemigos biológicos de la broca y antagonicos. Es frecuente que el Servicio de Extensión reporte la presencia de los parasitoides en el beneficio e incluso durante el almacenamiento de café pergamino seco, pero la especie que mas se estableció en la zona cafetera es *Prorops nasuta*.

**Manejo de insectos en el puerto y en las bodegas.** Para el manejo de insectos en los puertos y en las bodegas de café durante el 2005 se continuó con el Plan de Manejo basado en:

- Capacitar al personal responsable del manejo de las bodegas de los exportadores priva-

dos para que ejecuten el plan de manejo fitosanitario.

- Evitar mediante tratamientos preventivos y curativos la presencia de insectos en el café almacenado en las bodegas de ALMACAFÉ.
- Adecuar las bodegas de tal forma que desfavorezcan la proliferación y reproducción de los insectos y los riesgos de rechazo en los destinos.
- Establecer una metodología de muestreo para detectar insectos vivos y evitar el riesgo de ingreso de cargamentos infestados a las bodegas.
- Racionalizar el uso de pesticidas para reducir los costos de manejo en bodega.

Se ha prestado especial atención a aspectos como la **Prevención** que consiste en adelantar una campaña educativa para evitar la proliferación de plagas mediante la adecuación de las bodegas con la limpieza permanente de granos e instalaciones, el **Monitoreo** permanente o es-



tablecimiento de un método para detectar insectos vivos dentro de las instalaciones y evitar el ingreso de cargamentos infestados y el **Control** o el uso de cualquier mecanismo para eliminar las plagas y principalmente en el manejo seguro y eficiente de los productos químicos como: fumigantes (usos de gas, humo o vapores), aspersiones con líquidos y el empleo de cebos tóxicos.

La capacitación fue dirigida a las personas responsables del manejo de todas las bodegas de Almacafé y de los Puertos a escala nacional. Se suministro información básica sobre la biología y el comportamiento de insectos en bodegas, principalmente para: *Hypothenemus hampei* (COL: Scolytidae), *Araecerus fasciculatus* (COL: Anthribidae), *Cryptolestes furrigineus* (COL: Cucujidae) y *Lasioderma serricornis* (COL: Anobiidae).

#### Otras actividades

- Durante el 2005 y con el fin de evitar riesgos fitosanitarios a la caficultura por cuenta de las importaciones de café, junto con el ICA se adoptaron medidas de exclusión y cuarentena a más de 20 problemas exóticos que amenazan los cafetales como el CBD *Colletotrichum kahawae*, la traqueomicosis, *Fusarium xylarioides*, los chinches de los géneros *Antestiopsis spp* y *Lygus coffeae*. Estas medidas deben ser intensificadas para el 2006.
- Durante el 2005 con el Convenio ICA FEDERACAFE se continuó el estudio del comportamiento de la broca monitoreando fincas en cada uno de los 17 departamentos cafeteros. En estas fincas se evaluaron los indicadores establecidos en el MIB como son: el nivel de infestación en las fincas, la edad del cultivo y la calidad de las recolecciones. Los resultados en la última fase para 1171 fincas, registraron: un promedio de área sembrada en café de 10.3 Ha, una edad promedio del cultivo de 6,59 años y el 2,25 como

promedio de calidad de la recolección en una escala de 1 a 3.

- A finales del año 2005 se espera obtener la certificación internacional en el manejo fitosanitario de las bodegas que se está realizando en Ibagué y se espera ampliar a todas las bodegas del país durante el 2006.
- Durante el 2006 se debe adelantar una campaña agresiva en el control de insectos chupadores o «Chamusquina» que se presenta en el departamento del Huila.
- Con la futura entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, las medidas fitosanitarias adoptadas en la zona cafetera y en productos de la misma zona deben ser fortalecidas para cumplir con los requerimientos de análisis de riesgos y otros requisitos que se exigen para estos productos.

#### Programa gestión empresarial

La Gerencia Técnica por conducto del servicio de extensión viene realizando el programa de formación continua en **gestión empresarial** con el propósito de formar cafeteros con empresas exitosas y competitivas.

El objetivo general del programa es fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial para el manejo eficiente de la empresa cafetera cumpliendo los siguientes propósitos: formar productores capaces de autogestionar la empresa cafetera y lograr que tanto los productores como sus familias permanezcan en el negocio mediante una adecuada gestión administrativa.

**Cuadro 12. Convenios aprobados por institución**

Institución	Extensión. (No.)	Grupos de caficultores	Caficultores (No.)	Valor convenio (\$)
SENA	469	699	11.953	992.800.000
SAC	93	172	3.000	419.500.000
Totales	562	871	14.953	1.412.300.000



**Cuadro 13. Informe de Caficultores beneficiados  
Programa de Gestión Empresarial 2002 – 2005**

TEMA	CONVENIO	EXTENSIONISTAS		BENEFICIARIOS		GRUPOS	
		Meta	Real	Meta	Real	Meta	Real
GESTION EMPRESARIAL	SENA	518	498	24,806	31,823	1,702	1,901
GESTION EMPRESARIAL	FEDERACAFE						
GESTION EMPRESARIAL	SAC-SENA	137	96	4,19	5,441	317	312
GESTION EMPRESARIAL	FEDERACAFE						
GESTION EMPRESARIAL	MINAGRICULT						
GESTION EMPRESARIAL	URA	389	416	5,4	6,033	317	348
GESTION EMPRESARIAL	FEDERACAFE						
<b>Totales</b>		<b>1.044</b>	<b>1.010</b>	<b>34</b>	<b>43</b>	<b>2.336</b>	<b>2.561</b>

Para ejecutar el programa de gestión empresarial, el SENA y la SAC aprobaron los convenios que se relacionan en el siguiente Cuadro 12.

En el Cuadro 13 se presenta un informe operativo sobre la relación de caficultores beneficiados, técnicos participantes y de los grupos conformados de los convenios interinstitucionales que vienen apoyando el fortalecimiento de la gestión empresarial entre los cafeteros del país desde 2002.

A su vez, los indicadores acerca de los conocimientos obtenidos por los caficultores durante el proceso de formación muestran lo siguiente:

- El 80% comparte con su grupo la información y las experiencias exitosas.
- Las herramientas administrativas tuvieron el siguiente porcentaje de adopción: croquis de la empresa 94%, inventario árboles 88%, diagnóstico de la empresa 75%, plan de me-

joramiento 70% y cronograma de labores 60%

- El 70% han mejorado las prácticas tecnológicas.
- El 61% iniciaron la utilización indicadores de eficiencia de la mano de obra.

En cuanto al presupuesto global ejecutado entre 2002 y 2005, el Cuadro 14 presenta un informe consolidado por fuente de los recursos.

### CENICAFÉ

En desarrollo del Plan Quinquenal y de acuerdo con el Plan Estratégico institucional, las investigaciones desarrolladas por CENICAFE generaron nuevos conocimientos para fortalecer la caficultura nacional en cuanto a su productividad, competitividad y sostenibilidad.

Se condujeron 441 investigaciones de las cuales 328 continuarán, 81 terminaron, 23 se cancelaron y 9 se suspendieron. 57 investigaciones se llevaron a cabo fuera del Centro en 255 sitios diferentes, como fincas de caficultores, universidades, etc.

Se destacan los siguientes resultados:

### Productividad agronómica

Después de analizar los datos de producción de cuatro cosechas, las características del grano, la calidad en taza y la resistencia a la roya del cafe-

**Cuadro 14. Presupuesto Global aprobado  
2002 - 2005**

Concepto	Valor total	Aporte Federación	Aporte Otras instituciones
Coordinadores	1,268,723,000		1,268,723,000
Servicio de Extensión	3,369,495,248	3,369,495,248	
Material Didáctico	531,956,737		531,956,737
Alquiler salones	93,000,000	93,000,000	
Impuestos	46,761,822	46,761,822	
Gestión	109,000,000	109,000,000	
<b>TOTAL</b>	<b>5,418,936,807</b>	<b>3,618,257,070</b>	<b>1,800,679,737</b>
<b>Participación (%)</b>		<b>66.8%</b>	<b>33.2%</b>



to, se entregó una nueva variedad de café que fue denominada por el Comité Directivo de la Federación, con el nombre de VARIEDAD CASTILLO. Con base en investigaciones en las subestaciones experimentales, se seleccionaron seis variedades regionales denominadas Castillo Naranjal; EL Rosario; Paraguaicito; Santa Barbara; La Trinidad y Pueblo Bello. Estas variedades poseen un potencial productivo mayor entre 10 y 15%, además de atributos agronómicos sobresalientes y probable tolerancia a la enfermedad de las cerezas (CBD).

Se concluyó la selección regional de nuevos genotipos de interés por características agronómicas y resistencia a la roya, que serán liberados próximamente como primera variedad compuesta con resistencia incompleta a la enfermedad. Se desarrollaron nuevas poblaciones

F1 y F2 de (Caturra x Híbrido de Timor) x Etiópe, para involucrar otras fuentes de resistencia a la roya y explorar el mejoramiento por calidad en taza a partir del germoplasma de *Coffea arabica* de ese origen.

Se seleccionaron 15 plantas en tercera generación (F3), con resistencia simultánea a la llaga macana y a la roya, grano supremo superior al 77%, así como 20 plantas en segunda generación (F2), con resistencia a los dos patógenos y grano supremo superior al 77%.

Se produjeron y entregaron a los Comités Departamentales de Cafeteros más de 35.000 kilos de semillas de variedades de *Coffea arabica*.

Se comprobó el efecto positivo de la fertilización basada en nitrógeno y potasio sobre la



producción de cafetales, En algunas localidades los requerimientos alcanzaron los 300 kg/ha/año. Con fertilizantes basados en cloruro se obtuvieron producciones similares a aquellas con sulfato o con nitrato de potasio. El suministro de calcio y azufre redujo parcialmente la incidencia de la mancha de hierro. No hubo respuesta a la aplicación de magnesio, aún con fuentes muy solubles como Kieserita.

Se evaluaron pérdidas por escorrentía de nutrientes provenientes de la fertilización, siendo los de potasio, amonio, calcio, cloruros y nitratos los iones más afectados. Por lixiviación son mayores las de calcio, potasio y nitratos. Con base en registros históricos de análisis de suelos se generaron mapas de fertilidad para la zona cafetera del departamento del Valle. La aplicación de fertilizantes biológicos combinados con químicos ha mostrado la posible reducción de un 75% de la fertilización convencional y un desarrollo adecuado de plantas y mayor producción. En caficultura orgánica se obtuvieron 444.4 @ de c.p.s./ha con aplicación de 2,0 kg de lombricompost/planta/año; la producción media fue 13,0% y 27,0% superior a las obtenidas con aplicación del fertilizante químico y sin aplicación de fertilizante, respectivamente

Se encontró que el disturbio de la raíz bifurcada no afecta negativamente el desarrollo de las plantas en almácigo y hasta un año de desarrollo en el campo. Se terminó un estudio de sistemas de renovación de cafetales, en El Rosario (Antioquia) y Líbano (Tolima). Se evaluó la renovación por quintas partes, el de dos quintas partes y la renovación total del lote o la finca. En el primer ciclo de cosecha se encontró más favorable el zoqueo total, a causa del envejecimiento del cafetal mientras se establecía el sistema tanto por zoqueo de una quinta parte como con el zoqueo de dos quintas partes.

En El Tambo (Cauca) la producción de café a libre exposición solar fue 31,4% superior a la de café con sombrío de *E. grandis*, 16,3% y 27,5% mayor a la obtenida con sombrío de *P. chiapensis*

y *P. tecunumanii* y 39,8% más alta que la obtenida con sombrío de *I. edulis*. La producción en un ciclo de zoca con sombrío de 70 plantas/ha responde a la aplicación del 75% de la dosis de fertilizante recomendada por el análisis de suelos.

Se encontró que altas poblaciones de arvenses agresivas en las calles de los cafetales disminuyen la producción hasta en un 66,5% y que algunas de las arvenses han adquirido cierto grado de resistencia al herbicida glifosato. Se identificaron además, aquellas especies de mayor interferencia en cafetales, de las cuales 20 son altamente agresivas y 9 potenciales.

Se encontró que el hongo *Trichoderma harzianum* puede ser una alternativa de manejo del volcamiento, importante enfermedad en germinadores de café. Se ha aislado de manera recurrente el hongo *Phoma* sp en la caracterización del agente causante de la «chamusquina», un problema foliar presente hasta ahora en cafetales del Huila. La incidencia del disturbio denominado la «crespera» en siembras y zocas sometidas a diferentes frecuencias de desyerba no tuvo relación con estos factores; se está recomendando la renovación por siembra de los cafetales afectados como la alternativa de manejo.

### Viabilidad económica

Se estimó la función de pérdida de la mancha de hierro del fruto, se continuó la evaluación económica de tres sistemas de manejo de arvenses, el análisis económico de tres sistemas de producción de café y de los métodos de renovación. Resulta promisorio el uso de colinos descopados para establecer cafetales con altas densidades de población sembrando un menor número de sitios.

En la cosecha manual del café asistida con herramientas portátiles motorizadas de batería, IMFRA y DESCAFÉ, se disminuye el costo unitario respecto al método tradicional en 49,3 y

23,8%, respectivamente, con una calidad de cosecha similar a la manual. Estos resultados son promisorios para reducir el costo unitario en más del 10% y las necesidades de personal en más del 30%. Se lograron rendimientos netos con vibradores portátiles del tronco y con el método tradicional de 17,8 kg/h/operario y 9,8 kg/h, respectivamente, cosechando café hasta con el 11,0% de frutos inmaduros. Los costos unitarios fueron de \$ 200/kg y \$ 212,3/kg, con los métodos tradicional y de vibración del tronco, respectivamente.

Se entregó un nuevo secador solar con la cubierta plástica parabólica desarrollada en Cenicafe e incorporándole innovaciones realizadas en algunas regiones. Se reemplazó el piso de malla plástica por 48 paseras de madera con fondo en malla plástica, disminuyendo los tiempos de secado entre 4 y 7 días.

Se realizó la segunda etapa de la evaluación de la aspiradora Cifarelli V77S para recolección de frutos caídos al suelo, observándose notoria disminución en los tiempos por sitio, jornales/ha y costo de aplicación de la tecnología, con relación al 2004. Hubo disminución en la infestación de broca en las parcelas aspiradas hasta 3 meses después de aplicados los tratamientos, siendo menor en aquellas donde se recogieron frutos en 70% y 100% de los sitios.

### Calidad y Cafés Especiales

Cenicafe viene investigando el efecto de factores geográficos, climáticos, edáficos y de origen sobre la calidad del café de Colombia.

Se comenzó el desarrollo de un sistema de información para registrar la trazabilidad del café desde su origen en la finca y a lo largo de toda la cadena de comercialización, almacenamiento y la taza, seguimiento que se hace con análisis físicos, químicos y sensoriales. Se está evaluando la composición química y la calidad del café para su diferenciación por origen en 1.300 lotes de café en 800 fincas cafeteras ubicadas en 70

municipios y 30 unidades de suelos correspondientes a distintos materiales parentales.

Así mismo los siguientes factores será objeto de evaluación: unidad de suelo, variedad botánica y altitud en la calidad física y organoléptica, y la composición de elementos químicos y cafeína en suelos, agua de beneficio, café almendra y café tostado, así como para el seguimiento de la trazabilidad del producto, en las variedades Castillo, Caturra, Típica, Borbón, Tabi y Maragogipe.

También se está estudiando los elementos químicos, compuestos químicos o características sensoriales que diferencien al café de Colombia del de otros orígenes botánicos y geográficos.

Se estudiaron compuestos químicos asociados a la calidad en café verde encontrándose diferencias importantes en los contenidos bioquímicos en las distintas condiciones ambientales.

Se inició al experimento sobre los componentes del aroma del café y su relación con el origen de siembra encontrándose diferencias en componentes del aroma con el grado de tostación del café, y que no existe ninguna relación con el tamaño de partícula obtenida en la molienda.

### Sostenibilidad ambiental

En el marco del Programa Sembradores de Paz, proyecto de café orgánico en la Sierra Nevada de Santa Marta, se contribuyó con la difusión y transferencia masiva de tecnologías para tratamiento de aguas del lavado en Tanque Tina. Para ello se dictó un segundo curso de capacitación en diseño y operación de los Sistemas Modulares de Tratamiento de Aguas –SMTA–, dirigida a maestros de obra y extensionistas. El módulo SMTA de la finca Vista Nieves muestra una alta actividad interna y en el efluente un pH en 7.2 unidades, lo que indica buenas condiciones de operación y estabilidad bioquímica de los reactores.



En el proyecto co-financiado por la Iniciativa Darwin, se adelanta la caracterización de las percepciones de los caficultores acerca de la biodiversidad para fijar líneas base de referencia para trabajos futuros en el tema de los cafés especiales. Se realizó un taller internacional sobre caficultura sostenible con 80 asistentes, en representación de 30 instituciones que incluyeron diferentes Comités de Cafeteros.

Se desarrollaron experimentos que buscan documentar la biodiversidad y su estado en tres grupos taxonómicos principales: las aves y mamíferos en sistemas de producción en zonas cafeteras y los invertebrados acuáticos en quebradas y arroyos. Se amplió la geografía de los censos, incluyendo localidades desde el sur, en Huila y Cauca, pasando por el centro occidente, el centro oriente, en los dos Santanderes y Cundinamarca y el norte en la Sierra Nevada. Se involucraron comunidades cafeteras; pudiéndose corroborar la diversidad natural en estas localidades y las importantes oportunidades para la conservación que aún existen, el gran interés de muchos caficultores, comunidades y personal de la Federación por los temas de biodiversidad y el enorme potencial en las aves para adelantar la educación ambiental como estrategia para buscar la sostenibilidad.

En cuanto a los mamíferos, en especial, del estudio de la ecología de un primate en bosques de la zona cafetera (el mono nocturno andino), se lograron adelantos científicos muy significativos y sobre su conservación. Otros estudios han permitido conocer el efecto de la fragmentación sobre la biodiversidad y usar una especie carismática para promover la conservación. Se adelanta un estudio pionero sobre indicadores ambientales representados en los invertebrados acuáticos en fuentes de agua en zonas cafeteras.

Estudios de biodiversidad han permitido encontrar 55 especies del orden Odonata de las cuales cinco son nuevas para la ciencia. Adicionalmente se recolectaron 150 especies de insectos de im-

portancia en la zona cafetera, estas especies corresponden a plagas, benéficos (parasitoides, predadores), bioindicadores del estado de conservación de los ecosistemas cafeteros y otros organismos de importancia. Los elementos con mayor riqueza en hormigas son los fragmentos de bosque y los cafetales con sombrero, seguidos por los cultivos de cítricos, plátano y café a libre exposición y se incluyen cuatro nuevos registros para el país: *Cyphomyrmex dixus*, *Pheidole scalaris*, *Pyramica minuscula* y *Leptanilloides biconstricta*.

### Conocimiento estratégico

Se continuó el Proyecto sobre genómica del café, de la broca y del hongo *Beauveria bassiana*, co-financiado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y desarrollado en colaboración con Cornell University, la Universidad de Maryland, el IRD de Francia, el CINVESTAV de México y el CIAT.

Comenzó la evaluación agronómica de poblaciones utilizadas para elaborar un mapa genético del café y se hizo la genotipación de la población más polimórfica con 50 marcadores microsatélites. Se sembraron en almácigo las poblaciones desarrolladas para análisis de QTL por resistencia a roya, CBD, características de grano y rendimiento.

Se obtuvieron secuencias génicas de 5.000 clones que constituyen genes candidatos con función putativa para café. Se analizaron introgresiones en un grupo de 78 líneas avanzadas del cruce de Caturra x Híbrido de Timor. Los niveles de introgresión en general son relativamente homogéneos, con un valor promedio de 35 marcadores por línea.

Se optimizaron las condiciones para la detección de secuencias de ADN sobre cromosomas de café, de utilidad para el futuro mapeo físico de genes. Se iniciaron los análisis moleculares en busca de marcadores potencialmente ligados a la resistencia incompleta a la roya del café.

Se profundizó en el entendimiento de la Interacción café-roya en la prospección de métodos de control amigables con el ambiente, en la caracterización de genes de resistencia en café y la determinación de su diversidad en el banco de germoplasma y mediante marcadores AFLPs la caracterización molecular de las razas de roya que se encuentran en el país.

Se obtuvo la secuencia genética de 1.252 clones de genes expresados en el tracto digestivo de la broca del café. Cinco de las secuencias identificadas corresponden a genes que la broca utiliza para causar el daño en el grano. Se detectó la presencia de una secuencia genética que le permitiría a la broca del café descomponer la cafeína presente en el grano

Se identificaron 14 secuencias inducidas cuando el hongo *B. bassiana* infecta a la broca, de las cuales se destaca una secuencia homóloga de proteasa involucrada en patogenicidad. Se desarrollaron librerías completas del hongo que crece en la broca y se inició su secuenciación.

En el campo de Bioinformática, se implementó en los servidores de Cenicafe la plataforma desarrollada por el grupo SGN (Solanacea Genomics Network). Las bases de datos de Cenicafe han seguido creciendo en forma exponencial pasando de cerca de 5.000 secuencias de ADN que se tenían el año anterior a 20.000 en el presente año. La instalación de un Cluster de alto procesamiento compuesto por 4 servidores ha permitido acelerar los procesos de análisis de datos del proyecto del Genoma de una forma significativa, reduciendo los tiempos de análisis como búsqueda de dominios de proteínas, edición y ensamblaje de secuencias, búsqueda de microsatélites, diseño de primers, visualización de grandes árboles filogenéticos, análisis de estructura genética poblacional, y algunas herramientas para visualización de proteínas.

Se continuó la búsqueda de resistencia a broca en el germoplasma tanto en campo como en condiciones controladas.

Se está estudiando la variabilidad del cafeto en cuanto a la arquitectura, interceptación de la radiación y fotosíntesis y los resultados obtenidos indican que existe variación en la arquitectura dentro de la especie, que se asocia con la forma como se intercepta la radiación.

Se busca determinar la respuesta de la actividad fotosintética con relación a la humedad de varios suelos de la zona cafetera. La respuesta fotosintética de la hoja del cafeto presenta valores óptimos para potenciales del suelo de  $-2,0$  MPa a  $-4,0$  MPa, coincidentes con trabajos previos que indican que el óptimo fisiológico de la planta dista del valor de capacidad de campo del suelo, independiente de la condición física de este último.

Culminó el estudio bioquímico y molecular de la actividad de la enzima de carboxilación fotosintética Rubisco y su relación con el intercambio gaseoso. Se encontró una relación estrecha entre la actividad catalítica de la enzima y el intercambio gaseoso, lo que permite tener una herramienta para la selección temprana de genotipos por alta actividad fotosintética. Se corroboró la hipótesis de que «una vez la planta tenga la energía necesaria para producir las flores, es la dinámica de la humedad del suelo la que incide en la concentración o no de la floración».

Se desarrolló un algoritmo denominado AIFC que permite establecer criterios para la separación de frutos por su estado de maduración, basado en resultados obtenidos en procesamiento digital de imágenes. Como trabajo complementario, se diseñó y construyó un equipo para alimentar frutos de café en forma individual, a alta velocidad.

### Sistemas de producción complementarios

Se registraron los híbridos de maíz blanco HEZC3051, HEZC3054 y HEZC3056 como nuevos materiales mejorados para la zona cafetera colombiana, de los cuales se espera producir



semilla para el 2006 de 25 toneladas del HEZC3056 y 7 del HEZC3054. Poseen resistencia a *Cercospora* y a la mancha de asfalto. De los materiales amarillos se está multiplicando la semilla de los parentales para iniciar las pruebas de eficiencia.

Se obtuvo respuesta del maíz a la aplicación de enmiendas y de elementos menores. Se encontró respuesta significativa a la aplicación de yeso agrícola (500 kg/ha) un mes antes de la siembra del maíz y a la de magnesio (20 kg/ha de sulfato de magnesio). Los híbridos blancos HEZC3054 y HEZC3056 con 90kg/ha, 120 kg/ha y 150 kg/ha de nitrógeno, responden bien a la fertilización nitrogenada con producciones por encima de 8 t/ha. Se observó respuesta a la densidad de siembra, por tanto, los dos híbridos son aptos para intercalar con café (50.000 plantas/ha) o para unicultivo (62.500 plantas/ha), de tal manera que 100 kg de N/ha son suficientes para sembrar maíz intercalado y 150 kg de N/ha cuando se siembre como unicultivo.

Se obtuvieron los primeros modelos de crecimiento y fenología de naranja Valencia para la zona central cafetera y el suroeste antioqueño. Se continuó con el estudio de especies hortícolas en condiciones semicontroladas bajo cubiertas plásticas. Se demostró la viabilidad para la obtención de tomate tipo chonto y milano (larga vida), habichuela, pimentón, ají y pepino cohombro.

Adicionalmente para la zona marginal cafetera alta (mayores a 2.000 msnm), se tienen resultados para brócoli, coliflor y lechuga.

Se entregó un modelo computacional en su primera versión, para estimar el crecimiento y captura de carbono por especies forestales nativas e introducidas en el trópico «CREFT», co-financiado por el Ministerio de Agricultura y co-desarrollado con «CONIF». Esta herramienta puede incorporarse como metodología para la formulación y monitoreo de proyectos forestales del Mecanismo de Desarrollo Limpio del protocolo de Kyoto.

Se desarrollaron investigaciones en cítricos especialmente mandarina clementina en cuanto a su adaptación y productividad, en passifloras, en la respuesta de materiales de macadamia en sitios específicos y en lo relacionado con especies forestales se están desarrollando ensayo de procedencias y progenies de *Cordia alliodora* y *Tabebuia rosea*.

El Proyecto de Normalización de frutas y hortalizas, tuvo resultados destacables como el análisis y evaluación de los sistemas de empaque, la determinación de las propiedades físico - mecánicas de la diferentes frutas estudiadas. Para la estructuración del proyecto de norma de empaque, se realizó un análisis detallado de las normas vigentes, con base en esta información se efectuaron ajustes al contenido de la norma, con el fin de actualizar y suministrar al usuario la información necesaria y confiable, que a su vez facilite el proceso de toma de decisión, con relación al objeto de la Norma Técnica.

Como resultado, el país, por primera vez, cuenta con Normas sustentadas en resultados de investigación que serán de gran utilidad a todos los grupos vinculados con las cadenas productivas de: lulo de Castilla (*Solanum quitoense* Lam), mora de Castilla (*Rubus gaucis* Benth), mangos criollos (*Mangifera indica* L.), pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus* Haw) y uchuva (*Physalis peruviana* L.)

### Divulgación y transferencia de tecnología

Durante el año cafetero 2004-2005 se atendieron 3.934 visitantes en la sede principal en Chinchiná, de los cuales 1.574 caficultores, 180 profesionales del Servicio de Extensión, 1.999 estudiantes universitarios y 311 particulares. Se destaca especialmente la visita de caficultores, dirigentes y extensionistas de los departamentos de Cundinamarca y Risaralda. En las subestaciones experimentales se atendieron 4.945 visitantes en 127 giras, principalmente de caficultores y agrónomos del Servicio de Extensión.



Se publicaron 4 números de la Revista Cenicafé correspondientes a los volúmenes 55 (3 y 4) y 56 (1 y 2), con un total de 24 artículos científicos. El Boletín Técnico No 27 «Cultivo de hongos comestibles del género *Pleurotus* sp»; 12 Avances Técnicos: 328 al 339, las Biocartas 4, 5, y 6, y tres libros con resultados obtenidos en Cenicafé. Entre ellos se destaca el libro «Mariposas Diurnas de la zona Central Cafetera Colombiana» Se distribuyeron 181.900 ejemplares de la publicación Avances Técnicos, 15.010 de la Revista Cenicafé y 2.595 del Boletín Técnico No 27, entre otras.

Se han registrado 338.162 consultas al portal de Cenicafé ([www.cenicafe.org](http://www.cenicafe.org)) desde 9.101 computadores diferentes. Se registraron 2.040 usuarios en el presente año cafetero, de los cuales el mayor porcentaje, 28,03% son estudiantes, 19,21% profesionales agrícolas, 12,8% agricultores y 10,68% extensionistas. El Centro de Documentación registró 3.318 consultas de su base de datos por la Internet.

Se entregó al Programa e-learning de la Federación administrado por la Fundación Manuel Mejía el curso «El suelo: formación, fertilidad y conservación», completándose el Nivel 1 de la estructura curricular y se comenzó la planeación y construcción de dos cursos del Nivel 2 sobre Tecnología de Producción denominados: «Genética y variedades de café» y «Administración de cafetales»

## Información Cafetera

### Actualización SICA

El Sistema de Información Cafetera SICA es un sistema de información dinámico, actualizable que le permite a las autoridades cafeteras, a la institución y a los productores contar con información estratégica actualizada para el diseño de políticas y programas que coadyuven en el mejoramiento de la competitividad y sostenibilidad de la caficultura colombiana y del bienestar de las familias cafeteras.

El SICA contiene el módulo Atención a Fincas y Caficultores AFIC, que apoya directamente al servicio de extensión en el proceso de atención al caficultor y a los distintos estratos de la organización en el proceso de toma de decisiones, permitiendo la divulgación de la información de la estructura y comportamiento de la caficultura del país.

El SICA - AFIC permite actualizar permanentemente los datos a medida que haya cambios.

La actualización es responsabilidad de los Comités Departamentales por medio de sus extensionistas, quienes registran las novedades a medida que van observando cambios en campo y permite registrar las labores de educación que ellos realizan. Esta información se consolida mensualmente a escala departamental y nacional.

Los datos iniciales de la base de SICA - AFIC fueron el resultado de la Encuesta Nacional Cafetera (ENC) que adelantó la Federación entre los años de 1993 y 1997, información alfanumérica y espacial.

El interés de la Federación de Cafeteros es brindar un apoyo a sus Comités Departamentales para que dispongan de un mayor número de fincas actualizadas y, por ende, de datos más confiables.

### Pronóstico de Cosecha

El pronóstico obtiene la estimación de la cosecha cafetera a nivel nacional, por semestre, a partir del peso y la cantidad de frutos en una muestra de segmentos (UTM); mediante el levantamiento de información en campo. Esta información es de gran valor para tomar decisiones y diseñar políticas que garanticen la viabilidad del negocio del café.

Este proceso se realiza mediante un sistema de muestreo en base a segmentos (UTM) en que se



ha dividido la zona cafetera. Con este programa se busca:

1. Verificar y levantar la información sobre las características (área, edad, densidad, variedad, etc.) de los lotes en cada uno de los segmentos de muestreo a partir de la información de la Encuesta Nacional Cafetera.

2. Después de una crítica de la información recogida en campo se seleccionan los lotes productivos a medir en cada uno de los segmentos (cantidad de frutos y peso).

3. Con la información acumulada mediante un proceso estadístico se obtiene la estimación de la cosecha.

## CAPÍTULO IV

# Bienestar social para los caficultores





Con el fin de contribuir con el objetivo de generar un mayor bienestar para los caficultores colombianos, el gremio ha apalancado con el apoyo del Gobierno Nacional y Regional, la Cooperación Internacional y Nacional, así como la comunidad, numerosos programas que impulsan el bienestar social y el desarrollo de los habitantes de las zonas cafeteras. Es así como se ha continuado con los programas Protección Social en Salud, de seguridad alimentaria, Sembradores de Paz, ACDI-VOCA y el Programa Forestal KFW –FNC, entre otros, todos dirigidos a los cafeteros más vulnerables. Adicionalmente, los Comités Departamentales continuaron desarrollando con gran éxito programas de inversión social.

Adicionalmente, la Fundación Manual Mejía continuó con el proceso de su redireccionamiento estratégico. El objeto ha sido que la Fundación se centre en su función educativa buscando mayor cobertura, mayor sostenibilidad y cumpliendo con el nuevo papel que le ha sido asignado para el desarrollo y cumplimiento del objetivo estratégico del Plan de la Federación en cuanto a tener «caficultores educados y trabajadores capacitados».

### Programa protección social en salud

En la cumbre de Gobernadores presidida por el presidente de la República, que tuvo lugar el 18 de febrero de 2004 en las instalaciones de la Federación Nacional de Cafeteros, el señor Presidente recomendó ampliar el marco de gestión operativo de las políticas sectoriales del Gobierno Nacional por medio de la maximización de la capacidad institucional cafetera. En el sector salud ello se traduce, entre otras, en lograr mayor cubrimiento de afiliación al Sistema de Seguridad Social – Régimen Subsidiado.

Mediante el Acuerdo número 262 del Consejo Nacional de Seguridad Social en Salud se fijaron los criterios de distribución de los recursos del Fosyga para la ampliación de cobertura del régimen subsidiado mediante la afiliación de la po-

blación rural distribuidos entre los gremios del sector agrícola y demás organizaciones interesadas en promover la afiliación al Régimen Subsidiado de la población rural clasificada en los Niveles I y II del Sisbén.

La Federación se inscribió ante el Ministerio de la Protección Social para promover la afiliación al régimen subsidiado de la población rural cafetera. El Ministerio de la Protección Social, mediante Resolución número 1758 del 8 de junio de 2004, autorizó a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia a promover la identificación para la afiliación al régimen subsidiado de la población rural. Fosyga aportó el 50% del valor de la UPC-S y La Federación Nacional de Cafeteros aportó el 37.5% y las entidades territoriales el 12.5%;

Por Resolución número 3179 de 2004, se asignaron recursos de la sub-cuenta de solidaridad del Fosyga para ampliar la cobertura en el régimen subsidiado mediante la afiliación de la población rural cafetera en 16 departamentos cafeteros.

En el periodo Octubre 2004 – Marzo 2005 el aporte de Federación fue de \$1.711 millones, para el periodo Abril 2005 – Marzo 2006 se aportará \$3.600 millones más. Ver Cuadro 1.

Cuadro 1. Número de afiliaciones y aportes por Departamento

DEPTO.	Municipios	Beneficiarios	Aporte FNC abril 05-marzo 06
Antioquia	17	7.448	569.453.598
Boyaca	8	517	39.528.398
Caldas	25	7.077	541.087.958
Caqueta	1	50	2.293.436
Cauca	20	3.447	263.548.141
Cesar	4	884	67.588.209
Cundinamarca	23	3.152	240.993.252
Huila	34	3.663	280.062.907
Magdalena	3	395	30.200.614
Nariño	5	915	69.958.384
Norte de Santander	10	1.500	114.685.875
Quindío	12	1.942	148.479.980
Risaralda	10	3.868	295.736.643
Santander	62	2.085	159.413.366
Tolima	6	5.564	425.408.139
Valle	20	4.848	370.664.748
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>47.355</b>	<b>3.619.103.648</b>

## Programa de Seguridad Alimentaria

### Red de Seguridad Social – ReSA – Federación Nacional de Cafeteros

En el año 2004 la Federación de Cafeteros firmó con la Red de Solidaridad Social el Convenio de Cooperación 0020 y el Contrato 057/157, con el objeto de implementar políticas de seguridad alimentaria destinadas a la población en peligro de desplazamiento o a la población desplazada en las zonas rurales de los distintos municipios del país para motivar la producción de alimentos mediante proyectos de autoconsumo y de generación de ingresos en predios de pequeños agricultores y caficultores. En este año se firmaron los Convenios 069 y 041 con el mismo fin.

Durante el año 2005 la Institucionalidad cafetera continuó gestionando recursos y buscando alianzas con entidades gubernamentales y privadas, con el fin de aportar a la seguridad alimentaria y nutricional de la población colombiana.

El programa de Seguridad Alimentaria pretende «cambiar de actitud» a los pequeños productores rurales frente al uso de la tierra, motivándolos a sembrar para NO comprar los productos

alimenticios que sus fincas pueden producir, a bajo costo, con tecnologías sencillas y utilizando su mano de obra.

Para lograr el cambio de actitud se realizaron eventos educativos con la comunidad donde se trataron los temas de nutrición y salud, se recalcó el ahorro generado al no tener que comprar algunos alimentos que se pueden producir en la finca y se fortalece el trabajo en grupo. Los caficultores tienen un acompañamiento técnico permanente de los extensionistas.

A finales del año anterior y durante el presente año se empezaron a ejecutar 32 proyectos en 14 Comités Departamentales de Cafeteros y en los Territorios Nacionales (Meta, Casanare y Caquetá) beneficiando a más de 500.000 pequeños caficultores y agricultores. Estos proyectos fueron cofinanciados con 14 Gobernaciones y 515 Municipios como adherentes. En el Cuadro 2 se presenta un resumen del programa.

Las compras de los insumos que se entregan a los beneficiarios de los proyectos se realizaron por medio de la Bolsa Nacional Agropecuaria, ente adscrito al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, vigilado por la Superintendencia

**Cuadro 2. Programa Seguridad Alimentario  
Convenio Red de Solidaridad Social - Federación 2005**

COMITÉ	Benefic.	Municipios	APORTANTES Y VALOR (\$)					Total
			Red Solidaridad	Federación	Gobernaciones	Municipios	Otros	
Antioquia	11.167	50	760.000.000	260.000.000	760.000.000	500.000.000		2.280.000.000
Boyacá	10.000	15	212.000.000	200.000.000		200.000.000		612.000.000
Caldas	27.365	29	935.000.000	200.000.000	500.000.000	461.054.120		2.096.054.120
Cauca	56.724	45	1.140.687.923	350.000.000		220.500.000		1.711.187.923
Cesar Guajira	20.220	25	1.801.912.900	210.000.000	1.077.000.000	676.649.321		3.765.562.221
Cundinamarca	34.075	41	925.000.000	250.000.000	500.000.000	455.200.000	60.400.000	2.190.600.000
Huila	38.625	45	1.441.525.000	300.000.000	600.000.000	781.471.500		3.122.996.500
Magdalena	3.639	4	705.000.000	200.000.000	72.000.000	30.000.000		1.007.000.000
Nariño	20.600	31	666.200.000	150.000.000		550.000.000		1.366.200.000
Norte Santander	47.300	38	1.300.000.000	300.000.000	300.000.000	383.000.000	200.000.000	2.483.000.000
Quindío	10.000	12	250.000.000	125.000.000	125.000.000			500.000.000
Santander	60.386	55	1.200.000.000	1.293.702.400	500.000.000	886.477.600		3.880.180.000
Tolima	40.900	45	1.011.000.000	200.000.000	275.000.000	492.411.000		1.978.411.000
Valle	82.500	42	2.500.000.000	500.000.000	1.000.000.000	500.000.000	1.000.000.000	5.500.000.000
Meta	25.050	8	620.000.000	330.000.000	620.000.000	185.000.000		1.755.000.000
Casanare	8.860	19	1.100.000.000	25.000.000	1.150.000.000	571.000.000	150.000.000	2.996.000.000
Caqueta	2.850	11	130.000.000	40.000.000	50.000.000	134.000.000		354.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>500.261</b>	<b>515</b>	<b>16.698.325.823</b>	<b>4.933.702.400</b>	<b>7.529.000.000</b>	<b>7.026.763.541</b>	<b>1.410.400.000</b>	<b>37.598.191.764</b>



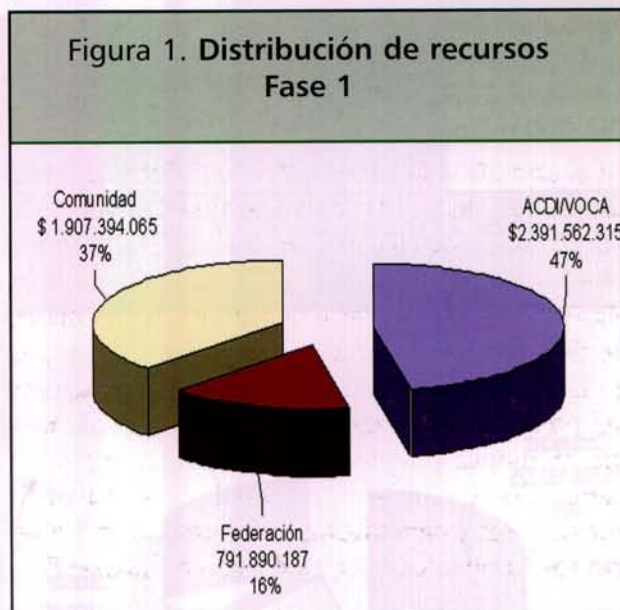
de Valores y sujeto a un reglamento que permite la transparencia en la compra, proporciona garantía de cumplimiento y asegura la calidad de los insumos. Se realizaron compras por más de \$6.500.000.000, con un ahorro aproximado de \$900.000.000.

**ACDI/VOCA**

**Convenio 011/2003 – Cafés Especiales**

ACDI/VOCA en asocio con la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), su Instituto de la Calidad del Café (CQI) y la Federación Nacional de Cafeteros unieron sus fuerzas para la ejecución de un Programa de Cafés Especiales, cuyo objetivo es mejorar la situación socioeconómica de los pequeños productores en términos de calidad de vida, ingresos e incremento de la producción de cafés especiales, induciéndolos a evitar su participación en actividades como los cultivos ilícitos.

En términos de finca, los caficultores participan en programas de Renovación de Cafetales, Infraestructura de Beneficio, Seguridad Alimentaria y Mejoramiento de la Calidad. En la primera fase del programa que se ejecutó entre marzo 2003 y abril de 2005 en los departamentos de Caldas, Tolima, Cauca, Huila y Nariño, el proyecto en su totalidad benefició 1550 familias con una inversión de \$5.000 millones de pesos, de los cuales Federación participó con el 16% del total, mientras que el programa ACDI VOCA lo hizo con el 47% de los recursos y la comunidad el 37% restante, Cuadro 3 y Figura 1. La Contrapartida está representada en el aporte institucional en el



manejo del programa y a rango de finca por la mano de obra de los productores y el aporte en materiales propios, adicionalmente tenemos contrapartidas de entidades gubernamentales.

Este programa se complementa con una estrategia de Información y Promoción de los Cafés apoyada en la actualización SICA - AFIC de las variables cafeteras, de beneficio, aspectos socioeconómicos y ambientales en cada una de las fincas participantes, acompañada de estudios de las características físicas y sensoriales de los cafés, en coordinación con la Gerencia Comercial.

La primera fase empezó en junio 2003 y terminó en marzo 2005. La segunda fase empezó en enero 2005.

**Cuadro 3. Ejecuciones primer semestre 2005 ACDI / VOCA: Primera Fase**

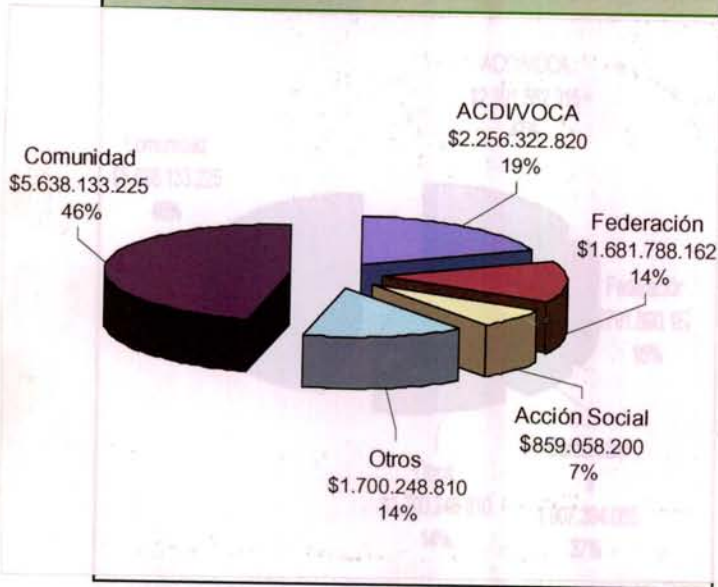
	Renov. (\$)	Mejora. (\$)	Seguridad (\$)	% Ejec.
Caldas	58.701.734	652.903.004	102.106.140	100%
Cauca	456.255.750	442.089.587	591.235.145	100%
Huila	68.019.986	474.458.686	184.527.147	100%
Nariño	429.066.100	450.896.284	422.212.315	100%
Tolima	106.175.847	502.169.044	150.029.797	100%
<b>Total</b>	<b>1.118.219.417</b>	<b>2.522.516.605</b>	<b>1.450.110.544</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 4. Ejecuciones primer semestre 2005 ACDI / VOCA: Segunda Fase**

	Renov. (\$)	Mejora. (\$)	Seguridad (\$)	% Ejec.
Caldas	339.990.474	1.042.810.567	875.319.220	17%
Cauca	765.784.000	1.002.751.053	332.933.200	6%
Huila	1.654.007.100	876.134.233	445.848.538	90%
Nariño	706.117.600	897.936.512	155.000.000	6%
Tolima	1.638.038.720	696.580.000	706.300.000	0%
<b>Total</b>	<b>5.103.937.894</b>	<b>4.516.212.365</b>	<b>2.515.400.958</b>	<b>24%</b>

Adicionalmente, se ha iniciado una segunda fase que abarca los programas ya mencionados y que beneficia 2570 familias con una inversión de \$12.000 millones de pesos, Cuadro 4 y Figura 2.

**Gráfica 2. Distribución de recursos Fase 2**



### Programa sembradores de paz: cierre fase uno y continuación otras iniciativas

El programa «Sembradores de Paz», que desarrollan la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), con la Fundación para el Análisis y Estudios Sociales (FAES), realizó en sus primeros tres años inversiones por 31.630 millones de pesos, que beneficiaron directamente a más de 68.000 personas.

La primera etapa del proyecto, iniciado en 2002, ha beneficiado a caficultores de zonas deprimidas, incluidas varias regiones indígenas, en siete departamentos: Antioquia, Cauca, Huila, Magdalena, Nariño, Valle del Cauca y la comunidad indígena de San Jerónimo en Caldas.

En la primera fase se invirtieron recursos por 10.5 millones de euros, de los cuales la AECI aportó

el 55,3%, la fundación FAES el 5,8% y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, las comunidades beneficiarias y organismos regionales públicos y privados aportaron como contrapartida el 38,8%.

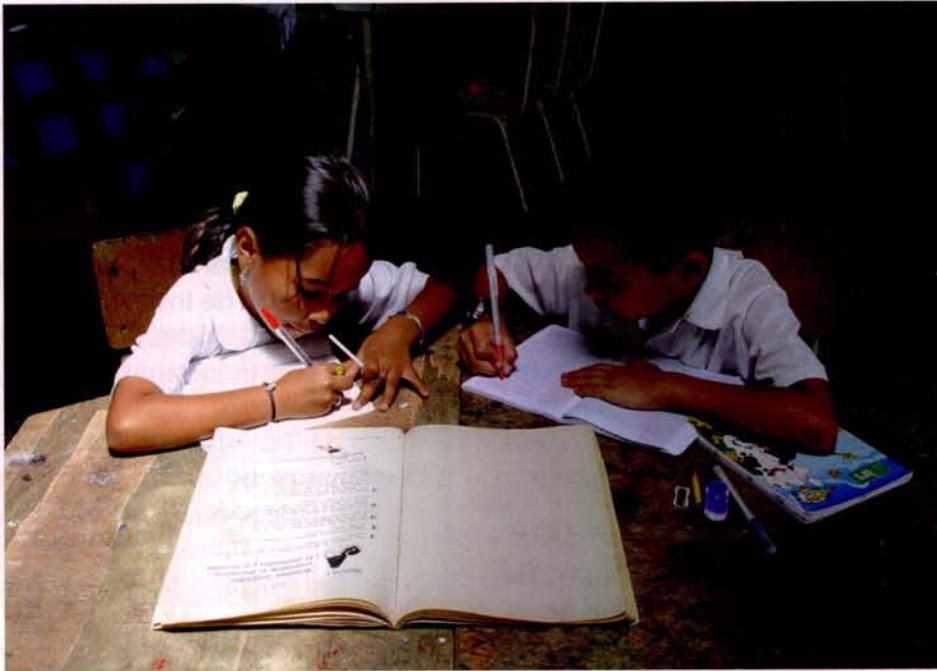
La vicepresidenta de la Fundación española Humanismo y Democracia, Concepción Dancausa Treviño, quien visitó a Colombia, expresó que el proyecto contribuye a consolidar comunidades, a generar arraigo y sentido de pertenencia de sus integrantes y ha significado una mejora en la calidad de vida de las familias. Esta fundación asume la segunda etapa de programa, que irá desde este año hasta 2007, y que en su primera parte (2002 a 2005) fue dirigido por la Fundación para el Análisis y Estudios Sociales (FAES).

El programa se implementó con tres componentes: educación, productividad, e infraestructura. En el campo de los programas productivos, que promueven la siembra de café orgánico, se beneficiaron 524 productores que actualmente cultivan 14.925 hectáreas, de las cuales algunos ya han recibido la certificación internacional como productores de café orgánico, lo cual les ha mejorado sus ingresos familiares significativamente, porque han recibido un sobreprecio de 30% por la venta del grano.

El proyecto de Gerencia Humanizada logró capacitar a 551 jóvenes en prácticas agropecuarias y gestión empresarial, y con el de Jóvenes Agricultores, 110 familias se han hecho propietarias de 550 hectáreas y están aplicando técnicas apropiadas para la explotación de la tierra.

Con la comunidad indígena de San Jerónimo, corregimiento San Lorenzo (departamento de Caldas), se adelantan hoy 285 proyectos productivos, entre los que ha tomado gran fuerza un programa de seguridad alimentaria, que ha permitido que en sus fincas produzcan los alimentos básicos que antes tenían que comprar.

En infraestructura se mejoró la calidad de vida a 21.195 personas, con la construcción de 1.473



viviendas, 497 más de las previstas inicialmente, y 2.687 conexiones domiciliarias (agua potable) a viviendas rurales, un 52 por ciento más de las programadas al comienzo.

Para la segunda fase (2005-2007), se busca finalizar y consolidar los programas y se tienen previstos recursos de cooperación española por tres millones de euros, a los que se sumarán aportes del sector cafetalero colombiano y de entidades públicas y privadas.

Hay un tercer programa, que se ejecutará en 2006 y 2007 para el fortalecimiento del liderazgo, la economía campesina y la biodiversidad en el corredor alto andino -suroeste de Antioquia-, que busca mejorar la calidad de vida de 500 agricultores y sus familias, en el que España invertirá 500.000 euros.

La Federación Nacional de Cafeteros y los Comités Departamentales y Municipales han alcanzado en un 147% las metas previstas, han ratificado su gran capacidad como organización líder del desarrollo rural y han logrado multiplicar los aportes conseguidos con participación local, que «genera un mayor impacto de arraigo y desarrollo de la gente».

### **Convenios de Cooperación y asistencia técnica**

#### **Gestión Comunitaria – Obras para la Paz. DARP – FIP**

El Programa de Infraestructura y Gestión Comunitaria es una respuesta del Estado Colombiano a la situación en que se encuentran las comunidades de muchos municipios del país, azotadas por violencia, el abandono y altos niveles de pobreza, que busca:

- Contener los efectos de la violencia
- Reconstruir la infraestructura social
- Favorecer la organización social para la participación
- Fortalecer la gobernabilidad, y
- Recuperar la credibilidad y la participación de la comunidad en la construcción de la paz y la prosperidad en la zona.

El Programa de Infraestructura y Gestión Comunitaria se ha desarrollado en tres (3) fases, mediante la realización de Convenios interinstitucionales con algunas entidades oficiales y la empresa privada.



El Departamento Administrativo de la Presidencia de la República – Agencia Presidencial para la Acción Social y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, han suscrito cinco (5) Convenios Interinstitucionales de Cooperación y Asistencia Técnica. Los Convenios buscan:

- Llevar a cabo la ejecución del Programa de Infraestructura Social para la Paz y Gestión Comunitaria con el fin de apoyar a los municipios con altos índices de pobreza y afectados por la violencia, en la recuperación de la infraestructura social básica en los sectores de educación, salud, recreación y deporte.
- Prestar asesoría, cooperación y acompañamiento técnico en la implementación del componente social y de sostenibilidad necesaria en la ejecución de las obras.
- Adelantar lo relacionado con la interventoría a obras construidas por el Ministerio de Transporte.
- Diseñar y contratar la construcción y la interventoría de 36 obras tales como vías, electricidad, acueductos, puestos de salud y escuelas, y dotar las obras (puestos de salud y escuelas) construidas en el marco del convenio, con una inversión total aproximada de 8000 millones.

Uno de ellos, el Convenio 329/02, fue enfocado de una manera integral, otorgándole a la Federación de Cafeteros la ejecución de todas las fases, a saber: una primera fase de identificación y priorización de obras; la segunda, de construcción y mejoramiento de la infraestructura social y, la última, de promoción dentro de las comunidades del uso adecuado y eficiente de la infraestructura.

En orden a lo anterior, mediante la ejecución del convenio 329, se construyeron 350 obras, en 48 municipios, todas dotadas con los implementos y artículos necesarios para su completo uso. En este convenio se privilegió la participación ciudadana para la sostenibilidad social mediante la organización comunitaria; es decir, aunque las

comunidades no tuvieron protagonismo en la selección de las obras si han diseñaron con la facilitación social y la mayoría de las administraciones municipales, las estrategias para que se preserven y mejoren las obras para el colectivo de beneficiarios.

El presupuesto por municipio, según lo asignado por el Fondo de Inversión para la Paz, fue de 500 millones, para desarrollar las tres fases, las que concluyeron en agosto de 2005.

Por su parte, los Convenios 1131 y 1132, propendieron por la organización comunitaria para la apropiación de las obras por la comunidad. Las obras fueron construidas por la Red de Solidaridad Social.

La Federación de Cafeteros desarrolló con las comunidades y la participación y el control ciudadanos la dotación de artículos e implementos para el cabal funcionamiento de puestos de salud, aulas escolares, centros comunitarios y escenarios deportivos. Se beneficiaron las comunidades de 62 municipios del país, en 13 departamentos, de los cuales Putumayo, Caquetá, Sucre y Chocó a pesar de tener vocación agrícola diferente al café, la Federación pudo adelantar la intervención social, como ONG, prestadora de servicio. La inversión promedio por municipio fue de 45 millones para dotación y personal.

En los tres convenios anteriores, la fase denominada de sostenibilidad social contó con una estructura organizacional que incluyó la contratación de 59 Trabajadores Sociales que residieron en los municipios a atender, con el fin de establecer contacto con las alcaldías y otras organizaciones y generar confianza en las comunidades para el trabajo. Desde la Coordinación Nacional, dos profesionales tuvieron a su cargo la orientación metodológica del Programa y se produjeron materiales impresos de apoyo a los Trabajadores Sociales, y con destino a los funcionarios de las administraciones municipales y líderes de las organizaciones comunitarias conformadas.



Los materiales contenían información útil sobre la definición del Programa, los procesos metodológicos para la formulación de proyectos productivos, instancias de participación y control y sus funciones.

En resumen, los convenios se manejaron por componentes, como se aprecia en el Cuadro 5:

**Cuadro 5. Componentes Gestión Comunitaria Obras para la Paz**

Convenio/ Componente	Diseño y construcción	Interven.	Dotación	Procesos Sociales
329 DE 2002	FNCC	FNCC	FNCC	FNCC
1131 y 1132 de 2003	RSS	RSS	FNCC	FNCC
1133 de 2003	MT	FNCC		
12 69 de 2004	FNCC	FNCC	FNCC	

## Mejoramiento de Condiciones de Habitabilidad

### Red de Solidaridad Social - Federación Nacional de Cafeteros

La Red de Solidaridad Social y la Federación firmaron un acuerdo para mejorar las condiciones de habitabilidad de pequeños agricultores por 20.000 millones de pesos, donde la Red aportó 10.000 millones de pesos y la Federación gestionó un tanto similar. Los beneficiarios, además de cumplir con algunas condiciones, principalmente de pobreza, deben ser usuarios exitosos del RESA, es decir que el proyecto de seguridad alimentaria se encuentre vigente.

La intervención por hogar no podrá ser superior a \$2.000.000 y en su orden así: saneamiento básico (baño y sistema séptico), cocina (mesón, lavaplatos, enchapado) y pisos.

La RED y la Federación encontraron puntos comunes en los objetivos de la primera y el público atendido por la segunda, en donde se busca generar cohesión social, fortaleciendo el arraigo a la tierra y a los medios de producción que les permitan una mejor calidad de vida, evitando así o disminuyendo el riesgo al desplazamiento.

Se realiza en todos los departamentos donde se haya llevado a cabo el programa de seguridad alimentaria; pueden ser agricultores cafeteros o no y en el último caso no podrá haber aporte de la Federación de Cafeteros.

La bolsa de aportantes está conformada por: La RED, los comités de cafeteros con recursos de la Ley 863 de 2003, los municipios, las gobernaciones y las corporaciones autónomas regionales. El propósito es realizar mínimo 10.000 soluciones en todo el país y con cupos para cada departamento previamente definidos. El avance a la fecha se refleja en el Cuadro 6.

## Programa computadores para educar

Computadores para Educar es un programa de reciclaje tecnológico que brinda acceso a las Tecnologías de Informática Educativa a escuelas de todas las regiones colombianas.

El objetivo es la donación masiva de computadores dados de baja por las entidades públicas y las empresas privadas, para ser reacondicionados y entregados a escuelas públicas en todo el país.

El programa fue aprobado en Diciembre de 1999 por el CONPES, y su lanzamiento oficial se hizo en Marzo del 2000 por el Presidente y Primera Dama.

Computadores para Educar funciona como una asociación entre tres entidades públicas colombianas: el Fondo de Comunicaciones, el Ministerio de Educación Nacional y el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

Desde el año 2001, la Asociación Computadores para Educar y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, mediante convenio de Cooperación y Asistencia Técnica, han venido trabajando conjuntamente para dotar y brindar apoyo técnico necesario a los centros docentes en zona rural cafetera beneficiarios del Programa Computadores para Educar.



**Cuadro 6. Aportes, gestión, número de municipio y beneficiarios a 30 de septiembre de 2005**

DEPTO	Rss - Convenio	Comité	Municipio	Gobernación	Corporación	Subtotal Gestión	Total	N° BENEFIC.	N° MUNIC
Antioquia	311.000.000	155.500.000	155.500.000			311.000.000	622.000.000	311	14
Boyaca	150.000.000	100.000.000	90.000.000			190.000.000	340.000.000	170	9
Caldas	954.000.000	50.000.000	500.000.000	500.000.000		1.050.000.000	2.004.000.000	978	27
Cauca	93.834.250	52.634.250	47.200.000			99.834.250	193.668.500	97	5
Cesar-Guajira	66.000.000	30.000.000		40.000.000		70.000.000	136.000.000	68	1
Cundinamarca	700.000.000	200.000.000	300.000.000	700.000.000		1.200.000.000	1.900.000.000	950	24
Huila	491.000.000	50.000.000	523.000.000			573.000.000	1.064.000.000	532	13
Nariño	441.000.000	45.000.000	396.000.000			441.000.000	882.000.000	441	13
Norte de Santander	400.000.000	149.000.000	251.000.000			400.000.000	800.000.000	400	13
Risaralda - Carder	300.000.000		400.000.000		300.000.000	700.000.000	1.000.000.000	500	13
Santander	831.837.433	1.216.215.760	675.000.000			1.891.215.760	2.723.053.193	1.361	33
Tolima	268.000.000	67.000.000	201.000.000			268.000.000	536.000.000	268	9
<b>Total</b>	<b>5.006.671.683</b>	<b>2.115.350.010</b>	<b>3.538.700.000</b>	<b>1.240.000.000</b>	<b>300.000.000</b>	<b>7.194.050.010</b>	<b>12.200.721.693</b>	<b>6.076</b>	<b>174</b>

Es una estrategia orientada hacia la integración de las tecnologías a la educación mediante el acompañamiento a las instituciones educativas desde la capacitación de docentes hasta la promoción para el uso de los recursos de informática como una herramienta de apoyo para el aprendizaje.

El objetivo del acompañamiento educativo es integrar las tecnologías de información y comunicación a las necesidades locales, convertirlas en recursos que favorecen, por una parte el desarrollo académico, emocional y social de los niños y jóvenes, y por otra el empoderamiento social, económico y político de las personas y las comunidades educativas.

El programa inició en Federación en el 2001 con 28 escuelas beneficiarias y 100 equipos de cómputo recibidos en centros docentes de los departamentos de Huila, Santander y Valle del Cauca, con dotaciones que alcanzaron una asignación mínima de dos equipos y una máxima de ocho, con una impresora para cada uno de los centros educativos.

Para el año 2002, se beneficiaron 22 centros educativos en 15 municipios de tres departamentos; Huila, Santander y Tolima. Los centros educativos recibieron un total de 281 equipos y 22 impresoras, en dotaciones de mínimo 8 equipos y máximo 15. En 2003, fueron 4 los departamentos beneficiarios; Cauca, Huila, Santander y

**Cuadro 7. Logros del acompañamiento computadores para educar durante el año 2005**

Número	Cauca	Cund/a	Huila	Magda.	Nariño	Santander	Tolima	Valle	Total
Instituciones Beneficiadas	6	6	10	2	6	10	14	6	60
Instituciones Usuarías	6	6	5	2	1	10	14	-	44
Municipios Beneficiados	5	4	7	1	5	10	7	6	45
Veredas Beneficia	6	6	10	2	6	10	12	6	58
Alumnos Beneficiados	909	1.238	2.648	606	1.267	996	3.029	1.342	12.035
Computadores Entregados	47	66	109	31	73	71	161	74	632
Impresoras Entregadas	6	6	10	2	6	10	14	6	60



Tolima, 40 municipios, 46 Instituciones Educativas, a las cuales se entregaron 544 computadores y 46 impresoras.

En el año 2004, se beneficiaron ocho departamentos: Boyacá, Cauca, Cesar, Huila, Magdalena, Santander, Tolima y Valle del Cauca, 39 municipios, 56 Instituciones Educativas, de las cuales a 55 Instituciones se les entregó 455 computadores y 55 impresoras. Hasta el 2004 se habían beneficiado 151 con 1.380 los computadores entregados.

### **Programa Forestal «Río Magdalena»**

El Programa Forestal «Río Magdalena», se desarrolla dentro de un Convenio de Cooperación bilateral entre los gobiernos de Alemania y Colombia, con el propósito de contribuir a la estabilización del balance hídrico y a la reducción de la erosión en subcuencas prioritarias de la cuenca media y alta del Río Magdalena, mediante el incremento del uso forestal sostenible y en la recuperación y conservación de los bosques en pendientes y zonas altas degradadas.

El Programa, con dos aportes financieros que totalizan EUR 8'180.670 inició actividades en julio de 1993 en el departamento de Santander, extendiéndose en 1996 a los departamentos de Caldas y Tolima, y en 2001 a los departamentos de Huila y Cundinamarca. Hasta septiembre de 2005, se había logrado la intervención en 30.111 hectáreas, con medidas de conservación y recuperación de bosques naturales, establecimiento de plantaciones forestales y sistemas agroforestales (café con sombra).

A 30 de septiembre de 2005 se tenían 12.150 hectáreas de bosques naturales, el enriquecimiento florístico y la conservación de 4.050 hectáreas de bosques degradados, la reforestación de 11.499 hectáreas y el establecimiento de 2.400 hectáreas de sistemas agroforestales (café con sombra).

Durante el 2005 las actividades se han concentrado en el acompañamiento técnico para el

manejo silvicultural de las plantaciones establecidas, y de manera especial a la conformación y apoyo de organizaciones comunitarias entorno al aprovechamiento, transformación y comercialización de madera en los núcleos de producción forestal establecidos. Actividades para las cuales se cuenta con el apoyo económico del gobierno de Alemania.

Con el fin de avanzar en la etapa de transformar y comercializar madera en 2003 el programa inició un plan de organización comunitaria de los pequeños productores forestales bajo el modelo de las Sociedades Agrarias de Transformación – SAT (Ley 811 de 2003).

Es el caso específico del núcleo nororiental del departamento de Santander, en el cual el Programa Forestal inició actividades en el año 1994, logrando hasta la fecha la conformación de una masa forestal del orden de 4.000 hectáreas, con edades desde uno hasta doce años. Al interior de éste núcleo se destaca el municipio de Charta, cuya ubicación estratégica permite tener influencia sobre los municipios vecinos de Matanza, Suratá, Tona, Vetas y California, en los cuales existe una masa forestal aprovechable con características que permiten una inversión industrial, (Figura 3).

Lo anterior acompañado del proceso de diseño y montaje en el municipio de Charta, de un Centro de Transformación de Madera (Figura 3), el cual es operado por la Sociedad Agropecuaria conformada, que para el caso referido ha sido llamada Madecharta SAT.

Esta operación busca que los pequeños reforestadores, tengan hoy un modelo asociativo que les permite tener volúmenes considerables de madera y un sitio en el cual le puedan dar un valor agregado.

El fortalecimiento de la organización ha tenido su mejor expresión en el acompañamiento y capacitación que viene siendo dado a los reforestadores, con el curso de Gerencia Humanizada Asistida, adaptado del curso que hace



parte del Programa de Gestión Empresarial que La Federación de Cafeteros ejecuta dentro de su Plan Estratégico 2003-2008. A su vez con el SENA, seccional Santander, se suscribió un acuerdo para la capacitación de quienes serán los operarios de la maquinaria de transformación de la madera.

Como impactos destacados, a la fecha el Programa ha vinculado cerca de 3.517 agricultores, con quienes se han intervenido 8.307 lotes.

A nivel de recursos económicos, el Programa había entregado a 30 de junio de 2005 un total de 13.157 millones de pesos.

**Negociaciones de nuevo Programa.** En el marco de las negociaciones intergubernamentales, el Gobierno de Alemania ha ofrecido a Colombia recursos por valor de EUR 17,3 millones para ejecutar con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, un nuevo Programa denomi-

nado «Silvicultura como alternativa de producción en la zona marginal cafetera».

Este nuevo Programa pretende reforzar las acciones del Programa Forestal Río Magdalena, a fin de lograr un mayor impacto ambiental, social y económico en dichas regiones y ampliar la cobertura hacia otras microcuencas prioritarias de la zona cafetera.

Con base en los recursos ofrecidos, se tiene como meta 5.055 hectáreas de conservación de bosques naturales, 1.440 hectáreas de enriquecimiento y conservación de bosques degradados, 17.340 hectáreas de plantaciones forestales y 10.910 hectáreas de sistemas agroforestales; con las cuales se espera beneficiar a 4.709 familias y generar 8.500 empleos anuales permanentes durante los 10 años de duración del Programa.

Se destacan como componentes adicionales de este Programa:



- La implementación de un proyecto de Seguridad Alimentaria y Nutricional con las familias que lo requieran y que sean beneficiarias de los incentivos forestales.
- Desarrollo de procesos asociativos con las comunidades beneficiarias y apoyo a las actividades de transformación y comercialización de madera.
- La ejecución de un Programa de Biodiversidad con el apoyo del Instituto de Investigaciones Biológicas Alexander von Humboldt, con el objetivo de lograr el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad en tres áreas de los departamentos de Santander, Huila y Antioquia.

En la actualidad, este proceso de negociación se encuentra en la etapa final, a la espera de concretar los detalles del contrato que será firmado entre Colombia y Alemania, así como el que será firmado entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia para la ejecución del Programa.

### Fundación Manuel Mejía

Una de las actividades más importantes de la Fundación en el año 2005 fue la continuación del proceso de su redireccionamiento estratégico. El objeto ha sido que la Fundación se centre en su función educativa buscando mayor cobertura, mayor sostenibilidad y cumpliendo con el nuevo papel que le ha sido asignado para el desarrollo y cumplimiento del objetivo estratégico del Plan de la Federación en cuanto a tener «caficultores educados y trabajadores capacitados».

Para ello, la Fundación ha buscado iniciar procesos orientados a aumentar la cobertura educativa en forma masiva y a menores costos, ser líder en la utilización de medios virtuales para fines de capacitación y contribuir en la promoción de una educación formal pertinente con las necesi-

dades de los cafeteros mediante la participación en la construcción del Plan Estratégico Educativo Cafetero.

Lo anterior se ha traducido en una nueva oferta educativa esencialmente semipresencial, en la provisión de parte de la oferta a través de operadores regionales y una mayor presencia de la Fundación a lo largo y ancho de las zonas cafeteras tal y como se aprecia en los mapas anexos. Adicionalmente, la Fundación incorporó la articulación gremial en el marco del circuito del conocimiento dentro de los objetivos estratégicos, con el fin de capitalizar a favor del caficultor colombiano la valiosa experiencia de cooperación y coordinación lograda en el proyecto de E-Learning entre el Servicio de Extensión, Cenicafé y la Fundación, como parte de dicho circuito.

De igual manera, para el año 2008 la Fundación se ha propuesto ser la organización sostenible y de excelencia en el desarrollo de procesos de educación permanente para el sector cafetero. Para cumplir con este propósito la Fundación inició trabajos en seis áreas claves a saber:

1. Promoción y apoyo a la educación formal en la Federación Nacional de Cafeteros: La Fundación apoyó a la institución en dos frentes de enorme importancia para el futuro de la educación de los caficultores, esto es cumpliendo los papeles que le corresponden como Unidad Técnica Educativa de la Gerencia Técnica y como Secretaría Técnica del Comité Coordinador Nacional en los temas educativos.
2. Diseño y ejecución de programas de educación no formal: la Fundación trabaja por aumentar la cobertura de programas educativos no formales en forma masiva y con bajo costo, apoyada en nuevas metodologías y herramientas; y por constituirse en la organización líder en el diseño y emisión de programas de educación virtual basada en las tecnologías de la información y la comunicación.

3. **Articulación gremial:** la Fundación reconoce que debe constituirse en una pieza fundamental de la institucionalidad cafetera para contribuir en el cumplimiento de los propósitos trazados, de allí que con esta área esté trabajando por posicionar el nuevo enfoque estratégico de la Fundación en la institucionalidad cafetera y asegurar entre ellas, una articulación efectiva.
4. **Mercadeo de servicios:** con la cual se está incorporando el concepto de mercadeo en la gestión de la Fundación, para fortalecer los ingresos que le permitan llevar más capacitación y educación a los caficultores del país.
5. **Gestión administrativa y financiera:** un área clave en el cumplimiento de la visión con la cual se pretende incorporar los conceptos de integralidad, sostenibilidad y excelencia en todos los procesos de la institución.
6. **Servicios complementarios:** Para obtener mayor rentabilidad de los activos de la Fundación buscando el equilibrio de sus finanzas.

### **Diseño y emisión del programa e-learning para el servicio de extensión, investigadores de cenicafé y docentes de la Fundación Manuel Mejía**

En el 2005 la Fundación Manuel Mejía continuó con la administración del Programa de Capacitación Virtual de los Técnicos del Servicio de Extensión, Investigadores de Cenicafé y Docentes de la Fundación Manuel Mejía, en el que se realizan las labores de diseño y emisión de los cursos del programa académico establecido por la Gerencia Técnica.

En cuanto a la emisión, en el año se capacitaron más de 1500 personas en los cursos de Fisiología, Clima, Suelos, Fundamentos de Informática, y en el pilotaje de los cursos de Formulación de Proyectos y Extensión y Comunicación, los cuales recibieron entre uno y tres cursos durante el año.

Para cumplir con las metas de la emisión, el programa continuó con el apoyo del SENA en lo referido a la utilización de la plataforma Black Board y aval académico.

En lo que respecta al diseño de los cursos en 2005, Fundación en estrecha coordinación con la Gerencia Técnica, realizaron actividades de complemento en la construcción de los cursos del plan de estudios ya definido, y se continuó con el diseño y montaje de aquellos correspondientes a las diferentes áreas así:

1. En el área técnica se terminó el curso de «El suelo: Formación, Fertilidad y conservación» correspondiente al nivel I (Fundamentos agronómicos), el cual se validó posteriormente por el grupo piloto que evaluó los cursos de Fisiología y Clima.
2. En el área Social se terminó el montaje de los cursos «Formulación de proyectos» y «Extensión y Comunicaciones» los cuales están en proceso de evaluación por grupos piloto de unos 40 técnicos de todo el país, quienes pondrán los ajustes necesarios para emitirlos masivamente a inicios del 2.006.
3. En el área Gremial se concluyó la construcción, diseño y montaje del curso sobre la «Institucionalidad Cafetera», el cual se emitirá para todo el personal técnico a partir del primer semestre del año próximo.

Adicionalmente se trabaja en el proceso de construcción, diseño y montaje de varios cursos así:

1. En el área técnica bajo la responsabilidad de Cenicafé se diseñan los contenidos de los cursos correspondientes al nivel dos (Producción y Calidad) «Mejoramiento Genético del café», «Sistemas de producción», «Cosecha y beneficio del café», «Calidad del café», «Análisis económico del cambio técnico» y «Plagas, enfermedades y factores adversos de la Producción».
2. Área Social: «Participación y organización comunitaria».



### 3. Área Económica: El negocio cafetero», «Administración de fincas» y «Comercialización de café».

Para iniciar el programa de capacitación todos los técnicos deben tomar un curso de informática básica que les permita el manejo adecuado de la plataforma. En cuanto a la capacitación de los técnicos, durante el año se realizaron dos emisiones de diferentes cursos, una por semestre, puesto que cada curso tiene una duración aproximada de 5 meses.

También se resalta el diseño de un CD interactivo con los cursos del primer nivel del plan de estudios del programa que fue distribuido entre los estudiantes con problemas de conectividad en el país.

#### **Asesoría pedagógica en el diseño y emisión del programa de capacitación Sap Ecc 5.00.**

La Fundación apoyó a la FNC y Almacafé en el diseño e implementación del programa de capacitación SAP ECC 5.00. El programa contó con una fase preliminar donde se diseñaron y emitieron dos cursos virtuales en Institucionalidad Cafetera y Generalidades SAP y estuvo dirigida a 749 usuarios finales de SAP en las diferentes entidades del gremio cafetero. En la segunda fase, la Fundación brindó asesoría pedagógica en el diseño de los cursos específicos de SAP, y capacitó en pedagogía al grupo de profesionales encargado de capacitar a los multiplicadores y usuarios finales del sistema en el país.

#### **Programa de fortalecimiento del liderazgo gremial**

Durante el año 2005 la Fundación Manuel Mejía diseñó y ejecutó el Programa de Fortalecimiento del Liderazgo Gremial enmarcado en el Plan Estratégico de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC), 2003 – 2008, el cual propone en los Objetivos Estratégicos del área número ocho «consolidar la fortaleza gremial y

construir una organización capaz de cumplir la misión y alcanzar eficazmente la visión».

El objetivo del Programa fue fortalecer la base gremial de los Comités Departamentales y Municipales de la FNC con el fin de desarrollar competencias, a través de estrategias en el ejercicio del liderazgo para favorecer la identidad y pertenencia del gremio, proyectando el mejoramiento de las condiciones de vida del caficultor, su familia y las comunidades.

Los contenidos del Programa se fundamentaron en la importancia de cambiar el presente para construir confianza en el futuro, reflexionar desde lo personal proyectándose como líder gremial, contextualizar institucionalmente a los líderes cafeteros, afianzar la identidad y pertenencia al gremio y consolidar grupos de trabajo en pro de una misma visión, misión y valores.

El programa se validó mediante una prueba piloto con el Comité Departamental de Risaralda, con la cual se probaron los contenidos, la duración y pertinencia del Programa para los Comités Departamentales y Municipales en el resto del país.

El Programa se ejecutó en 14 Comités Departamentales de Cafeteros y 205 Comités Municipales con la asistencia de 1359 personas. La duración del Programa con los Comités Departamentales fue de 18 horas y con los Comités Municipales de 40. Al finalizar el encuentro cada Comité analizó diferentes estrategias para fortalecer la pertenencia gremial y se comprometió con la realización de diferentes actividades para dar cumplimiento al objetivo del Programa. Finalmente es importante anotar que se realizó evaluación permanente durante todo el proceso.

#### **Diseño y emisión de programas semipresenciales**

En el año 2005 la Fundación Manuel Mejía terminó el diseño de contenidos de cuatro Programas para ser emitidos bajo la Modalidad



Semipresencial. Cada programa está estructurado bajo un sistema modular lo cual permite orientar una capacitación por cada módulo o por el programa completo.

Estos programas son: Seguridad Alimentaria «Volvamos a Mercar en la Finca»; Gestión Integral hacia la Calidad del Café; Asociatividad y; Gestión Administrativa y Financiera de la Empresa Agropecuaria. En el segundo semestre se realizó la capacitación de los tutores que acompañarán el Pilotaje del Programa de Seguridad Alimentaria con 100 productores cafeteros del Corregimiento de San Diego, Municipio de Samaná, Departamento de Caldas. Para este pilotaje, que se realiza mediante convenio firmado entre la Red de Solidaridad Social, el Comité Departamental de Cafeteros de Caldas y la Fundación Manuel Mejía, cada estudiante recibe y se le hace acompañamiento para la capacitación en cinco temas específicos: Los recursos de mi finca; construcciones rurales; mejoramiento de cría de especies menores; establecimiento de cultivos y; Agroindustria. Los demás programas ya tienen los módulos listos para iniciar su pilotaje.

### **Programa escuela y café**

Durante el año se capacitaron 188 personas, distribuidas entre docentes y directivos de establecimientos educativos y extensionistas de los Comités Departamentales de Cafeteros de Cauca, Cesar – Guajira, Cundinamarca, Huila, Magdalena y Nariño. El objetivo de este proceso fue orientar y afianzar el proceso pedagógico en el cual se enmarca el «Proyecto Escuela y Café», motivar a los docentes, directivos y estudiantes para que se apropien y fortalezcan el proyecto en sus instituciones y con sus comunidades educativas.

En los departamentos en los que se realizó seguimiento al programa, se visitaron y asesoraron los proyectos pedagógicos productivos tanto institucionales como estudiantiles, propios del proyecto «Escuela y Café» de cada institución; y en los departamentos donde se llevó a cabo la

inducción al programa, se identificaron diferentes estrategias educativas que permitieran la participación activa de la Comunidad educativa en cada institución.

Por su parte, los Comités de Norte de Santander, Valle del Cauca y Magdalena contaron con la asesoría pedagógica de la Fundación para la adaptación de los Módulos de Escuela y Café a sus regiones.

### **Programa de atención a giras en el centro educativo**

En el Centro Educativo de la Fundación Manuel Mejía, ubicado en la Vereda Quiebra de Naranjal del Municipio de Chinchiná, se atendieron 1.238 personas provenientes de 16 departamentos del país, mediante programas integrales que incluyen capacitación en diferentes áreas agropecuarias como tecnología del cultivo del café, beneficio del café y manejo de subproductos, Economía Cafetera, cultivos de diversificación, cafés especiales, proyectos pedagógicos productivos y Sociedades Agrarias de Transformación (SAT) y 599 personas atendidas que usaron las instalaciones para hospedaje y alimentación.

### **Programa de gerencia humanizada de unidades productivas agropecuarias**

Este programa se realizó con apoyo de los recursos de Cooperación Española y la Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, AECI-FAES; en convenio con la Federación Nacional de Cafeteros. La Fundación Manuel Mejía, es la institución encargada de brindar, durante dos meses, la formación requerida para que los participantes puedan desarrollar en su predio un proyecto productivo sostenible y acorde a la vocación agrícola de su localidad.

El objetivo primordial del programa es brindar a jóvenes entre los 17 y 30 años de edad, de escasos recursos económicos, habitantes de la zona



rural cafetera, capacitación empresarial con visión humanística, técnica y administrativa de la producción de alimentos, que les permita desarrollarse como personas productivas, organizadas y solidarias, en un ambiente de participación y convivencia pacíficas.

El programa se adelantó en dos fases: la primera comprende la capacitación en la Fundación Manuel Mejía, en la cual por un período de dos meses, los estudiantes tuvieron una participación activa en las experiencias de aprendizaje propias de las diferentes áreas de formación, la formulación del proyecto productivo a desarrollar en la segunda Fase, tomando como base las características de su finca y su región, y la formulación de estrategias para llevar a cabo acciones para la multiplicación del conocimiento recibido a un número no menor de 10 familias en cada una de las comunidades.

En la segunda fase los participantes regresaron a sus localidades y en un término máximo de seis (6) meses desarrollaron el proyecto productivo y el proyecto social formulados durante su permanencia en la Fundación.

Cada beneficiario recibió un incentivo para la puesta en marcha de su proyecto productivo, equivalente al valor de un salario mínimo mensual, en insumos, materiales y suministros; y cuenta con la asistencia técnica, la supervisión y el seguimiento por parte del servicio de extensión del Comité Departamental de Cafeteros.

Una vez cumplido el proceso el participante recibió la correspondiente certificación por parte de la Fundación Manuel Mejía.

En el año 2005, en el marco de este convenio se atendieron en el Centro Educativo de la Fundación durante dos meses 87 estudiantes provenientes de la zona rural de los departamentos de Antioquia (22); César-Guajira (4); Cundinamarca (11); Santander (17); Tolima (15) y; Valle de Cauca (18), quienes como producto de la capacitación formularon los proyectos productivos y sociales.

En cuanto a la formulación de proyectos productivos se obtuvieron 82, clasificados en las siguientes áreas: agrícola, con propuestas de producción de Hortalizas, Arveja, Frijol – Maíz y Lulo, y pecuaria en la explotación Piscícola, Porcina, y de Aves. Respecto a los proyectos sociales de acción multiplicadora, el de mayor ocurrencia fue el de capacitación a la comunidad en el establecimiento de huertas caseras con agricultura limpia.

Apoyo al proceso de construcción del plan estratégico educativo cafetero (PEEC) de la Federación Nacional de Cafeteros

A partir de la elaboración de un diagnóstico de la situación del sistema educativo del país y en particular de los hogares cafeteros, así como de la educación que se ofrece a la población rural colombiana, la Fundación Manuel Mejía, en conjunto con la Gerencia Técnica de la Federación y delegados de ocho Comités Departamentales, elaboró la propuesta para el «Plan Estratégico Educativo Cafetero 2006-2010».

El PEEC, de una parte, busca fundamentalmente precisar el rol de la Federación en materia educativa, Clarificar el rol de la Federación permite unificar propósitos, programas y proyectos, uniformar prioridades, y alcanzar de manera unificada el objetivo estratégico planteado en el Plan Estratégico de la Federación. De otra parte, el PEEC tiene como propósito el mejoramiento de las condiciones de educabilidad de los caficultores y trabajadores cafeteros, lo cual apunta directamente al objetivo estratégico de dicho Plan. Para ello se establecen una serie de líneas de acción, programas y proyectos.

### **Programa Gremio Cafetero, motor de convivencia**

#### **Convenio FNC–Oficina del Alto Comisionado para la Paz**

Atendiendo a un llamado de la Presidencia de la República, por conducto de la Oficina del alto Comisionado para la Paz, se firmó en 2004 un



rural cafetera, capacitación empresarial con visión humanística, técnica y administrativa de la producción de alimentos, que les permita desarrollarse como personas productivas, organizadas y solidarias, en un ambiente de participación y convivencia pacíficas.

El programa se adelantó en dos fases: la primera comprende la capacitación en la Fundación Manuel Mejía, en la cual por un período de dos meses, los estudiantes tuvieron una participación activa en las experiencias de aprendizaje propias de las diferentes áreas de formación, la formulación del proyecto productivo a desarrollar en la segunda Fase, tomando como base las características de su finca y su región, y la formulación de estrategias para llevar a cabo acciones para la multiplicación del conocimiento recibido a un número no menor de 10 familias en cada una de las comunidades.

En la segunda fase los participantes regresaron a sus localidades y en un término máximo de seis (6) meses desarrollaron el proyecto productivo y el proyecto social formulados durante su permanencia en la Fundación.

Cada beneficiario recibió un incentivo para la puesta en marcha de su proyecto productivo, equivalente al valor de un salario mínimo mensual, en insumos, materiales y suministros; y cuenta con la asistencia técnica, la supervisión y el seguimiento por parte del servicio de extensión del Comité Departamental de Cafeteros.

Una vez cumplido el proceso el participante recibió la correspondiente certificación por parte de la Fundación Manuel Mejía.

En el año 2005, en el marco de este convenio se atendieron en el Centro Educativo de la Fundación durante dos meses 87 estudiantes provenientes de la zona rural de los departamentos de Antioquia (22); César-Guajira (4); Cundinamarca (11); Santander (17); Tolima (15) y Valle de Cauca (18), quienes como producto de la capacitación formularon los proyectos productivos y sociales.

En cuanto a la formulación de proyectos productivos se obtuvieron 82, clasificados en las siguientes áreas: agrícola, con propuestas de producción de Hortalizas, Arveja, Frijol – Maíz y Lulo, y pecuaria en la explotación Piscícola, Porcina, y de Aves. Respecto a los proyectos sociales de acción multiplicadora, el de mayor ocurrencia fue el de capacitación a la comunidad en el establecimiento de huertas caseras con agricultura limpia.

Apoyo al proceso de construcción del plan estratégico educativo cafetero (PEEC) de la Federación Nacional de Cafeteros

A partir de la elaboración de un diagnóstico de la situación del sistema educativo del país y en particular de los hogares cafeteros, así como de la educación que se ofrece a la población rural colombiana, la Fundación Manuel Mejía, en conjunto con la Gerencia Técnica de la Federación y delegados de ocho Comités Departamentales, elaboró la propuesta para el «Plan Estratégico Educativo Cafetero 2006-2010».

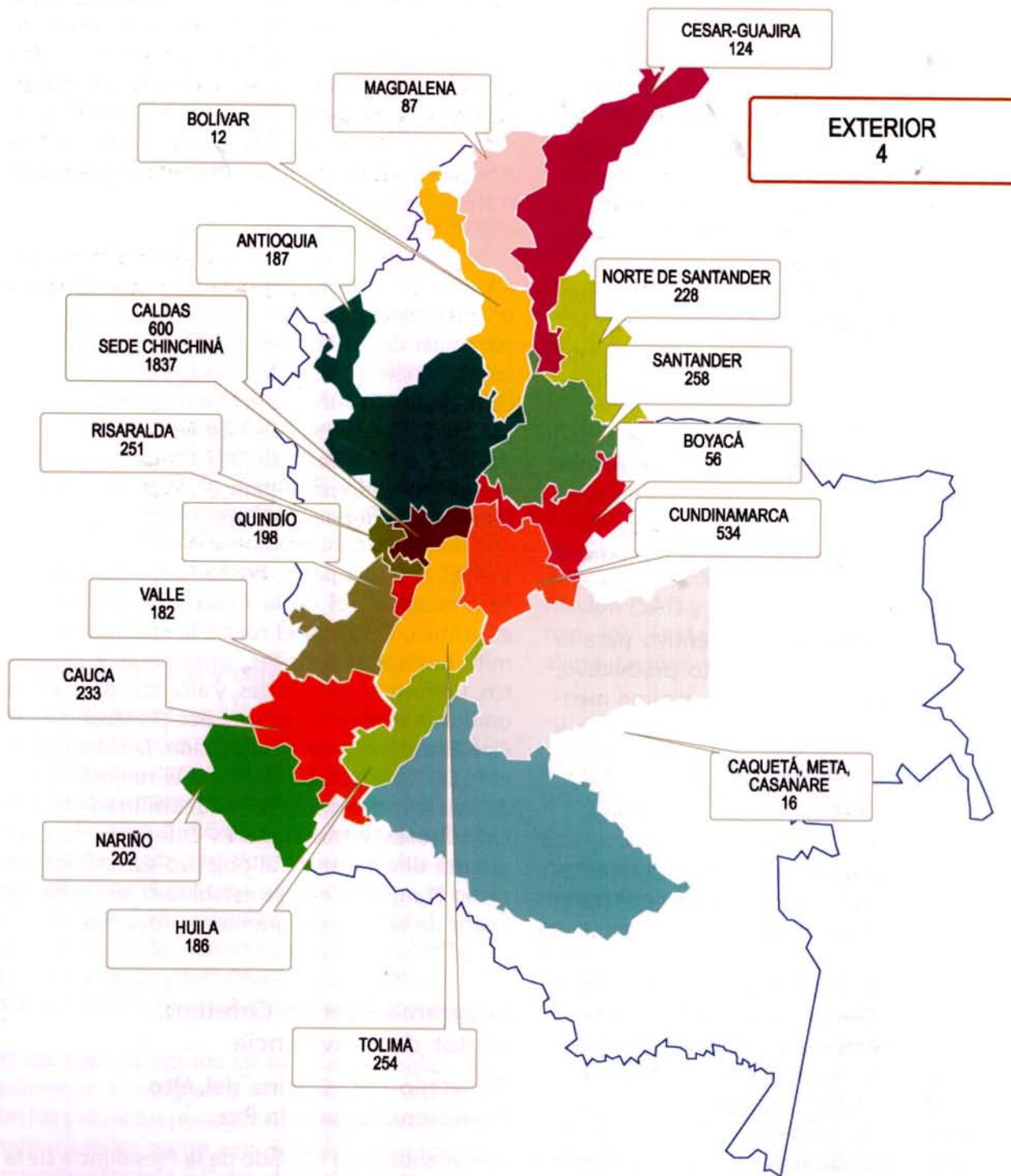
El PEEC, de una parte, busca fundamentalmente precisar el rol de la Federación en materia educativa, Clarificar el rol de la Federación permite unificar propósitos, programas y proyectos, uniformar prioridades, y alcanzar de manera unificada el objetivo estratégico planteado en el Plan Estratégico de la Federación. De otra parte, el PEEC tiene como propósito el mejoramiento de las condiciones de educabilidad de los caficultores y trabajadores cafeteros, lo cual apunta directamente al objetivo estratégico de dicho Plan. Para ello se establecen una serie de líneas de acción, programas y proyectos.

### **Programa Gremio Cafetero, motor de convivencia**

#### **Convenio FNC–Oficina del Alto Comisionado para la Paz**

Atendiendo a un llamado de la Presidencia de la República, por conducto de la Oficina del alto Comisionado para la Paz, se firmó en 2004 un

## Ubicación geográfica de la intervención de la Fundación Manuel Mejía en el año 2005





convenio de cooperación interinstitucional, en el cual la Federación se ha comprometido a sensibilizar a los caficultores en resolución pacífica de conflictos, con el fin de que se convirtieran en Promotores de Convivencia.

En la primera fase que se realizó entre julio de 2004 y mayo de 2005 se capacitaron 100.000 miembros de la comunidad cafetera. La segunda fase, que arrancó en junio de este año, va hasta abril del 2006 y pretende formar a 74.000 promotores de convivencia adicionales. La población objetivo de este convenio incluye: la dirigencia Gremial, los caficultores y sus familias, el Servicio de Extensión, Empleados de Oficina Central, Almacafé y Comités de Cafeteros, Cooperativas y empresas del gremio, trabajado-

res del sector cafetero, población y autoridades de las zonas de influencia de la Federación Nacional de Cafeteros.

Las actividades de sensibilización se han realizado con la acción de los miembros del Servicio de Extensión, quienes obran como dinamizadores y promotores del proceso en los 16 departamentos productores y en los Territorios Especiales, así como en las entidades del gremio. El Cuadro 8 muestra los resultados de Capacitación en cada región durante la ejecución de la primera fase.

El Cuadro 9 muestra la meta de Capacitación en cada región para la segunda fase que cierra en abril de 2006.

**Cuadro 8. Informe de Cierre Fase I  
Gremio Cafetero Promotor de Convivencia**

DEPTO.	Meta a marzo 2005 (No. personas capacitadas)	Planillas Reportadas (No. personas capacitadas)	Porcentaje de Cumplimiento
Antioquia	18.655	13.707	73
Boyacá	2.496	2.532	101
Caldas	7.608	9.685	127
Cauca	15.004	14.986	100
Cesar Guajira	1.160	1.379	119
Cundinamarca	8.411	8.438	100
Huila	11.463	17.110	149
Magdalena	1.568	975	62
Nariño	5.332	3.273	61
Norte de Santander	3.672	3.233	88
Quindío	1.306	2.489	191
Risarlada	4.598	6.680	145
Santander	5.933	4.561	77
Tolima	11.721	10.127	86
Oficina Coordinadora	1.047	825	79
Taller de Coordinadores	35	35	100
<b>Total Meta acumulada</b>	<b>100.009</b>	<b>100.035</b>	<b>100</b>



Cuadro 9. Meta concertada para Fase II Convivencia

Comité	Primera Etapa (junio octubre)		Segunda Etapa (noviembre - abril)		Total	
	Cantidad (No. personas capacitadas)	%	Cantidad (No. personas capacitadas)	%	Cantidad	%
Antioquia	6.000	15	4.000	11	10.000	13
Boyacá	500	1	1.000	3	1.500	2
Caldas	4.000	10	2.000	6	6.000	8
Cauca	5.000	13	5.000	14	10.000	13
Cesar - Guajira	600	2	400	1	1.000	1
Cundinamarca	2.500	6	3.000	9	5.500	7
Huila	5.000	13	5.000	14	10.000	13
Magdalena	400	1	300	1	700	1
Nariño	900	2	1.800	5	2.700	4
Norte de Santander	2.000	5	1.000	3	3.000	4
Quindío	700	2	800	2	1.500	2
Risaralda	2.000	5	2.000	6	4.000	5
Santander	1.200	3	800	2	2.000	3
Tolima	7.000	18	3.000	9	10.000	13
Valle	1.000	3	4.000	11	5.000	7
Oficina Coordinadora	600	2	400	1	1.000	1
Oficina Central	200	1	400	1	600	1
<b>Total</b>	<b>39.600</b>	<b>100</b>	<b>34.900</b>	<b>100</b>	<b>74.500</b>	<b>100</b>

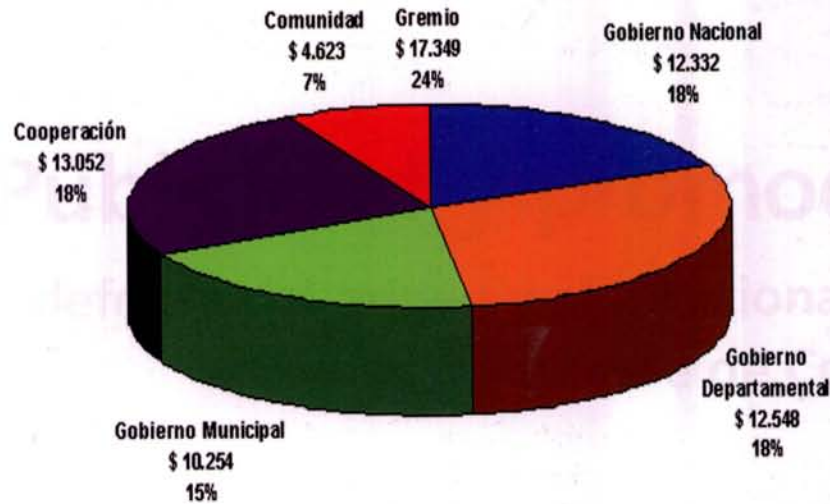
### Programas de Inversión Social para el Desarrollo y Bienestar

Con el fin de contribuir con el objetivo de generar un mayor bienestar para los caficultores colombianos, el gremio ha apalancado con el apoyo del Gobierno Nacional y Regional, la Cooperación Internacional y Nacional, así como la comunidad, numerosos programas que impulsan el bienestar social y el desarrollo de los habitantes de las zonas cafeteras. Durante 2005, incluyendo los programas que cada Comité Departamental desarrolla, se han ejecutado recursos por cerca de \$121 mil millones de pesos en los diferentes proyectos de inversión social, esperándose terminar el año con ejecuciones cercanas a los \$196 mil millones, Figura 4.

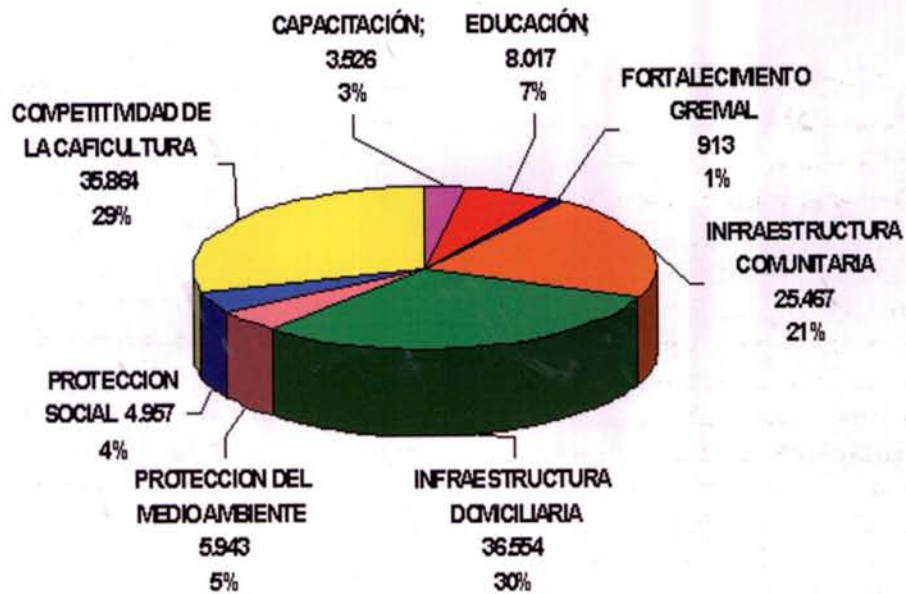
Las familias cafeteras y sus zonas de influencia han recibido este beneficio en programas de educación, capacitación, fortalecimiento gremial, infraestructura comunitaria, infraestructura domiciliaria, protección del medio ambiente, protección social y competitividad de la caficultura, entre otros. Es importante resaltar la participación de proyectos que fortalecen la caficultura como la calidad del café, los cafés especiales, la renovación y la diversificación del ingreso a través de seguridad alimentaria y cultivos de diversificación. Por otra parte la inversión en proyectos de infraestructura domiciliaria entre los cuales se encuentra el mejoramiento de vivienda, secaderos, beneficiaderos, acueductos, electrificación, etc.



**Gráfica 4. Ejecución Proyectos de Inversión Social Comités Departamentales. Enero - octubre de 2005**



**Gráfica 5. Programas de Inversión Social Comités Departamentales Enero - octubre de 2005**



## CAPÍTULO V

# Publicidad y promoción: en defensa del origen y el posicionamiento del café de Colombia







**E**n el curso del 2005 se consolidó la aplicación de la nueva arquitectura marcaria y de la política de licenciamiento de las marcas del Fondo Nacional del Café. Durante este periodo se reanudó el licenciamiento del Logo Tradicional Café de Colombia como marca-ingrediente y, acorde con la Arquitectura de Marcas, se estableció el procedimiento de licencia de marca-producto para proyectos de valor agregado.

Así mismo, y con el fin de mantener el objetivo estratégico de defender el origen, la Federación fue la primera entidad en obtener el reconocimiento del Café de Colombia como la primera Denominación de Origen colombiana. Esfuerzo que se replicó para la Unión Europea, donde dicho registro está en trámite.

Los anteriores avances en la estrategia marcaria estuvieron soportados por un activo programa de comunicaciones asociado con la marca Juan Valdez®.

La apertura de nuevas tiendas de café Juan Valdez en el exterior, la inauguración de la gigantesca valla en Nueva York para publicitar al Café de Colombia y la elección de Juan Valdez como el personaje publicitario más apreciado de la Semana de la Publicidad 2005 en Estados Unidos se constituyeron en los elementos más notables, desde el punto de vista de comunicaciones y publicidad, del año que transcurre.

Durante el año 2005 también se realizaron los estudios de reconocimiento e identificación de las marcas del Fondo Nacional del Café, así como la identificación de los atributos de las mismas. Dichos estudios, así como los resultados del estudio que dio origen a la Nueva Arquitectura Marcaria, dejaron en evidencia la necesidad de adaptar el futuro rol del personaje Juan Valdez y su importancia para el portafolio de marcas.

En este sentido se llevaron a cabo intensas jornadas de trabajo para estructurar la futura estrategia de comunicaciones de este personaje publicitario.

## Avances Implementación política marcaria

Con el fin de proteger los intereses del Fondo Nacional del Café y de los caficultores nacionales en torno a su portafolio de marcas, y acogiendo los elementos de política marcaria aprobados por el Comité Nacional, se implementó un nuevo proceso de licenciamiento con parámetros objetivos tanto para la licencia de la marca Juan Valdez® como marca-producto, como para el Logo Café de Colombia® como marca-ingrediente.

Para el caso del licenciamiento del Logo como marca-ingrediente, uno de los elementos centrales del Programa 100% Colombiano, el Comité de Marcas presidido por el Gerente General, aprobó la reanudación del otorgamiento de licencias bajo los siguientes parámetros:

1. Se mantiene el esquema básico del Programa: reporte de compras, aprobación de empaques, reporte de ventas, envío de muestras trimestrales.
2. Se introduce un esquema de licencia por marca/ territorio donde se otorga el uso del Logo para determinadas marcas en territorios definidos, eliminando las licencias indefinidas.

Para el licenciamiento de la marca Juan Valdez® como marca producto, se ha venido implementando la metodología aprobada por el Comité Nacional para el cálculo de regalías por el uso de la marca. Adicionalmente se ha implementado un estricto control en cuanto a aplicación, calidad del producto, verificación de reportes y cumplimiento de cláusulas contractuales para cada uno de los licenciarios. Actualmente existen cuatro contratos de licencia para uso de la marca Juan Valdez® como marca-producto en las siguientes aplicaciones: Tiendas de Café, Extractos de Café y PODS. Adicionalmente se firmó un contrato de licencia del Logo Café de Colombia para un proyecto en maquinas Vending de valor agregado con la fir-

ma española Serventa S.A. que también incluye el pago de regalías a favor del Fondo Nacional del Café.

Como consecuencia directa de los cambios de política marcaria y de su efectiva implementación, se ha generado un valor agregado significativo al Fondo Nacional del Café. En lo corrido del año 2005 se facturó, a favor de dicho Fondo, cerca de 1,640 millones de pesos, adicionales a los ya conocidos beneficios que genera la estrategia de mercadeo y diferenciación liderada por la Federación.

Cabe destacar que esta cifra no incluye otros beneficios de mucha mayor importancia, tales como el valor agregado en publicidad y posicionamiento que generan los licenciarios y en particular las Tiendas de Café Juan Valdez, y el apoyo a la prima del café colombiano derivado de la demanda específica generada por el Programa 100% Colombiano.

### **Ejecución y administración de licencias**

El estricto control del proceso de licenciamiento y la implementación del mismo en consistencia con la Arquitectura Marcaria es una estrategia de apoyo fundamental para el desarrollo comercial de las marcas, consolidando de esta forma el posicionamiento del café colombiano y generando mayor valor para los caficultores nacionales. En ese sentido la Federación diseñó un sistema administrativo para controlar los diferentes aspectos asociados con la ejecución de los contratos de licenciamiento, denominado colombiancoffee.net, que permite tener la información actualizada de los 102 contratos de licencia de marca vigentes a la fecha, que cobijan un total de 992 marcas de terceros que llevan el Logo tradicional de Café de Colombia o la marca Juan Valdez. Dicho sistema constantemente se adecua a las necesidades de administración y control de dichos licenciarios.

En materia de control de marcas 100% colombiano las actividades han sido intensas. Se utili-

zan los servicios de diferentes empresas nacionales e internacionales para la recolección de muestras en diferentes mercados del mundo. Adicionalmente, se contrataron especialistas en catación en diferentes continentes con el fin de evaluar la calidad de las muestras recolectadas y aquellas enviadas por los licenciarios. Como resultado de estas acciones, durante el año 2005 y hasta finales de octubre se han catado, documentado y analizado un total de 1,118 muestras de las cuales cerca del 15% han sido recolectadas en diferentes mercados con muestreos aleatorios.

Especial atención merece el trabajo asociado con la defensa del origen y de los registros marcarios propiedad del Fondo Nacional del café en más de 80 jurisdicciones. El protagonismo y liderazgo de las marcas asociadas con el café colombiano genera sin duda interés por terceros de utilizar para beneficio propio tanto dominios de Internet como usos marcarios comerciales que sean confundibles o parecidos a las marcas del Fondo Nacional del Café. Se presentan registros incluso alegóricos al Logo Tradicional, es el caso entre muchos otros de la solicitud de marca en Colombia de la frase «Café Juan Montes Colombia», con la clara intención de aprovechar los esfuerzos de la institucionalidad cafetera en el posicionamiento del café colombiano para beneficio particular. Sobre estas acciones la Federación ha tomado una posición agresiva en defensa de los intereses del caficultor colombiano, y ha venido estableciendo posiciones y obteniendo triunfos en diversas jurisdicciones para prevenir este tipo de abusos.

Para llevar a cabo esta labor se contratan servicios de vigilancia tanto de solicitudes de registros marcarios como de registros de dominios en Internet que puedan ser incompatibles con las marcas de la institucionalidad cafetera en diferentes países. Una vez detectados los casos, se inician las acciones de oposición o de reclamaciones directas en las que se agotan las etapas prejudicial o judicial en los casos en los que se requiere, evitando así que terceros se apropien para su uso exclusivo, vía registros



marcarios, de frases que incluyan o palabras idénticas o similares a café colombiano, Juan Valdez o Buendía, para citar los casos más frecuentes.

En desarrollo de estas labores, en el curso del 2005 se ganaron varios procesos a favor de Federación que incluyen la oposición al registro de la marca «Buendía comienza con energía» en Panamá para café y la oposición del depósito del nombre comercial «Juan Valdez» en El Salvador, «Colombian Coffee Shop 'Él Tinto'» en Estados Unidos. Acciones similares han evitado el registro de, entre otras, la marca «Mrs. Valdez» en Canadá, la marca «Café Colombia, de la tierra de Juan Valdez» en Estados Unidos y el uso de elementos gráficos similares al Logo de Café de Colombia ® en tarjetas telefónicas en Estados Unidos y en artesanías en Colombia.

Adicionalmente en el tema de registro de dominios se logró la transferencia de la propiedad de los dominios:

colombiancoffeeshop.com  
juanvaldescafe.com  
colombiangourmetcoffee.com  
columbiangourmetcoffee.com  
colombiancoffeewholesale.com

entre otros, a favor del Fondo Nacional del Café.

### **Denominación de Origen: un gran paso en la defensa del origen**

Es bien sabido que uno de los intereses estratégicos de la industria tostadora es evitar la dependencia de un origen único con el fin de mantener el mayor grado de flexibilidad posible de su suministro y aumentar su capacidad de negociación. Conscientes de la necesidad de reforzar el Programa 100% Colombiano con una estrategia de defensa y consolidación del origen más sofisticada, la Federación avanzó significativamente en el último año en las actividades encaminadas a la defensa y posicionamiento del origen Colombia en el mercado



mundial. El esfuerzo más importante se dio en la gestión para la obtención de la denominación de origen Café de Colombia.

Después de un largo proceso de acopio y codificación de información y de análisis tanto de las regulaciones nacionales como internacionales sobre la materia, la Federación como la entidad representativa de los caficultores y encargada de proteger la reputación del café colombiano, presentó a finales del 2004 la solicitud ante las autoridades colombianas competentes para el reconocimiento oficial de Café de Colombia como una Denominación de Origen.

Con dicho reconocimiento, otorgado por la Superintendencia de Industria y Comercio en Marzo del 2005, la Federación Nacional de Cafeteros adquiere una herramienta adicional para la protección del buen nombre y reputación asociados con el Café de Colombia, defendiendo los esfuerzos de posicionamiento y diferenciación realizados por los caficultores nacionales a lo largo de los años. Cabe además destacar que el reconocimiento por parte de la Superintendencia incorpora la representatividad de la

Federación como vocera legítima de los productores nacionales de café para el desarrollo de futuras denominaciones asociadas con el café colombiano.

De forma consistente con esta estrategia, en Junio del 2005 se presentó ante la Comisión Europea, y por conducto del Gobierno Nacional, la solicitud de reconocimiento del Café de Colombia como Denominación de Origen Protegida en el territorio de los 25 países que conforman la Unión Europea. Es importante resaltar que así como el trámite ante las autoridades colombianas consolidó al Café de Colombia como el primer producto nacional en obtener dicho distintivo por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio, la solicitud presentada ante las autoridades europeas también se constituye en la primera solicitud de un producto de un país no-miembro de la Unión Europea.

La aprobación de esta solicitud será un gran paso para la caficultura colombiana hacia la defensa del origen en países consumidores, y una valiosa herramienta de diferenciación y posicionamiento ante el consumidor europeo.

La Denominación no solo proporciona un marco legal y estricto de defensa y protección, del Café de Colombia, sino que facilita el acceso del producto a mercados nacionales e internacionales, y se convierte en un elemento diferenciador entre el origen colombiano y el café de otros orígenes. Para los consumidores la Denominación equivale a una guía en la búsqueda, adquisición e identificación del producto, reforzando la demanda hacia el origen Colombia y consolidando así el incremento de los precios relativos pagados por el café colombiano, es decir la prima que se le reconoce. Para los tostadores se constituye en un elemento de diferenciación que les permite un mejor posicionamiento de sus marcas. En ese sentido, en reuniones llevadas a cabo con la industria torrefactora nacional en el presente año, la estrategia de Denominación de Origen liderada por la Federación fue reconocida como una impor-

tante estrategia para elevar la competitividad de la industria cafetera colombiana en el futuro.

## **Desarrollo y protección de la propiedad intelectual**

Teniendo en cuenta la necesidad de mantener la competitividad de la caficultura colombiana para apoyar la defensa del origen y justificar el posicionamiento del café en el mercado, se realizaron grandes avances en otros frentes de la Propiedad Intelectual, encaminados a fomentar la innovación y la protección de los desarrollos tecnológicos y el conocimiento de la organización. Se destacan entre ellos una revisión a fondo de los diferentes temas que tienen que ver con los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial y que desarrollan las diferentes áreas de la organización, incluyendo Comités de Cafeteros, Cenicafé, Almacafé, y la Fábrica de Café Liofilizado. Adicionalmente se ha continuado en el programa de seminarios para actualizar a los científicos y demás personal involucrado en los procesos de innovación sobre los temas relacionados con la Propiedad Intelectual asociados con sus labores.

La Federación se constituye así en una de las empresas pioneras en desarrollar políticas institucionales en torno a los temas relacionados con los Derechos de Autor y con la Propiedad Intelectual en el área de tecnología e innovación. Esta prioridad surge de la necesidad de consolidar una organización que genere y aproveche el conocimiento a favor del productor, sin descuidar la capacidad competitiva del productor colombiano en el futuro.

Con el desarrollo de las políticas de Propiedad Intelectual asociadas con Derechos de Autor, Patentes y Tecnología, se establecerán las bases para adaptar la organización a la llamada economía del conocimiento y establecer las políticas de gestión del conocimiento que se traduzcan en ventajas competitivas perdurables en el tiempo.



## Publicidad y promoción

La apertura de 3 nuevas tiendas Juan Valdez en territorio norteamericano, así como la promoción asociada con los otros negocios de valor agregado como Juan Valdez Pods y Juan Valdez Café Reale, continuó siendo bastante efectiva para generar noticias y publicidad favorable al Café de Colombia y a la marca Juan Valdez. La apertura de la tienda de Seattle en Abril, por ejemplo, generó un cubrimiento que recordó a los consumidores de la región de Seattle, y a escala nacional en Estados Unidos, del compromiso de Juan Valdez con la calidad.

Desde el punto de vista publicitario, la elección de Juan Valdez ® como el personaje publicitario del año 2005 en el marco de la Semana de la Publicidad fue sin duda uno de los éxitos más sobresalientes de los últimos años. El personaje obtuvo más de 200.000 votos, superando am-

pliamente a otros reconocidos íconos en el ambiente publicitario mundial, tales como «Geico the Geko», «Budweiser Clydsdales», «Energizer Bunny» y «Double Mint Twins».

La altísima votación vía Internet demuestra cómo Juan Valdez despierta emociones positivas a un alto número de consumidores en el mundo que decidieron votar por esta marca. Este vínculo emocional, intrínsecamente relacionado con la Federación y los valores que representa, es lo que le da su potencial a la marca para trascender en el tiempo.

Es importante destacar que como consecuencia de esta elección, la marca Juan Valdez tuvo una exposición a más de 31 millones de consumidores en Norteamérica representando en valores publicitarios una inversión equivalente superior a 2 millones de dólares tan sólo en Estados Unidos. Otra acción destacada en el marco de la







estrategia de publicidad fue la inauguración de la valla Juan Valdez en uno de los lugares más famosos y transitados del mundo, Times Square en Nueva York. Se espera que esta valla la vean más de 42 millones de turistas que se estima que pasan cada año por ese sitio de Nueva York, además de los habitantes de esa ciudad que transitan por allí. Con esta valla también se optimiza la inversión publicitaria por medios no tradicionales, consecuente con la política de la actual administración.

Finalmente, durante el presente año la Federación continuó con su programa de incrementar y capitalizar el conocimiento que se tiene de los consumidores en los principales mercados del mundo y su relación con las marcas asociadas con el café colombiano. Esta labor ha permitido planear programas publicitarios más sofisticados y detallados que se comenzarán a implementar en el 2006, en parte financiados por el valor agregado que genera la implementación de la nueva estrategia marcaría.

# CAPÍTULO VI

## Valor Agregado: Del árbol a la taza





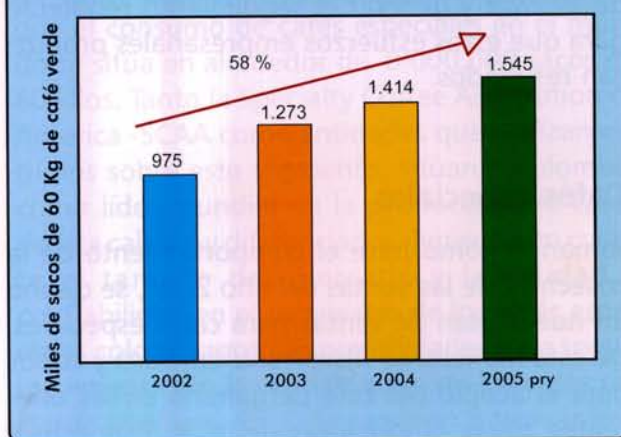


La realidad del mercado mundial de café ha cambiado de forma drástica en la última década. El mercado es cada vez más concentrado, la desaparición de los orígenes es cada vez más fuerte y los consumidores buscan nuevas alternativas innovadoras y con mayor valor agregado. Como consecuencia de estas nuevas tendencias, el valor se aleja cada vez más del cafetal y se acerca a las tazas, lo cual obliga a repensar la estrategia de posicionamiento del café de Colombia. Con este fin, se han impulsado múltiples proyectos que buscan generar un mayor valor para el café de Colombia y mejores ingresos para los caficultores, dentro de los que se destacan los ya conocidos proyectos de cafés especiales y la Fábrica de Café Liofilizado y novedosas iniciativas como las Tiendas Juan Valdez, los Juan Valdez PODS, los extractos de café, las colas de café, entre otros.

Mientras que en 2002, las exportaciones de la institucionalidad cafetera con mayor valor agregado que el café verde estándar fueron del orden de 975.000 sacos de 60 kilos, para el 2005 se estima que esta cifra alcanzará los 1.54 millones de sacos, lo cual implica un incremento en el volumen de ventas en los últimos tres años del 58% y con respecto al año anterior un incremento del 9%, tal como se puede observar en la Figura 1. Estas cifras incluyen no solo el café industrializado en la Fábrica de Café Liofilizado, sino los cafés clasificados como especiales (origen y sostenibles, emerald, types y preparación), los cafés de las Tiendas Juan Valdez, los PODS y las ventas de café diferenciado como el café tipo Europa, los cuales obtienen una prima adicional a la prima del café estándar.

No sólo el volumen es importante. En términos de valor estas ventas de café representan, tanto para los cafeteros colombianos como para su institucionalidad, ingresos sustancialmente mayores que los que se obtendrían si se vendiera este café como verde estándar. Mientras que en el 2002 el valor adicional generado ascendió a \$96,000 millones, en el presente año este valor adicional se acercará a los \$203,000 millones, lo cual implica un crecimiento del 111% en el

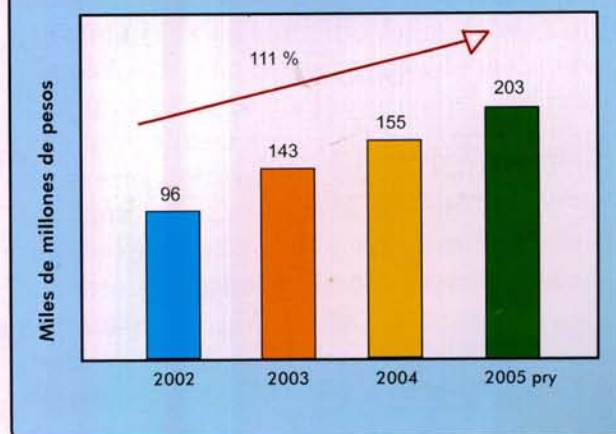
Figura 1. Volumen de ventas de café con valor agregado sobre café estándar



período 2002-2005 y del 31% con respecto a 2004, Figura 2.

Estos avances en la generación de valor son resultado de la capacidad de la institucionalidad y de los cafeteros colombianos de innovar de forma continua aprovechando las nuevas tendencias del mercado. Sin duda, seguimos siendo muy relevantes y muy importantes en la logística y en la operación de café verde, y este sigue siendo el grueso de nuestro negocio, pero hoy en día tenemos presencia a lo largo y ancho de toda

Figura 2. Valor adicional creado con la ventas de café mayor al estándar  
Miles de millones de pesos



la cadena de valor. ¿Y gracias a que? A un patrimonio marcario, una propuesta de valor, un café de altísima calidad, y una capacidad institucional de innovar y generar el seguimiento requerido para que estos esfuerzos empresariales produzcan resultados.

### Cafés especiales

Tomando como base el comportamiento de la cosecha y de las ventas del año 2004, se diseñó un nuevo plan de ventas para cafés especiales. De esta manera, se fijaron sobrepuestos y cupos para el acopio del café pergamino en las diferentes zonas productoras del país. Este nuevo plan de ventas se compartió con las oficinas del exterior para mejorar la gestión de ventas en los mercados norteamericano, europeo y asiático, tanto por cantidades vendidas como por diferenciales o primas de calidad.

Durante 2005 las exportaciones de cafés especiales por parte de la Federación Nacional de Cafeteros se situarán alrededor de los 630.000 sacos de 60 kilos de cafés especiales, 7% por debajo de lo alcanzado en 2004. Cuadro 1.

Esta reducción que se presentó en la categoría de cafés de preparación, los cuales tradicionalmente tienen diferenciales intermedios que se ven muy afectados cuando el precio del café



estándar sube, no afectó la categoría de cafés de origen y sostenibles así como el café excelso del programa Emerald Mountain, los cuales presentaron un crecimiento del 11 y 19% respectivamente en volumen. En tal sentido, se ha logrado fortalecer las exportaciones de cafés sostenibles, a través de un proceso de certifica-

Cuadro 1. Exportaciones de Cafés Especiales por programa - 2004 - 2005

PROGRAMA	2003	2004	2005*	Variación %
	Cantidad (Sacos de 60kg)			
Cafés de Origen y Sostenibles	106.659	132.879	146.815	10,5%
Cafés de Preparación-Emerald	82.250	112.000	132.884	18,6%
Cafés de Preparación-TYPE	245.321	226.158	200.714	-11,3%
Cafés de Preparación-Supremos	108.693	205.521	148.816	-27,6%
<b>TOTALES</b>	<b>542.923</b>	<b>676.558</b>	<b>629.229</b>	<b>-7,0%</b>

\* Cifras preliminares



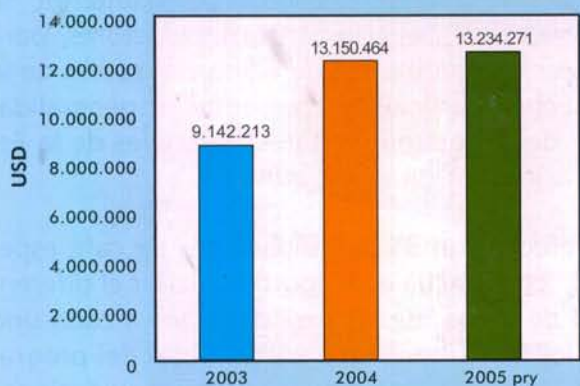
ción de un importante número de fincas en sellos como Rainforest Alliance, Orgánicos, Comercio Justo y Utz Kapeh.

El valor agregado generado por el programa de cafés especiales de la Federación se mantuvo en el año 2005, pasando de US\$ 13.15 millones en 2004, a US\$ 13.23 millones en 2005 (Figura 3). En pesos, sin embargo, el valor agregado pasó de \$34.536 millones en 2004, a \$30.715 millones en 2005, una reducción que obedece principalmente a la marcada revaluación presentada en el mismo periodo.

En tal sentido, es importante resaltar que a pesar del alza en los precios del café estándar, se logró mantener el diferencial promedio. En efecto, en 2005 el diferencial de venta promedio fue de 17.34 centavos de dólar por libra, superior en un 21% al diferencial promedio del año 2004.

Los principales destinos de los cafés especiales exportados por la Federación Nacional de Cafeteros en su orden son: Japón, Estados Unidos, en menor proporción Bélgica, Italia, Reino Unido y España. Durante el año 2005 se concretaron negocios con clientes tradicionales, y se logró cerrar negocios con clientes nuevos, tomando mucha fuerza las ventas de cafés sostenibles certificados Rainforest Alliance y Orgánicos.

**Figura 3. Valor agregado del programa de Cafés Especiales**



## Programas de promoción

De acuerdo con información de la última Feria de Cafés Especiales de Norteamérica, se estima que el consumo de cafés especiales en el mundo se sitúa en alrededor de 8'000.000 sacos de 60 kilos. Tanto la Specialty Coffee Association of America -SCAA como entidades que realizan estudios sobre este segmento, sitúan a Colombia como líder mundial en la producción de cafés de alta calidad y diferenciados. Teniendo en cuenta el tamaño del mercado y la calidad y confiabilidad en el suministro de los cafés especiales colombianos, las posibilidades para seguir incrementando la participación de los cafés del Fondo Nacional del Café son bien interesantes.

En este contexto, desde el año 2004, la Federación inició importantes esfuerzos de promoción de los cafés especiales. Es así como para el año 2005 participó en las Ferias de Cafés Especiales de Japón, en la Feria de la SCAA celebrada en la ciudad de Seattle durante el mes de abril y en la Feria de Cafés Especiales de Europa celebrada en Atenas. La participación en las ferias, así como la visita de algunos clientes y organizaciones dedicadas a promover el consumo de café de alta calidad, han permitido dar a conocer tanto el programa de Cafés Especiales como las zonas productoras.

Con el propósito de fortalecer el Programa de Cafés Especiales, se han financiado diferentes actividades contempladas en el Plan Estratégico, a través de los recursos asignados en el Programa de Cafés Especiales y Aseguramiento de la Calidad. Es así como por primera vez Colombia realizó la competencia Taza de la Excelencia con un total de 280 lotes inscritos, 60 finalistas y 25 lotes subastados, para los cuales se obtuvo un precio de venta promedio de 6,05 dólares por libra, y un precio record para el lote ganador de 19,10 dólares por libra. En el mes de septiembre se realizó la segunda etapa del este concurso, con un total de 771 lotes inscritos, de los cuales 33 lotes fueron subastados, logrando un precio de 16,25 dólares la libra para el lote ganador.

Sin duda, la participación en competencias como la Taza de la Excelencia ha fortalecido la imagen de alta calidad del Café de Colombia, en los mercados más exigentes del mundo, y ha motivado a los productores a mejorar sus prácticas de cultivo y beneficio, para asegurar la calidad de su café.

Este tipo de actividades confirma el reconocimiento de Colombia como un importante actor en el mercado de los cafés diferenciados.

### **Acopio del café, organización de las comunidades y transferencia de sobreprecio**

Durante el presente año, se logró una depuración de los programas que venían operando. Se consolidaron 64 programas de Cafés Especiales distribuidos en la totalidad de Departamentos cafeteros del país. Se elaboraron las fichas técnicas y los perfiles de taza, herramienta que se ha constituido en un valioso apoyo a la labor de venta tanto en la Oficina Central, como en las Oficinas del Exterior.

Se definió un cupo de compra total de cafés especiales de aproximadamente 70 millones de kilos de pergamino seco para abastecer los 64 programas que se tienen en las distintas regiones productoras. Las bonificaciones iniciales para el acopio de cafés de alta calidad, que ingresen por las líneas de compras de Cafés Especiales oscilan entre \$30.000 y \$120.000 por carga de 125 kilos de café pergamino seco.

Es importante destacar que durante lo corrido del año 2005 se logró la certificación de 40 programas con el sello Rainforest Alliance en los Departamentos de Antioquia, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila y Valle. Para el segundo semestre del presente año se espera obtener dicho certificado para una oferta potencial de 28.000 sacos de 70 kilos de café excelso, cantidades que se encuentran vendidas en su totalidad.

De otra parte se vienen promoviendo programas de caficultura orgánica en los Departamentos de Cauca, Cundinamarca, Tolima y el Valle del Cauca, en la actualidad hay 4 programas en vía de certificación.

En el mes de agosto del año 2005, fue aprobado por Solidaridad Internacional, un proyecto en el que se logró la financiación para certificar 20.000 sacos de café excelso con el sello UTZ Kapeh. Este sello se constituye en una importante alternativa de valor agregado para fincas grandes o medianas, con cafés que no poseen diferenciación en taza.

Una de las certificaciones sostenibles con mayor proyección es la de Comercio Justo. En el año 2004 la Federación Nacional de Cafeteros incursionó en este mercado, y logró la certificación como exportador y apoyó la certificación de 4 grupos de productores.

Se ejecutó el proyecto del Fondo de Inversiones para la Paz, con la dotación de 8 laboratorios de análisis de calidad en la zona del Macizo Colombiano y se dio capacitación al Servicio de Extensión en los Departamentos de Cauca, Nariño, Huila y Tolima, en temas relacionados con comercialización de cafés diferenciados.

Durante el 2004 se presentó a las distintas comunidades, informe de las cuentas correspondientes a la comercialización de la cosecha 2003 - 2004, en el que se resaltó el concepto de transparencia que debe tener el Programa de Cafés Especiales. Como complemento a lo anterior, se visitaron los Departamentos productores, para trazar los parámetros de comercialización de la cosecha 2004 - 2005 y presentar las generalidades del Programa de Cafés Especiales de la Federación Nacional de Cafeteros.

Se efectuaron 35 reliquidaciones de café especial, con las cuales se logró trasladar el diferencial de venta de las exportaciones a cada uno de los caficultores que participaron del programa. Se pagaron sobreprecios por reliquidaciones por \$6.287 millones de pesos, que correspon-



dieron a la reliquidación de 16,4 millones de kilos de café pergamino seco, acopiado en la cosecha 2004. Adicionalmente, se pagaron sobrepuestos al momento de la compra por \$3.938 millones.

### Fábrica de Café Liofilizado

Al finalizar el año se estima que la producción de café liofilizado entregada a bodega será del orden de las 7,200 toneladas, cifra que incluye cafés orgánicos, fair trade y descafeinado. En el año se consumirán 21,024 toneladas de café verde, equivalentes a 350,400 sacos de 60 kg.

Las ventas de café liofilizado durante el año 2005 han tenido un importante desempeño en volumen, no obstante el impacto de los altos precios de las materias primas que motivaron un alza generalizada en los precios de venta y que por consiguiente generaron presiones en el mercado por lo parte de competidores con cafés elaborados con materia prima de menor valor y calidad como los liofilizados de Brasil, Indonesia ó Ecuador.

Para el 2005 las exportaciones serán del orden de las 6,750 toneladas, cifra que significa un crecimiento del orden del 12% respecto a las exportaciones del año anterior. En el mercado nacional las ventas serán del orden de las 170 toneladas, lo que representa un crecimiento del 22% respecto a las ventas del año 2004. Del total de ventas nacionales, 145 toneladas son de marca Buendía®.

Las ventas representarán ingresos del orden de US \$62,000,000. Las utilidades netas estimadas ascenderá a los \$19 mil millones (US \$8,085, 110). El desempeño por mercados se ilustra en el Cuadro 2.

En consecuencia, los compromisos totales de venta, sin considerar los compromisos promocionales ni los inventarios de maniobra, representarán una utilización del 92% de la capacidad instalada de la Fábrica.

En la actualidad se encuentra en estudio el proyecto para ampliar la capacidad instalada de la Fábrica en 4,200 toneladas adicionales por año.



Cuadro 2. Desempeño por mercados

REGION	Toneladas	%
Europa	4.470	66,2
Norteamérica	1.540	22,4
Asia	420	5,9
Otros mercados	200	3,0
Colombia	170	2,5
<b>Total</b>	<b>6.800</b>	<b>100</b>

### Proyecto Buendía®

Uno de los focos estratégicos importantes ha sido la continuidad en el avance de la marca Buendía® a nivel mundial. La búsqueda de canales alternativos, la innovación de producto y el desarrollo de otras acciones apropiadas, han permitido seguir avanzando con dicha marca. De hecho las cifras señalan para el año 2005 unas ventas del orden de las 450 toneladas en todos los mercados, lo que representa un crecimiento del 25% respecto a las ventas del año anterior.

Bajo Buendía® se han venido consolidado los cafés saborizados como productos alternativos aceptados por nuevos consumidores; igualmente el café Buendía® Orgánico ha tenido gran aceptación. La calidad y la excelente presentación de los empaques son argumentos diferencia-dores que ya reconocen los mercados.

Cabe destacar que actualmente se comercializa la marca Buendía® en el Reino Unido, Estados Unidos, Belize, Japón, Ecuador, España, Turquía y Kazakhstan.

### Proyectos de grandes superficies

El desarrollo de los otros proyectos de marca a nivel mundial ha sido igualmente notorio y puede decirse que, acorde con la altura de la marca Café de Colombia®, se ha consolidado la estra-

tegia de surtir bajo marca propia a las grandes cadenas mundiales de supermercados.

Durante 2005 se trabajó en la consolidación de las relaciones comerciales con clientes compradores de nuestro producto a granel y Marca Privada con énfasis en la cadena Wal Mart y Sams en Canadá, Estados Unidos y México. Así mismo se hicieron esfuerzos en la consolidación de proyectos con las compañías Whole Foods, Bustelo y Werstern Family. Lo anterior con el fin de buscar la presencia del café liofilizado en un mayor número de puntos de venta.

La presencia del café Buendía en los Estados Unidos en áreas de influencia hispana ha crecido especialmente en los Estados de California, La Florida, Nueva York, New Jersey y Conneticut. Para tal efecto se aumentaron las promociones con los supermercados mediante la utilización de degustaciones y material POP.

Actualmente se tiene un excelente desempeño en Wal Mart y Sam's Club en México donde están llegando cerca de 300 toneladas anuales. Próximamente se ingresará en Wal Mart Canadá y Sam's USA. Asimismo hay una destacada presencia en la cadena ASDA subsidiaria de WalMart en el Reino Unido, con un producto fairtrade.

Sin duda, la generación y desarrollo de nuevos negocios de Marca Privada en los Estados Unidos con clientes líderes en el segmento *retail*, ha sido una estrategia que se llevó a cabo exitosamente en 2005. La intención es desarrollar esta línea de negocio no solo en Estados Unidos, México y Canadá sino a escala global.

En cuanto a las acciones adelantadas en California se aumentó la distribución de café y se llegó, en total, a 300 puntos de venta, entre las cadenas de mayor importancia por su número se encuentra Food For Less, supermercado que hace parte del grupo Krogers, quienes cuentan con 138 tiendas en el sur de California y La Vegas.

En New York y New Jersey, durante 2005 se incrementaron las actividades promocionales en



las tiendas en donde actualmente se vende el producto, para lo cual se desarrollaron eventos tendientes al posicionamiento de marca adelantando la estrategia push.

Como resultado positivo de las actividades promocionales en el área de Nueva York y el mayor reconocimiento de la marca las tiendas gourmet de reconocimiento entre los neoyorquinos han empezado a ofrecer el café liofilizado con la marca Buendía, con resultados en ventas muy positivos tal es el caso de Zabars, Fairway, Stewleornards entre otros.

Adicionalmente, se amplió la distribución en el área de Nueva York vía A&G trading, compañía responsable de las relaciones comerciales con White Rose, el mayor distribuidor de productos en el área, y que ha obtenido logros importantes como la venta del café a supermercados en la isla de Manhattan tales como Gristedes, Garden of Eden, Western Beef.

Adicionalmente, afuera de los Estados Unidos se está desarrollando un proyecto con la sede central de Carrefour - Francia, para vender un producto orgánico y fairtrade en Europa Central, que además considera la asignación de un porcentaje de sus ventas a proyectos sociales adelantados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia; asimismo se producen las marcas para esta cadena en España.

Se han seguido consolidando los desarrollos en Kroger USA y Waitrose en el Reino Unido. Igualmente se trabaja en el proyecto para surtir la marca a los supermercados COOP en Escandinavia.

### Certificaciones del Producto

Con el fin de dar cumplimiento a los requisitos exigidos por nuestros clientes, durante el año se han obtenido las siguientes certificaciones:

- Certificación BRC (British Retail Consortium), requisito para ingresar con alimentos empa-

cados al detal a grandes cadenas de supermercados de Inglaterra, otorgada por la EFSIS, organismo internacional de certificación de productos.

- Certificación ecológica de sello único colombiano otorgada por el Ministerio de Agricultura para la comercialización del café liofilizado orgánico en el país.
- Auditoria social llevada a cabo por requerimiento de Carrefour, Francia.
- Auditoria financiera para la Certificación Fairtrade (precio justo), como requerimiento de la FLO ente internacional encargado de regular y certificar precio justo.

En el marco de la XII Feria Internacional de Alimentos y Bebidas, Prodexpo, realizada a finales de febrero en Moscú, el café liofilizado colombiano «Chernaya Karta - Collection», en empaque de regalo en frasco de vidrio blanco, fue premiado con la medalla de ORO en el concurso «El Mejor Producto 2005».

El café es producido y exportado por la Fábrica de Café Liofilizado y en Rusia es empaquetado y distribuido por Zolotye Cupola. Prodexpo es una de las exhibiciones más grandes e importantes de la industria de alimentos en Rusia y otros países del Este Europeo.

### Tiendas Juan Valdez

Entre octubre de 2004 y septiembre de 2005 el proyecto de Tiendas Juan Valdez finalizó su etapa de tránsito hacia una operación propia, se estabilizó y consolidó la operación de las Tiendas nacionales y se dio inicio a la operación internacional con las tiendas ubicadas en Estados Unidos.

Paralelamente, se llevó a cabo una revisión integral de procesos operativos, así como de arquitectura de tecnología. De esta forma, se fortalecieron y prepararon las bases para la aceleración de aperturas que se llevará a cabo durante el cuarto trimestre de 2005.

Adicionalmente, entre julio y septiembre de 2005 se emprendió la etapa piloto de un proyecto basado en la exportación de café empaclado marca Juan Valdez®, para su posterior distribución en una importante cadena de almacenes norteamericana y de una cadena de tiendas duty free en Suramérica.

### Responsabilidad social en las tiendas Juan Valdez

Con el fin de apoyar programas de responsabilidad social que benefician directamente a familias cafeteras del país, las Tiendas Juan Valdez han venido impulsando productos que tienen un fin social y de conservación del medio ambiente.

En julio Procafecol y la Fundación San Lorenzo de Barichara (Santander) lanzaron el Programa «Anillos de la Esperanza» para la producción de aislantes del calor elaborados en fique para utilizarlos como protectores en todas las bebidas calientes de las Tiendas de Café Juan Valdez. Estos protectores de calor son un producto elaborado a mano por un grupo de campesinos de

las veredas de Barichara, especialmente madres cabeza de familia.

El convenio de apoyo al fique y a las familias cafeteras que lo trabajan, se ratifica con un acuerdo entre Procafecol y la Fundación Arcamen Espacio al Arte, hermana de la Fundación San Lorenzo, que se ha dedicado a producir bolsas de fique para los empaques de las ediciones limitadas de cafés especiales y bolsos exclusivos que hacen parte de los productos portadores de marca que se están vendiendo en todas las Tiendas Juan Valdez.

Adicionalmente, las Tiendas han seleccionado proyectos sociales con familias cafeteras para impulsar su bienestar y desarrollo. Para la navidad del 2004 las Tiendas lanzaron la edición limitada del «Café Navidad» producido y recolectado por mil familias cafeteras desplazadas por la violencia de los municipios de Viotá y la Palma de Cundinamarca. Otro de los proyectos importantes fue el lanzamiento a finales de abril del «Café Madre del Jazmín», como homenaje a la mujer caficultora, grano producido por 327 familias de la zona de Altagracia en Risaralda.







## Expansión Internacional

Durante el año 2005, se continuó con el proceso de expansión, con la apertura de la tercera Tienda Juan Valdez internacional en la ciudad de **Seattle**, cuya inauguración se llevó a cabo el 16 de abril de 2005 en el marco de la 17ª Conferencia Anual que organiza la Asociación de Cafés Especiales de América.

La Tienda está ubicada en el centro de la ciudad, en el número 1427 de la 5ª Avenida, una de las zonas más concurridas de Seattle, donde convergen algunas de las oficinas, locales comerciales y puntos turísticos más importantes de la costa Oeste de Estados Unidos. Además, caracterizada por ser una de las áreas de más alto ingreso per capita del país.

El local tiene capacidad para 30 personas sentadas y fue construida, como en todas las tiendas, con materiales enviados desde Colombia, incluyendo pisos en piedra y madera. Las paredes están decoradas con dibujos que evocan las montañas y la Cultura Andina colombiana, con impactantes fotografías de fincas cafeteras y de cultivadores.

La apertura de una tienda en Seattle, la capital de los cafés de alta calidad en Estados Unidos, busca ofrecer el mejor café del mundo a los consumidores más conocedores.

El alcance internacional del proyecto a septiembre de 2005 involucra tres Tiendas situadas estratégicamente en los dos bloques de desarrollo programados en Estados Unidos, uno en la costa nor-este, alrededor de Washington DC y Nueva York, y el otro en la costa nor-oeste alrededor de Seattle:

- Primera Tienda Internacional: Tienda Juan Valdez Washington DC
- Segunda Tienda Internacional: Tienda Juan Valdez Nueva York
- Tercera Tienda Internacional: Tienda Juan Valdez Seattle

## Aperturas de tiendas Juan Valdez en Colombia

El 14 de diciembre de 2004 se inauguró una Tienda Juan Valdez en el Multiplex Américas de Cine

Colombia, convirtiéndose en el primer piloto de tienda de café al interior de un cine.

Posteriormente, el 20 de abril de 2005 se puso en operación una nueva Tienda Juan Valdez bajo el convenio con Cine Colombia, ubicada en el Multiplex del Centro Comercial Unicentro. En Octubre 20 se abrió la tienda en los Multiplex del Centro Comercial Andino.

Este nuevo formato de tienda cuenta con un menú adaptado especialmente para cautivar al público que visita las salas de cine, ofreciéndoles un servicio más ágil que se ajusta a las limitaciones de tiempo que presenta este nuevo espacio.

Continuando con las aperturas a nivel nacional, el 1 de agosto se inauguró en Manizales la Tienda Juan Valdez ubicada en El Parque del Cable.

Con la nueva tienda se modernizó parte de la Torre de El Cable, lo cual permitirá que el sitio se consolide como uno de los lugares turísticos más atractivos de la ciudad cafetera.

Esta Tienda de cerca de 100 metros cuadrados y 480 metros de Plazoleta en madera, tiene capacidad para atender a 140 personas sentadas.

A septiembre 30 de 2005, Procafecol consolidaba su alcance nacional con 14 tiendas con operación directa en Colombia, distribuidas de la siguiente forma:

- **Bogotá:** 9 tiendas: Plazoleta Juan Valdez (Calle 73), Barrio la Candelaria, Aeropuerto el Dorado, In-Bond, Puente Aéreo, Edificio Federación de Cafeteros, CineColombia Múltiplex Américas, CineColombia Múltiplex Unicentro, Multiplex Andino
- **Medellín:** 2 tiendas: Centro Comercial. Oviedo, Museo de Antioquia
- **Manizales:** 1 tienda: Plaza Hernán Uribe-Cerro El Cable
- **Armenia:** 1 tienda: Parque Nacional del Café
- **Cartagena:** 1 tienda: Sociedad Portuaria
- 1 Tienda Móvil





## Perspectivas

En el corto Plazo las Tiendas Juan Valdez tendrán una etapa de crecimiento acelerado en Colombia, alcanzando un promedio de aperturas de una Tienda por mes. La distribución geográfica de estas nuevas tiendas prevé aperturas en Bogotá y otras ciudades importantes. Esta nueva fase de fuerte crecimiento nacional permitirá alcanzar las economías de escala necesarias para cubrir los costos fijos inherentes a este tipo de negocio.

La expansión en Estados Unidos busca conformar, en una primera etapa, un frente en la costa Este y otro en la costa Oeste. En la costa Este operan actualmente las Tiendas Juan Valdez de Washington y Nueva York. En la costa Oeste se inició la conformación de un bloque de Tiendas con la apertura en Seattle. Para estas áreas se espera poner en operación un número significativo de Tiendas en los próximos años, ubicadas en pocos pero estratégicos centros urbanos, que permitan alcanzar economías de escala.

## Resultados

Al cierre de septiembre de 2005 las ventas promedio mensuales de las Tiendas Juan Valdez en Colombia alcanzaron la cifra de 1.000 millones de pesos, con el registro de un número de facturas promedio mensual de 120 mil. Esta estadística se traduce en un número de visitantes estimado de más de 200 mil personas mes. Adicionalmente, las ventas promedio mensuales de las Tiendas Juan Valdez Internacionales fueron de 78 mil dólares registrados en 25 mil facturas, lo cual se traduce en un estimado de 40 mil visitantes al mes.

Las Tiendas Juan Valdez compraron 240 toneladas de café verde al Fondo Nacional del Café con un sobreprecio promedio del 20%, convirtiéndose en una fuente importante de demanda para el Programa de Cafés Especiales. Adicionalmente, las Tiendas generaron regalías al Fondo Nacional del Café superiores a 532 mi-

llones de pesos por concepto de uso de marca en Colombia. Por el mismo concepto la operación internacional generó al Fondo ingresos por 55,5 mil dólares.

## Café Juan Valdez

En julio de 2005, Procafecol inició operaciones de comercio internacional con una nueva estrategia de distribución en almacenes de la cadena WALMART en Estados Unidos para el café Juan Valdez°, tostado y empaçado en bolsas de 340 grs. Hasta septiembre 30 de 2005 las cifras mostraron ventas por 176 mil dólares y la comercialización de 11.5 toneladas de café tostado (240 s/s 60 Kls de verde).

En ese contexto, el café tostado marca Juan Valdez se encuentra en 159 tiendas de dicha cadena localizadas en la Costa Este de los Estados Unidos en la Florida, Georgia, Pensilvania, New York, Conneticut y New Hampshire, La cifra corresponde al programa piloto acordado con la cadena con miras a una expansión en otras regiones de ese país.

Dadas las características del café utilizado, el posicionamiento de la marca Juan Valdez y el significado para la organización y sus competidores, se definieron varios parámetros así:

- Diferenciación en Calidad
- Diferenciación en Precio estableciendo el umbral más alto o levemente inferior a la marca líder.
- Ofrecimiento de 6 Tipos de Café marca Juan Valdez
- Price Line, lo que significa el mismo precio para todas las referencias.

Con estos parámetros se busca posicionar la marca Juan Valdez en el segmento de tostado y molido como un producto Premium sin competir con los socios del programa 100% Colombiano.

Cuadro 3. Discriminación de las Ventas por Marca

	Ventas en US\$	US\$/Participación en el mercado	Ventas unitarias	Unidades/Participación en el mercado
Home Café	2.997.572	43,7%	725.920	45,8%
Melitta	1.338.177	19,5%	273.281	17,3%
Senseo	1.337.212	19,5%	314.403	19,9%
Maxwell House	455.656	6,6%	118.142	7,5%
Yuban	63.599	0,9%	15.285	1,0%
Juan Valdez	660.695	9,6%	136.289	8,6%
<b>Ventas Totales</b>	<b>6.852.911</b>	<b>100%</b>	<b>1.583.320</b>	<b>100%</b>

Para dar a conocer el café y generar mayor demanda por parte de los clientes de Wal Mart, en noviembre se iniciará un programa de degustaciones en las diferentes tiendas en donde hoy hay presencia de la marca. Para ello se utilizarán las experiencias anteriores tanto en México como en los Estados Unidos con otros productos vendidos por la Federación de Cafeteros.

Paralelamente, se emprendió la etapa piloto de un proyecto de exportación de café empacado en bolsas de 500 grs para distribución por conducto de una cadena de tiendas duty free en Suramérica. Las ventas por este concepto ascendieron a 1.3 toneladas de café tostado (27 s/s 60 Kls de verde) y 11 mil dólares de facturación.



### Juan Valdez - Pods

El año cafetero 2004 - 2005, se exportaron más de 13 millones de unidades (2.300 s/s 60 Kls de verde), se facturaron más de 1.5 millones de dólares y el Fondo Nacional del Café recibió cerca de 250 mil dólares correspondientes al pago de regalías por las ventas de este producto. Desde octubre 2004 los PODs Juan Valdez se encuentran disponibles en los 1.400 almacenes Target de Estados Unidos y en las Tiendas Juan Valdez° ubicadas en este país.

El trabajo prosigue. La capacidad de producción de 2.7 millones de pods/mes, para formatos espresso y filtrado, permite proyectar la evolución del negocio hacia mercados nuevos. Para el año cafetero que comienza, el área de Valor Agregado de la Federación de Cafeteros, dentro del proyecto de marcas privadas, tiene previsto concretar acercamientos con los clientes poten-

Cuadro 3. Discriminación de las Ventas por Marca

	Ventas en US\$	US\$/Participación en el mercado	Ventas unitarias	Unidades/Participación en el mercado
Home Café	2.997.572	43,7%	725.920	45,8%
Melitta	1.338.177	19,5%	273.281	17,3%
Senseo	1.337.212	19,5%	314.403	19,9%
Maxwell House	455.656	6,6%	118.142	7,5%
Yuban	63.599	0,9%	15.285	1,0%
Juan Valdez	660.695	9,6%	136.289	8,6%
<b>Ventas Totales</b>	<b>6.852.911</b>	<b>100%</b>	<b>1.583.320</b>	<b>100%</b>

Para dar a conocer el café y generar mayor demanda por parte de los clientes de Wal Mart, en noviembre se iniciará un programa de degustaciones en las diferentes tiendas en donde hoy hay presencia de la marca. Para ello se utilizarán las experiencias anteriores tanto en México como en los Estados Unidos con otros productos vendidos por la Federación de Cafeteros.

Paralelamente, se emprendió la etapa piloto de un proyecto de exportación de café empacado en bolsas de 500 grs para distribución por conducto de una cadena de tiendas duty free en Suramérica. Las ventas por este concepto ascendieron a 1.3 toneladas de café tostado (27 s/s 60 Kls de verde) y 11 mil dólares de facturación.



### Juan Valdez - Pods

El año cafetero 2004 - 2005, se exportaron más de 13 millones de unidades (2.300 s/s 60 Kls de verde), se facturaron más de 1.5 millones de dólares y el Fondo Nacional del Café recibió cerca de 250 mil dólares correspondientes al pago de regalías por las ventas de este producto. Desde octubre 2004 los PODs Juan Valdez se encuentran disponibles en los 1.400 almacenes Target de Estados Unidos y en las Tiendas Juan Valdez° ubicadas en este país.

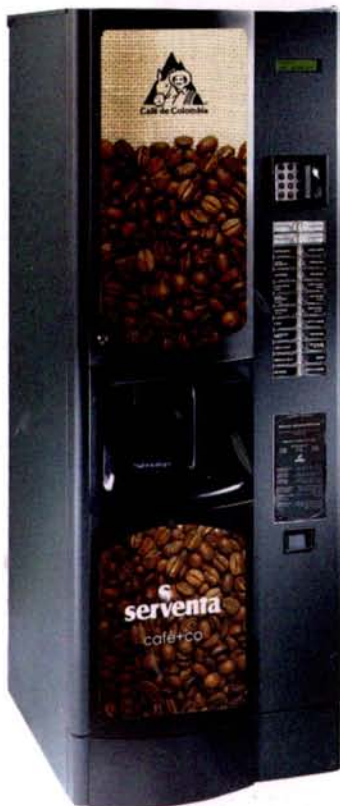
El trabajo prosigue. La capacidad de producción de 2.7 millones de pods/mes, para formatos espresso y filtrado, permite proyectar la evolución del negocio hacia mercados nuevos. Para el año cafetero que comienza, el área de Valor Agregado de la Federación de Cafeteros, dentro del proyecto de marcas privadas, tiene previsto concretar acercamientos con los clientes poten-

**Cuadro 4. Proyecto café solidario**

Localidad	Nº de máquinas
Madrid	17
Alicante	7
Zaragoza	4
Barcelona	3
La Coruña	2
Valencia	6

ciales, interesados en la compra de este producto procesado, identificado con su marca propia y el logo de Café de Colombia como marca ingrediente.

En el mercado Norteamericano, durante 2005 se trazó un programa de aproximación a las diferentes compañías con quienes Buendía realiza negocios o ha tenido algún contacto para



ofrecer los productos, esto con el propósito de aumentar la presencia de los pods Juan Valdez en diferentes supermercados de los Estados Unidos.

Según los informes de mercado de IRI, dedicada a la recopilación de información sobre ventas por referencia en diferentes supermercados de los Estados Unidos, el total de ventas de los PODs Juan Valdez a diciembre 31 de 2004 ascendieron a US\$ 660 mil, lo que significa una participación de mercado del 10%.

Es importante mencionar que estas cifras no incluyen las ventas en los supermercados como Wal Mart y Sams, quienes como política no comercializan la información sobre el registro de ventas a terceros. No obstante su facturación es tan importante que el impacto en la medición puede tener un cambio sustancial.

### **Extractos de café - Juan Valdez° CaféREALE**

Al cierre del año cafetero 2004-2005, se habían instalado 287 máquinas de preparación para extractos de café como parte del proyecto Juan Valdez° CaféREALE: 237 en Estados Unidos, 28 en Canadá y 22 en el Caribe (Bahamas).

Como parte de la estrategia de venta, promoción y mercadeo del proyecto, se entregaron 2.328 empaques Bag-in-Box, cada empaque contiene 2 litros netos de extracto de café.

Durante el año cafetero 2005-2006 se proyecta la instalación de 675 máquinas adicionales mediante contratos confirmados para instalar máquinas a partir de octubre 2005.

### **Proyecto Café Solidario - 100% Café de Colombia**

Durante el año cafetero 2004-2005, se inició en España el proyecto denominado Café Solidario, gracias al acuerdo celebrado entre la Federación

Nacional de Cafeteros y la empresa española SERVENTA.

Este proyecto tiene por objeto poner en el exterior y al alcance de muchos consumidores, un café de origen 100% colombiano, tostado y molido de la mejor calidad. Insumo primordial para una estrategia que se soporta en la operación de máquinas Vending; un segmento de mercado, que está abriendo las puertas de Europa para el café de Colombia en este nuevo nicho de mercado.

En la actualidad, el proyecto cuenta con 39 máquinas de Café de Colombia distribuidas a lo largo de 6 localidades en todo el territorio español, Cuadro 4.

Al finalizar el año cafetero 2004-2005, se distribuyeron 36.463 tazas de la bebida, un equivalente a 333 kilos de verde (5,5 s/s 60 Kls de verde).

Para el año cafetero que se inicia, se proyecta la instalación de 43 máquinas adicionales en las ciudades de: Madrid, Alicante, Cádiz, Algeciras, Barcelona, Valencia, Sevilla, Santiago y Zaragoza.

za. Con los recursos derivados del proyecto, la Federación desarrollará programas de beneficio social y ambiental para los caficultores colombianos, gracias al porcentaje obtenido sobre el precio de venta de cada taza de café.

### **La cédula cafetera, un valor agregado para el caficultor**

En el mes de agosto de 2005, la Federación Nacional de Cafeteros y las Grandes Superficies de Colombia – Carrefour-, sumaron intereses para ofrecer a los caficultores portadores de la cédula cafetera, un descuento del 8% por las compras realizadas en el Carrefour de la ciudad de Pereira. Durante los 12 días de la promoción, las compras de los cafeteros cedulados llegaron a 137 millones de pesos.

Los buenos resultados de la primera experiencia, servirán de incentivo para lanzar la segunda promoción durante octubre y noviembre de 2005. Con esta promoción, los cafeteros cedulados recibirán un descuento del 10% por todas sus compras en los almacenes Carrefour de Pereira e Ibagué.

# CAPÍTULO VII

## Política internacional: El café en la agenda mundial







**E**n el año cafetero que acaba de concluir la agenda internacional de cafetera se desarrolló en un contexto diferente al del año anterior. Por una parte, la Organización Internacional del Café contó por primera vez con Estados Unidos como miembro de pleno derecho, participando activamente en la agenda de trabajo y propiciando una nueva dinámica dentro de la organización. En segundo lugar, se celebró la II Conferencia Cafetera Mundial, en Salvador de Bahía Brasil, donde Colombia tuvo un destacadísimo papel; y en tercer lugar, la expectativa por la culminación de las negociaciones para el Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador y Perú con los Estados Unidos.

Como se verá a lo largo de este capítulo, la diplomacia cafetera internacional ha sido un elemento clave dentro de la estrategia de la Federación y no solamente ha permitido que el café continúe siendo un tema prioritario en la agenda de la política exterior del actual gobierno, sino que le ha permitido a la Federación abrir espacios de diálogo con las diferentes fuentes de cooperación internacional para el financiamiento de los programas sociales en las regiones cafeteras.

## Segunda Conferencia Mundial Cafetera

La Conferencia Mundial Cafetera fue establecida en el artículo 21 del Acuerdo Internacional del Café de 2001 como un foro donde países miembros de la OIC, los representantes del sector privado, los países no miembros y todos aquellos interesados en el tema cafetero puedan contribuir en el desarrollo de los objetivos de la Organización y del referido Acuerdo.

La II Conferencia Cafetera se celebró en Salvador de Bahía, Brasil bajo el título «Lecciones que emergieron de la Crisis: nuevos caminos para el sector cafetero». El objetivo de este encuentro fue el de analizar las causas de la pasada crisis y estudiar, mediante la búsqueda de alternativas que aseguren la sostenibilidad de la economía cafetera mundial, formas de evitar que una situación similar se presente en el futuro,

La Conferencia contó con la presencia de los presidentes de Colombia y Brasil. Fue presidida por el Ministro de Agricultura de ese país, Roberto Rodrigues y estuvo presente el Director Ejecutivo de la OIC y más de 1200 delegados y asistentes de los 74 países miembros.



También estuvieron presentes como conferencistas los representantes de la industria tostadora (Gordon Gillett, Vicepresidente de Nestlé, Ernesto Illy Presidente de IllyCafé, Douglas Burns, Vicepresidente de Café de Kraft, Giuseppe Lavazza de Café Lavazza y Tatsushi Ueshima de UCC). Por la parte comercializadora asistió David Neumann.

### Aspectos políticos para destacar

Los resultados de la Conferencia se pueden calificar como de gran trascendencia para la industria por haber aportado nuevos elementos de política cafetera e información muy valiosa para la caficultura colombiana.

En su discurso de instalación, el Presidente Lula expresó que su país está dispuesto a tomar medidas para el reordenamiento del mercado tendientes a garantizar que el comercio del café sea más justo, pues «allí radica la diferencia entre la dignidad y la miseria de parte importante de los habitantes de los países productores». «Se trata de construir las bases políticas de un reparto de beneficios más justo, de una oferta coordinada con la demanda y de un esfuerzo de promoción social y tecnológico en beneficio de los caficultores, que garantice una mejor calidad de vida y el bienestar de quien produce el grano.»

El Presidente Lula destacó la importancia que tiene la acción del Estado en el mercado mundial del café, al señalar que no habrá solución duradera a los problemas de los caficultores, sin una relación de equilibrio entre los países productores y consumidores.

El Presidente Uribe señaló en su intervención que si bien la situación actual no es tan mala como hace dos años, hay signos de preocupación, pues la crisis no ha sido superada plenamente y que lo que ha ocurrido en los precios en las últimas semanas (septiembre) es una prueba de los peligros que aún existen. Agregó que hay que recordarle al mundo que los ingresos de los países productores, que en algún momento alcanzaron \$12 mil millones de dólares/año, hoy se han reducido a \$5.000 millones de dólares.

Destacó que las Metas Sociales del Milenio son un desafío para la paz de la humanidad, cuyo cumplimiento es una exigencia para la estabilidad de las democracias. Dichas metas en los países productores están íntimamente relacionadas con la suerte de la caficultura.

El Presidente enfatizó que en Colombia, por ejemplo, la caficultura es una alternativa muy eficaz que evita el crecimiento de las drogas ilícitas y del terrorismo. Porque ese producto no se puede tratar como un simple mercado, sino como un producto que tiene una profunda significación social, una relación estrechísima con desafíos como el de superar el terrorismo y las drogas ilícitas. El Presidente afirmó que el café es un camino social y de estabilización democrática.

El Presidente Uribe hizo un gran reconocimiento de la Institucionalidad cafetera colombiana, de la cual dijo forman parte 566 mil familias, y añadió que sus órganos directivos se proveen por procedimientos democráticos, mediante el voto directo de sus afiliados. A través de esa Institucionalidad, el Gobierno ha hecho acuerdos, que han permitido en los últimos años compensar a los productores por la pérdida de sus ingresos.

El Presidente Uribe planteó que la estrategia publicitaria de las Tiendas de las grandes cadenas esconde el origen del café promoviendo únicamente el nombre de la Tienda. Manifestó que esto puede ser muy grave porque en una generación puede darse que el mundo ya no sepa de orígenes de café, sino del nombre de quien lo distribuye.

Destacó el programa de Tiendas Juan Valdez en el que Colombia ha querido hacer el esfuerzo de empezar modestamente un esquema de tiendas en los países industrializados para ofrecer café directamente al público, con la marca Juan Valdez – Café de Colombia, que es la mejor manera de defender el origen de café y de hacer publicidad vendiendo, pero que para competir con esas grandes cadenas de tiendas, este es-



fuerzo no es suficiente, pues se requiere de un esfuerzo institucional por parte de todos los países que producen café.

El Presidente puntualizó que Colombia estaría dispuesta a adoptar las medidas necesarias para garantizar un piso en el ingreso de los productores, que en su entender no debería estar por debajo de un dólar/libra, y que el Gobierno no va a entregar a Colombia a los vaivenes del mercado, ya que entiende que tiene la responsabilidad de impedir el colapso de las comunidades cafeteras

La intervención del Ministro de Agricultura del Brasil en la sesión inaugural, reiteró el planteamiento del Presidente Lula, respecto al propósito de ese Gobierno, de adoptar las acciones que fueren necesarias para garantizar que el comercio de café sea más justo.

De otra parte desmintió las informaciones que han circulado en el mercado, de que la cosecha brasileña 2006-07 estaría cercana a los 55 millones de sacos y señaló que no existen bases objetivas de ningún tipo que permitan llegar a esa cifra. También confirmó el bajo nivel de inventarios del Brasil, y la necesidad de reconstruirlos en el corto plazo, para lo cual se pondría en marcha los mecanismos de retención vía el mecanismo de opciones, si llegare a ser necesario.

Las intervenciones de los Presidentes Lula y Uribe Vélez y el planteamiento del Ministro Rodríguez llevaron una señal muy clara al mercado y produjeron un freno a las informaciones especulativas de los días anteriores que le habían quitado soporte a las cotizaciones internacionales.

El Gerente General en nombre del gremio cafetero hizo una presentación en la segunda sesión de trabajo titulada «políticas cafeteras en una economía de mercado», en la cual también participaron el Director de la OIC, el Presidente de la NCA, el Presidente de Neumann Kaffe, el Presidente de Lavazza y el Presidente del Fondo Común de Productos Básicos, entre otros. Los

principales mensajes de la presentación del Gerente se enumeran a continuación:

- Hay que ser cautelosos al afirmar que la crisis cafetera ha terminado, pues podemos entrar en una euforia optimista que puede acabar con los esfuerzos colectivos de los países productores.
- La cooperación y la coordinación entre productores es fundamental para impactar el mercado, sin afectar los lineamientos tradicionales del libre mercado.
- La prioridad es garantizar un precio mínimo doméstico promedio en el largo plazo de un dólar por libra.
- Colombia dispuesta a destinar un saco de café para un fondo de promoción del consumo por cada saco de café que consignen los países consumidores y productores al mismo propósito.
- Se propone un fondo de inversión para participar de manera organizada en el mercado de futuros de café.
- Propuso la creación de un mercado de futuros para el café en Colombia con la colaboración de la Bolsa Nacional Agropecuaria
- Propuso que la OIC organizara un seminario mundial sobre políticas de estabilización adelantadas por los países productores durante la crisis.

La Conferencia le introdujo un piso de objetividad al mercado en dos direcciones: por una parte se confirmó por parte de las autoridades cafeteras del Brasil que se mantenían sin modificación los fundamentales del mercado, específicamente, la inexistencia de mega-cosechas en el Brasil y de manera especial, que el Gobierno ni las autoridades cafeteras de ese país estaban apoyando siembras masivas de café; y en segundo lugar, la disminución del nivel de sus inventarios.

Ello contribuyó a disminuir el nivel de ruido y el pesimismo que se venía apoderando del merca-

do por acción de los especuladores, pues en las semanas siguientes a la conferencia la recuperación de los precios fue de aproximadamente de 9 centavos/libra, aunque lejos de los niveles esperados, indica a las claras un cambio en la tendencia que venía registrando el mercado.

En conversaciones con los productores brasileiros en el marco de la conferencia quedó claro que la principal variable que está afectando sus decisiones económicas es la tasa de cambio. Ello explica que hasta el momento no se reportan acciones para ampliar sus fronteras cafeteras, ni las áreas que estaban sembradas con café y que fueron sustituidas por otros cultivos en años anteriores, hayan vuelto a ser sembradas con café.

### Aspectos Académicos

En el frente de las proyecciones varios analistas estimaron que en el año 2015 el mundo iba a requerir entre 135 millones de sacos (Gordon Gillette de Nestlé) y 145 millones de sacos (David Neumann).

En relación a la tendencia de los precios, el profesor Gilbert de la Universidad de Trento (Italia) encontró una tendencia declinante de largo plazo. Gilbert planteó que es inevitable la «comoditización» del café y su conversión en un producto básico típico como el trigo o como el sorgo. No cree en la diferenciación del mercado mundial del café. Consideró además que hay una convergencia de precios entre los colombianos, los suaves y las robustas, que se puede confirmar estadísticamente, y que esa convergencia de precios, a lo que lleva es al reconocimiento de que no hay sino un solo producto y no una variedad de productos

Otros analistas como Stefano Ponte del Instituto Danés de Estudios Internacionales creen en la diferenciación del café. Por ello, expresó que el café es un producto paradójico, porque mientras actualmente, en la esfera de los consumidores hay un boom de consumo y de ingresos para la industria del café, en la esfera de los

productores hay un empobrecimiento extremo. Ponte publicará un libro, que sale en el mes de Noviembre, en el que sustenta esta posición.

Se preguntó ¿por qué esa paradoja? Ponte explicó que el café es uno de los pocos productos del mercado global, que tiene unas particularidades muy interesantes, y es que su valor tiene dos componentes: el valor material y el valor simbólico, y que toda la puja entre productores y consumidores es para ver quien se queda con una porción cada vez mayor del valor simbólico asociado al consumo del café.

Agregó que hasta ahora, los países consumidores se han quedado con el valor simbólico, mientras que los productores se han contentado con tener el valor material del café, y como éste es cada vez menos relevante, han visto que el negocio está en el valor simbólico.

Ponte hizo una serie de consideraciones muy interesantes, sobre que parte del valor simbólico le llega al productor y que esa es la pregunta que se debe, en razón a que el mercado del café si es diferenciable, y que de hecho, el «boom» del mercado del café se ha producido por la diferenciación, la sofisticación, el cambio en los formatos de consumo y el cambio en las historias asociadas al consumo del café. Ponte sostuvo que el gran desafío que tiene los países productores sería apropiarse de ese valor simbólico y alejarse de la dependencia exclusiva del valor material, y en eso, la calidad, la diversidad y la defensa del origen, al igual que el valor agregado, son las estrategias a seguir.

Ponte manifestó que el tema de identidad y protección del origen son críticos para poder enfrentarse a la comoditización y utilizó al Café de Colombia y las Tiendas Juan Valdez como el tipo de estrategias que son apropiadas para capturar ese valor simbólico del café y alejarse de la condena al valor material.

### Presencia del Café de Colombia

Durante los días de la II Conferencia Mundial en Brasil la Federación de Cafeteros promocionó el



Café de Colombia con un moderno stand dentro del Centro de Convenciones donde se celebraron las reuniones.

La presencia fue muy destacada y durante los días de la conferencia se consumieron más de 70 libras de café tostado, 1500 pods para espresso, se llevaron 5 kilos de café liofilizado para la preparación de café granizado y se consumieron 4.000 tazas de café. Se repartió material promocional consistente 1300 bolsas de 250 gramos, para los asistentes a la conferencia.

### La Organización Internacional del Café

En año cafetero que termina, la OIC celebró su período de sesiones con reuniones en enero, mayo y septiembre, en las cuales se reunió el Consejo Internacional del Café en las tres ocasiones. La primera en sesión extraordinaria para decidir sobre la permanencia de la sede de la Organización en Londres y la segunda y tercera correspondieron a las sesiones ordinarias.

Entre los temas de la agenda de trabajo de la OIC se destaca lo siguiente:

#### Programa de mejoramiento de la calidad

La OIC continuó monitoreando la calidad del café que se suministra al mercado internacional por medio de los instrumentos establecidos en la Resolución 420.

Como se recordará dicha Resolución cuenta con un mecanismo novedoso, que no existía en la anterior Resolución 407, que es el de la comprobación estadística de la implementación de los parámetros de calidad (humedad y defectos) establecidos por la Organización.

El informe más reciente sobre el cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Calidad, presentado en la reunión del Consejo Internacional del Café de septiembre de 2005, arrojaba los siguientes resultados para el período analizado de octubre 2004-junio 2005:

- La Resolución 420 ha sido implementada por 16 países exportadores que representan el 65% de las exportaciones mundiales, lo que en volumen equivale, para el período, a 36.2 millones de sacos. Estos países son Colombia, Brasil, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Etiopía, Honduras, India, México, Nicaragua, Papua Nueva Guinea, Filipinas, Tanzania y Togo.
- El 98.9% de las exportaciones de los países que implementaron la Resolución 420 cumplieron con los estándares.
- El 85.9% de las exportaciones de la variedad arábica cumplieron con los estándares de la Resolución. Para el caso de la robusta, este porcentaje fue del 11.9%.
- Los niveles de rechazo de cafés de la variedad robusta en la Bolsa de Londres de acuerdo con los «gradings» de LIFFE y que se consideran que están por debajo de los estándares de la OIC, han descendido un 29.5% para el período analizado al pasar de 1.7 millones de sacos a 1.2 millones de sacos. Es de resaltar que el 90% de ese café fue producido en Vietnam.
- Para el caso de la bolsa de Nueva York (NYBOT), en el período enero-junio de 2005 se tiene información que el 83.1% del café para entrega pasó los requerimientos de calidad.

#### Promoción del consumo

La OIC continuó dándole cumplimiento al Plan de Acción para la Promoción del Consumo que fuera aprobado en septiembre de 2003. Las acciones más relevantes en materia de promoción del consumo para este año cafetero que termina se pueden resumir de la siguiente manera:

- Se destinaron USD 15.000 para la contratación de un estudio sobre la promoción del consumo en China. El estudio se someterá a la consideración del Comité de Promoción de la OIC en su sesión de enero de 2006.

- Los países productores acordaron aportar USD 50.000 anuales durante tres años del Fondo de Promoción con destino al programa de «Positivamente Café» de la OIC.
- Colombia reiteró en el Comité de Promoción la propuesta realizada por el Gerente de la Federación en la II Conferencia Cafetera, en el sentido de crear un «matching fund» para promoción del consumo mundial del café. Para dicho Fondo, Colombia aportaría un saco de café por cada saco que aporten los países consumidores y los países productores para el mismo propósito.
- Se lanzó en cooperación con la UNCTAD y el ITC (International Trade Centre) la página de Internet [www.thecoffeeguide.org](http://www.thecoffeeguide.org) la cual ofrece una guía completa para el exportador de café y los mercados internacionales del grano.
- Se continuó con la difusión de la guía para promover el consumo de café en los países productores.

### Negociaciones para un nuevo Acuerdo Internacional del Café

El artículo 52 del Acuerdo Internacional del Café establece que éste expirará en septiembre de 2007. Teniendo en cuenta dicha disposición, el Director Ejecutivo de la OIC propuso un plan de trabajo que fue aprobado durante la sesión del Consejo Internacional del Café en septiembre pasado. Dicho plan contempla la opción de renegociar totalmente el acuerdo actualmente vigente o la extensión del mismo pero con algunas enmiendas.

Estados Unidos está más inclinado a una renegociación total del Acuerdo, pues en su concepto ha llegado la hora de ajustar a la OIC y a su Acuerdo con miras a darle una mayor relevancia a la organización y un giro al relacionamiento entre los productores y los consumidores.

Otros miembros no son proclives a modificaciones profundas del acuerdo, sino a enmiendas específicas en algunos de sus artículos.

Algunos de los aspectos que se han señalado que pueden mejorarse en la OIC por medio de la renegociación del acuerdo son:

1. Un mayor papel de la OIC en la recolección y diseminación de información del mercado;
2. Mejorar el sistema de evaluación, financiamiento e identificación de proyectos de desarrollo cafetero haciendo énfasis en el acceso a los mercados de productos con mayor valor agregado y
3. Una reforma organizacional para que el Consejo y los demás órganos subsidiarios sean más efectivos.

En ese sentido, se espera que a partir de enero de 2006 se inicien las labores para modificar el Acuerdo Internacional del Café, en las que se buscará que la transición hacia el nuevo marco legal sea lo menos traumática posible, especialmente en lo financiero.

En enero será entregado un informe sobre la implementación del Acuerdo de 2001 para que los miembros tengan elementos de discusión para las futuras modificaciones. Igualmente, los propios miembros enviarán sugerencias sobre los aspectos que son necesarios modificar en el Acuerdo vigente.

### Membresía de la Organización

Al 27 de septiembre de 2005, el número de miembros de la Organización había aumentado a 74, 44 países productores y 30 países importadores. Se destaca el regreso definitivo de Estados Unidos a la OIC en febrero de 2005, y que se formalizó en la sesión del Consejo Internacional del Café del mes de mayo.

Igualmente, los nuevos países de la Unión Europea iniciaron sus procesos individuales de adhe-



sión, lo mismo que dos miembros de la Unión Europea de los 15 (Holanda y Luxemburgo) que aun no habían ingresado al Acuerdo Internacional del Café del 2001. Actualmente, 11 países de la Unión Europea (de la UE 25) están en procedimientos individuales de adhesión.

Con la Federación Rusa y con China, se han adelantado contactos, especialmente con Rusia donde los avances son importantes y se sabe del apoyo del sector privado a la adhesión.

Por el lado de los países productores, se mantiene el interés de Perú pero aún no se ha logrado el consenso entre los demás miembros de la industria, especialmente con los exportadores para continuar con los trámites correspondientes. El gobierno de Panamá, por su parte, ha solicitado formalmente los procedimientos para la adhesión, los cuales adelantará en el primer semestre de 2006.

### Cooperación con Estados Unidos

Como se recordará, la Federación jugó un papel preponderante en las gestiones para que Estados Unidos regresara a la Organización y desde ese mismo instante se instauró un diálogo fluido entre los dos países que se ha traducido en reuniones bilaterales durante las sesiones de las reuniones de la OIC.

Desde entonces Colombia y Estados Unidos han decidido trabajar conjuntamente ciertos temas de la agenda de trabajo de la OIC.

Estados Unidos ha encontrado que las coordinaciones de productores, al igual que las de los consumidores, son anacrónicas y no responden a la realidad actual del mercado. En ese sentido ha solicitado la colaboración de Colombia para que exista un acercamiento entre los Estados Unidos y los países productores dentro de la OIC.

De otra parte, Estados Unidos quiere promover ciertas modificaciones del Acuerdo Internacional del Café de manera conjunta con Colombia

y otros países productores. Precisamente en las pasadas reuniones de la OIC en Brasil, se sostuvo una reunión bilateral con Estados Unidos en la que se acordó un marco de trabajo para estudiar posibles modificaciones al Acuerdo en las que Colombia y otros productores pudieran acompañar a dicho país.

Se acordó realizar un encuentro con anterioridad a la próxima reunión de la OIC en enero del 2006 para iniciar dichos trabajos.

### Cooperación con Brasil

Las relaciones cafeteras con Brasil siguieron dentro del espíritu de cooperación y coordinación de años anteriores. Ello no solamente se vio consolidado por la visita del Presidente Uribe a Brasil en el marco de la II Conferencia Cafetera Mundial, sino porque se recibió la visita a la Federación del Secretario de Producción y Agroenergía del Ministerio de Agricultura de Brasil, Linneu da Costa Lima. Igualmente, la Federación le entregó tanto al Secretario da Costa Lima como a la Embajadora saliente de Brasil, Maria Celina Acevedo, la medalla al Mérito Federación Nacional de Cafeteros por su colaboración a Colombia en materias cafeteras en los foros internacionales.

La visita del Secretario da Costa Lima fue muy importante, pues reiteró el buen clima de las relaciones cafeteras entre los dos principales productores de café. Es conveniente mencionar que el Ministerio de Agricultura de Brasil, ante la ausencia de una autoridad cafetera por la desaparición del IBC, es responsable de diseñar la política cafetera de ese país.

En la visita se discutieron los aspectos relacionados con la participación de Colombia en la Conferencia Cafetera de Brasil y se analizaron mecanismos de coordinación para dicha conferencia con miras a plantear iniciativas concretas tendientes a ordenar la oferta de café en el mercado internacional y de esta manera, extender el mayor tiempo posible el impacto positivo de

los buenos precios del café en la economía de los países productores.

El Secretario da Costa Lima expresó su deseo de cooperar con Colombia en el intercambio de información sobre estimativos de cosecha, el avance de la investigación científica en materia de Genoma del Café, y en otros temas de interés común para las dos caficulturas.

En la reunión se hizo manifiesta la preocupación del Ministerio de Agricultura de Brasil por el envejecimiento de las plantaciones en su país y por efecto de los bajos niveles de precio de los últimos años, que impidió a los productores llevar a cabo un programa de renovación de alguna envergadura. El señor Da Costa Lima consideró que los analistas que estiman la cosecha brasileña 2006-2007, por encima de 42 millones de sacos, no están teniendo en cuenta el factor de envejecimiento real y objetivo de las plantaciones.

Sobre el tema de la entrega de cafés Brasileños en la Bolsa de Nueva York, se sugirió la conveniencia de iniciar un diálogo con los distintos sectores involucrados, para hacerles caer en cuenta cómo una modificación del Contrato «C» podría afectar el ingreso de los productores de todos los países, incluso los brasileños.

### **Coordinación con los países productores de café de la Comunidad Andina**

Dentro del diálogo que se ha mantenido con algunos países productores, se destaca la estrecha coordinación con los países productores de café de la Comunidad Andina esta coordinación ha sido fundamental para impulsar temas de interés de la Federación y de la caficultura colombiana.

El primero de ellos tiene que ver con la coordinación de la posición en materia de café en las negociaciones del TLC con los Estados Unidos. Ecuador y Perú han apoyado de manera decidi-

da las posiciones planteadas por Colombia en dicha negociación y que tienen que ver con el tema de las reglas de origen y el cronograma de desgravación para la cadena del café. Como se recordará la posición en estas materias es la de defender una norma de origen totalmente obtenido, de manera que solamente se utilice café de la región para los productos derivados de la cadena; y para el caso de la desgravación se ha venido manejando una eliminación de aranceles para el café tostado y soluble que provenga de Estados Unidos en un período de más de 10 años.

Igualmente, por solicitud de Colombia se reactivó el Grupo Ad-hoc de café de la Comunidad Andina, en donde los países andinos apoyaron a Colombia en una iniciativa tendiente a modificar la norma que regula los requisitos fitosanitarios para el café que se comercie entre los países de la CAN y para el café que ingrese de terceros países sea semitostado.

Para ello se acordó llevar el tema a la máxima instancia andina en materia sanitaria y fitosanitaria – COTASA, la cual se reunirá del 5 al 7 de diciembre en la ciudad de Lima.

### **Negociaciones del TLC con Estados Unidos**

Las negociaciones para la conformación de un área de libre comercio entre Colombia, Ecuador y Perú con Estados Unidos comenzaron en mayo de 2004 y se esperaba su terminación en diciembre de 2005.

La Federación de Cafeteros ha jugado un activo papel en estas negociaciones haciendo parte del Cuarto de al Lado, participando en el Consejo Gremial Ampliado para el TLC -CAT y en el Comité de Comercio de la Sociedad de Agricultores de Colombia.

La interacción con el gobierno y los negociadores continuó a lo largo de este año para transmitir la posición e intereses del gremio cafetero en el proceso.





El resumen de la posición es el siguiente:

**a. Acceso a mercados y eliminación de aranceles**

- Mantener los requisitos para el control de calidad a la exportación de café verde.
- Mantener el cobro de la contribución parafiscal cafetera.
- Eliminación de los aranceles de Puerto Rico para el café (US\$ 2.50/libra para el verde y de US\$ 3.00/libra para el tostado)
- Eliminación de los aranceles a los productos a base de café pero que contienen azúcar y/o leche.
- Eliminación en un plazo no inferior a 10 años a los aranceles para todo tipo de café, verde, tostado y soluble, originario y procedente de Estados Unidos.

**b. Regla de origen**

- Establecer una norma de origen que permita defender el origen del café colombiano en este acuerdo, de manera que el café que circule en la zona de libre comercio en sus diferentes presentaciones sea café originario de los países que la conforman el acuerdo ( Estados Unidos, Colombia, Perú y Ecuador ) o café procesado a partir de ese café originario.
- Los procesos de transformación del café como la descafeinización, tuestión, extracción y solubilización solamente conferirán origen si el café que se transforma es café originario de los países que conforman la zona de libre comercio.

**c. Producto Distintivo**

- Reconocimiento del Café de Colombia como producto distintivo en el TLC.

**d. Compras Públicas**

- Mayor apertura al mercado de contratación pública de Estados Unidos y buscar que esa apertura llegue más allá del nivel federal y alcanzando los diferentes estados.
- La Federación identificó cuatro grandes sectores donde existen enormes potencialidades: las universidades públicas; las cárceles, prisiones y correccionales; las instalaciones militares y los hospitales.
- Inclusión de Puerto Rico por las licitaciones anuales para comprar más de 70 mil sacos de café semistostado.
- No exclusión de la categoría 8955 del Federal Supply Code, que agrupa al café, de las compras realizadas por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos.

A la fecha de impresión del presente informe, se terminaba la XIII Ronda de Negociaciones celebrada en la ciudad de Washington, en la que se tenían las expectativas de cierre definitivo de las negociaciones. Sin embargo, las condiciones para un cierre no se dieron en esta oportunidad en vista de la distancia entre Colombia y Estados Unidos en aspectos como la propiedad intelectual, la agricultura y las medidas sanitarias y fitosanitarias

### Cooperación internacional

La cooperación desde la Unión Europea hacia los países en desarrollo esta variando en sus prioridades y ofrece cada vez mas a entidades como la Federación Nacional de Cafeteros la posibilidad de participar en líneas diferentes de co-financiación.

La gestión de recursos externos se orienta no solo hacia la cooperación al desarrollo (proyectos en los que se prioriza el impacto social), sino también a otras líneas de financiación como son, por ejemplo, las alianzas entre organizaciones públicas y privadas, que permiten dar una orien-

tación mas hacia resultados económicos y con las cuales se obtuvo este año financiación para proyectos de cafés especiales.

En el 2005 se ajustaron las acciones de búsqueda de recursos externos de acuerdo con los lineamientos y recomendaciones del Plan Estratégico de la Federación: búsqueda del fortalecimiento gremial, con especial atención a la financiación de acciones educativas e integrando la gestión de recursos con las necesidades de áreas como Cafés Especiales.

La cooperación internacional debe analizarse no por año fiscal colombiano, sino por los periodos que duran los proyectos, razón por la cual este informe muestra los totales desde el 2001 hasta el 2007, Cuadro 1.

Se siguieron también las recomendaciones del Congreso Cafetero del 2004 y por tanto se enfatizó en lo siguiente:

- Fortalecimiento del equipo en Colombia para la ejecución de los proyectos ya aprobados y los por aprobar.
- Estandarización de líneas de acción para facilitar la presentación y posterior ejecución.
- Ampliación del número de los socios europeos y con ello el acceso a mayores y diferentes fuentes de financiación.
- Fortalecimiento institucional a partir de convocatorias internas que permiten evaluar potencial y debilidades de los comités en el

proceso de formulación y con ello aplicar los ajustes necesarios.

### Financiación externa obtenida

La financiación externa obtenida para plurianualidades garantiza la entrada de recursos durante la época de gestión de nuevos proyectos. Los proyectos que han obtenido financiación Europea son:

### Gestión actual y lineamientos para la cooperación en el 2006

En la actualidad se estudian las convocatorias potenciales para la gestión de proyectos del 2006, para lo cual es necesario:

- Actualización del portafolio único de proyectos de interés del gremio cafetero, a gestionar.
- Diseño de herramientas que faciliten la gestión directa por parte de Federación sin necesidad de intermediarios.
- Mayor entrenamiento a los comités para la formulación de propuestas.
- Oportunidades para la apertura de al menos 2 nuevos países como donantes para los intereses del gremio cafetero.
- Oportunidades para la gestión de proyectos ambientales relacionados con la imple-

**Cuadro 1. Cooperación internacional con Europa en cifras**

RECURSOS OBTENIDOS	EUROS	PESOS
Total financiación obtenida desde 2001 hasta 2007	10.306.186,10 €	\$ 27.579.354.004
Promedio anual obtenido desde 2001 hasta 2007	1.717.697,68 €	\$ 4.596.559.001



mentación del Protocolo de Kyoto (MDL-Mecanismo de Desarrollo Limpio y energías limpias)

Durante el 2006 se reforzaron las acciones para acceder a recursos de fuentes diferentes a las ya existentes y a líneas de financiación que permitan cumplir con los lineamientos de plan estratégico y las recomendaciones del Congreso Cafetero 2005.

### V Reunión Del Comité Empresarial Japón-Colombia Del Keidanren

El 11 de Abril del 2005 se llevó a cabo en Tokio el 5° Encuentro del Comité Bilateral Japón-Colombia del Keidanren, para explorar oportunidades de negocios y de inversión entre los dos países.

La histórica reunión, que abrió un nuevo capítulo en las relaciones comerciales entre los dos países, fue instalada por el presidente de la República Álvaro Uribe Vélez y estuvo presidida por

el presidente de Mitsubishi, Yorihiro Kojima, y el Gerente General de la Federación de Cafeteros de Colombia, Gabriel Silva.

La reunión contó con la representación del más alto nivel con 42 empresarios japoneses, cifra que supera a la asistencia japonesa de la pasada reunión en Bogotá en 1999. Estuvieron presentes representantes de Mitsubishi, Sumitomo, Itochu, Yamaha, Japan Bank of International Cooperation (JBIC), Toyota, NEC, Fujitec, Matsushita.

Por su parte, el empresariado colombiano estuvo representado con 85 empresarios de todos los sectores productores de bienes y servicios, la mayoría de ellos presidentes de las compañías o de sus juntas directivas. Se contó con la representación de Alianza Team, Banco de Colombia, Banco de Crédito, Asobancaria, Andi, Ciamsa, Cerromatoso, Harinera del Valle, Inexmoda, Manuelita, Tubocaribe, Industrias Aliadas, Colcafé, Nacional de Chocolates, Avianca, Revista Dinero, Portafolio.



La Federación entregó a los asistentes un estudio contratado a Fedesarrollo con las perspectivas de la economía colombiana y en donde se destaca los principales sectores que pueden ser atractivos para la inversión japonesa en Colombia.

Como tareas inmediatas después de la reunión se acordó la creación de un comité de alto nivel para hacer seguimiento a las iniciativas planteadas. El comité colombiano ya fue conformado por 11 empresarios del más alto nivel. Se espera que Japón designe el suyo antes de finalizar el año. La próxima reunión se celebrará en Colombia en la primavera del 2007.

### Conclusiones de la Reunión

El diálogo entre empresarios japoneses y colombianos fue muy fructífero y el gobierno colombiano, en cabeza del Presidente Uribe presentó un panorama muy positivo para Colombia, especialmente en materia de económica y de seguridad. Entre las conclusiones más importantes de este encuentro se pueden destacar:

1. Los empresarios colombianos y japoneses reconocen que el clima económico, político y de seguridad ha sufrido una sensible mejoría que favorece una mayor integración bilateral y estimula la reactivación de la inversión, el comercio y la actividad privada.
2. Los empresarios colombianos y japoneses exaltan los resultados de la política de Seguridad Democrática pues su permanencia es definitiva para seguir aumentando la confianza.
3. Los empresarios colombianos y japoneses encontraron altamente deseable poner en marcha una negociación de acuerdos y tratados que de manera contractual profundicen y garanticen la estabilidad jurídica para los inversionistas de los dos países. Se debe propender para que los parámetros existentes en el momento de la toma de decisión de la inversión se perpetúen y se protejan.
4. Los empresarios recomiendan la puesta en marcha de una política de incentivos a la inversión extranjera que eleve la competitividad del país frente a otras jurisdicciones como los países del sudeste asiático, India y China.
5. Los empresarios acogieron la propuesta del gobierno de estudiar con cuidado e interés la participación del sector privado en el desarrollo de la industria de bio-combustibles, los proyectos de infraestructura y el desarrollo empresarial.
6. Los empresarios hacen un llamado a la comunidad financiera del Japón para que estudie favorablemente la financiación del vital proyecto del Túnel de la Línea. Esta obra es esencial para la apertura de Colombia y Venezuela al Pacífico y concretamente para el fortalecimiento de los vínculos con Japón.
7. En el análisis del desempeño de la economía colombiana se destacó el acelerado crecimiento de las exportaciones no tradicionales, particularmente las industriales. La recomposición de las exportaciones hacia bienes de mayor intensidad tecnológica ofrece grandes oportunidades empresariales para las empresas y las inversiones japonesas.
8. La reactivación de la inversión privada colombiana, al igual que la mejoría del clima de los negocios y en las expectativas son indicadores importantes que deben servir de aliciente y estímulo a la evaluación positiva de los inversionistas japoneses.
9. El papel de la cooperación financiera del Japón es esencial para servir de catalizador del entusiasmo del sector privado, para reducir el riesgo asociado a nuevos proyectos y para crear un ambiente de mayor confianza.
10. Los testimonios presentados tanto por los empresarios colombianos como japoneses sobre los casos concretos de asociaciones y joint-ventures, demuestran que existen grandes ventajas mutuas y una alta complementariedad para explorar conjuntamente nuevos



mercados en Asia y en América latina. La clave del éxito reside en la construcción de relaciones confiables, estables y de largo plazo.

### Avances desde la V Reunión

Gracias a la visita del Presidente Uribe a Japón y a la reunión del Keidanren se dieron cambios en la legislación en materia de inversión extranjera en Colombia y se ha generado un ambiente favorable para el fortalecimiento de las relaciones económicas entre los dos países.

Entre los principales avances conviene destacar:

1. Se sancionó la ley del inversionista que ofrece contratos de estabilidad jurídica para las nuevas inversiones extranjeras que se radiquen en Colombia. Los contratos de estabilidad jurídica buscan asegurarles a los inversionistas que los suscriban que si durante el desarrollo del contrato se modifican en forma adversa las normas o interpretaciones estipuladas en dichos contratos, estas modificaciones no les serán aplicables.
2. La Embajada de Japón en Colombia aprobó la expedición de visas de negocios para los nacionales colombianos que viajen a Japón. la visa será para entradas múltiples y tendrá una vigencia de 6 meses. Anteriormente las visas eran para una entrada y la vigencia era de 90 días.
3. El representante de JETRO en Colombia reafirmó el interés que tiene Japón de celebrar un Acuerdo Bilateral para la Protección de Inversiones. Para ello ha manifestado el interés de que tanto la Embajada en Colombia, como JETRO, la cámara de comercio binacional y la Federación de Cafeteros conformen un grupo de trabajo que se dedicaría a trabajar en un proyecto de Acuerdo que se le presentaría al Gobierno de Colombia. Según informó el representante de JETRO el modelo a seguir sería el acuerdo suscrito entre España y Colombia.
4. La Cámara de Asomineros de la ANDI informó sobre los éxitos de sus gestiones con las empresas japonesas con intereses mineros en

Colombia. Destacó los contactos con Mitsubishi y con Mitsui, quienes a su vez han demostrado el interés de afiliarse a esa cámara. También se informó sobre los positivos contactos realizados con la Japan Oil, Gas and Metal National Corporation JOGMEC.

5. El Ministerio de Comercio, la Andi, Proexport y la Federación celebraron una reunión de seguimiento a la Misión a Japón. En esa reunión se ratificó la fecha de la próxima reunión del Comité Japón Colombia a realizar en la primavera del 2007. Este compromiso había sido ratificado al presidente del Comité Empresarial Japonés en carta enviada el 28 de abril pasado en donde también se menciona la creación de la comisión de empresarios de alto nivel para el seguimiento de los compromisos de la reunión de Keidanren.

## Café y Salud

La Federación continúa haciendo un seguimiento permanente de la literatura científica internacional relacionado con las investigaciones sobre la composición química del café y sus efectos sobre la fisiología humana. En los últimos años se han publicado importantes estudios en los cuales se han identificado efectos antioxidantes, antidepresivos, contra el cáncer (especialmente de colón), la diabetes y anti-inflamatorios. Asimismo se ha confirmado que el café tiene efectos protectores contra la enfermedad de Parkinson y mejora el rendimiento físico y el intelectual.

Estas investigaciones se han publicado en revistas altamente especializadas como el «New England Journal of Medicine», Lancet, «Annals of Epidemiology», «European Journal of Pharmacology» y otras de nivel similar y todavía no se conocen suficientemente entre la comunidad médica y mucho menos dentro del público general. Por esta razón, la Federación viene apoyando la organización de simposios sobre el tema en el marco de grandes Congresos médicos.

En el año 2005 se tuvo la oportunidad de apoyar un seminario sobre café y salud en el marco del Congreso Latinoamericano de Cirugía que tuvo lugar en Cartagena entre el 4 y el 7 de Agosto. Participaron 2500 médicos de todo el hemisferio occidental y cada uno de ellos recibió las memorias del simposio que sobre el tema había organizado la Federación en el marco de los 40 años de la OIC en Cartagena en el 2003. Adicionalmente, a los asistentes se les entregó un boletín especial con un resumen de algunos de los recientes hallazgos. En este encuentro cinco científicos de prestigio internacional presentaron resultados de sus investigaciones. Esta información fue recibida con mucho interés por los médicos participantes.

En el año 2006 se continuará con esta labor ya que es evidente que estos esfuerzos de difusión y de formación tienen que ser permanentes para combatir mitos y percepciones negativas que no tienen sustento en la realidad empírica.

## Código Común para la Comunidad Cafetera (iniciativa 4C)

Se propuso a la comunidad cafetera internacional elaborar un código de conducta dirigido a fortalecer la sostenibilidad económica, ambiental y social de todos los eslabones que componen la cadena del valor del café. Los objetivos centrales que busca este proyecto han sido el de erradicar la pobreza extrema del sector, elevar la productividad y los ingresos de los caficultores, adoptar buenas prácticas agrícolas, mejorar la calidad y aplicar un conjunto de normas sociales y ambientales.

El proyecto contó inicialmente con el apoyo de la industria cafetera de Alemania pero luego los principales tostadores y comercializadores de café a nivel mundial tomaron la decisión de participar en forma activa. La Federación fue invitada a participar en este ejercicio lo mismo que diversas entidades de países productores tales como EMBRAPA (Brasil), el Consejo Mexicano del Café, Anacafé (Guatemala), Vicofa (Vietnam), la



Asociación de Exportadores de Café de Indonesia, la Organización Interafricana del Café y el Instituto de investigaciones sobre café de Costa de Marfil. En este ejercicio han venido participando varias entidades de la sociedad civil entre ellas Oxfam, la asociación internacional de trabajadores agrícolas y «Rainforest Alliance». Como miembros extraordinarios han participado la Organización Internacional del Café, el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Ministerio de Cooperación de Alemania.

En los últimos 30 meses se han celebrado diversas reuniones encaminadas a preparar el código. Existe ya un primer borrador de los principales principios y criterios que se aplicarían en las tres dimensiones (ambiental, social y económica). Los productores señalaron desde un comienzo que la viabilidad económica es el fundamento de la sostenibilidad ambiental y social y este principio fue aceptado por los otros participantes.

Se ha avanzado también en la elaboración de un sistema de verificación y en el diseño de una plataforma de apoyo para pequeños productores que requieran asistencia técnica y financiera para cumplir con las exigencias del código.

Por otra parte, los productores y los delegados que han participado en el ejercicio han señalado que es esencial elaborar unas reglas de participación que aseguren que los tostadores y comercializadores cumplan con una serie de deberes y responsabilidades. De lo contrario el código no sería simétrico. En este momento se está trabajando en un borrador que señala que la industria y el comercio tienen que colaborar en el frente de la asistencia técnica y financiera y tienen que asumir el compromiso de desarrollar el mercado de los cafés sostenibles. Asimismo se ha establecido que el nuevo concepto de la calidad que se está diseñando (que además de la calidad intrínseca del producto contempla el cumplimiento de normas sociales y ambien-

tales) debe ser considerado como superior al tradicional y por lo tanto el café tipo 4C debe obtener un mejor precio. Se han sugerido también métodos para preservar la identidad del producto y para asegurar tanto la transparencia del proceso como la rastreabilidad del producto.

Es conveniente reiterar que este código es de aplicación voluntaria y no es equivalente a un tratado internacional que tenga que ser suscrito, aprobado y ratificado por los distintos gobiernos.

En la reunión de la OIC que tuvo lugar en Mayo pasado varios delegados de países productores, liderados por Brasil y por Costa de Brasil expresaron serias dudas sobre la bondad y la conveniencia del código y pidieron un diálogo abierto con los países consumidores para precisar el alcance de los temas de la sostenibilidad en el marco de la OIC. El tema fue objeto de análisis tanto en la Conferencia Cafetera Mundial como en la sesión del Consejo Internacional del Café que tuvo lugar en Salvador, Brasil en la última semana de Septiembre.

La Federación como activo participante de la iniciativa 4C ha trabajado arduamente para buscar un código lo más equilibrado posible que pueda servir de instrumento para aumentar el valor agregado que generan y reciban los caficultores. Para verificar si los beneficios de adherir al código son superiores a los costos derivados de su implementación, la Federación está ejecutando un proyecto piloto con el apoyo de entidades de la cooperación internacional.

Dentro de unos meses se tendrá información cuantitativa que arrojará valiosos elementos de juicio para orientar a aquellos productores o cooperativas de pequeños caficultores que estén interesados en participar en esta iniciativa. Al mismo tiempo, este experimento puede resultar en el hallazgo de dificultades para la aplicación de algunos principios y criterios del código lo que, por su puesto, llevará a su modificación.

## CAPÍTULO VIII

# **Fortalecimiento del Fondo Nacional del Café: consolidación financiera para la garantía de compra y los servicios al caficultor**







Los resultados de la estrategia iniciada a mediados de 2002 son ampliamente satisfactorios para el presente año cafetero. La situación financiera del Fondo Nacional del Café (FoNC) ha continuado fortaleciéndose de manera consistente.

Esto se evidencia en los siguientes puntos fundamentales:

1. Estructura de deuda y capital de trabajo óptima
2. Fortalecimiento patrimonial
3. Cubrimiento de riesgos de mercado

### Estructura de deuda y capital de trabajo óptima

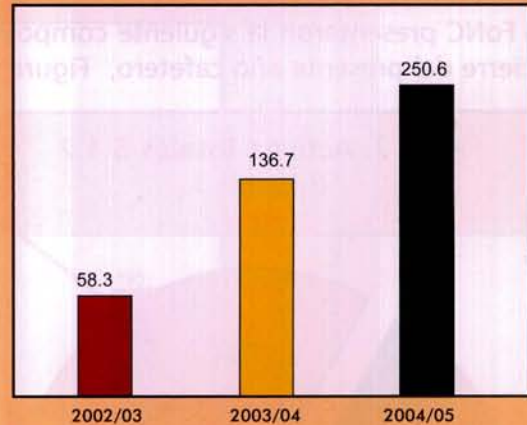
- Ampliación de las líneas de financiamiento de corto y largo plazo
- Optimización del esquema de cobranzas documentarias
- Optimización del capital de trabajo y la estructura de deuda

Las líneas de financiamiento de corto plazo crecieron un 329.85% entre los años 2002/2003 y 2004/2005. Esto es resultado de una gran mejora en la percepción de riesgo que tiene el sector financiero del FoNC. A continuación se indica la evolución de cupos de crédito aprobados por la banca nacional y extranjera, Figura 1.

De la mano con este crecimiento de cupos de crédito, los márgenes de intermediación de los bancos han disminuido en un 42.8%, permitiendo racionalizar el costo promedio del endeudamiento.

Los niveles actuales de líneas de crédito permiten tener un amplio acceso a recursos para financiar las crecientes necesidades de capital de trabajo, generadas primordialmente por el aumento del precio internacional del café, el cual

Figura 1. Total líneas de crédito  
US \$ Millones



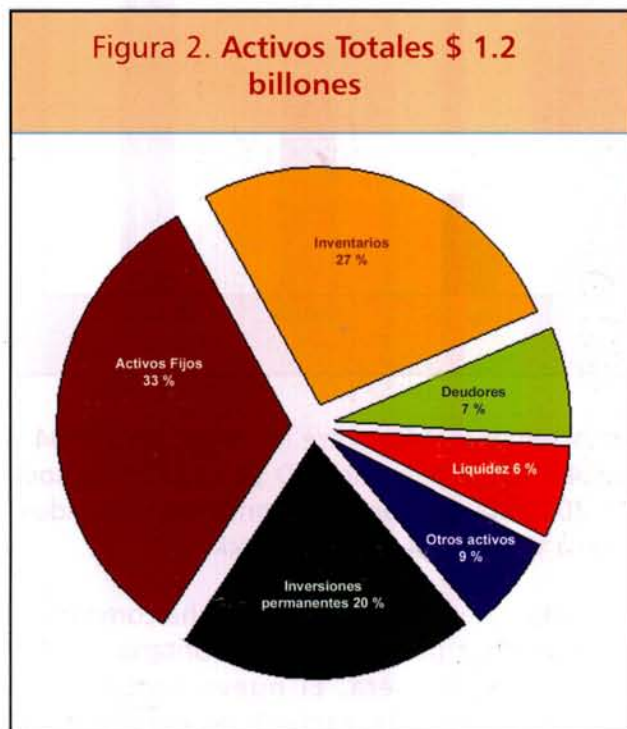
se incrementó 44% entre los años 2003/2004 y 2004/2005, al pasar de USD \$0.79 / libra ex dock en 2003/2004 (promedio ponderado de industria) a USD \$1.14 / libra ex dock.

La gestión de activos y pasivos se ha constituido en una labor permanente y prioritaria para la Gerencia Financiera. El nuevo esquema de cobranzas para la cartera de exportación, permite reducir el período promedio de cobro en dos días, lo que disminuye la necesidad de capital de trabajo relacionada. Simultáneamente, este nuevo esquema representa una reducción cercana al 50% en los costos de este servicio y una mejora extraordinaria en la funcionalidad y facilidad de uso de la nueva plataforma tecnológica.

La eficiente administración y control del capital de trabajo neto (Cartera + Inventarios – Proveedores) permitió que éste se mantuviera estable, a pesar del aumento en los precios internacionales del café. El capital de trabajo neto presentó un leve incremento por \$278 millones en relación con el cierre del año cafetero 2003/2004.

Esta gestión abarcó la totalidad de los activos del FoNC, lo que posibilitó una reducción en los activos totales por \$172.271 millones, represen-

tados básicamente por la reducción de niveles de caja ociosa (Disponible), inversiones (tanto permanentes como temporales) y bienes inmuebles. De esta manera, los activos totales del FoNC presentaron la siguiente composición al cierre del presente año cafetero, Figura 2.



Gracias a esto, se liberaron importantes recursos que permitieron una reducción en los pasivos totales durante el año cafetero por COP \$193.203 millones. El 58% del total de los pasivos está representado por la deuda financiera, la cual decreció en \$180.166 millones durante el año cafetero 2004/2005. De esta manera, la relación deuda financiera a capital de trabajo neto pasó del 80.23% en 2003/2004 a 34.09% en 2004/2005.

La estructura de deuda se recompuso y rebajó el endeudamiento financiero total acorde con los lineamientos de la estrategia financiera definida en 2002/2003, lo que consolidó la reducción del endeudamiento a largo plazo, hasta caer en \$36.890 millones. Esta estrategia permitió concentrar la financiación del capital de trabajo en el corto plazo y generar así flexibilidad y eficiencia en costos.

Sin embargo, teniendo en cuenta el alto apetito de la banca internacional por riesgo en países emergentes, la alta liquidez global, la excelente coyuntura del mercado financiero local y, en especial, la percepción positiva de los agentes financieros con respecto al riesgo FoNC; el Comité Nacional aprobó en su sesión del 12 de Septiembre de 2005 contratar créditos de largo plazo con los bancos ABN Amro y Natexis Banques Populaires hasta por USD \$75 millones para financiar la porción permanente del capital de trabajo a plazos entre 3 y 5 años, así como proceder con la correspondiente cobertura de riesgo de tasa de interés mediante una operación de SWAP. Este ajuste en la estrategia permite que se prolonguen las buenas condiciones de financiación actuales y se mitigue la exposición a los cambios en la situación de liquidez financiera global.

Incorporando este nuevo ajuste a la estrategia, la estructura de deuda de largo vs. corto plazo y el correspondiente nivel de apalancamiento quedará entonces de la siguiente manera a finales de 2005, Figura 3.

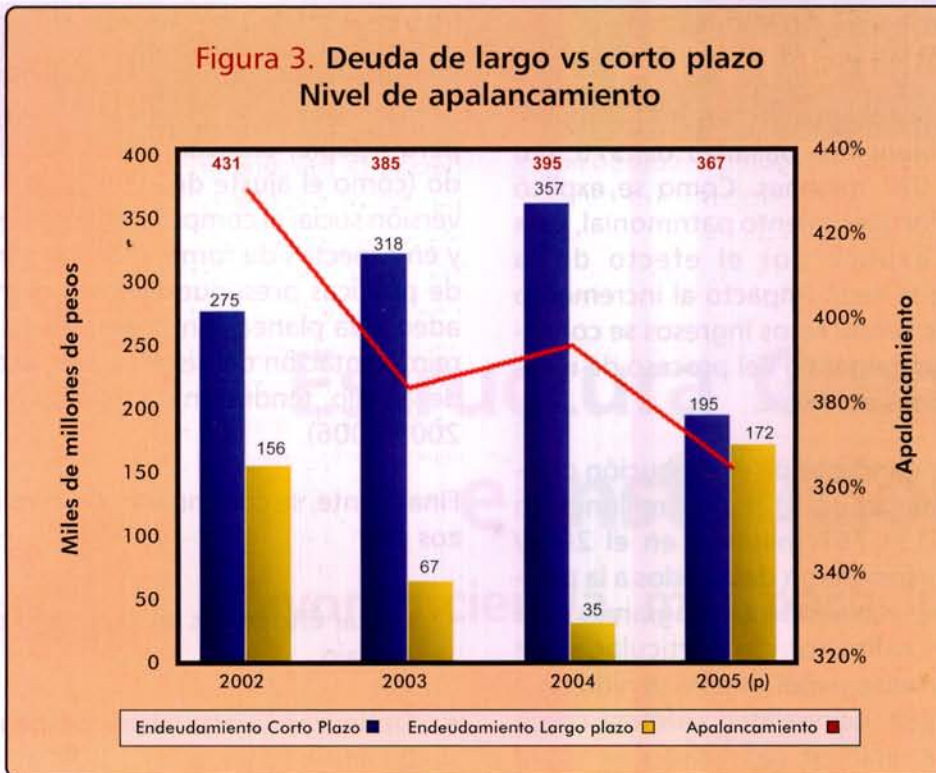
### Fortalecimiento patrimonial

La adecuada gestión ha posibilitado también la recuperación del patrimonio del FoNC, como se ve en la Figura 4.

El resultado neto de la operación general ha contribuido de manera importante a la recuperación del patrimonio en el año 2004/2005. A pesar de que la marcada revaluación del peso frente al dólar (13.16% de revaluación en los últimos doce meses a septiembre 30 de 2005) le restó impacto al crecimiento de los precios internacionales, los ingresos por ventas de café pasaron de \$883.944 millones en el año cafetero 2003/2004 a \$1.042.666 millones en el año cafetero 2004/2005, presentando un crecimiento del 18%. Este incremento fue trasladado en gran medida a los caficultores colombianos, quienes recibieron un precio promedio ponde-



**Figura 3. Deuda de largo vs corto plazo  
Nivel de apalancamiento**



rado por carga de \$493.712 (\$367.706 año anterior).

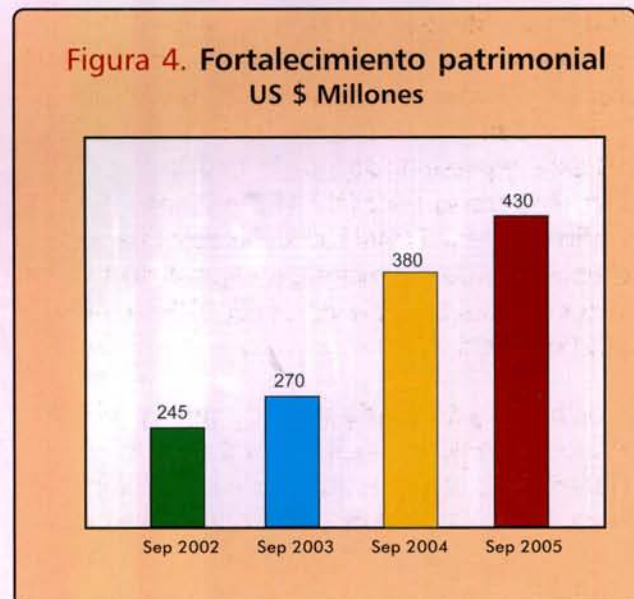
### Cubrimiento de riesgos de mercado

#### Estrategia de cobertura de tasa de cambio

Como fuera aprobado por el Comité Nacional en su sesión de Octubre 20 de 2004 (Acta # 18), se logró proteger el margen de la operación comercial de café de la volatilidad de la tasa de cambio, mediante la nueva estrategia de cobertura de tasa de cambio y el uso de derivados como herramienta financiera (Venta a futuro de dólares – FX Forwards).

De esta manera, la operación comercial quedó blindada al adicionar este esquema de cobertura a los mecanismos que ya se venían utilizando para cobertura del precio del café, con un portafolio actual de USD \$ 85 millones. La implementación de esta estrategia ha contribuido a minimizar el efecto negativo de la revaluación sobre las finanzas del FoNC.

**Figura 4. Fortalecimiento patrimonial  
US \$ Millones**



## Resumen ingresos contribución cafetera

Los ingresos por concepto de contribución para saneamiento financiero pasaron de \$70.516 millones a \$66.027 millones. Como se explicó en el aparte de fortalecimiento patrimonial, esta reducción se explica por el efecto de la revaluación que le restó impacto al incremento en los precios de venta. Estos ingresos se constituyen en pilar fundamental del proceso de recuperación financiera del FoNC.

Los ingresos por concepto de contribución cafetera general pasaron de \$126.008 millones en 2003/2004 a \$131.767 millones en el 2004/2005. Estos recursos fueron destinados a la prestación de servicios e inversión en programas para el beneficio del caficultor. En particular, cabe señalar el importante papel que ha venido desempeñando la institucionalidad cafetera como gestionadora de recursos para inversión social procedentes de organismos nacionales e internacionales.

## Los retos para el nuevo año cafetero

En el mediano plazo la prioridad continuará siendo mantener una estrategia financiera definida pero flexible, enfocándose en aspectos de fondo (como el ajuste de los niveles de gasto e inversión social al comportamiento de los ingresos) y en aspectos de forma como el fortalecimiento de políticas presupuestales en el marco de una adecuada planeación financiera (el proyecto de reimplantación del sistema SAP, actualmente en desarrollo, tendrá un papel muy relevante en el 2005/2006).

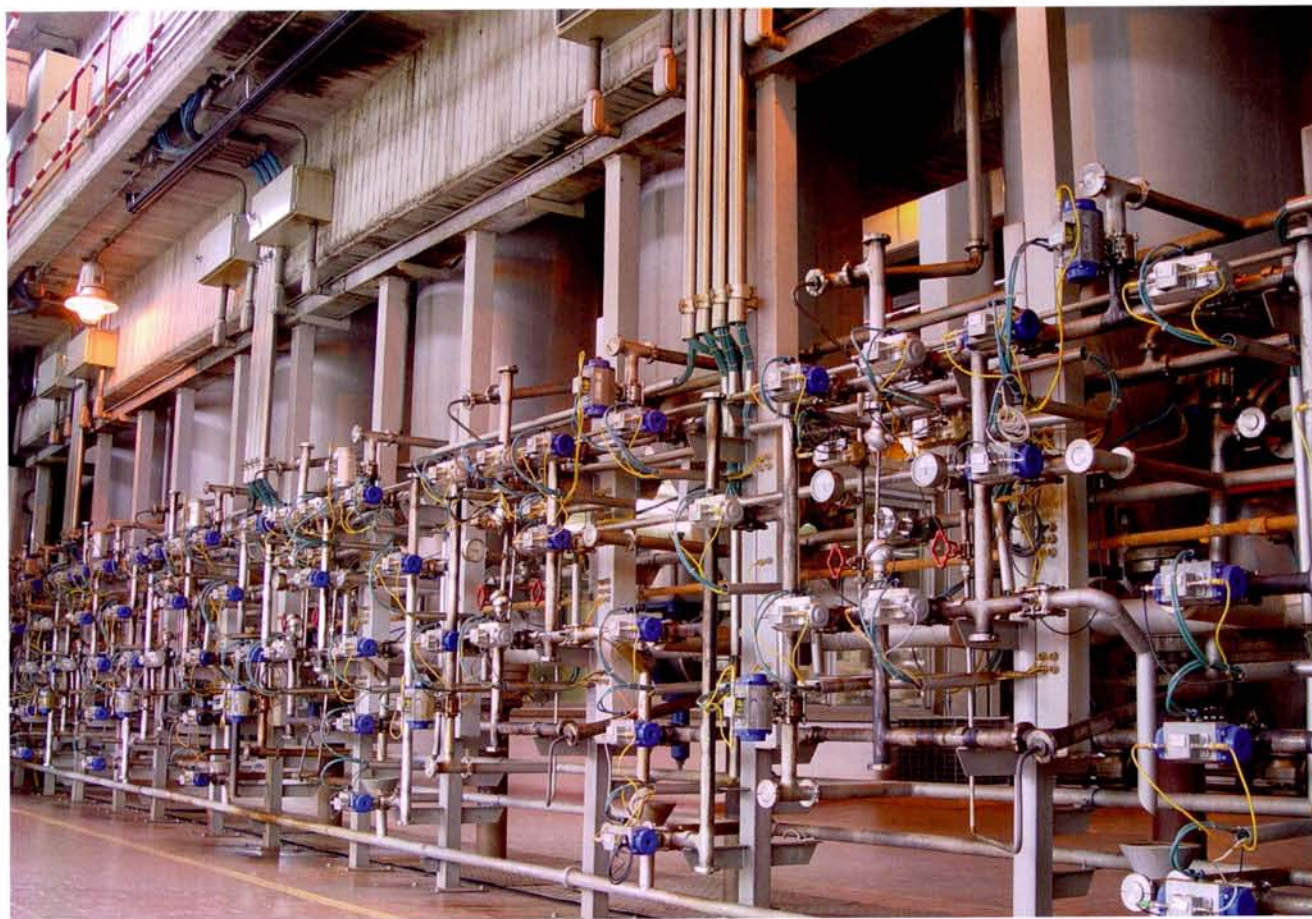
Finalmente, se continuarán desarrollando esfuerzos en:

- Lograr eficiencias en el manejo del capital de trabajo
- Optimizar la estructura de deuda logrando balances óptimos
- Proteger el nivel patrimonial

## CAPÍTULO IX

# Estructura Gremial e Institucional:

Mayor eficiencia, más participación





Una Organización de Excelencia en su modelo de Administración es aquella que, en su conjunto, es superior, diferente y más efectiva que las partes o dependencias que la componen. Es aquella que para encontrar la excelencia, define propósitos claros, los hace explícitos en Planes Estratégicos y los pone en marcha con el desarrollo de acciones combinadas y simultáneas vinculadas con la actualización de sus herramientas informáticas, la definición de sus procesos vitales, la adecuación de su estructura organizacional, la medición de la ejecución de los desafíos estratégicos que se ha impuesto, todo ello acompañado de una redistribución y diseño físico de oficinas con óptimo uso de los espacios y mayor comodidad, buscando construir un mejor ambiente de trabajo entre todos.

Dentro de este proceso de transformación organizacional, pasamos de construir los fundamentos a desarrollar las acciones a continuación descritas, que en forma simultánea nos aseguran el engranaje en la búsqueda de la excelencia y así lograr una capacidad de respuesta efectiva hacia el caficultor y su institucionalidad.

## Consolidar la fortaleza gremial

### Fortalecimiento del liderazgo gremial

Con el acompañamiento de la Fundación Manuel Mejía se diseñó y ejecutó el Programa de Fortalecimiento del Liderazgo Gremial, con el fin de desarrollar competencias y proyectos de liderazgo para favorecer la identidad y pertenencia del gremio, proyectando el mejoramiento de las condiciones de vida del caficultor, su familia y las comunidades.

Los contenidos del Programa se fundamentaron en la importancia de cambiar el presente para construir confianza en el futuro, reflexionar desde lo personal proyectándose como líder gremial, contextualizar institucionalmente a los líderes cafeteros, afianzar la identidad y pertenencia al gremio y consolidar grupos de trabajo en pro de una misma visión, misión y valores.

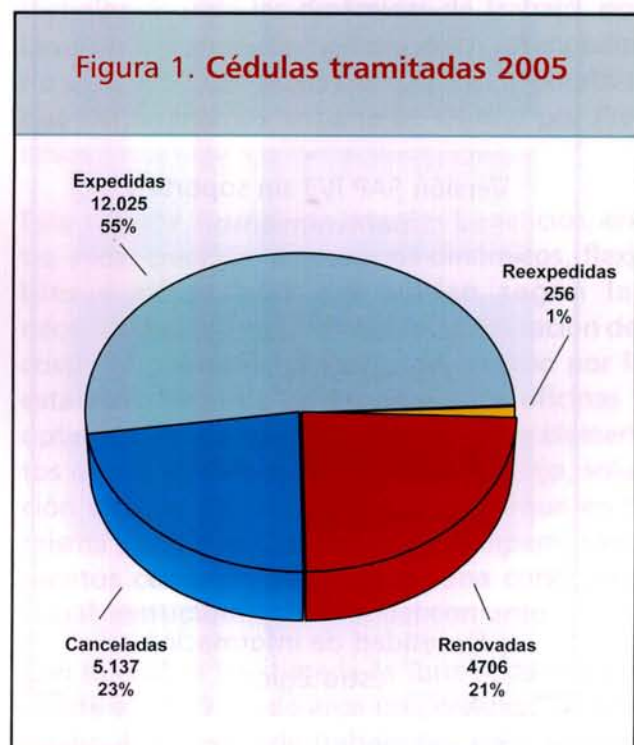
El programa tiene un cubrimiento de aproximadamente 4.000 líderes gremiales, para el 2005 se llegó a 168 miembros de Comités Departamentales y a 2.304 miembros de 192 Comités Municipales, con una duración de 18 y 40 horas respectivamente y en el 2006 lograremos el cubriremos del 100%.

## Cedulación cafetera

Durante el 2005 se han tramitado 24.275 Cédulas Cafeteras de las cuales el 56% corresponde a nuevos caficultores cedulados y la diferencia a renovaciones o reexpediciones y cancelaciones.

Es importante anotar que el porcentaje de renovación varió sustancialmente frente a los años anteriores, de acuerdo a la interpretación dada por el Comité Directivo, en el sentido que no es necesario expedir nuevamente cédula por expiración o vencimiento del tiempo estipulado en ella.

Figura 1. Cédulas tramitadas 2005



## Consolidar el enfoque de gestión por procesos

### Organización por procesos

Los retos que está abordando la Institucionalidad Cafetera en su compromiso de generar mayor valor al Caficutor, han implicado la revisión del modelo de procesos rediseñándolo para que dé respuesta al Plan Estratégico 2003-2008. El nuevo diagrama de los procesos institucionales se representa así:

### Proceso de competitividad y desarrollo social

- Brindar al caficutor y la comunidad mejores condiciones de vida a través de proyectos de tejido social en las zonas cafetera y desarrollando tecnologías y programas para optimizar el cultivo de su café.

**Proceso de comercialización** - Satisfacer las necesidades de los clientes y los consumidores a través del desarrollo de servicios y productos

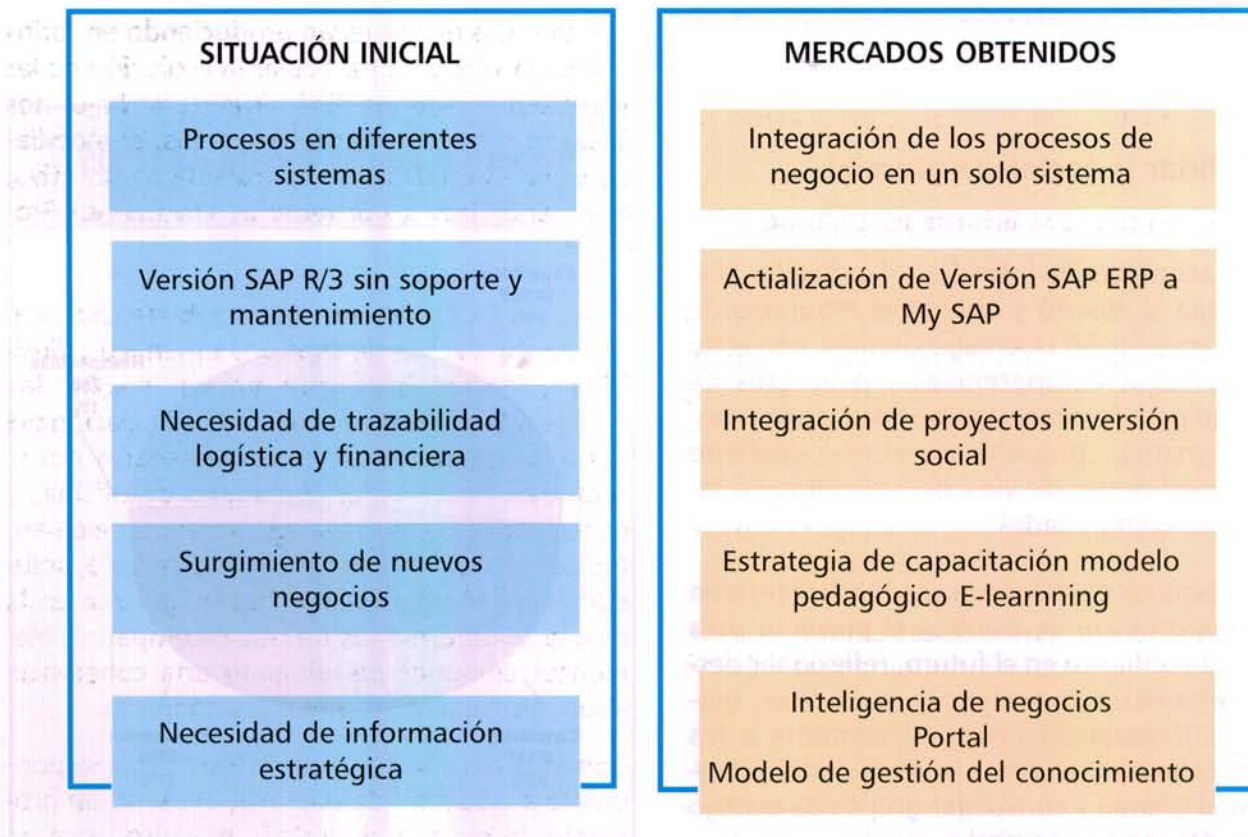
innovadores basados en café, que se generen en procesos eficaces y eficientes

**Procesos de Servicios de Apoyo (Administrativos y Financieros)** - Apoyar las unidades estratégicas de negocio a través de la consolidación y prestación de los servicios que las soportan, con la más alta calidad posible, optimizando los costos e incrementando la productividad.

## Consolidar el enfoque de gestión por procesos

### Reimplantación Sistema de Información Sap R/3

Durante este año se desarrolló el proyecto de Reimplantación de SAP, para modernizar el sistema de información y gestión bajo el nuevo modelo organizacional, soportando adecuadamente las nuevas realidades y desafíos de nuestra organización cafetera, con la siguiente visión:





### Beneficios proyecto reimplantación

- Modelo competitivo que soporta las nuevas exigencias de la institucionalidad cafetera.
- Rentabilidad por unidades de negocio.
- Sistema de información My Sap que soporta la visión estratégica y analítica del colectivo cafetero.
- Información que soporta los conceptos de organización por procesos, transparencia en la administración de los fondos sociales, trazabilidad y servicios compartidos, entre otros.
- Cumplimiento de la exigencia legal de separación de las actividades del Fondo Nacional del Café.
- Aplicación de las mejores prácticas de SAP a los procesos de negocio.
- Información relevante para soportar control, planeación y ejecución del Negocio cafetero.
- Optimización del ciclo de contratación de servicios.
- Soporte integrado a otros sistemas de Información (SICA-Cedulación Cafetera, etc.).
- Desarrollo de un programa de capacitación y entrenamiento en alianza con la Fundación Manuel Mejía, soportado en modelos pedagógicos y estrategias educativas presenciales, e-learning y video conferencia.
- Reestructuración de la arquitectura de perfiles y accesos al sistema.
- Integración de una Infraestructura tecnológica que soporte distintas iniciativas del plan estratégico.
- Utilización de herramientas WEB, que permiten tener una integración con nuestros clientes y proveedores.

- Consolidación de información que permite medir indicadores del cuadro de mando corporativo.

### Sistema Oficina por Procesos

La estructura organizacional ha cambiado en función de los procesos y al trabajo en equipo interdisciplinario, lo cual ha permitido aumentar la productividad, mejorar la comunicación y coordinación, centrando la atención en los resultados.

En consecuencia las oficinas como ambiente físico para desempeñar el trabajo, debe evolucionar a la misma velocidad que la empresa para estimular los factores de éxito como la flexibilidad, dinamismo, flujo de procesos, transmisión del conocimiento, mejora continua, rapidez, etc. Igualmente, el espacio de trabajo, es un factor de motivación para los empleados cuando les proporciona ergonomía, bienestar, calidad de vida y seguridad.

Los cambios que se están produciendo en todos estos ámbitos y en particular la evolución de las tecnologías y de las dinámicas de trabajo, nos llevaron a transformar los espacios, el mobiliario y la gestión de la infraestructura corporativa, que denominamos Sistema de Oficina por Procesos.

Este sistema aporta importantes beneficios, entre ellos: creación de espacios dinámicos, flexibles y adaptables que varían según las necesidades de cada momento, optimización del costo de operación y ahorro de espacio por la estandarización de las topologías de oficinas y optimización de los espacios al integrar elementos como archivo y superficies de trabajo, solución integral para toda la oficina porque en la misma plataforma los módulos comparten elementos comunes permitiendo una coherencia visual, estructural y formal del conjunto.

Con lo cual se ha liberado la Torre A correspondiente a 2.529 m<sup>2</sup> de área útil, creando en promedio 45 puestos de trabajo por piso, para un



total de 350 puestos de trabajo, con una área promedio de 11 m<sup>2</sup> por puesto.

Para acompañar el nuevo concepto de oficinas en su objetivo de brindar seguridad, generar ahorros económicos reduciendo los costos de operación y ecológicos evitando el malgasto de los recursos, bajo el esquema de reducción y reutilización, se han desarrollado otros proyectos estratégicos como: **Gestión Documental** donde se establecieron y desarrollaron las políticas de manejo y retención documental, obteniendo como resultado la disminución del área de archivo en las oficinas en un 80%, pasando de 500 m<sup>2</sup> a 100 m<sup>2</sup>, a través de un manejo centralizado del mismo, y optimizando su uso a través de las actividades de descarte documental equivalente a 80 toneladas y microfilmación de 5 millones de documentos. **Sistema de Seguridad**, brindando a los empleados la seguridad física del puesto de trabajo y dando cumplimiento a las normas legales en materia de seguridad, el cual está compuesto por el sistema de detección y extinción de incendio, sistema de altavoces-sonido, modernización de ascensores, adicionalmente se implementó el control de ingreso, el control de acceso y el circuito cerrado de televisión CCTV. Por último, se inició la conversión de la propiedad al régimen de **Propiedad Horizontal**, refiriéndonos al sistema de propiedad inmobiliaria más extendido. La propiedad sobre edificios divididos en pisos, que da lugar a lo que solemos conocer con el nombre de comunidades de vecinos, lo cual permitirá generar ingresos a la Federación vía arriendo o venta y disminuir los costos por mantenimiento del edificio al implementar el sistema de administración de propiedad horizontal, en la que cada empresa residente contribuirá con el sostenimiento de las áreas comunes, la vigilancia, la recepción y en general todos los gastos que demande la copropiedad.

## Propiciar la gestión del conocimiento

### Capacitación y Entrenamiento

Con el fin de gestionar el conocimiento a lo largo y ancho de su Institucionalidad Cafetera, en

su propósito estratégico de Construir una Organización de Excelencia y poder asumir los retos derivados de los cambios organizacionales, se implementó un programa de capacitación y entrenamiento para apoyar el proyecto de reimplantación de SAP, y se continuó con el programa de capacitación virtual enfocado principalmente al servicio de extensión.

### Capacitación SAP

De tal forma que todos los usuarios puedan soportar adecuadamente las nuevas realidades y desafíos de nuestra organización cafetera a partir del 1 de Enero de 2006, se desarrolló la capacitación en dos fases, alcanzando una cobertura de 700 empleados. La primera de inducción, con dos cursos virtuales: a) Institucionalidad Cafetera y b) Generalidades de SAP, los cuales se desarrollaron en el Aula Virtual Cafetera, una moderna herramienta de capacitación altamente interactiva que implementó la Federación con su aliado estratégico en temas de educación la Fundación Manuel Mejía y en asocio del Sena con su plataforma tecnológica.

Una segunda fase, se orientó al aprendizaje específico de los procesos de negocio implementados en SAP, mediante la modalidad presencial y dirigida por expertos multiplicadores, los cuales trasladaron el conocimiento adquirido a sus compañeros en cada una de las Dependencias.

Con esta estrategia educativa, se dio respuesta a la Institución y los cafeteros, con la generación de una nueva cultura de aprendizaje; utilizando la infraestructura tecnológica con que se cuenta; los canales de comunicación como la intranet y la videoconferencia con el fin de apoyar la actividad laboral, la transferencia de conocimiento y el crecimiento personal y profesional de los empleados.

### Servicio de extensión e-learning

En el año 2005 se dio continuidad al programa e-learning con la administración de la Fundación



Manuel Mejía. En el programa se capacitó de manera virtual al servicio de extensión, investigadores de Cenicafé y docentes de la Fundación Manuel Mejía.

## **Fortalecer la cultura y probidad de la administración**

### **Divulgación y Gestión de la Estrategia**

Más importante que tener una buena estrategia es lograr una excelente ejecución de la misma, y esto empieza por su comunicación y entendimiento, por lo cual es pertinente resaltar la divulgación del Plan Estratégico a más de 3.500 líderes gremiales y más de 28.000 personas entre caficultores y empleados.

Como la ejecución, la comunicación y el aprendizaje de la estrategia corporativa es un proceso continuo, adoptamos el Cuadro de Mando Integral Corporativo – CMIC como la herramienta de gestión del Plan Estratégico.

Dicha metodología se ha desarrollado bajo el mapa o árbol estratégico, lo cual nos ha permitido obtener una estrategia clara y consenso sobre ella, la comunidad informada, objetivos y metas alineadas con la estrategia de corto, mediano y largo plazo, presupuestos estratégicos, mejor seguimiento del desempeño organizacional, bases claras para medir nuestro desempeño y un compromiso mayor del gremio y la organización con los resultados esperados.

Adicionalmente para apoyar la comunicación y seguimiento, se ha construido a través de la Intranet, la consulta dinámica de los resultados y avances del CMIC y los cuadros de mando de los 15 Comités Departamentales, Fábrica y Almacafé.

### **Fortalecimiento del sistema de control**

Enfocados a fortalecer la cultura de control y probidad de la administración, se realizaron 20

sesiones de trabajo, relacionadas con el sistema de control interno de la organización, las cuales fueron dirigidas a aproximadamente el 50% de los empleados en los Comités Departamentales de Cafeteros, Fábrica de Café Liofilizado y Cenicafé.

El tema se orienta, en primer lugar, a fortalecer los conceptos de autocontrol, autorregulación y autogestión como fundamento esencial del sistema de control interno y en segundo lugar, permite un mejor entendimiento del proceso auditor tanto externo como interno así como de sus resultados. Adicionalmente se inició la construcción del mapa de riesgos, para generar mecanismos que fortalezcan el sistema y la cultura de la prevención de riesgos en el desarrollo de la gestión institucional y la consecución de los objetivos estratégicos de la organización.

Los resultados de la evaluación realizada durante el 2005, sobre la gestión de las áreas, procesos o actividades, permitieron, de una parte, obtener de la Contraloría General de la República-CGR el fenecimiento de la cuenta del Fondo Nacional del Café; y de otra parte, una opinión favorable de parte de la revisoría Fiscal, sobre los estados financieros de la Federación, para la vigencia del 2004.

Igualmente, Auditoría Interna amplió los aspectos de evaluación del sistema de control, relacionados con inventarios de café, compras de café y temas contables en los Comités. Dentro de sus visitas programadas este año se incluyeron adicionalmente las Cooperativas, los Almacenes, Fábrica y Cenicafé.

## **Implantar una política de desarrollo humano**

### **Dimensión humana**

Basados en la inmensa relevancia de la dimensión humana en el alcance de las metas concertadas en el Plan Estratégico de la Federación se diseñaron conceptual y metodológicamente una serie de proyectos:

- **Integración organizacional:** con el proceso de planeación estratégica la Federación logró integrar sus modelos estratégico y operacional, mediante una serie de diálogos institucionales y gremiales alrededor del Plan Estratégico y su implementación que logró una mayor integración conceptual para que la acción del equipo humano sea más unificada y efectiva.
- **Transformación de la Organización:** pretende lograr una transformación cultural de modificación de las estructuras y procesos organizacionales para modificar aquello que se valora, se exige, se hace, se evalúa, se premia y se rechaza, en procura de la Misión y Visión de la Federación.
- **Replanteamiento del Sistema Social:** se trata de reconceptualizar el significado del trabajo en equipo y el liderazgo. El primero para lograr soluciones a problemáticas complejas (resultantes del desarrollo del Plan Estratégico) que dependen de la complementación de perspectivas diferentes y la generación de conocimiento para crear valor proveniente de las redes sociales; el segundo para continuar en la promoción de un significado común que aglutine los esfuerzos de las personas hacia la realización de la Misión y Visión, la búsqueda de soluciones de beneficio común, el apoyo al aprendizaje como solución al cambio y la creación de confianza como forma de relacionamiento productivo.
- **Estrategia de Compensación: proyecto que define conceptual y metodológicamente** la manera como la compensación se vincula y apalanca los resultados institucionales e individuales teniendo en cuenta: las prácticas de remuneración del mercado, la posición de equidad y competitividad actual de la Federación, los niveles de atracción y retención demandados para los nuevos roles y perfiles y la capacidad financiera de la Federación.

## Programa de bienestar social

Se fortaleció el Programa de Bienestar Social, por medio de actividades de reconocimiento y de integración, con el propósito de apalancar las estrategias comentadas en la Dimensión Humana y fortalecer la cultura organizacional, incrementar la productividad y la armonía del clima laboral. Entre otros, son importantes de mencionar:

- **Reconocimiento:** implementación a nivel nacional de las actividades lúdicas para reconocimiento a los empleados que cumplen quinquenios de servicio, mejora de los programas vacacionales y remodelación de inmuebles destinados a bienestar de los colaboradores.
- **Prepárate Hoy para un Mañana Saludable:** se trata de la implementación de un modelo de salud, con énfasis en medicina preventiva, para los trabajadores, pensionados y familiares de la Federación y Almacafé, desarrollado hasta ahora en las ciudades de Bogotá, Ibagué, Manizales, Medellín y Neiva, con una cobertura del 72% de sus colaboradores, que permitió levantar el inventario de pacientes con patologías y riesgos familiares y personales de la población asociados a enfermedades como EPOC, ansiedad, diabetes, hipertensión arterial, enfermedad coronaria, menopausia, síndrome depresivo, dislipidemias, gastritis y colon irritable, para luego iniciar la intervención mediante un proceso estandarizado que garantice el control de las enfermedades y/o los riesgos en salud de nuestros colaboradores.
- **Necesidades de Crédito:** se realizó un convenio DAVIVIENDA a escala nacional, con tasas preferenciales de interés frente al mercado, facilidad de acceso y disminución en los trámites y descuento por nómina para pago de las cuotas. A la fecha se han otorgado 347 créditos en todo el país, en las diferentes modalidades (vivienda, libre destinación y vehículo) por un valor de \$2.911 millones.



- **Navidad con Sentido Social:** Programa dirigido a los niños de diferentes municipios cafeteros del país, que tiene como objetivo fundamental alegrar la navidad de los niños en las escuelas rurales, en el que colaboradores de la Federación y Almacafé, dan un regalo a un niño seleccionado previamente, acompañado de una actividad recreativa en diciembre.

## Servicio de extensión

Atendiendo las recomendaciones del LXIV Congreso Cafetero y los compromisos de la Cumbre Nacional de Extensionistas, durante el año 2005 se desarrollaron los siguientes temas:

- Se estructuró la política de contratación para el personal del servicio de extensión a escala nacional, con el objetivo de generar una relación laboral armónica y positiva con un mayor sentido de pertenencia, lealtad y equidad para un mejor bienestar y desarrollo de los extensionistas, sus familias y el caficultor.
- En materia salarial y dando respuesta a las expectativas planteadas, se generaron acciones significativas que impactaron el 50% del personal del servicio de extensión; previa evaluación del desempeño como un factor del componente del incremento y consistente en un ajuste a la remuneración que permitiera un pago competitivo y equitativo, corrigiera en parte la dispersión salarial, todo esto a medida que los recursos presupuestales asignados lo permitieron y dejando previsto para los próximos años continuidad con el programa.
- Adicionalmente para los 405 colaboradores, que con su compromiso y dedicación adelantaron y aprobaron de uno hasta tres cursos del programa de capacitación virtual e-learning, orientado por la Gerencia Técnica, recibieron un bono premio de motivación proporcional a los cursos aprobados, para un total entregado de 100 millones de pesos por este concepto.

## Revisar y evaluar el valor agregado de los procesos y/o las instituciones relacionadas con el macroproceso cafetero

### Modelo de sostenibilidad financiero para Comités

Se construyó un modelo que permite analizar los resultados financieros de los Comités Departamentales, con el fin de establecer mejoras y acciones tendientes a su fortalecimiento patrimonial. El modelo se utilizará como herramienta de planeación y gestión conjunta de la Oficina Central con los Comités Departamentales, para buscar mejoría de la gestión de activos, del efectivo, las inversiones de mediano y largo plazo, así como la reducción de los costos del pasivo y de los gastos en general.

### Optimización proceso de contratación de bienes y servicios

Con el incremento en la ejecución de proyectos de inversión social y el número y diversidad de cofinanciadores y/o cooperadores, se modificó el proceso nacional de contratación con la participación de los Directores Ejecutivos, para incrementar su efectividad y transparencia, mediante la estandarización de la normatividad regional, el fortalecimiento del grupo de apoyo jurídico para la contratación, la mejora de los soportes tecnológicos y el establecimiento de un sistema de administración del riesgo para la contratación con proveedores y contratistas, mediante el establecimiento de una póliza global con condiciones generales que ampara el cumplimiento, manejo de anticipos, calidad, responsabilidad civil y prestaciones sociales.

## Otras estrategias de apoyo al plan estratégico

### Tecnología de Información y Comunicaciones: Trazabilidad de cafés especiales

Se llevaron a cabo dos proyectos piloto en la Serranía del Perijá y en el Cauca, donde se apli-

có un modelo de trazabilidad soportado en tres conceptos básicos: proceso comercial, sistemas de información y herramientas tecnológicas, las cuales facilitaron el seguimiento del café en toda la cadena comercial.

Esta actividad contempló los siguientes puntos de control: Finca, Cooperativa, Almacafé, trilladora, puerto origen y cliente, con la integración en un portal de Internet, de todos los sistemas de información que actualmente los soportan, tales como: SICA, Sistema información de Cooperativas y SAP R/3. Es importante mencionar que en el primer piloto se utilizó tecnología de código de barras y en el segundo RFID (sistema de identificación por radio frecuencia).

Los resultados han permitido adoptar este modelo como una estrategia de valor agregado en la comercialización del café colombiano.

### Soluciones informáticas

Con el fin de mejorar la gestión y la productividad en algunas labores se desarrollaron aplicaciones sistematizadas, entre las que se destacan:

- Registro de catación del café en dispositivos móviles, que apoya proyectos de concursos de café especiales (taza de la excelencia), a corto plazo su alcance será nacional con la integración a SAP.
- Herramienta Web para el control de análisis agroquímicos exigidos por el mercado Japonés, dando cumplimiento a las nuevas normas para el control de agroquímicos, esta aplicación permite el registro en tiempo real de los resultados del análisis de las muestras, la integración con SAP y la consulta de los interesados.
- Herramienta en SAP que soporta el proceso de compra-venta de café del FoNC, en el manejo de las coberturas, asegurando la tasa de cambio con la cual se va a recaudar el ingreso de la venta del café desde el momento de la compra.
- Sistema de reserva de acciones Juan Valdez, en tiempo real con herramientas de IVR (sistema de audio respuesta interactiva), por una línea telefónica 018000, la cual realiza una reserva desde cualquier sitio donde se encuentre el caficultor. Permite la gestión y control con la red bancaria que apoya esta solución así como los reportes exigidos por los organismos legales y de control.
- Herramienta automatizada en SAP para la consolidación, conciliación y reporte de los medios magnéticos exigidos por la DIAN para la Federación Nacional de Cafeteros, Almacafé y Procafecol.

### Renovación tecnológica

- UPS Centro de Cómputo. Se implementó un sistema eléctrico de alta disponibilidad que permite a toda la infraestructura del centro de cómputo operar sin interrupciones. También se adquirió un equipo (smart switch) que permite habilitar alta disponibilidad a los servidores, equipos de comunicaciones y centros de cableado. Con este nuevo diseño se facilitan los procesos de mantenimiento de la plataforma tecnológica.
- Se instaló una infraestructura de cableado estructurado de excelente calidad la cual nos prepara para las necesidades de conectividad actuales y futuras. Este tipo de cableado categoría 6, nos permite habilitar la red de comunicación a altas velocidades. La renovación estuvo acompañada de un diseño por pisos que permite optimizar su interconexión de 600 puntos mediante fibra óptica, mejorando los tiempos de respuesta necesarios para la labor diaria.
- Se duplicó el canal de Internet y la capacidad del ancho de banda para los 35 sitios nacionales conectados, estrategia que permite un mayor desempeño e incremento de productividad en las herramientas de información que soportan la operación de la



Institucionalidad Cafetera. De igual forma apalanca proyectos como E-learning, videoconferencia, actualización de SAP y mejora el desempeño de la herramienta de correo electrónico Lotus.

- Videoconferencia. Implementación de una red de videoconferencia que conecta 17 ciudades en el ámbito nacional, y permite múltiples videoconferencias entre distintos puntos, utilizando los canales de comunicaciones IP y Rdsi (red integrada de servicios digitales) para soportar enlaces de videoconferencias en otras partes del mundo. También suministra herramientas de colaboración en línea y establece la conexión con diferentes sistemas de información tales como SAP e Elearning. El sistema posibilita la transmisión simultánea del conferencista y de las ayudas visuales complementarias.
- Herramienta de procesamiento de encuestas, la cual maneja el almacenamiento digital de imágenes de los documentos físicos, que reduce hasta un 90% el ingreso manual de datos, minimiza los errores de digitación y provee alta velocidad de procesamiento de formularios. Esta solución apoya el proyecto de la Gerencia Técnica para la encuesta nacional de condiciones de vida.
- Sistema de información Web que permite contar con el control y estadísticas de gastos judiciales, informes de procesos vigentes, acceso remoto para abogados externos desde Internet y personalización de reportes.

## Seguridad informática

Durante el año 2005 se continuó fortaleciendo la infraestructura de control en la red evitando que se afecten los servicios en la de la Federación Nacional de Cafeteros y Almacafé con software malicioso (gusano sasser, virus, troyanos, suplantación de tráfico autorizado, correos fraudulentos). Estas soluciones tecnológicas implementadas han minimizado el riesgo de in-

cidentes en la operación de la red de telecomunicaciones, y mantiene los niveles de servicio con una disponibilidad del 98%

## Mesa de ayuda

En el 2005, mediante la mesa de ayuda se ha dado solución alrededor de 19.000 solicitudes nacionales, de manera oportuna y eficiente, y permitido que las necesidades en materia de infraestructura tecnológica y de soluciones de negocio garanticen el normal desarrollo de las actividades realizadas por los colaboradores de la Institución cafetera.

## Actualización del sistema de información sap

Se renovó la versión del sistema de información SAP R/3 a Mysap ECC 5.00 con un nuevo concepto de integración en materia de tecnología. La plataforma permite integrar planeación con un sistema de inteligencia de negocios que conduce a una toma de decisiones estratégicas, de esta manera se trasciende de un sistema netamente transaccional a uno de gestión de información.

Este nuevo concepto busca apalancar los diferentes proyectos contemplados en el Plan Estratégico de la Institución Cafetera. Y en materia de conectividad nos deja habilitar un portal en Internet que permite interactuar con los clientes y proveedores de manera sencilla y transparente.

## Actualización Equipos Ecogeturía Electroniac

Garantizar un proceso eficiente y confiable que permita obtener excelsos con los mejores índices de calidad.

Indicador de Gestión: 65%, que corresponde a la importación e instalación de 10 máquinas seleccionadoras, el restante 35%, que correspon-

de a 5 máquinas seleccionadoras, se ejecutará durante el año 2006, fecha de terminación del proyecto.

### Venta de Inmuebles

Venta de inmuebles no estratégicos para la Federación Nacional de Cafeteros y el Fondo Nacional del Café, y así contribuir al fortalecimiento financiero de la empresa y disminuir los costos de mantenimiento de los inmuebles.

A 2005 se alcanzó la cifra por ventas de 85.450 millones de pesos, esto significa que se superó la meta establecida para 2002 – 2005 en un 11%. De acuerdo al proyecto de ventas el indicador de gestión tuvo un cumplimiento en cuanto al Fondo Nacional del Café del 111% y para la FNC del 114%.

Dentro del programa de seguridad para el 2005–2006, se revisaron y actualizaron el plan de seguridad y guía de emergencias de oficina central, el manual de seguridad para las cooperativas de caficultores y el plan de emergencias.

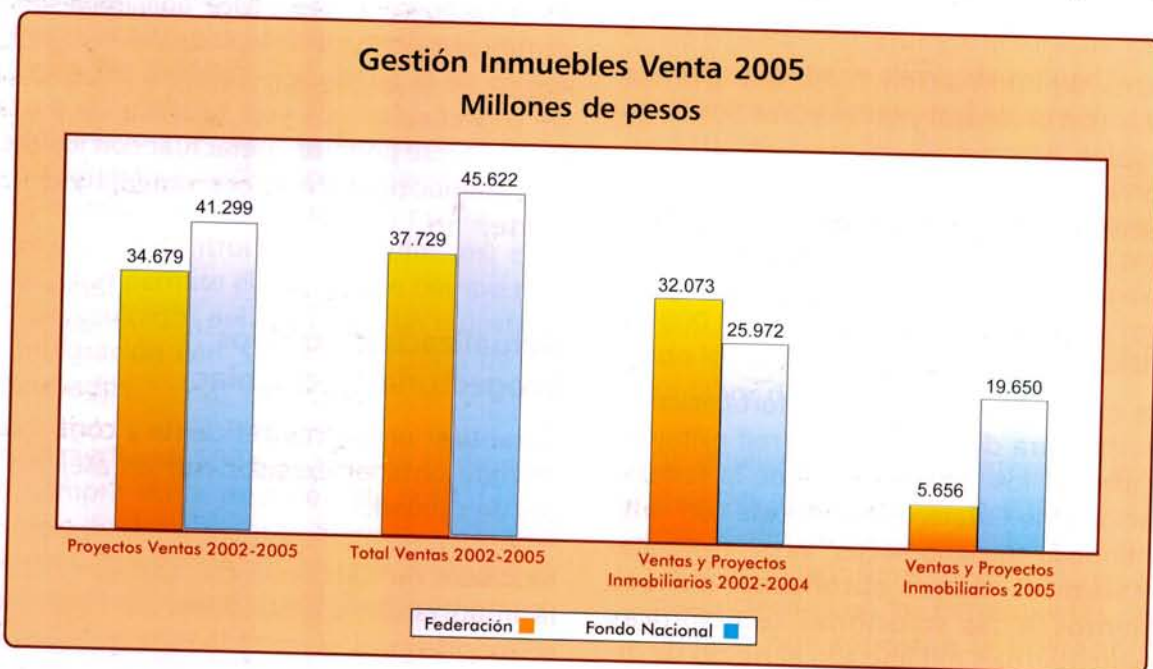
En cuanto al transporte de café a puertos, con Almacafé mantenemos desde hace 5 años el 0%

de siniestros y con Cooperativas se logró una reducción en 90% de siniestros en comparación con el 2004. Igualmente se participó activamente en el Frente de Seguridad empresarial de la Dijin, el cual busca: fortalecer canales de comunicación, mejorar seguridad en el transporte a puertos, adelantar investigaciones y seguimiento a siniestros en tiempo real, promover capacitaciones y obtener asesoría jurídica.

Para prevenir el contrabando de café, evidenciado en la frontera sur del país, se han dictado capacitaciones sobre la legislación y procedimientos en materia de Contrabando de Café, con la asistencia del Ejército Nacional, Policía Nacional, Armada, Policía Fiscal Aduanera, Policía de Carreteras, DIAN y DAS, en las siguientes zonas fronterizas: Santa Marta, Cúcuta, Pamplona, Buenaventura, Ipiales, Pasto, Valledupar y Cartagena.

Se continuó con el compromiso de cooperación a la Policía fiscal aduanera POLFA, en cuanto a intercambio de información, capacitación conjunta, divulgación y revisión de legislación (Comité).

Con las Inspecciones Cafeteras de los Puertos de Buenaventura, Barranquilla, Cartagena y Santa





Marta, en conjunto con la Policía Antinarcóticos, se han desarrollado programas de sensibilización sobre las medidas de seguridad y control que ha implementado Federación para evitar la contaminación de café hacia el exterior. En el 2004 y 2005 no han presentado casos de contaminación de drogas en café con destino a la exportación.

Durante el año 2005 la Brigada de Emergencia de Oficina Central ha recibido capacitación y entrenamiento avanzado para atender situaciones de emergencia, en materia de búsqueda y rescate, primeros auxilios, extinción de incendios y evacuación.

Igualmente se realizaron asesorías y acompañamiento a los Comités de Cafeteros, Almacafé, Inspecciones Cafeteras, Empleados y Directivos, en temas específicos de seguridad, a Procafecol en el montaje, acompañamiento y seguridad operativa de las Tiendas Juan Valdez, y a las Cooperativas de Caficultores en la aplicación del Manual de Seguridad en especial en temas de transporte y contrabando de café.

Adicionalmente se desarrolló el Sistema Integral de Seguridad de Oficina Central, el cual consta de los subsistemas de: detección de incendio, control de acceso e intrusión, manejo de energía, control de visitantes, control de parqueadero, integración y carnetización.

## Basc café

El **BASC - Business Anti-Smuggling Coalition** ó **Coalición Empresarial Anti-contrabando**, es un programa de cooperación internacional entre el sector privado y organismos nacionales y extranjeros, creado para fomentar un comercio seguro.

Basc Café es una asociación sin ánimo de lucro de carácter gremial, constituida con el fin de propender a la defensa de los intereses del gremio de Exportadores de Café, sin que ello implique el desarrollo de actividades comerciales, industriales o de mercadeo.

Los recursos se destinan a la facilitación del comercio internacional del grano, y se asegura la existencia de un mercado internacional legítimo, confiable y seguro, mediante programas que promuevan y apoyen rigurosos estándares de seguridad, para evitar la contaminación de las cargas de café con narcóticos, el contrabando y la comisión de otros ilícitos contra el mercado internacional del café.

Cuenta con el apoyo de cuatro empresas fundadoras: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Almacafé S.A., Expocafé S.A. y Compañía Operadora Portuaria Cafetera S.A.

Hacen parte activa de la Coalición todas las empresas que conforman la cadena logística de comercio internacional de manera directa o indirecta entre las cuales están: Aeropuertos, Agentes de Carga Aérea, Agentes Marítimos y Portuarios, Courriers, Depósitos Aduaneros, Empresas de Vigilancia, Exportadores, Importadores, Operadores Logísticos, Operadores Portuarios, Patios de Contenedores, Puertos Marítimos, Sociedades de Intermediación Aduanera, Transportadores férreos y terrestres, Zonas Francas.

En el primer semestre se realizaron 35 auditorias de certificación y recertificación y preauditorías a empresas afiliadas al capítulo. El objetivo de estas auditorias, es garantizar que los siguientes estándares, sean cumplidos plenamente:

- Estudio legal de la compañía, sistema de gestión.
- Administración y selección de personal propio, subcontratado y/o suministrado.
- Sistema de seguridad, logística (envase, empaque, almacenamiento, embalaje, despacho, transporte, recibo de carga).
- Control de materias primas, material de empaque, sellos y precintos de seguridad.
- Control de documentos y de información.



- Selección de clientes y proveedores.
- Alianzas estratégicas de seguridad.
- Reporte de operaciones o actividades sospechosas.

Basc Café es una asociación totalmente sostenible, que genera sus propios ingresos para sus gastos de operación y funcionamiento. Actualmente Basc Café tiene 17 empresas certificadas, y 14 empresas en proceso de certificación.

# INFORMACIÓN ESTADÍSTICA





## PRODUCCIÓN

- Cuadro 1: **Producción mundial total de café verde**  
Años cosecha 2000/01 -2004/05
- Cuadro 2: **Colombia - volumen y valor de la producción registrada de café verde**  
Años cafeteros 1999/00-2004/05

## EXPORTACIÓN

- Cuadro 3: **Exportación mundial de café verde a todo destino**  
Años cafeteros 1999/00-2004/05
- Cuadro 4: **Exportaciones de café colombiano según países de destino**  
Años cafeteros 1999/00-2004/05
- Cuadro 5: **Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque**  
Años cafeteros 1998/99-2004/05
- Cuadro 6: **Exportaciones colombianas por tipos de café**  
Años cafeteros 1998/99-2004/05
- Cuadro 7: **Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café**  
Años cafeteros 1998/99-2004/05

## CONSUMO E IMPORTACIÓN

- Cuadro 8: **Consumo interno de café verde en países productores**  
Años cosecha 1999/00-2004/05

## PRECIOS

- Cuadro 9: **Precios indicativos según grupos de la organización internacional del café**  
Años cafeteros 1997/98-2004/05
- Cuadro 10: **Colombia-precio de reintegro Federación, precio interno y tasa de cambio**  
Promedios 1999/00-2004/05

## VARIABLES CAFETERAS

- Cuadro 11: **Principales variables de la economía cafetera colombiana**  
2002/03 y 2004/05



## Cuadro 1. PRODUCCIÓN MUNDIAL TOTAL DE CAFÉ VERDE Años Cosecha 2000/01 - 2004/05

Millones de sacos de 60 kilos

Países	Calidad de Café	00/01		01/02		02/03		03/04*		04/05*	
		s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%
<b>Total Mundial</b>		<b>114,4</b>	<b>99,0</b>	<b>109,7</b>	<b>99,6</b>	<b>121,8</b>	<b>100,1</b>	<b>100,7</b>	<b>99,8</b>	<b>114,9</b>	<b>100,0</b>
<b>Cosechas Abr - Mar</b>		<b>44,9</b>	<b>39,3</b>	<b>46,3</b>	<b>42,1</b>	<b>61,6</b>	<b>50,7</b>	<b>41,2</b>	<b>40,8</b>	<b>53,9</b>	<b>46,9</b>
Brasil	(ANL/R)	32,0	28,0	33,7	30,8	48,5	39,8	28,8	28,6	39,3	34,2
Ecuador	(AS/R)	0,9	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	0,8
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	1,0	0,9	1,0	0,9	1,1	0,9	1,1	1,1	1,0	0,9
Perú	(AS)	2,6	2,1	2,7	2,4	2,9	2,3	2,5	2,5	3,5	3,0
Indonesia	(R/AS)	7,0	6,2	6,8	6,2	6,8	5,6	6,5	6,4	7,5	6,6
Madagascar	(R/AS)	0,4	0,3	0,1	0,2	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4
Otros		1,0	0,9	0,9	0,8	1,1	0,9	0,9	0,9	1,2	1,1
<b>Cosechas Jul - Jun</b>		<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>1,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,8</b>	<b>2,4</b>
Rep.Dominicana	(AS)	0,4	0,6	0,4	0,3	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4
Tanzania	(AS/R)	0,8	0,7	0,6	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6	1,0	0,8
Otros		1,6	1,4	1,5	1,3	1,5	1,2	1,2	1,1	1,4	1,2
<b>Cosechas Oct - Sep</b>		<b>64,9</b>	<b>57,0</b>	<b>60,8</b>	<b>55,6</b>	<b>57,5</b>	<b>47,3</b>	<b>57,3</b>	<b>56,9</b>	<b>58,2</b>	<b>50,6</b>
Colombia	(AS)	10,5	9,2	12,0	10,9	11,7	9,6	11,0	10,9	11,5	10,0
Costa Rica	(AS)	2,3	2,1	2,2	2,0	1,9	1,6	2,1	2,1	1,9	1,7
El Salvador	(AS)	1,7	1,5	1,7	1,5	1,4	1,2	1,2	1,2	1,3	1,1
Etiopía	(ANL)	2,8	2,4	3,8	3,5	3,7	3,1	4,3	4,3	5,0	4,4
Guatemala	(AS/R)	4,9	4,3	3,7	3,5	4,1	3,2	3,0	3,0	3,5	3,0
Honduras	(AS)	2,7	2,3	3,0	2,8	2,5	2,1	2,9	2,9	2,8	2,4
India	(AS/R)	4,5	4,0	5,0	4,5	4,7	3,8	4,5	4,5	4,9	4,2
Kenia	(AS)	1,0	0,9	1,0	0,9	0,9	0,8	1,0	1,0	0,9	0,8
México	(AS/R)	4,8	4,2	4,2	3,8	4,0	3,3	4,6	4,5	3,9	3,4
Nicaragua	(AS)	1,6	1,4	1,1	1,0	1,2	1,0	1,4	1,4	0,9	0,8
Camerún	(R/AS)	1,1	1,0	0,7	0,6	0,8	0,7	1,2	1,1	1,1	1,0
Costa de Marfil	(R)	4,8	4,2	3,6	3,1	3,2	2,6	2,3	2,3	2,0	1,7
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Tailandia	(R)	1,7	1,5	0,5	0,5	0,8	0,6	1,0	1,0	1,1	0,9
Uganda	(R/AS)	3,2	2,8	3,2	3,1	2,9	2,4	3,1	3,1	2,8	2,4
Vietnam	(R/AS)	14,8	13,0	13,1	12,0	11,6	9,5	11,3	11,2	12,5	10,9
Otros		2,3	2,0	1,9	1,8	2,0	1,7	2,2	2,2	2,2	1,9

\* 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.

FUENTES: U.S. Department of Agriculture - Foreign Agriculture Service, junio/99, diciembre/99 y junio/00; Horticultural and Tropical

Products Division, FAS/USDA, junio/02; Neumann Kaffee Gruppe, Statistical Unit-Quarterly Report I/99, III/99, II y III/00, y III y IV/01;

Ministerio de Industria y Comercio del Brasil; Empresa Brasileña de Investigaciones Agropecuarias (EMBRAPA); Informe visita a Brasil.

Segundo Semestre 2000, FNC-Gerencia Técnica; F.O. Licht's, International Coffee Report, nov 8/00; Complete Coffee Coverage,

diciembre 22/99, julio 2 y 11/02; FNC; OIC - Coffee Statistics; LMC Coffee Quarterly May/2003

**Cuadro 2. VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN  
REGISTRADA DE CAFÉ VERDE  
Años cafeteros 1999/00 - 2004/05**

<b>Años Cafeteros</b>	<b>Miles s/s 60 kilos</b>	<b>Millones \$ corrientes</b>	<b>Millones \$ constantes de sep/05</b>
99/00	9.512	2.144.340	2.924.597
00/01	10.519	2.015.309	2.545.704
01/02	11.950	2.061.404	2.457.333
02/03	11.712	2.345.812	2.610.615
03/04	11.053	2.438.551	2.560.933
04/05*	11.887	3.521.919	3.521.919

(\*) Preliminar.

Fuente : FNC - Gerencia Financiera.



### Cuadro 3. EXPORTACIÓN MUNDIAL DE CAFÉ VERDE A TODO DESTINO Años Cafeteros 1999/00 - 2004/05

Millones de sacos de 60 kilos

PAISES	Calidad de Café	99/00		00/01		01/02		02/03		03/04*		04/05*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
<b>TOTAL MUNDIAL</b>		<b>88,0</b>	<b>100,0</b>	<b>89,7</b>	<b>100,0</b>	<b>85,9</b>	<b>100,0</b>	<b>88,1</b>	<b>100,0</b>	<b>87,5</b>	<b>100,1</b>	<b>93,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Cosechas Abr - Mar</b>		<b>29,5</b>	<b>33,6</b>	<b>31,9</b>	<b>35,7</b>	<b>35,2</b>	<b>40,9</b>	<b>37,8</b>	<b>43,0</b>	<b>35,1</b>	<b>40,2</b>	<b>39,5</b>	<b>42,5</b>
Brasil	(ANL/R)	18,7	21,3	21,6	24,1	26,0	30,2	27,6	31,4	25,3	29,0	27,7	29,7
Ecuador	(AS/R)	0,8	0,9	0,8	0,9	0,6	0,7	0,7	0,8	0,6	0,7	1,0	1,0
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,0	1,1	1,1	1,2	1,0	1,2	1,1	1,3	1,1	1,3	1,1	1,1
Perú	(AS)	2,3	2,6	2,4	2,7	2,7	3,1	2,7	3	2,4	2,8	3,0	3,3
Indonesia	(R/AS)	5,1	5,8	5,1	5,8	4,1	4,8	4,5	5,1	4,6	5,2	5,7	6,1
Madagascar	(R/AS)	0,5	0,6	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1
Otros		1,1	1,3	0,8	0,9	0,7	0,8	1,0	1,2	0,9	1,0	1,0	1,1
<b>Cosechas Jul - Jun</b>		<b>1,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>	<b>1,5</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>
Rep. Dominicana	(AS)	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0
Tanzania	(AS/R)	0,8	0,9	0,9	1,0	0,6	0,7	0,8	1,0	0,5	0,6	0,7	0,8
Otros		0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
<b>Cosechas Oct - Sep</b>		<b>57,3</b>	<b>65,1</b>	<b>56,5</b>	<b>62,9</b>	<b>49,7</b>	<b>57,8</b>	<b>49,1</b>	<b>55,7</b>	<b>51,6</b>	<b>59,0</b>	<b>52,5</b>	<b>56,4</b>
Colombia	(AS)	9,0	10,2	9,4	10,5	10,6	12,4	10,5	11,9	10,2	11,6	10,7	11,6
Costa Rica	(AS)	2,0	2,3	2,1	2,3	1,9	2,2	1,7	1,9	1,5	1,7	1,5	1,6
El Salvador	(AS)	2,5	2,8	1,7	1,9	1,5	1,7	1,3	1,5	1,3	1,5	1,3	1,4
Etiopía	(ANL)	2,0	2,3	1,4	1,6	1,9	2,3	2,3	2,6	2,4	2,7	2,6	2,8
Guatemala	(AS/R)	4,9	5,5	4,4	4,8	3,3	3,9	4,0	4,5	3,3	3,8	3,5	3,8
Honduras	(AS)	2,8	3,2	2,5	2,8	2,6	3,0	2,4	2,8	2,8	3,2	2,4	2,6
India	(AS/R)	4,5	5,1	3,7	4,1	3,4	4,0	3,6	4	3,8	4,3	5,7	6,1
Kenia	(AS)	1,1	1,3	1,2	1,3	0,8	0,9	0,9	1	0,8	0,9	0,7	0,7
México	(AS/R)	5,1	5,8	3,6	4,0	2,9	3,4	2,6	2,9	2,4	2,8	1,9	2,0
Nicaragua	(AS)	1,2	1,4	1,4	1,6	0,9	1,0	1,0	1,1	1,3	1,5	1,1	1,1
Camerún	(R/AS)	1,3	1,5	1,1	1,2	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	1,0	0,6	0,7
Costa de Marfil	(R)	5,0	5,7	4,3	4,8	3,3	3,8	2,6	3	2,6	3,0	1,9	2,0
RD del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4
Tailandia	(R)	0,9	1,0	1,2	1,3	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,4	2,5	2,7
Uganda	(R/AS)	2,9	3,3	3,1	3,5	3,2	3,7	2,8	3,2	2,5	2,9	14,0	15,1
Vietnam	(R/AS)	10,8	12,3	14,4	16,1	12,0	13,9	11,6	13,1	14,5	16,6	1,7	1,8
Otros		1,0	1,1	0,8	0,9	0,6	0,7	0,8	0,9	0,7	0,8	0,0	0,1

(\*) 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.

### Cuadro 4. EXPORTACIONES DE CAFÉ COLOMBIANO SEGÚN PAÍSES DE DESTINO Años Cafeteros 1999/00 - 2004/05

Miles de sacos de 60 kilos

PAISES	99/00		00/01		01/02		02/03		03/04		04/05*	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
<b>TOTAL</b>	<b>9.062</b>	<b>100</b>	<b>9.469</b>	<b>100</b>	<b>10.625</b>	<b>99,9</b>	<b>10.499</b>	<b>100,0</b>	<b>10.220</b>	<b>100,0</b>	<b>11.032</b>	<b>100,0</b>
<b>AMERICA</b>	<b>3.420</b>	<b>37,7</b>	<b>3.553</b>	<b>37,6</b>	<b>4.153</b>	<b>39,1</b>	<b>4.260</b>	<b>40,6</b>	<b>4.368</b>	<b>42,7</b>	<b>4.533</b>	<b>41,1</b>
Estados Unidos	2.919	32,2	2.946	31,1	3.419	32,2	3.633	34,6	3.638	35,6	3.817	34,6
Canadá	383	4,2	471	5,0	594	5,6	499	4,8	591	5,8	627	5,7
Argentina	30	0,3	25	0,3	13	0,1	9	0,1	12	0,1	7	0,1
Otros (1)	87	1,0	110	1,2	128	1,2	120	1,1	127	1,2	83	0,7
<b>EUROPA</b>	<b>4.190</b>	<b>46,2</b>	<b>4.417</b>	<b>46,7</b>	<b>4.721</b>	<b>44,4</b>	<b>4.630</b>	<b>44,1</b>	<b>3.981</b>	<b>39</b>	<b>4.433</b>	<b>40,2</b>
<b>Unión Europea</b>	<b>4.053</b>	<b>44,8</b>	<b>4.250</b>	<b>45,0</b>	<b>4.540</b>	<b>42,8</b>	<b>4.415</b>	<b>42,1</b>	<b>3.738</b>	<b>36,6</b>	<b>4.136</b>	<b>37,4</b>
Alemania	1.703	18,8	1.791	18,9	1.784	16,8	1.872	17,8	1.342	13,1	1.451	13,1
Bélgica	488	5,4	632	6,7	575	5,4	627	6,0	510	5,0	701	6,4
Italia	237	2,6	239	2,5	252	2,4	250	2,4	280	2,7	391	3,5
Reino Unido	253	2,8	234	2,5	306	2,9	311	3,0	266	2,6	367	3,3
Suecia	243	2,7	251	2,7	281	2,6	238	2,3	262	2,6	267	2,4
Países Bajos	204	2,3	231	2,4	262	2,5	252	2,4	240	2,4	173	1,6
España	232	2,6	192	2,0	244	2,3	250	2,4	220	2,1	234	2,1
Finlandia	117	1,3	140	1,5	212	2,0	141	1,3	171	1,7	175	1,6
Francia	285	3,1	277	2,9	340	3,2	202	1,9	163	1,6	153	1,4
Dinamarca	99	1,1	90	1,0	111	1,0	104	1,0	117	1,1	91	0,8
República Checa	46	0,5	46	0,5	53	0,5	62	0,6	46	0,5	57	0,5
Polonia	88	1,0	55	0,6	44	0,4	45	0,4	42	0,4	16	0,1
Portugal	14	0,2	18	0,2	16	0,2	23	0,2	22	0,2	20	0,2
Austria	13	0,1	16	0,2	21	0,2	11	0,1	19	0,2	8	0,1
Grecia	11	0,1	15	0,2	18	0,2	13	0,1	17	0,2	16	0,1
Otros Unión Europea	18	0,2	20	0,2	24	0,2	14	0,2	20	0,2	17	0,2
<b>Otros Europa</b>	<b>137</b>	<b>1,5</b>	<b>168</b>	<b>1,8</b>	<b>181</b>	<b>1,7</b>	<b>215</b>	<b>2,0</b>	<b>243</b>	<b>2,4</b>	<b>298</b>	<b>2,7</b>
Noruega	84	0,9	101	1,1	111	1,0	145	1,4	147	1,4	155	1,4
Rusia	12	0,1	23	0,2	19	0,2	18	0,2	56	0,5	72	0,6
Suiza	7	0,1	15	0,2	14	0,1	31	0,3	9	0,1	37	0,3
Otros (2)	33	0,4	29	0,3	37	0,4	21	0,2	31	0,3	34	0,3
<b>OTROS PAISES</b>	<b>1.452</b>	<b>16,0</b>	<b>1.499</b>	<b>15,8</b>	<b>1.752</b>	<b>16,4</b>	<b>1.609</b>	<b>15,3</b>	<b>1.871</b>	<b>18,3</b>	<b>2.065</b>	<b>18,7</b>
Japón	1.214	13,4	1.219	12,9	1.482	13,9	1.316	12,5	1.569	15,4	1.679	15,2
Corea del Sur	117	1,3	118	1,2	88	0,8	125	1,2	130	1,3	205	1,9
Australia	26	0,3	26	0,3	32	0,3	33	0,3	36	0,4	43	0,4
Otros (3)	95	1,1	136	1,4	149	1,4	135	1,3	136	1,3	137	1,2

(\*) Preliminar.

(1) Principalmente, Ecuador, Chile, Perú y Antillas. (2) Principalmente, Rumania, Eslovenia, Hungría y Bulgaria. (3) Principalmente, Israel, Sudáfrica, Hong Kong, Nueva Zelanda, Taiwán y Singapur.

Fuente: FNC - Gerencia Comercial



**Cuadro 5. EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFÉ SEGÚN PUERTOS DE EMBARQUE**  
**Años Cafeteros 1998/99 - 2004/05**  
**Miles de sacos de 60 Kilos**

Años Cafeteros	Buenaventura		Cartagena		Santa Marta		Otros *		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
1998/99	7.366	71,4	1.728	16,7	1.154	11,2	76	0,7	10.324	100,0
1999/00	6.360	70,2	1.815	20,0	818	9,0	73	0,8	9.065	100,0
2000/01	5.985	63,2	2.782	29,4	618	6,5	88	0,9	9.473	100,0
2001/02	6.948	65,4	3.174	29,9	311	2,9	197	1,9	10.629	100,0
2002/03	7.588	72,3	2.356	22,4	416	4,0	139	1,3	10.499	100,0
2003/04	6.782	66,4	3.012	29,5	320	3,1	106	1,0	10.220	100,0
2004/05	6.579	59,6	4.180	37,9	219	2,0	53	0,5	11.032	100,0

\* Barranquilla, Bogotá, Medellín, Cúcuta e Ipiales.  
 Fuente: FNC - Gerencia Comercial.



**Cuadro 6. EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR TIPOS DE CAFÉ**  
**Años Cafeteros 1998/99 - 2004/05**  
 Equivalente en miles de sacos de 60 kilos de café verde

Años Cafeteros	VERDE		SOLUBLE		EXTRACTO		OTROS *		TOTAL	
	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice
1998/99	9.742	100,0	492	100,0	40	100,0	50	100,0	10.324	100,0
1999/00	8.423	86,5	596	121,3	32	79,4	15	29,5	9.065	87,8
2000/01	8.841	90,7	594	120,9	34	83,7	4	7,9	9.473	91,8
2001/02	10.003	102,7	593	120,6	27	67,2	6	11,4	10.629	103,0
2002/03	9.914	101,8	557	113,4	19	46,5	9	17,7	10.499	101,7
2003/04	9.566	98,2	614	125,0	24	59,7	16	32,2	10.220	99,0
2004/05	10.352	106,3	640	130,2	23	58,4	17	33,4	11.032	106,9

\* Tostado y Molido.

\*\* Preliminar

Fuente: FNC- Gerencia Comercial.



**Cuadro 9. PRECIOS INDICATIVOS SEGÚN LOS GRUPOS DE LA OIC**  
**Años Cafeteros 1997/98 - 2004/05**  
 Centavos de dólar por libra

<b>SUAVES COLOMBIANOS</b>	<b>Oct.</b>	<b>Nov.</b>	<b>Dic.</b>	<b>Ene.</b>	<b>Feb.</b>	<b>Mar.</b>	<b>Abr.</b>	<b>May.</b>	<b>Jun.</b>	<b>Jul.</b>	<b>Ago.</b>	<b>Sep.</b>	<b>Año Cafetero</b>
1997/98	169,40	161,35	183,32	184,21	190,59	166,07	158,17	146,33	135,83	125,03	129,45	117,56	155,61
1998/99	115,01	121,74	123,96	123,07	116,92	117,05	114,02	123,95	121,45	107,05	105,28	97,77	115,61
1999/00	103,69	126,76	140,35	130,13	124,73	119,51	112,67	110,31	100,30	101,67	91,87	89,98	112,66
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
2005/05	85,52	95,63	106,48	110,03	124,34	137,10	130,07	128,36	122,47	112,46	110,30	101,31	113,67
<b>OTROS SUAVES 1_/</b>													
1997/98	167,66	160,27	177,44	177,80	178,18	157,69	150,35	137,72	124,93	117,60	123,18	111,85	148,72
1998/99	109,72	116,37	117,39	112,96	105,48	105,39	102,11	111,07	107,21	94,85	91,37	84,31	104,85
1999/00	94,20	113,38	124,46	111,11	103,44	100,73	94,61	94,17	86,44	87,35	76,92	75,78	96,88
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	128,85	126,21	119,87	108,45	107,58	98,17	110,43
<b>BRASILEROS Y O. ARABICAS</b>													
1997/98	152,16	149,07	171,12	179,83	177,78	154,84	141,11	124,89	104,09	96,22	101,92	92,76	137,15
1998/99	91,32	96,67	100,28	99,43	91,67	88,90	86,14	96,29	91,69	78,13	76,67	70,43	88,97
1999/00	78,71	98,41	109,47	97,68	91,51	89,93	86,46	87,23	78,32	79,89	70,57	71,14	86,61
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	113,01	111,89	105,08	94,66	94,93	87,08	96,98
<b>ROBUSTAS 2_/</b>													
1997/98	75,39	76,04	82,60	83,41	83,36	82,19	88,97	90,74	82,73	77,04	79,24	79,80	81,79
1998/99	80,30	80,16	84,06	82,29	79,23	73,42	69,32	67,94	65,59	61,56	63,07	59,57	72,21
1999/00	58,52	63,05	66,79	53,18	48,85	46,25	44,45	44,32	42,68	40,82	38,25	38,83	48,83
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	60,52	55,20	50,07	48,37
<b>PRECIO INDICATIVO COMPUESTO 3_/</b>													
1997/98	121,09	118,16	130,02	130,61	130,81	119,92	119,66	114,23	103,84	97,32	101,10	95,82	115,22
1998/99	95,01	98,26	100,73	97,63	92,36	89,41	85,72	89,51	86,41	78,21	77,22	71,93	88,53
1999/00	76,36	88,22	95,57	82,15	76,15	73,49	69,53	69,22	64,56	64,09	57,59	57,31	72,85
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	98,25	99,78	96,29	88,48	85,00	78,79	85,28

(\*) Precio promedio de reintegro. No hubo cotización en el mercado de Nueva York.

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

### Cuadro 10. COLOMBIA - PRECIO DE REINTEGRO FEDERACIÓN, PRECIO INTERNO Y TASA DE CAMBIO

Promedios 1999/00 - 2004 / 05

	PRECIO DE REINTEGRO FEDERACION	PRECIO COMPRA BASE	TASA DE CAMBIO REPRESENTATIVA DEL MERCADO
	US Ctvvs/libra Ex-dock	\$ por carga de 125 kilos Pergamino	\$ por dólar
<b>Años Cafeteros *</b>			
99/00	111,81	380.289	2.030,61
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
<b>2004/05</b>			
Octubre	83,17	349.262	2.579,84
Noviembre	90,74	388.233	2.532,77
Diciembre	104,95	421.560	2.413,27
Enero	107,72	416.524	2.362,75
Febrero	119,20	483.369	2.340,49
Marzo	135,32	558.516	2.356,97
Abril	128,93	519.012	2.352,58
Mayo	130,21	501.801	2.338,83
Junio	123,34	464.125	2.331,75
Julio	112,15	413.232	2.322,86
Agosto	109,66	409.658	2.306,29
Septiembre	102,68	383.551	2.294,50

(\*) Octubre-Septiembre  
 (\*\*) Además del Tipo Federación incluye el café con Prima de Calidad, el adquirido mediante Factor de Rendimiento y el Brocado dentro de normas.  
 Fuentes: FNC, Superintendencia Bancaria y Banco de la República.



## Cuadro 11. PRINCIPALES VARIABLES DE LA ECONOMÍA CAFETERA COLOMBIANA

Promedios 2002/03 - 2004/05

VARIABLES	2002/03	2003/04	2004/05	DIFERENCIA	
				Unid.	%
1. EXPORTACION TOTAL (Mills. s/s 60 Kg verde)	10,478	10,154	11,007	0,9	8,4
FEDERACION	2,532	2,900	2,800	-0,1	-3,4
PARTICULARES	7,947	7,200	8,200	1,0	13,9
2. PRECIO EXTERNO DE FACTURACION (US\$/Lb. Ex-dock)	0,73	0,79	1,14	0,4	44,3
US\$ de Sept 2005	0,78	0,83	1,14	0,3	37,8
3. VALOR FACTURACION (US\$ Mills. FOB)	922	992	1.570	578	58,3
US\$ de Sept 2005	990	1.038	1.570	532	51,2
4. COSECHA (Mills. s/s 60 Kg verde)	11.712	11.053	11.887	834	7,5
5. PRECIO INTERNO PROMEDIO (\$/Carga)					
\$ corrientes	333.819	367.706	493.806	126.100	34,3
\$ de Sept 2005	371.502	386.160	493.806	107.646	27,9
6. VALOR COSECHA (Miles de Millones \$)					
\$ corrientes	2.346	2.439	3.522	1.083	44,4
\$ de Sept 2005	2.611	2.561	3.522	961	37,5
7. CONSUMO INTERNO (Mills. s/s 60 Kg verde)	1,22	1,23	1,200	-0,03	-2,4
8. EXISTENCIAS FINALES (Mills. s/s 60 Kg verde)	1.676	1.399	992	-407	-29,1
9. FONDO NACIONAL DEL CAFE - Septiembre 30 (Déficit) o Superávit de Tesorería (Mills. \$)	60.819	29.811	61.510	31.699	106,3
Patrimonio (Mills. \$)	780.769	971.225	992.159	20.934	2,2
Patrimonio (US\$ Mills.)	270	374	433	59	15,8

(\*) Incluye stocks de seguridad y promoción.

Fuente: FNC - Gerencias Financiera y Comercial.