

LXIII

Congreso  
Nacional  
de Cafeteros

Informe del  
Gerente General

CAFICULTURA  
NUEVO RUMBO

Informe  
del Gerente General  
LXIII Congreso  
Nacional  
de Cafeteros

Diciembre 10-12 de 2003 - Bogotá

**9 PRESENTACIÓN**

**16 I. LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ – AÑO 2002/2003**

- 1. EL MERCADO INTERNACIONAL
  - 1.1 Produccion
  - 1.2 Exportaciones
  - 1.3 Consumo
  - 1.4 El Efecto de la Tasa de Cambio
  - 1.5 Precios
  
- 2. LA SITUACION DEL CAFÉ COLOMBIANO
  - 2.1 Produccion
  - 2.2 Exportaciones
  - 2.3 Comportamiento del Precio Interno
  - 2.4 Cooperativas de Caficultores

**29 II. ASISTENCIA TÉCNICA, AVANCES TECNOLÓGICOS •  
PARA LA PRODUCTIVIDAD Y PROGRAMAS  
PARA EL BIENESTAR SOCIAL.**

- 1. ATENCIÓN A CAFICULTORES POR EL SERVICIO DE EXTENSIÓN
- 2. CAFÉ Y MAÍZ: PROTEGIENDO EL EMPLEO Y EL INGRESO DEL CAFICULTOR
- 3. PROGRAMA DE INCENTIVO A LA RENOVACIÓN DE CAFETALES
- 4. PRONÓSTICO DE COSECHA
- 6. CRÉDITO CAFETERO
  - Pran Cafetero
  - Plan Florecencia:
  - Bancafe
  - Banco Agrario:
  - Bancolombia
  - Comision de Credito Agropecuario
- 7. CAFÉ Y DESARROLLO REGIONAL
  - Acdi - Voca Y Federación Nacional De Cafeteros
  - Convenio de Cooperación Y Asistencia Técnica Gestión Comunitaria – Obras Para La Paz
  - Gestión Empresarial
  - Programa Forestal «Río Magdalena»
  - Seguridad Alimentaria

Vivienda Rural  
Programa Sembradores de Paz  
Programa Regional Integral para el Macizo Colombiano  
Campaña Pedagógica por el Referendo Nacional

### 44 **III. CENICAFÉ: INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL CAFICULTOR**

Resultados Sobresalientes

### 51 **IV. HACIA LA COMPETITIVIDAD DE LA CAFICULTURA COLOMBIANA**

- 1. IMPULSO A CAFÉS ESPECIALES COLOMBIANOS
- 2. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD
- 3. PROPIEDAD INTELECTUAL Y PROTECCIÓN DE LAS MARCAS
- 4. CAFÉ LIOFILIZADO BUENDÍA®
- 5. TIENDAS DE CAFÉ JUAN VALDEZ
- 6. CAFÉ Y SALUD
- 7. OFICINAS DEL EXTERIOR
  - 7.1 Nueva York
  - 7.2 Oficina de representación en Asia

### 67 **V. AJUSTES INSTITUCIONALES Y MARCO LEGAL VIGENTE**

- 1. NUEVA CONTRIBUCIÓN CAFETERA
  - 1.1 Introducción
  - 1.2 Algunas precisiones acerca de la Contribución Cafetera.
  - 1.3 Reglamentación
  - 1.4 Balance Financiero de la Contribución
- 2. REFORMA GREMIAL
- 3. PLAN ESTRATÉGICO 2003-2007
  - 3.1 Proceso para la elaboración del Plan Estratégico Federación Nacional de Cafeteros
  - 3.2 El Plan Estratégico – herramienta esencial para el redireccionamiento.
  - 3.3 Proceso de construcción colectiva
  - 3.4 Enfoque integral

**74 VI EVOLUCIÓN FINANCIERA DEL FONDO NACIONAL DEL CAFÉ 2002/2003**

**78 VII. DIPLOMACIA CAFETERA**

1. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ-OIC
2. COOPERACIÓN CON BRASIL
3. ACCIONES CONJUNTAS DEL GRUPO DE PAÍSES DE ARÁBIGOS LAVADOS
4. FRENTE MULTILATERAL
5. DECLARACIONES POLÍTICAS
6. INICIATIVAS PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA CAFICULTURA

**88 VIII. PLAN DE APOYO A LA CAFICULTURA DEL GOBIERNO NACIONAL ACUERDO FIRMADO ENTRE EL GOBIERNO NACIONAL Y LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS.**

1. APOYO AL INGRESO CAFETERO
2. ASISTENCIA TÉCNICA E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
3. CRÉDITO CAFETERO
4. INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
6. SANEAMIENTO FINANCIERO
7. RECONVERSIÓN DE LA CAFICULTURA

**92 XI. GERENCIA ADMINISTRATIVA**

1. CEDULACIÓN CAFETERA
2. ORGANIZACIÓN DE EXCELENCIA
3. POLÍTICA DE DESARROLLO HUMANO
4. EVOLUCIÓN DE LA NÓMINA
5. TECNOLOGÍA Y COMUNICACIONES
6. ACUERDO GOBIERNO NACIONAL
7. OFICINAS DE COORDINACIÓN REGIONAL
8. AUDITORÍA INTERNA

- 103 **ANEXO 1**  
COLOMBIA: EL AMANECER DE UNA NUEVA ERA  
Gabriel Silva Luján
- 110 **ANEXO 2**  
PALABRAS DEL DOCTOR GABRIEL SILVA LUJÁN,  
GERENTE GENERAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE  
COLOMBIA, EN EL ACTO DE INSTALACIÓN DE LOS ACTOS CONMEMORA-  
TIVOS DE LOS CUARENTA AÑOS DE LA ORGANIZACIÓN  
INTERNACIONAL DEL CAFÉ.  
Cartagena, Septiembre 16 de 2003.
- 113 **ANEXO 3**  
INTERVENCIÓN DEL DR. GABRIEL SILVA LUJÁN  
EN LA ASAMBLEA DE ASOEXPORT  
Cartagena, Noviembre 21 De 2003
- 125 **ANEXO 4**  
PRODUCCIÓN MUNDIAL TOTAL DE CAFÉ VERDE  
Años Cosecha 1999/00 - 2003/04  
Millones de sacos de 60 kilos
- 126 **ANEXO 5**  
COLOMBIA - VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN  
REGISTRADA DE CAFÉ VERDE  
Años Cafeteros 1998/99 - 2002/03
- 127 **ANEXO 6**  
PRODUCCIÓN MUNDIAL EXPORTABLE DE CAFÉ VERDE  
Años Cosecha 1998/99 - 2002/03  
Millones de sacos 60 kilos
- 128 **ANEXO 7**  
EXPORTACIÓN MUNDIAL DE CAFÉ VERDE A TODO DESTINO  
Años Cafeteros 1998/99 - 2002/03  
Millones de sacos de 60 kilos
- 129 **ANEXO 8**  
EXPORTACIONES DE CAFÉ COLOMBIANO SEGÚN PAÍSES DE DESTINO  
Años Cafeteros 1998/99 - 2002/03  
Miles de sacos de 60 kilos

- 130 **ANEXO 9**  
EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFÉ  
SEGÚN PUERTOS DE EMBARQUE  
Años Cafeteros 1998/99 - 2002/03  
Miles de sacos de 60 Kilos
- 131 **ANEXO 10**  
EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR TIPOS DE CAFÉ  
Años Cafeteros 1998/99 - 2002/03  
Equivalente en miles de sacos de 60 kilos de café verde
- 132 **ANEXO 11**  
VOLUMEN Y VALOR DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFÉ  
Años Cafeteros 1998/99 - 2002/03
- 133 **ANEXO 12**  
CONSUMO INTERNO DE CAFÉ VERDE EN PAÍSES PRODUCTORES  
Años Cosecha 1998/99 - 2002/03  
Millones de sacos 60 kilos
- 134 **ANEXO 13**  
CONSUMO ESTIMADO DE CAFÉ EN PAÍSES IMPORTADORES  
Años Cafeteros 1998/99 - 2003/04  
Millones de sacos 60 kilos
- 135 **ANEXO 14**  
PRECIOS INDICATIVOS SEGÚN LOS GRUPOS DE LA  
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ  
Años Cafeteros 1997/98 - 2002/03  
Centavos de dólar por libra
- 136 **ANEXO 15**  
COLOMBIA - PRECIO DE REINTEGRO FEDERACIÓN,  
PRECIO INTERNO Y TASA DE CAMBIO  
Promedios 1998/99 - 2002/03
- 137 **ANEXO 16**  
PRINCIPALES VARIABLES DE LA ECONOMÍA CAFETERA COLOMBIANA  
Años Cafeteros 2001/02 y 2002/03

Bogotá, diciembre 9 de 2003

Señoras y señores, amigos del Congreso Cafetero

Reciban un cordial saludo con ocasión del segundo Congreso Cafetero en el que participo en mi condición de Gerente General de la Federación. Desde el momento mismo de la elección he puesto todo mi esfuerzo en la construcción de una nueva realidad de prosperidad para la caficultura colombiana. Seguiré en mi empeño, "Primero el Caficultor y después lo demás".

Sería engañoso desconocer que el panorama no se ha despejado totalmente, que aún enfrentamos amenazas que atentan contra la actividad. Sin embargo, creo que hemos recorrido un camino importante y que, después de varios años de crisis profunda, la caficultura colombiana comenzó a cambiar de rumbo.

El cambio de rumbo es una realidad que no sólo se refleja en las variables fundamentales del mercado mundial. Los ingresos de los productores, medidos como precio interno, crecieron este año. Los programas de ajuste y saneamiento que inició esta administración en las instituciones cafeteras, empiezan a mostrar resultados. Las finanzas del Fondo Nacional del Café, que se deterioraron durante varios años, ahora muestran superávit, menor endeudamiento y un crecimiento en su patrimonio. Los proyectos de valor agregado como las Tiendas Juan Valdez, la producción de cafés especiales, las actividades de la Fábrica de Café Liofilizado, las investigaciones de Cenicafé, la complementación de los ingresos cafeteros, la conquista de nuevos mercados, muestran todos resultados y cifras alentadoras.

Además, durante este último año la dirigencia del Gremio ha asumido nuevamente un liderazgo activo en la construcción de un consenso nacional sobre el futuro de la caficultura, al igual que sobre los cambios y medidas necesarios para enfrentar con éxito la actual crisis. Se ha llevado a cabo un diálogo gremial abierto y sincero sobre el direccionamiento y reformas que serán presentadas ante este Congreso para su aprobación, en especial la Reforma Gremial y el Plan Estratégico. En este sentido, el Gremio y su dirigencia han demostrado su firme voluntad de promover y participar activamente en la construcción de un destino de bienestar para la caficultura mediante la transformación profunda de sus instituciones.

Que no nos quepa duda, el café continúa siendo fundamental para el país en términos económicos y como un capital social estratégico; hoy es el mayor generador neto de divisas y en el último año el café sumó más de US\$ 870 millones para la economía. Es el principal producto de exportación agrícola y tercer renglón de exportación de Colombia después del petróleo y el carbón y a su vez es el sector de exportación que más empleo genera. El café llega a 80 destinos, y en muchos de ellos es el único producto que conforma la oferta de exportación de nuestro país. En términos sociales la caficultura soporta una red social de 566.000 productores y de 2 millones de personas que dependen del negocio. Además, se caracteriza por ser una actividad conformada principalmente por pequeños productores, pues el 73% de las fincas cafeteras son menores a 5 hectáreas.

El Gobierno del Presidente Álvaro Uribe así lo ha entendido y en este sentido a pesar de las dificultades fiscales de la Nación se ha comprometido a seguir con el apoyo al Gremio Cafetero durante el 2004.

## Informe del Gerente General

Quiero resaltar que la Federación Nacional de Cafeteros es hoy la mejor ventaja competitiva que tiene el café colombiano, pues a pesar de la crisis ha garantizado la supervivencia del negocio. Contrasta con la tragedia social que ha representado para otros países cafeteros la ausencia de una institución activa, eficiente y solidaria.

El gremio debe estar satisfecho de los resultados positivos alcanzados en el último año, pues unidos hemos trabajado con permanente compromiso, fortaleza y lealtad para obtener los resultados expuestos. A continuación haré un breve balance de los principales logros conseguidos:

### **¡ Precio Interno al Productor y Valor de la Cosecha**

Contrario a lo que sucedió en los demás países productores, Colombia ha fortalecido sus instituciones gremiales. Ese hecho y la tradición de concertación entre el Gremio y el Estado permitieron contener en parte el impacto de la crisis. La Federación implantó una política nacional para pagar un sobreprecio por calidad de taza y los resultados reflejan que el precio promedio pagado por el Fondo Nacional del Café al caficultor, incluyendo el sobreprecio por calidad de taza, pasó de \$261.600 /carga en el 2002 a \$322.600 /carga en lo corrido del 2003, es decir un aumento del 23% (sin incluir AGC). Adicionalmente se han tomado medidas para simplificar el procedimiento de recibo de café al productor y garantizar la máxima transferencia posible del ingreso a través de la red de compras institucional.

Así mismo, con una cosecha cafetera para el 2002/2003, inferior en 2% a la del año cafetero 2001/2002, el ingreso de los cafeteros, medido como el valor de la cosecha, se ha incrementado en un 14%. Resultado que se da a pesar de que el precio externo incluyendo la prima del café colombiano solo se incrementó en 4%.

### **¡ Apoyo del Gobierno a la Caficultura (AGC).**

El gremio cafetero logró un acuerdo con el Gobierno del Presidente Álvaro Uribe para mantener el programa de Apoyo Gubernamental a la Caficultura, que se había iniciado durante el Gobierno anterior. Teniendo en cuenta que para este año se esperaba un moderado repunte en las cotizaciones internacionales, se aprobaron inicialmente 50.000 millones de pesos y luego el Gremio gestionó una adición por otros 20.000 millones. Para el 2004, el Gobierno incluyó en el Presupuesto Nacional una partida para el AGC por 45.000 millones de pesos.

### **¡ Beneficios para el caficultor por \$452.000 millones.**

Durante el presente año, por los programas de apoyo institucional y las ayudas del Gobierno, los caficultores colombianos recibieron beneficios por 452.000 millones de pesos. Dentro de dichos beneficios están los ingresos por la prima que reconoce el mercado mundial por la calidad de café, los ingresos adicionales que genera la protección del precio con la garantía de compra; los recursos para la asistencia técnica, renovación de cafetales e investigación científica y, obviamente, los aportes del Gobierno para apoyar el precio interno. Los promedios indican que por cada peso que los caficultores le aportan a las instituciones en contribución cafetera, en términos agregados reciben cerca de tres veces lo que aportan en mayores ingresos, servicios, obras, asistencia técnica y transferencia de tecnología.

## **Avances en Comercialización.**

Mientras en el mercado mundial del grano se ha registrado una reducción generalizada de las primas del café físico contra el precio en la Bolsa de Nueva York, Colombia ha logrado mantener su prima de calidad en comparación a cafés de otros orígenes. Además, consiguió mantener su nivel de producción y exportaciones, mientras que otros países productores de cafés arábigos lavados las redujeron. De otro lado, el país se consolidó como el segundo productor mundial del grano, lugar que había perdido con Vietnam en el 2001. De otro lado, hay que destacar que este año la Federación inició ventas directas de café fresco en Estados Unidos y Canadá, que durante años estuvieron exclusivamente a cargo de los exportadores particulares. La Gerencia comercial destacó que mientras que en el 2002 la Federación vendió en Estados Unidos 256.000 sacos, durante el presente año la cifra subió a 570.000 sacos, lo cual representa un crecimiento de 122%.

Además con el fin de fortalecer la presencia del Café de Colombia en los mercados externos, se creó una oficina especial para proteger la Propiedad Intelectual específicamente asociado con Marcas, Tecnología Patentes, Derechos de Autor y Secretos Empresariales del Café de Colombia.

## **Renovación de cafetales.**

Con 30.000 millones de pesos del Fondo Nacional del Café, durante el presente año se renovaron 60.431 hectáreas de café, que beneficiaron a más de 63.000 productores en todo el país. Gracias a este programa, se cumplirá la meta de 350.000 hectáreas de café renovadas, con lo cual la edad de los cafetales se reduce de un promedio de 7 a 5 años, para garantizar mayor productividad, mejor calidad y reducción en costos de producción.

## **Café y Maíz.**

La complementación de ingresos ha tenido gran éxito. Aunque la meta para todo el año era sembrar 15.000 hectáreas de maíz intercalado con café, al concluir octubre se habían sembrado 29.500 hectáreas de maíz y 7.000 hectáreas de fríjol, que les representan ingresos adicionales a los cafeteros por más de 57.000 millones de pesos. Se generaron más de 1.5 millones de jornales en las zonas cafeteras y al país se le ahorraron 17 millones de dólares en importaciones de maíz. La productividad promedio del maíz intercalado con café pasó de 1.7 a 3.4 toneladas por hectárea, gracias a la utilización de variedades mejoradas y la tecnología desarrollada por Cenicafé.

## **Saneamiento financiero.**

De un déficit acumulado en los últimos cuatro años por \$435.000 millones, el Fondo Nacional del Café registrará un leve superávit al cierre del 2003, lo cual contribuye a equilibrar el conjunto de las finanzas públicas. Esto se ha logrado gracias a una agresiva estrategia que adoptó la actual administración durante este año que ha permitido reducir los pasivos externos en 34%. Adicionalmente, el patrimonio del Fondo también cambió de tendencia. Después de cinco años de

## Informe del Gerente General

un prolongado deterioro, cierra el 2003 en aproximadamente 781.000 millones de pesos (US\$270 millones); en septiembre del año pasado sumaba 702.000 millones de pesos (US\$248 millones). En cuanto a las finanzas de la Federación, se han liquidado activos por más de \$100.000 millones y se hizo un blindaje contable y financiero de las obligaciones pensionales.

El cambio de tendencia en las finanzas del Fondo fue reconocido por la firma calificadora de riesgos Duff and Phelps, la cual elevó la calificación de los Títulos de Apoyo Cafetero de AA a AA+, hecho que permitió colocar con total éxito la emisión de TACs por \$75.000 millones y papeles comerciales por otros \$75.000 millones.

### Crédito.

Dentro del PRAN Cafetero se refinanciaron créditos de más de 78 mil pagarés por un valor nominal de la cartera de \$315 mil millones con 10 años de plazo y 3 de gracia.

Se puso en marcha el Plan Florescencia que permitió el acceso al crédito a caficultores en función de la capacidad de producción de café y volumen de la cosecha vía la Bolsa Nacional Agropecuaria, sin consideración del pasado crediticio. Durante el año se celebraron 640 contratos por 1.7 millones de kilos de café.

Además, se trabajó para permitir que los cafeteros retornaran al sector financiero con acceso a créditos nuevos. Con recursos del Banco Agrario se logró acceso al FAG y al FOGACAFE para pequeños agricultores. Además se gestionaron acuerdos para la creación de líneas de créditos para los caficultores con Bancolombia y Bancafé.

La cartera vigente a la fecha con Bancafé registra créditos por \$81.412 millones atendiendo a 16.449 caficultores. Por su lado el Banco Agrario ha atendido a 11.260 caficultores por un monto de \$27.399 millones. En resumen la cartera total de los caficultores con el sector financiero asciende a \$406,526 millones.

### Gestión Internacional.

Con una intensa gestión diplomática, la Federación logró incluir el tema cafetero en la agenda internacional y concientizó a los países productores para buscarle salidas concretas a la crisis. Uno de los principales logros de este trabajo fue la profundización en la concertación política con Brasil, que quedó demostrado con la asistencia del presidente Luiz Inacio Lulla Da Silva a la Cumbre de la OIC, en Cartagena, junto con el presidente de Honduras, Ricardo Maduro en representación de todos los mandatarios de Centroamérica, y el presidente Álvaro Uribe Vélez. Con Honduras, Colombia logró fortalecer el Grupo de Países Productores de Cafés Arábicos Lavados y firmó un convenio con los demás integrantes del grupo para diseñar un fondo de opciones de compra, para proteger a los productores de las fuertes oscilaciones que registra el mercado internacional del grano.

En la celebración de los 40 años de la OIC, también se realizó un seminario sobre Café y Salud, donde se presentaron varias investigaciones científicas que demostraron los beneficios del café en la salud de sus consumidores. Con este seminario se pretendió desvirtuar viejos mitos y leyendas que decían que el café era malo para la salud y que por muchos años le hizo un gran perjuicio a la expansión de su consumo.

Desde finales del año pasado, las dos cámaras del Congreso de los Estados Unidos, el Parlamento de los Países Bajos, el Parlamento Europeo y los países productores de Ibero América aprobaron Resoluciones en las que se aboga por una estrategia global que permita solucionar la crisis. La Federación, la OIC, la National Coffee Association y la Specialty Coffee Association of America han realizado gestiones tendientes a concretar el regreso de Estados Unidos y Canadá a la OIC. De otro lado, Colombia ha apoyado el Programa de Mejora en la Calidad (Resolución 407 de la OIC) para retirar del mercado mundial los cafés de mala calidad, que hasta el momento ha permitido remover cerca de cuatro millones de sacos de cafés de calidades inferiores.

### Impulso a Cafés Especiales.

La actual administración propuso ante el gremio darle un gran impulso a los cafés especiales, con el fin de mejorar los ingresos de los productores y conquistar nuevos nichos del mercado. En el 2002 se logró un récord en exportaciones de cafés especiales, con 1,3 millones de sacos, y la meta es duplicar esa cifra para el 2007. Este año se ha logrado impulsar la compra de cafés especiales aumentando el volumen negociado en más del 50% respecto al año anterior, a un precio promedio por encima de los \$400.000 por carga.

Adicionalmente, en conjunto con la firma italiana Illycaffé, se convocó al Segundo Concurso de Calidad de Café para Espresso, al cual se inscribieron 67 participantes que incluyen grupos asociativos y productores individuales, cifra que casi duplica los 39 concursantes del año pasado. Finalmente, se culminó el diseño del «Plan Estratégico de Cafés Especiales», que entró a regir a partir de junio y que tendrá una financiación por \$6.500 millones de pesos.

### Campaña de Promoción y Publicidad.

El Comité Nacional de Cafeteros aprobó el relanzamiento de la campaña "Juan Valdez" y «100% Café de Colombia» en los mercados internacionales para fortalecer la imagen de alta calidad del café colombiano, las marcas registradas y defender la prima por calidad. La campaña se reanudó después de estar suspendida por dos años con la aparición de Juan Valdez en la película «El Todopoderoso», de Jim Carrey, con la cual se llega con la imagen del Café de Colombia a más de 120 millones de espectadores en el mundo.

### Campaña de Consumo Interno.

La Federación con algunos de los principales representantes de la industria procesadora nacional, como la Compañía Nacional de Chocolates (Café Sello Rojo), Colcafé y Aguila Roja, lanzaron una

## Informe del Gerente General

Campaña de Promoción del Consumo Interno, con una inversión conjunta por \$6.000 millones. El objeto es duplicar el consumo nacional en los próximos cinco años.

### **Tiendas de Café Juan Valdez.**

Con el fin de escalar en la cadena de valor y buscar que los cafeteros colombianos entren a participar en los ingresos que genera el café procesado, listo para consumir, la Federación Nacional de Cafeteros, con el apoyo directo del Presidente Álvaro Uribe Vélez, inició desde el año pasado un programa piloto para montar en el país y el exterior las Tiendas de Café Juan Valdez. Hasta el momento se han abierto diez tiendas y para este Congreso se estará inaugurando la Tienda "Plaza Juan Valdez Bogotá Calle 73". El próximo año se espera contar por lo menos con diez Tiendas en el exterior así como ampliar y consolidar la empresa que manejará este nuevo negocio. Los primeros socios serán los propios caficultores y sus organizaciones. Las Tiendas Juan Valdez serán las encargadas de abrirle espacio a la venta de cafés especiales, promocionar la marca de Juan Valdez y capturar ese valor agregado para que le llegue directamente a los cafeteros.

### **Industrialización del Café.**

La Fábrica de Café Liofilizado que tiene el FNC en Chinchiná (Caldas), que el mes pasado recibió el Premio Iberoamericano de la Calidad, terminará el año con utilidades por 40.000 millones de pesos, cifra que representa un aumento de 19% en comparación con los del 2002. La Fábrica espera terminar el año con ventas por 5.460 toneladas, el volumen más alto en su historia, con un crecimiento de 7,5% comparado con las 5.155 toneladas del año anterior. Los ingresos que le genera la empresa al Fondo Nacional del Café se utilizan, para fortalecer los programas de asistencia, servicios y apoyo a los productores.

### **Investigación de Cenicafé.**

Atendiendo las recomendaciones de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera, se contrató una evaluación sobre Cenicafé con la organización internacional ISNAR. El estudio destacó la importancia de ese Centro de Investigación y formuló una serie de recomendaciones sobre sus futuros trabajos y sobre la transferencia de tecnología a los caficultores. Adicionalmente, este año se dio inicio a uno de los principales proyectos en los 66 años de historia del Centro: el estudio del Genoma del Café y de la broca, con recursos del Gobierno por más de 7.000 millones de pesos. Adicionalmente con el apoyo económico del Ministerio del Medio Ambiente se iniciaron trabajos de investigación sobre la biodiversidad para lo cual el Gobierno Nacional aportó la suma de \$4,000, millones.

### **Programas de Desarrollo para el Bienestar Regional**

Aprovechando la capacidad de ejecución de la Institucionalidad Cafetera, durante el presente año se ha venido implementando una serie de programas de desarrollo regional para el bienestar de

los caficultores. Esto se ha hecho con recursos propios transferidos a los Comités Departamentales por \$20,000 millones y recursos gestionados por la Oficina Central tanto de fuentes gubernamentales, como de fuentes externas por un valor aproximado de \$25,500 millones.

Entre los proyectos más importantes para destacar está el Programa Regional Integral para el Macizo Colombiano (PRI) que financio 6,488 parcelas de seguridad alimentaria, 532 hectáreas de bosques y tuvo un impacto directo en 8,707 productores cafeteros; el Convenio de Cooperación y Asistencia Técnica - Obras para la Paz (FIP) por un valor de \$4,100 millones, cuyo objeto fue construir infraestructura básica en 48 municipios con altos índices de pobreza; el Programa Sembradores de Paz por \$3,900 millones que estuvo presente en siete departamentos de Colombia con actividades de educación y capacitación, mejoramiento de vivienda, abastecimiento de agua potable, talleres rurales para mujeres cabeza de familia, entre otros; el programa de Seguridad Alimentaria por \$6,000 millones con la Red de Solidaridad y proyecto forestal KFW con una ejecución de \$810 millones.

### Profunda Transformación Institucional.

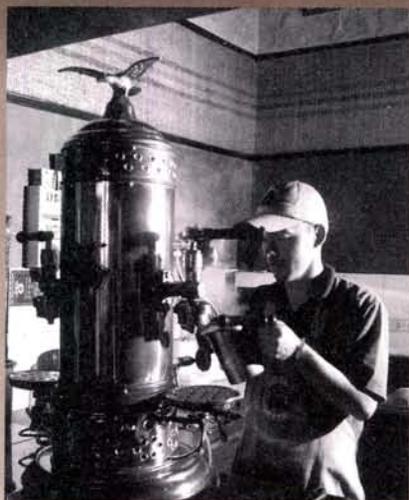
Por primera vez en 76 años, el LXIII Congreso Nacional Cafetero adoptará la más profunda e integral transformación institucional del sector, con un cambio de fondo en los Estatutos del Gremio. Estos nuevos Estatutos buscan, entre otras cosas, reestructurar la representación de los departamentos cafeteros en las instituciones gremiales y modernizar la institucionalidad para que pueda responder con mayor efectividad al nuevo entorno mundial, lo cual representa un fortalecimiento del sistema democrático que lo ha caracterizado desde su creación en 1927 y una mayor capacidad de la organización para responder a los requerimientos futuros.

### Plan Estratégico 2003- 2008

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

Cordialmente,

Gabriel Silva Luján



# La comercialización del café

Año 2002/2003

## 1. EL MERCADO INTERNACIONAL

Durante el último año cafetero, la comercialización del café se cumplió sin que se presentaran grandes cambios en los niveles de precios, a pesar de que, por primera vez en 5 años, la producción global de café fue inferior al consumo mundial.

Debido a la gran cosecha de Brasil durante 2002, los inventarios existentes en los países consumidores aumentaron considerablemente al comenzar el año. De esta manera, los compradores desarrollaron su actividad en un ambiente de oferta permanente, sin que se hubieran presentado grandes sobresaltos.

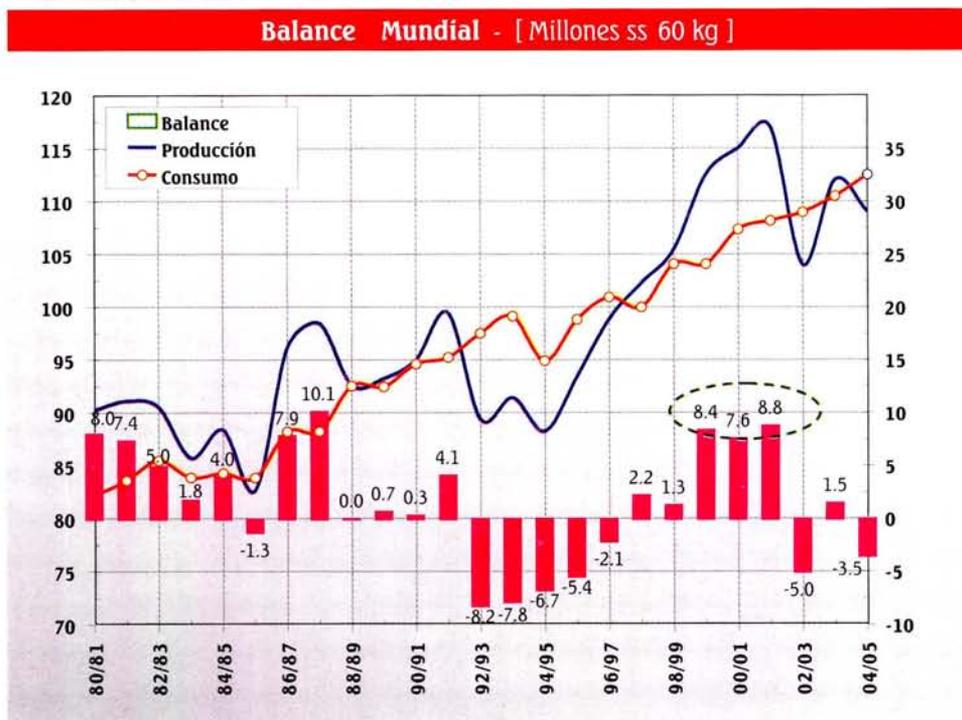
### 1.1 PRODUCCIÓN

El año 2003 se inició bajo la expectativa de una menor producción de café por parte de

Brasil, como consecuencia de la bianualidad de su cosecha y la sequía que se presentó a finales de 2002, factores que hicieron prever una importante disminución de la cosecha, como en efecto ocurrió. De los niveles cercanos a los 48 millones de sacos cosechados durante 2001/2002, los volúmenes observados durante el período 2002/2003 descendieron conforme a las previsiones de principios del año del orden de unos 30 millones de sacos, cifra que según algunos expertos podría ser inclusive inferior, Figura 1.

Así mismo, los agudos problemas que se presentaron en Centroamérica, en los que se evidenció la crisis ocasionada por los bajos precios del café, ocasionaron una disminución en los volúmenes cultivados. A comienzos de 2003 se estimaba que las cosechas de Salvador, Honduras, Nicaragua, y Costa Rica bajarían entre un 8 y un 9%, con respecto a la ya mermada producción del año anterior.

Figura 1



En Méjico, por su parte, como consecuencia de los bajos niveles de las cotizaciones internacionales, una buena parte del café no fue cosechada, pues resultaba más costoso el proceso de recolección que lo que se obtenía por el grano en su venta. Con ello la cosecha descendió 5%. Además se plantearon dudas con respecto a la continuidad del cultivo en algunas regiones, pues la ausencia de actividades culturales y el abandono de los cafetales, no solamente reducen la productividad de los árboles, sino que impide el control de plagas afectando negativamente la producción con destino a la exportación.

En Vietnam también se sufrió el impacto de los precios deprimidos de los últimos 2 años, y a pesar de su ventaja comparativa en la mano de obra, el cultivo de café dejó de ser atractivo. Por tal motivo, de 15 millones de sacos producidos en 2000/2001, la cifra se redujo a 9 millones de sacos para el año cafetero 2002/2003.

En conjunto, la producción mundial, descendió cerca de 12 millones de sacos, a un nivel de aproximadamente 104 millones de sacos.

## 1.2 EXPORTACIONES

A pesar de una menor oferta mundial, los inventarios originados en la gran cosecha del año pasado en Brasil, y las favorables condiciones en que se desarrolló la comercialización de su café, condujeron a que se incrementaran sus exportaciones durante el año cafetero, y con ello, el total mundial. Brasil aumentó sus exportaciones en 2002, al pasar de 23.2 a 27.9 millones de sacos, que se reflejó en un aumento de su participación en el mercado de 25.7% a 31.5%. Puesto que las exportaciones totales bajaron de 90.3 millones de sacos en 2001 a 88.6 millones de sacos en 2002, el segmento

de los Otros suaves cayó 2.4 millones y su participación disminuyó de 27% a 24.7%.

Colombia, por su parte, aumentó su volumen al pasar de 9.9 a 10.3 millones de sacos. Vietnam bajó de 13.95 millones de sacos exportados en 2001 a 11.8 millones en 2002.

Las cifras del año cafetero 2002/2003 muestran el efecto que han tenido las condiciones del mercado sobre las exportaciones totales, en donde Brasil siguió ganando participación, al pasar de 26.0 a 27.5 millones de sacos, al cierre del último año cafetero. Colombia básicamente mantuvo sus volúmenes exportados en 10.5 millones de sacos, Cuadro 1.

La exportación de cafés centroamericanos, aun ayudados por el despacho de algunos cafés de la cosecha anterior, disminuyeron ligeramente el volumen y exportaron 12.9 millones de sacos. Vietnam permaneció prácticamente inalterado, con una exportación de 11.6 millones de sacos, aunque se detectó una pequeña reducción de 1.1 millones de sacos en las exportaciones de robustas.

El resultado global para el año cafetero 2002/2003 muestra un incremento en las exportaciones totales de 1.7%, de 85.9 a 87.3 millones de sacos, sustentado por el aumento de 1.5 millones de sacos de Brasil.

En conclusión, todavía no se evidencia una escasez de café en el mercado mundial. Sin embargo, es de anotar que, debido al importante descenso en su producción, las exportaciones de café de Brasil de los últimos meses ha bajado sustancialmente con respecto a lo observado en los mismos meses del año anterior.

Todo lo anterior demuestra que, por primera vez en 5 años, durante el período 2002/2003,

Cuadro 1

Exportación de Café <sup>(1)</sup> [ Millones ss 60 kg ]					
Exportador	Volumen			Participación	
	Oct.01 Sep.02	Oct.02 Sep.03	Variación	Oct.01 Sep.02	Oct.02 Sep.03
<b>Arábicas</b>	<b>62.1</b>	<b>64.6</b>	<b>4.0%</b>	<b>72.3%</b>	<b>74.0%</b>
Suaves - Colombianos	12.0	12.1	1.2%	14.0%	13.9%
Colombia	10.6	10.5	-1.4%	12.4%	12.0%
Otros Suaves	22.2	22.7	2.2%	25.8%	26.0%
Países <sup>(2)</sup>	13.1	12.9	-1.3%	15.3%	14.8%
Brasil & Otras Arábicas	27.9	29.8	6.7%	32.5%	34.1%
Brasil	26.0	27.5	5.9%	30.2%	31.5%
<b>Robustas</b>	<b>23.8</b>	<b>22.7</b>	<b>-4.5%</b>	<b>27.7%</b>	<b>26.0%</b>
Vietnam	12.0	11.6	-3.4%	13.9%	13.2%
<b>Total</b>	<b>85.9</b>	<b>87.3</b>	<b>1.7%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Notas:

(1) Fuente: OIC - Septiembre 2003

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

se presentó un déficit de producción que puede superar los 5 millones de sacos.

### 1.3 CONSUMO

El consumo de café siguió aumentando ligeramente a una tasa superior al 1% anual. El dinamismo y crecimiento del mercado estuvo ante todo en los países productores de café, como Brasil, cuyo consumo interno se estima del orden de 13.5 a 15,0 millones de sacos.

Estados Unidos y Canadá crecieron, aunque lentamente. De ellos, Estados Unidos, el mayor consumidor del mundo, ya se acerca a los 20 millones de sacos anuales, aunque el ritmo de crecimiento de sus importaciones es inferior al de la población. Sorprendentemente, Japón si-

guió mostrando un buen dinamismo, a pesar del estancamiento de su economía.

Europa occidental no mostró un panorama positivo, ya que su principal mercado, Alemania, agobiado por una recesión, disminuyó su consumo total, particularmente en el café tostado y molido, cuyo consumo viene descendiendo en los últimos años.

Europa Central y Oriental mostraron un crecimiento interesante. China y los demás países de Asia tuvieron crecimientos porcentuales destacados, pero sobre una base tan pequeña, que por lo pronto no los hace grandes actores.

De todas maneras el consumo alcanzó los 109 millones de sacos anuales, con lo que en el presente año superó la producción mundial, ocasionando un déficit que da lugar a la utilización de inventarios.

### 1.4 EL EFECTO DE LA TASA DE CAMBIO

A mediados de 2002 la incertidumbre sobre la economía de Brasil, dio lugar a una considerable devaluación del Real con respecto al dólar que incentivó la exportación de productos como el café.

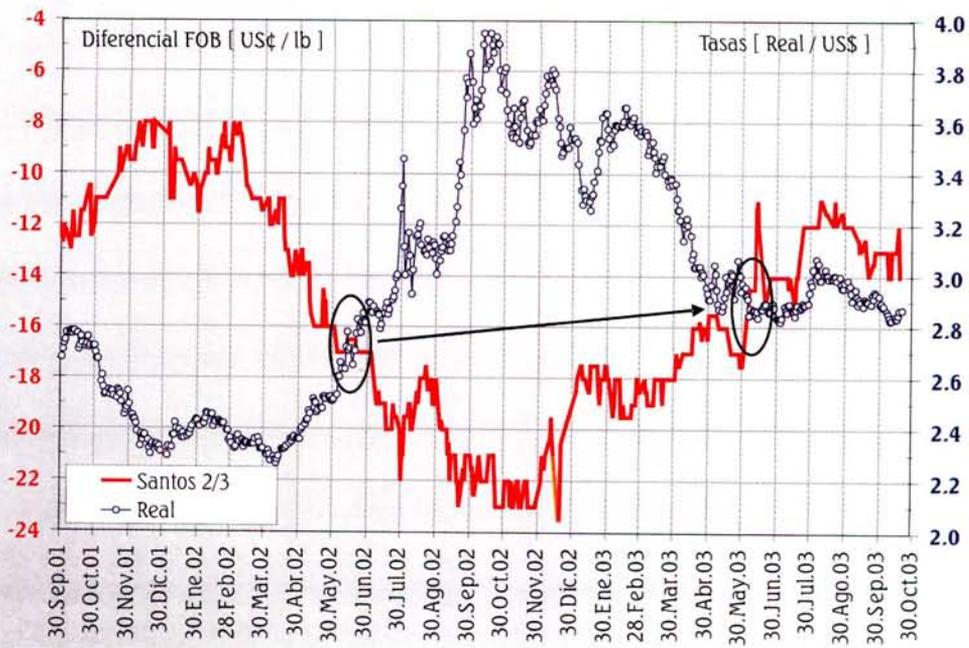
Las políticas económicas desarrolladas por el gobierno del presidente Lula, han permitido que los mercados internacionales tengan una mayor confianza en la economía de dicho país. Como resultado, el Real, que había llegado a niveles de 3.95 por dólar en octubre de 2002, se cotizó a 3.26 reales por dólar a comienzos de 2003. En los últimos meses, la tasa de cambio ha estado entre 2.8 y 3.0 Reales por dólar.

Esta variable ha tenido un efecto importante sobre los diferenciales a los que puede vender Brasil con respecto a la Bolsa de Nueva York, Figura 2. e impactó significativamente el crecimiento de las exportaciones de Brasil. Esto se reflejó en los bajos diferenciales observados en octubre y noviembre los cuales arrastraron los correspondientes a otros países, como se registró con los cafés centroamericanos y de Colombia. Por el contrario, el proceso de apreciación del Real de los últimos meses ha permitido que disminuya el descuento con el que se venden los cafés brasileños.

En Colombia, la devaluación registrada en el segundo semestre de 2002, hizo más competitivas las exportaciones, y muy especialmente las de café. Esta situación, unida a la perspectiva de cambio en el monto de la contribución cafe-

Figura 2

**Diferencial FOB : Santos 2/3 [ US¢ / lb ]**  
**Tasa de Cambio : Real [ BRL / US\$ ]**



## Informe del Gerente General

tera a partir de 2003, incrementó las exportaciones de café durante el último trimestre de 2002. Sin embargo, los bajos diferenciales impidieron que fueran absorbidas en su totalidad por el mercado, y por tanto acabaron certificándose en la Bolsa, aproximadamente 596.000 sacos.

Por otra parte, el comportamiento de la tasa de cambio con respecto al dólar entre septiembre de 2002 y septiembre de 2003 no presentó una variación significativa.

Los cafés de origen indonesio y centroamericano, también fueron afectados negativamente por la apreciación cambiaria, complicando aún más el panorama cafetero de estos países.

Cabe por último destacar la devaluación del dólar con respecto a las monedas europeas y el Yen japonés. De cotizaciones de 0.89 dólares por Euro en 2002, en octubre de 2003 se requirieron 1.15 dólares por Euro, es decir una devaluación de más del 25%, que hace más atractivos los productos cotizados en dólares, como el café. Esto ha ayudado en algo a mitigar el efecto del comportamiento negativo de las economías anotadas, ya que en algunas de ellas se están presentando síntomas de deflación.

### 1.5 PRECIOS

Durante el año cafetero 2002/2003 los precios de la Bolsa de Nueva York se mantuvieron en un rango entre US\$0.57 y los US\$ 0.67 por libra. En algunas ocasiones alcanzaron por espacio de pocos días niveles de US\$ 0.72 por libra, como fue el caso de noviembre de 2002 y septiembre de 2003, Figura 3.

El año se caracterizó por la ausencia de noticias sobre los fundamentales del mercado que den lugar a movimientos fuertes en el mismo.

En Brasil, durante el presente año el clima se comportó adecuadamente, y no se registraron heladas, ni rumores sobre las mismas que hubieran permitido una reacción de los precios.

No obstante, se presentaron eventos que permitieron soportar en algo los precios, como es el caso de los programas de opciones de venta de café ofrecido por el gobierno de Brasil, mediante los cuales se garantiza un precio mínimo al productor. Sin embargo, en las subastas para el año 2003, los volúmenes que se habían estimado en 3 millones de sacos, 2.2 millones para café arábico y 800 mil para café robustas, con vencimientos en septiembre y noviembre para ejercer la opción de entrega, solo se tomaron 673 mil sacos de café arábico, debido a que el precio ofrecido se situó por debajo del costo de producción, al tener en cuenta la revaluación del Real.

Es bueno resaltar que el déficit de producción mundial registrado en el presente año, ha soportado en algo los precios. Sin embargo, los inventarios existentes en los países consumidores han proporcionado cantidades de café suficientes para cubrir dicho faltante. Por esa razón, el mercado se ha sentido sobreabastecido, y los «rallies» ocasionales han correspondido más que todo a acciones de los especuladores en la Bolsa de Nueva York.

Por otra parte, la sobreoferta de cafés de buena calidad de Brasil, su efecto sobre los precios de los cafés secundarios, las oportunidades brindadas por las devaluaciones del Real y del peso en el segundo semestre de 2002, permitieron la exportación de un gran volumen de café de Colombia y de Centroamérica que finalmente acabó certificándose en la Bolsa.

Es conocida la relación inversa que existe entre los inventarios existentes en los países consumidores y los precios de la Bolsa, Figura 4.

Figura 3

Bolsa CSCE - NYBOT : Café "C" - 1<sup>a</sup> Posición [ US¢ / lb ]

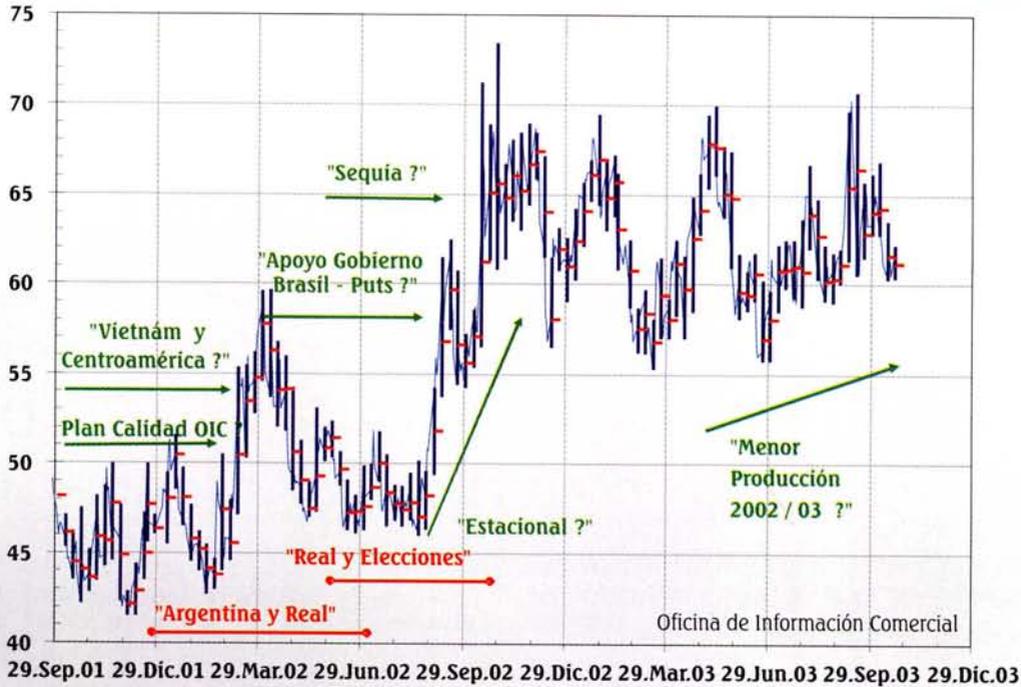
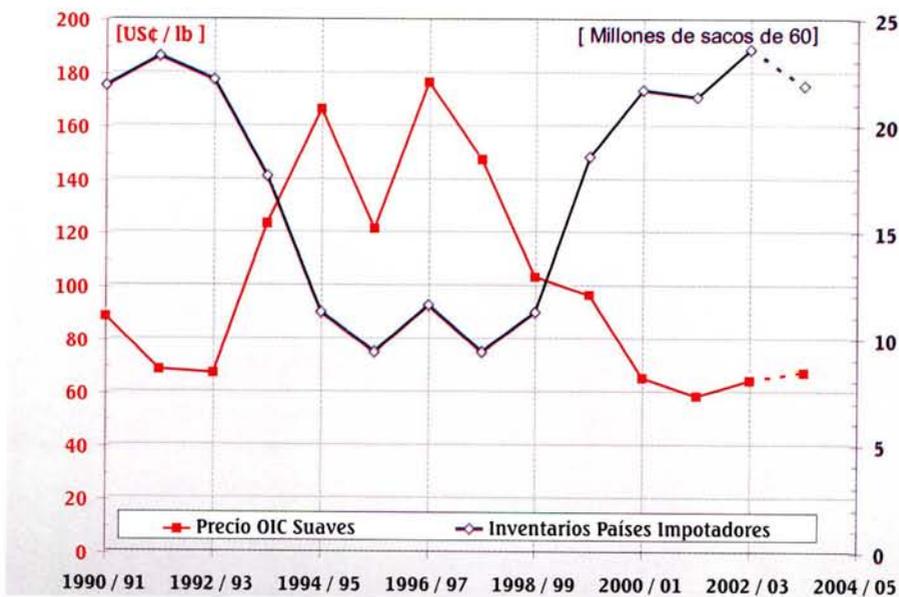


Figura 4

Precio OIC Suaves<sup>(2)</sup> e Inventarios en Países Importadores



Notas: (1) Fuente: LMC International, Coffee Quarterly, 3<sup>rd</sup> Quater 2003.  
 (2) Promedio Anual

En donde más se aprecian estos inventarios es cuando están certificados y a disposición de la Bolsa. Durante los años 1996, 1997 y 1998 los inventarios totales certificados no llegaban a los 100 mil sacos. En la actualidad el volumen total de café certificado (septiembre 30 de 2003) es de 4.425.272 sacos, de los cuales 595.656 sacos corresponden a café colombiano.

A pesar de todo como se aprecia en el Cuadro 2, el café colombiano sigue presentando un mejor precio que los demás cafés del mundo, como lo indican las cifras suministradas por la OIC para los precios de los cafés físicos.

La seriedad en las exportaciones y la confianza que se tiene en el origen, por el estricto cumplimiento en los embarques y en la calidad, siguen permitiendo que el precio del café colombiano siga siendo mejor.

En lo que corresponde a las perspectivas del mercado en el mediano y en el largo plazo, diferentes analistas toman posiciones contradictorias en cuanto a los precios que se pueden lograr en el futuro.

En este sentido, en la primera semana de septiembre la Federación contó con la presencia de un grupo de destacados estudiosos del mer-

cado, como James Fry de LMC International, Judith Ganes, Manoel Bertone del CNC de Brasil, y Danielle Giovanucci del Banco Mundial, con quienes se realizó un taller con el fin de tener una idea más clara del posible comportamiento de los precios hacia el futuro.

En tal sentido, El Cuadro 3 muestra el pronóstico que cada uno de los invitados al seminario efectuó sobre la evolución de los precios del café suave en el mediano plazo.

## 2. LA SITUACIÓN DEL CAFÉ COLOMBIANO

### 2.1 PRODUCCIÓN

La producción de café se mantuvo durante el último año cafetero, gracias a un excelente comportamiento climático, al programa de renovación de cafetales, que permitió incrementar notoriamente la productividad por hectárea cultivada; y a los diferentes programas de soporte y ayuda al cafetero colombiano promovidos por la Federación y que contaron con el apoyo del Gobierno Nacional. De esta manera

Cuadro 2

Precio Promedio de Cafés <sup>(1)</sup> [ US\$ / lb ]							
Tipo	1985-1989	1990-1994	1995-1999	1999 / 00	2000 / 01	2001 / 02	2002 / 03 <sup>(2)</sup>
Colombia	155	97	149	113	77	64	68
Otros Suaves	140	92	140	97	66	59	65
Brasil	142	84	129	87	58	44	49
Robustas	108	63	87	49	30	27	39

Notas: (1) Indicadores OIC promedios, en términos ex-dock. (2) Precio en NY.

## Cuadro 3

## Perspectivas de Precios

Horizonte	1) J. Ganes Inc. <sup>(a)</sup>	2) LMC- J. Fry <sup>(a,b)</sup>	3) CNC -M. Bertone	4) BM -Giovannucci
31 -Dec -03	80 - 85 US¢ / lb	65 US¢ / lb	Precio > Pr. Hoy	Precio = Pr. Hoy
31 -Dec -04		60 US¢ / lb	Precio = Pr. Hoy	Precio > Pr. Hoy
31 -Dec -07		Luego del año 2006/07 se inicia un nuevo ciclo bajista	Precio < Pr. 2006	Precio > Pr. Hoy
Comentarios	El pico se presentará en poco tiempo...	Mercado en un ciclo al alza : 84 US¢ / lb (Sep. 2005)  Crecimiento hasta 1,5 x Precios de hoy	Futuro : menor variación de los precios ...  ... si no se dan problemas climáticos	En largo plazo , precios inferiores a 1 US\$ / lb.

Notas : a) Precios para cafés suaves-

b) Precios a finales de año cafetero que termina en septiembre

para el año cafetero 2002/2003 la producción registrada del país fue de 11,71 millones de sacos, consolidando a Colombia como el segundo productor mundial.

## 2.2 EXPORTACIONES

En el último año cafetero, tal como se aprecia en el Cuadro 4, las exportaciones totales se redujeron en 1,4%, de 10,6 millones de sacos a 10,5 millones, no obstante, el valor de las exportaciones se incrementó en el 5%

### Comercialización Interna

La Federación también adoptó algunos procedimientos que hicieron más fácil, claro y transparente para el caficultor el proceso de comercialización de su café pergamino.

En primer lugar, después de un profundo análisis, se adoptó como base para la adquisición del café que compra la Federación, el grano retenido por la malla 13, en lugar de utilizar la malla 14, con una tolerancia del 1,5% que se empleaba anteriormente.

Con ello se facilita la comprensión del mecanismo de compra, se agiliza el procedimiento y se remunera la totalidad de la almendra sana por encima de la malla 13. Esta determinación no afectó la calidad del grano, puesto que las exportaciones se siguieron haciendo bajo las mismas condiciones vigentes.

Por otra parte, se adoptó un factor «K» igual a cero para los cafés con mejores factores de rendimiento, para incentivar la producción y entrega de los cafés con menores contenidos de defectos.

Como complemento, la optimización de los procesos de compra y de trilla de café implementados en los últimos años, permitió ampliar la adquisición de cafés para el Fondo Nacional del Café, desde un factor de rendimiento de 100, con el que se trabajaba antes, a 102, contribuyendo a encontrar una solución para los caficultores que por algún motivo tuvieron dificultades en su producción.

Adicionalmente, se autorizó una nueva alternativa de compra a los caficultores con entrega y pago futuro. Esta alternativa contribuye a que el caficultor aproveche mejor las coyunturas de precios favorables de la Bolsa, asegurando un mejor ingreso futuro por la venta de su café, en la comercialización que hace a través de las Cooperativas y la Federación.

Con relación a los destinos, Cuadro 5, continuó el aumento de las exportaciones a Estados Unidos, y se presenta una pequeña reacción en el mercado de Alemania y de Bélgica. En estos casos, una parte del volumen tuvo como destino las bodegas certificadas para entregar café en la Bolsa, situadas en Hamburgo, Bremen y Amberes.

Es de anotar que, tal como ha venido siendo el caso en los últimos años, se utilizó totalmente

la producción del país en el mercado interno y en la exportación.

Los inventarios totales del país cierran sin modificaciones en 1.8 millones de sacos.

Finalmente la participación de la Federación y de los exportadores particulares en las exportaciones de café de Colombia para el año cafetero 2002/2003, fue de 22% y 78% respectivamente.

## 2.3 COMPORTAMIENTO DEL PRECIO INTERNO

En cuanto al comportamiento del Precio Interno base para la garantía de compra durante los dos últimos años cafeteros en la Figura 5, se aprecia que pasó de un promedio de \$ 279.000 por carga en septiembre de 2002, incluido el AGC, a un valor promedio de \$ 309.000 por carga para el presente año cafetero, es decir, un incremento del 11%.

A pesar de la crítica situación en el mercado externo, la Federación ha hecho posible el traslado de un mayor ingreso a los productores, incentivando el mejoramiento de la calidad del

Cuadro 4

		Exportación [ Millones ss 60 kg ]		
		2000 / 2001	2001 / 2002	2002 / 2003
<b>Valor</b>	[ Millones US\$ ]	912.5	861.0	907.1
<b>Volumen</b>	[ Millones ss60kg ]	9.47	10.63	10.48
<b>Precio FOB</b>	[ US¢ / lb ]	73.0	61.4	65.6

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

Cuadro 5

Exportaciones [ Millones ss 60 kg ]

Año →	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003 (a)
Estados Unidos	2.07	2.55	2.97	3.10	3.16	2.96	3.06	3.44	3.63 ↑
Alemania	3.00	2.73	2.47	2.57	1.91	1.73	1.86	1.77	1.87 ↑
Japón	1.09	1.26	1.19	1.09	1.22	1.27	1.20	1.46	1.32 ↓
Canadá	0.34	0.38	0.35	0.39	0.36	0.43	0.53	0.53	0.50 ↓
Bélgica - Lux	0.33	0.40	0.68	0.56	0.53	0.49	0.74	0.49	0.63 ↑
Reino Unido	0.24	0.30	0.27	0.27	0.26	0.23	0.24	0.31	0.31 ↓
Suecia	0.38	0.44	0.38	0.36	0.29	0.22	0.27	0.27	0.24 ↓
España	0.30	0.32	0.30	0.30	0.28	0.23	0.19	0.26	0.25 ↓
Francia	0.28	0.36	0.43	0.50	0.36	0.31	0.32	0.24	0.20 ↓
Holanda	0.39	0.41	0.51	0.71	0.31	0.24	0.26	0.21	0.25 ↓
Otros	1.40	1.46	1.39	1.41	1.37	1.11	1.30	1.30	1.29
<b>Total</b>	<b>9.82</b>	<b>10.62</b>	<b>10.94</b>	<b>11.26</b>	<b>10.03</b>	<b>9.21</b>	<b>9.97</b>	<b>10.27</b>	<b>10.48</b>

Nota: (a) Cifras preliminares : Oct.02 - Sep.03

grano que se entrega al Fondo Nacional del Café. Es así como se reconocieron importantes bonificaciones a aquellos cafés que cumplieron los requisitos de prueba de taza y de ausencia de defectos para su aprovechamiento para calidades especiales. Gracias a esta política nacional el precio promedio pagado por el Fondo Nacional del Café al caficultor (sin incluir AGC), incluyendo el sobrepago por la calidad de taza, pasó de \$261.600/carga en el 2002 a \$322.600/carga en lo corrido del 2003, es decir un aumento del 23%.

Los cafés de algunos orígenes, sobre los cuales los clientes están dispuestos a pagar mejores precios, también fueron objeto de una consideración especial, de tal manera que fue posible aumentar sus precios en comparación a años anteriores, y que estos trascendieran a todos los compradores del mercado.

Es importante destacar que al abrirse la posibilidad de que las Cooperativas le vendan su café al Fondo durante las horas de operación

de la Bolsa éstas han podido aprovechar los movimientos «intradarios» del mercado para maximizar su ingreso.

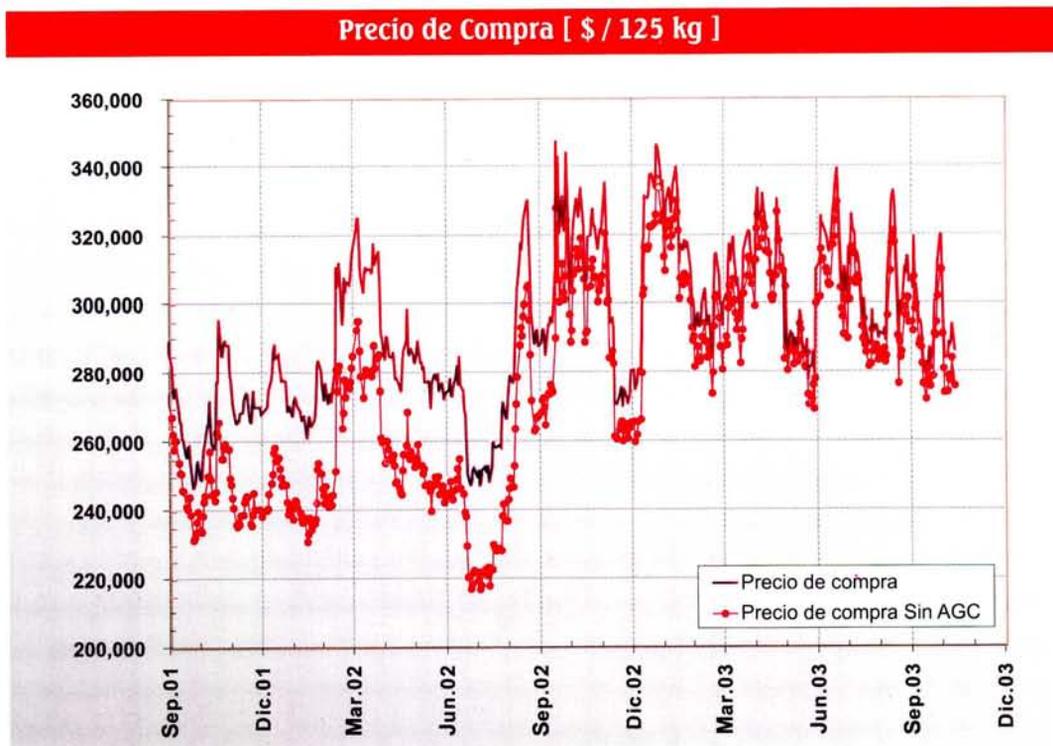
Esto es el resultado de una importante gestión y capacitación por parte de la Federación y de las Cooperativas, con el propósito de aprovechar estas oportunidades, mediante el uso de nuevos procedimientos y técnicas de cobertura en el mercado de futuros.

El valor de la cosecha pasó de \$2.061 millones del año 2001/2002 a \$2.345 millones durante el año cafetero 2002/2003, lo que se traduce en un aumento del ingreso de los caficultores del 14%.

## 2.4 COOPERATIVAS DE CAFICULTORES

En cumplimiento de la recomendación del Congreso Nacional de Cafeteros, en el sentido de continuar apoyando el esquema de comercialización interna de café a través de las

Figura 5



Cooperativas de Caficultores, la Gerencia General conformó un grupo de estudio para evaluar la situación de las Cooperativas y su viabilidad como instrumento para llevar a la práctica la garantía de compra, en un entorno de mercado libre. Este estudio permitió concluir que para garantizar la permanencia de las Cooperativas en el mercado, es necesario realizar algunos ajustes en los mecanismos de transferencia del mayor precio posible al productor, en sus estructuras de costos y en los procedimientos para el recibo del café al productor y su entrega a Almacafé la cual será presentada al Congreso Cafetero.

En 2003 las 39 Cooperativas de Caficultores, patrocinadas por la Federación Nacional de Cafeteros, ejecutaron la garantía de compra a través de una red de 475 puntos de compra.

Durante el período enero-octubre de 2003, las Cooperativas compraron un total de 3,1 millones de sacos de 60 kilos de café verde, equivalentes al 34,3% de la producción registrada en ese mismo período. Durante el período enero-octubre de 2002, las compras registradas por las Cooperativas fueron del orden de 3,4 millones de sacos, lo cual significa que se presentó una disminución en las compras del 7,8%.

Del total de recursos empleados por las Cooperativas para garantizar la comercialización de la cosecha, el 58% correspondió a recursos del Fondo Nacional del Café y el 42% a recursos propios de las Cooperativas. Durante el 2002, la participación de estos recursos fue del 60% y 40% respectivamente. Del café adquirido por las Cooperativas de Caficultores durante el período enero-octubre de 2003, se entregaron a

Almacafé, con destino al Fondo Nacional del Café, un total de 2 millones de sacos, equivalentes al 67% de las entregas. Destinaron a la exportación a través de Expocafé 507 mil sacos, equivalentes al 17% de las entregas, y entregaron a particulares 488 mil sacos equivalentes al 16%.

A nivel departamental, se presentó una reducción generalizada en el volumen de compras durante este período en casi todos los departamentos del País, a excepción del Huila y Cauca, donde se registró un incremento del 33% y 12% respectivamente.

El 2003 ha sido un año bastante complicado para las Cooperativas en materia de

comercialización de café, ya que han tenido que realizar un gran esfuerzo por mantenerse en el mercado, debiendo en muchos casos pagar precios que no están acordes con los costos reales en que incurren para acopiar el café, llevándolas a asumir algunos riesgos en la gestión de venta para poder garantizar unos márgenes mínimos que les permita cubrir sus costos de operación.

Al mes de septiembre de 2003, las Cooperativas de Caficultores arrojaron de manera consolidada unos excedentes económicos netos \$7.673 millones, los cuales se encuentran afectados de manera significativa por los dividendos recibidos de Expocafé, que ascendieron a \$8.365 millones.



Asistencia, Investigación  
y avances tecnológicos  
para la productividad y Programas  
para el bienestar social

## 1. ATENCIÓN A CAFICULTORES POR EL SERVICIO DE EXTENSIÓN

La función prioritaria del Servicio de Extensión de la Federación Nacional de Cafeteros es la atención integral en educación, capacitación y servicio a los productores cafeteros de todo el país, asistiéndolos en todos los programas técnico, social, gremial y económico.

En el presente año el Servicio de Extensión contó con 1.025 técnicos que se encargaron de estar en contacto con los caficultores, para ello se utilizaron metodologías de extensión individuales, grupales y masivas. En las actividades individuales (visitas a fincas y las recibidas en oficina) se atendieron 446.240 caficultores y se realizaron 32.356 actividades grupales, a través de las cuales se atendieron a 572.872 cafeteros; el Servicio de Extensión también atendió 4.220 grupos constituidos por 77.455 productores, con planes de trabajo debidamente establecidos.

Estas actividades, que se resumen en los Cuadro 6 y 7, apoyaron los programas de Transferencia de Tecnología, Renovación de Cafetales, Sanidad Vegetal, Cultivos de Diversificación, Seguridad Alimentaria, Escuela y Café, Programa Café y Maíz, PRAN Cafetero, Plan Florecencia, el programa de Crédito Cafetero, Administración Rural, Gerencia Humanizada, Calidades de Café, Cafés Especiales y todos los programas en convenio con Instituciones Gubernamentales y ONG's.

## 2. CAFÉ Y MAÍZ: PROTEGIENDO EL EMPLEO Y EL INGRESO DEL CAFICULTOR

El programa Café y Maíz fue creado con el fin de estimular la siembras de maíz las zonas cafeteras y es el resultado del Convenio realizado entre la Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, Fenalce, el Centro Internacional para el mejoramiento de Maíz y Trigo, CIMMYT, y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Cuadro 6

PERSONAL SERVICIO DE EXTENSIÓN - CONSOLIDADO DEPARTAMENTAL 2003

DEPARTAMENTO	PERSONAL COBERTURA DEPARTAMENTAL				PERSONAL NIVEL SECCIONAL					TOTAL PERSONAS
	DIR. TÉCNICO	SECRETARIAS	TÉCNICOS APOYO	Nº PERSONAS	SECRETARIAS	J. SECCIONALES	TÉCNICOS	PERSONAL CAMPO	Nº PERSONAS	
ANTIOQUIA	1	1	15	17	7	8	79	87	94	111
BOYACA	1	0	2	3	0	3	9	12	12	15
CALDAS	1	1	24	26	2	12	53	65	67	93
CAUCA	1	2	14	17	9	9	61	70	79	96
CESAR - GUAJIRA	1	1	4	6	2	5	19	24	26	32
CUNDINAMARCA	1	1	8	10	7	6	54	60	67	77
HUILA	1	1	11	13	5	5	59	64	69	82
MAGDALENA	1	1	4	6	0	0	10	10	10	16
NARIÑO	1	1	2	4	4	4	28	32	36	40
NORTE DE STDER.	1	1	2	4	4	4	27	31	35	39
QUINDIO	1	2	7	10	9	6	47	53	62	72
RISARALDA	1	3	12	16	14	9	33	42	56	72
SANTANDER	1	1	3	5	10	5	50	55	65	70
TOLIMA	1	6	23	30	6	6	57	63	69	99
VALLE DEL CAUCA	1	1	5	7	22	7	75	82	104	111
<b>TOTALES</b>	<b>15</b>	<b>23</b>	<b>136</b>	<b>174</b>	<b>101</b>	<b>89</b>	<b>661</b>	<b>750</b>	<b>851</b>	<b>1.025</b>

Cuadro 7  
LABORES DE EDUCACIÓN - CAFÉ AÑO CAFETERO 2002 - 2003

Departamento	Individuales		Grupales														Masivos			
	V.F.	V.R.O.	R.		D.M.		G.		C.C.		D.C.		D.R.		Otros		Radio		Foros	
	No.	No.	No.	Asist.	No.	Asist.	No.	Asist.	No.	Asist.	No.	Asist.	No.	Asist.	No.	Asist.	No.	Hs/mes	No.	Asist.
Antioquia	23.881	23.676	1.007	21.983	265	3.678	107	2.802	257	6.936	43	1.106	67	1.303	99	1.784	22	88	69	4.313
Boyacá	4.255	4.739	327	4.406	59	770	0	0	44	784	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caldas	15.711	24.056	1.801	30.784	285	4.572	28	593	113	1.164	12	1.661	0	72	522	14	50	26	1.965	0
Cauca	31.100	39.350	3.010	51.130	2.400	28.800	81	2.100	700	6.300	27	3.240	186	2.232	0	2	4	0	0	0
Cesar - Guajira	2.560	3.150	291	4.506	27	259	5	149	62	861	2	159	1	20	39	369	0	1	11	0
Cundinamarca	10.452	13.374	1.530	21.972	744	10.874	165	3.306	518	8.825	48	5.840	187	3.007	200	4.571	175	1.075	9	362
Hulla	18.506	34.324	1.759	41.317	281	4.665	23	659	336	6.550	18	870	1	20	29	613	0	0	0	0
Magdalena	1.295	1.741	48	1.052	30	541	4	83	94	2.086	4	451	3	45	6	75	46	4	2	355
Nariño	6.389	9.201	546	10.603	16	422	23	368	90	1.109	3	139	0	0	3	44	0	0	0	0
Nte. De Santander	4.501	864	524	9.077	1.165	6.297	25	375	32	436	0	0	0	0	0	0	42	20	4	240
Quindío	10.283	8.064	1.220	24.112	78	786	21	341	87	1.357	0	0	10	110	1.089	20.858	52	4	6	1.800
Risaralda	9.863	7.476	407	6.077	160	2.074	70	2.020	103	1.605	6	297	2	76	0	4	18	0	0	0
Santander	26.854	27.511	3.299	48.452	1.287	14.517	223	3.466	35	711	17	775	5	124	30	409	2	2	23	4.743
Tolima	14.402	40.371	1.505	38.341	619	9.920	101	3.858	438	9.867	152	10.302	0	0	0	89	4	0	0	0
Valle del Cauca	13.851	13.128	643	10.168	105	2.385	22	397	2	53	2	614	0	0	231	4.911	0	0	0	0
Meta	400	120	148	5.920	90	2.700	6	240	50	1.250	16	640	12	480	10	300	0	0	2	130
Caquetá	144	185	26	925	4	73	1	31	7	294	0	0	0	3	56	0	0	1	92	0
Casanare	63	400	45	4.500	30	900	0	0	49	2.695	16	1.120	2	500	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>194.510</b>	<b>251.730</b>	<b>18.136</b>	<b>335.325</b>	<b>7.645</b>	<b>94.233</b>	<b>905</b>	<b>20.788</b>	<b>3.017</b>	<b>52.883</b>	<b>366</b>	<b>27.214</b>	<b>476</b>	<b>7.917</b>	<b>1.811</b>	<b>34.512</b>	<b>450</b>	<b>1.269</b>	<b>143</b>	<b>14.011</b>

El programa cuenta con el aval del Ministerio de Agricultura.

cerca de 17 millones de dólares en importaciones del cereal.

El programa, que tuvo una gran acogida por parte de los caficultores, cuenta hoy con 43.800 productores, 30.000 hectáreas en la zona cafetera, y se espera sembrar 22 mil hectáreas en 2004, Cuadro 8. Adicionalmente, se destaca que se ha pasado de una productividad nacional de 1,7 toneladas de maíz por hectárea a 3,4 en la zona cafetera.

### 3. PROGRAMA DE INCENTIVO A LA RENOVACIÓN DE CAFETALES

La respuesta positiva de los cafeteros para sembrar maíz en los lotes renovados de café se debe al clima de confianza que se generó gracias a la investigación para la obtención de genotipos mejorados y técnicas de manejo del asocio, al programa de transferencia de tecnología para asegurar adopción y la competitividad de este producto de diversificación, y al precio de sustentación que se fijó en \$495.000 la tonelada.

El Comité Nacional de Cafeteros, en su sesión del 23 de febrero de 1998, aprobó el programa «un instrumento de Política de Producción Cafetera», presentado por la Gerencia Técnica, el cual incluyó el Plan de Renovación de 350.000 hectáreas con vigencia de cinco años (1998 – 2002), tendiente a recuperar la edad promedio de la caficultura tecnificada colombiana a los niveles registrados en los años 1991 y 1992, es decir, entre 5 y 5.5 años. Además, incrementar la densidad promedio de las plantaciones tecnificadas a 6000 plantas/ha.

Estas siembras permitieron cosechar 100.000 toneladas de maíz amarillo, que representaron ingresos a los cafeteros por más de \$50.000 millones, lo que, además de generar 1.5 millones de jornales adicionales, le ahorró al país

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos durante esos cinco años, en los que se renova-

Cuadro 8

CAFÉ Y MAÍZ. RESULTADOS FINALES DE LA SIEMBRA AÑO 2003

Departamento	PRIMER SEMESTRE Ejecutado		SEGUNDO SEMESTRE Inscritos      Ejecutado *				Metas 2003
	N° caficultores	N° hectáreas	N° caficultores	N° hectáreas	N° caficultores	N° hectáreas	N° hectáreas
Antioquia	10,257	8,176.0	0	0.0	0	0.0	4,000
Boyacá	380	172.5	227	164.5	193	68.6	500
Caldas	3,190	3,736.6	4 656	1,652.1	4,120	1,664.2	4,000
Cauca	0	0.0	10,922	3,276.0	6553	2,000.0	1,000
Cesar - Guajira	288	286.5	0	0.0	0	0.0	500
Cundinamarca	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1,000
Huila	1,689	675.5	2,990	1,196.7	2,067	826.8	1,200
Magdalena	29	34.5	89	98.5	89	98.5	50
Nariño	0	0.0	1,749	833.0	1,500	714.0	800
Nte. de Santander	223	203.9	561	591.0	380	296.0	1,150
Quindío	442	661.0	360	202.0	192	328.5	670
Risaralda	2,395	1,916.0	466	420.0	155	128.0	2,000
Santander	2,100	2,491.0	64	286.0	1,684	866.0	1,000
Tolima	3,936	2,328.0	2,814	1,506.0	973	598.0	2,500
Valle del Cauca Meta-Casanare-Caquetá	310	336.5	1,048	1,115.2	751	798.9	1,500
<b>TOTALES</b>	<b>25,239</b>	<b>21,018.0</b>	<b>25,946</b>	<b>11,341</b>	<b>18,657</b>	<b>8,388</b>	<b>21,870</b>

ron 290.000 hectáreas, el Comité Nacional, en su sesión del 23 de diciembre de 2002, determinó dar continuidad al programa durante el 2003. Durante el lapso comprendido entre los meses de enero a octubre se logró la renovación de 28.638 hectáreas, con la participación de 38.308 caficultores, renovando en promedio un área de 0.75 hectáreas por productor.

En este sentido se cumplirá la meta de 350.000 hectáreas de café renovadas para finales del 2003.

Los resultados obtenidos por este programa en productividad fueron exitosos. La edad promedio de los cafetales pasó de 7.5 años en 1998 a 5.1 años en 2002 y la densidad del cultivo aumentó de 4,868 a 5,726 árboles por hectárea durante este mismo periodo. Estos resultados, garantizaron mayor productividad, mejor calidad y reducción en costos de producción.

En el Cuadro 9 se puede observar, a nivel departamental, el número de caficultores atendi-

dos con el programa y el número de hectáreas renovadas.

## 4. PRONÓSTICO DE COSECHA

Este programa pretende levantar información en campo, que permitió obtener resultados estimados de cosecha, en el primer y segundo semestre del año. Esta información fue de gran valor para tomar decisiones y diseñar políticas que garantizaron la viabilidad del negocio del café. Adicionalmente, a través de este programa se buscó:

Verificar el área cafetera en cada uno de los segmentos de muestreo y estimar la densidad en cada uno de dichos segmentos.

Adicionalmente, se levantó la información sobre las características de los lotes que fueron

**Cuadro 9**

PROGRAMA DE INCENTIVO A LA RENOVACIÓN DE CAFETALES  
NO. DE CAFICULTORES Y NO. DE HAS. RENOVADAS 2003

Comité	Caficultores	Has.	Has. Renovadas/ caficultor
Antioquia	11,898	8,307	0,70
Boyacá	117	53	0,45
Caldas	6,418	4,977	0,78
Cauca	2,434	934	0,38
Cesar	269	345	1,28
Cundinamarca	1,849	1,109	0,60
Huila	4,262	2,491	0,58
Magdalena	62	84	1,36
Nariño	768	341	0,44
Nte. de Santander	674	646	0,96
Quindío	784	1,088	1,39
Risaralda	3,177	3,564	1,12
Santander	1,939	891	0,46
Tolima	1,100	899	0,82
Valle	2,557	2,909	1,14
<b>Total</b>	<b>38,308</b>	<b>28,638</b>	<b>0,75</b>

registrados en la Encuesta Nacional Cafetera (ENC) y la nueva información sobre los lotes que no fueron levantados por la ENC.

que adelantó la Federación entre los años de 1993 y 1997. 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 para la toma de decisiones de política así como para conocer los cambios que se han presentado en la zona cafetera en los últimos años.

El objetivo general del programa fue actualizar en el SICA/AFIC, 120.000 fincas cafeteras distribuidas en todo el país, así como los lotes, los cultivos y los caficultores, utilizando la misma metodología que utiliza el servicio de extensión en la actualidad.

La zona de trabajo estuvo clasificada en cinco Regiones así: Región Antioquia (18% de las fincas); Región Norte (13% de las fincas), que

## 5. PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN

### : SICA 2003

El SICA/AFIC (Sistema de Información Cafetera/Atención a Fincas y Caficultores) es el Sistema de Información Geográfico de la Federación Nacional de Cafeteros, mediante el cual se maneja la información de fincas cafeteras, cultivos de café, lotes y caficultores. Los datos iniciales de la base de SICA/AFIC fueron el resultado de la Encuesta Nacional Cafetera (ENC)

Cuadro 10

PRONÓSTICO DE COSECHA CAFETERA RESUMEN POR MEDICIÓN 2003

Tiempos de Medición	Producción Estimada (s.60 Kgs c.v.)	Área Productiva Estimada (has)
1 semestre /98	4,653,954	714,716
2 semestre /98	6,538,697	751,747
1 semestre /99	4,122,552	685,822
2 semestre /99	5,101,278	661,030
1 semestre /00	4,069,292	638,787
2 semestre /00	4,928,868	644,049
1 semestre /01	4,738,927	653,826
2 semestre /01	6,269,277	654,314
1 semestre /02	5,916,578	652,753
2 semestre /02	5,174,625	613,349
1 semestre /03	4,970,000	564,809
2 semestre /03	5,662,645	

Cuadro 11

AVANCES EN EL PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN SICA 2003

Departamento	Meta			Avance		
	No. Municipios	No. Veredas	No. Fincas	Fecha Inicio	No. Fincas Actualizadas Campo	%
Antioquia	75	292	21,600	9/9/2003	9,963	46.1%
Boyacá	20	38	2,976	9/15/2003	2,872	96.5%
Caldas	13	97	9,399	9/15/2003	787	8.4%
Cauca	29	166	19,874	9/8/2003	10,281	51.7%
Cesar *	6	32	960		0	0.0%
Cundinamarca	33	93	9,706	9/16/2003	0	0.0%
Guajira*	3	8	271		0	0.0%
Huila	32	180	13,610	9/15/2003	6,281	46.1%
Magdalena*	2	15	423		0	0.0%
Nariño	23	63	7,364	6/16/2003	3,300	44.8%
Nte. de Santander*	20	94	3,991		0	0.0%
Quindío*	9	28	1,327		0	0.0%
Risaralda	2	30	4,874	9/23/2003	662	13.6%
Santander	22	108	6,979	8/25/2003	3,900	55.9%
Tolima	29	138	11,483	9/10/2003	4,645	40.5%
Valle	33	99	5,163	9/9/2003	2,134	41.3%
<b>Total</b>			<b>120,000</b>		<b>44,825</b>	<b>37.35%</b>

\* No han iniciado

**Cuadro 12**  
EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

Carteras	Pagarés netos a beneficiar	PRAN - FINAGRO			
		Enviados	En proceso de legalización	Total	% de Ejecución
Cartera Bancaria	4,557	2,487	750	3,237	71
Fondo Rotatorio	60,400	43,853	6,358	50,211	83
CISA	8,215	2,838	1,505	4,343	53
C. Agraria	6,636	463	104	567	9
<b>Totales</b>	<b>79,808</b>	<b>49,641</b>	<b>8,717</b>	<b>58,358</b>	<b>73</b>

Fuente: Comités

comprende los departamentos de Norte de Santander, Santander, Boyacá, Magdalena, Cesar y Guajira; Región Sur (27% de las fincas), incluye los departamentos de Valle, Cauca y Nariño; Región Central (29% de las fincas) con los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda; y Región Sur – Occidental (13% de las fincas) que abarca los departamentos de Cundinamarca, Huila y Tolima. En el Cuadro 11 se muestra el avance del programa.

Para cumplir este objetivo, se atendieron diferentes frentes de trabajo.

## PRAN CAFETERO

**PRAN CAFETERO:** Dentro del PRAN cafetero se refinanciaron créditos de más de 79 mil pagarés por un valor nominal de la cartera de \$ 315 mil millones con 10 años de plazo y 3 de gracia.

## 6. CRÉDITO CAFETERO

Durante el presente año se dedicaron esfuerzos a la normalización de la situación de crédito de los caficultores, tanto a las deudas contraídas precisamente para encontrar un alivio en su pago, así como para obtener nuevas fuentes de recursos para los cultivadores que permitan desarrollar la actividad productiva y así poder atender debidamente las viejas y las nuevas obligaciones.

En el Cuadro 13 se muestra la ejecución del programa, con fecha de corte a 30 de noviembre de 2003, mientras que en el Cuadro 14 se presenta la información relativa a negociación directa.

## PLAN FLORESCENCIA

Este plan se inició con la Bolsa Nacional Agropecuaria. Al ser un nuevo producto, y a

Cuadro 13

PRAN CAFETERO - NEGOCIACIÓN DIRECTA

Carteras	Negociación Directa		
	Enviados	En proceso de legalización	Total
Cartera Bancaria	81	18	99
Fondo Rotatorio	804	348	1,152
<b>Total</b>	<b>885</b>	<b>366</b>	<b>1,251</b>

Fuente: Comités - Fiducaf 

pesar de que requirió una amplia difusión en todos los departamentos, se celebraron 640 contratos por 1,7 millones de kilos.

A juicio de los directivos de la Bolsa Nacional Agropecuaria, es una cifra exitosa teniendo en cuenta la novedad del producto y la posibilidad de liquidar el contrato a un precio futuro, que genera en el productor incertidumbre, pero al mismo tiempo es una forma de involucrar al productor en los modernos mecanismos de la Bolsa.

Es esta, una nueva alternativa de consecución de capital de trabajo no excluyente con relación a fuentes alternativas como el crédito bancario, avances de compradores, o recursos propios.

### BANCAFÉ

El Bancafé continúa con la cartera A y B del orden de los \$83.195 millones, representada en 16.449 cafeteros. De dicha cartera se refinanciaron con Finagro 1.659 caficultores por un monto de \$19.385 millones.

En septiembre se expidió la Resolución 221 que aprobó la refinanciación a 5 años, con cuotas variables en función del flujo de caja del caficultor. Adicionalmente, se está discutiendo la posibilidad de aumentar el cupo por hectárea en la tarjeta cafetera, teniendo en cuenta que hoy no incluye la financiación del área que no se encuentra en producción.

Así mismo, se est  definiendo un convenio con Bancafé, a través de Fogacaf , que también puede utilizarse para expedir créditos del Banco a pequeños caficultores, complementados con el FAG.

### BANCO AGRARIO

El Banco Agrario ha venido atendiendo el crédito de pequeños cafeteros con garantía FAG expedida por Finagro, complementada por la garantía que expide Fogacaf  por el 40% y que garantiza el 20% del capital y los intereses del primer año.

Se han expedido garantías por \$3.828 millones que equivalen a \$9.570 millones en crédito otorgado a 7.215 caficultores.

Adicionalmente, el banco ha venido atendiendo a más de 4 mil caficultores medianos y grandes con créditos por un total de \$17.829 millones.

## BANCOLOMBIA

Dentro de la política de apertura en el manejo de los recursos y las fuentes financieras de la Federación, se ha establecido una relación con el Banco de Colombia.

Esta institución ha diseñado para los caficultores un producto denominado CREDICAFE. Fue creado como resultado de un diálogo de su equipo técnico con los Comités Departamentales de todo el país, por lo que responde a las necesidades de los caficultores.

El crédito puede ser usado a través de una línea 9.800, para compra de insumos o para el traslado de dinero a la cuenta corriente como capital de trabajo hasta el momento de la cosecha.

Se espera que en los departamentos en los que se inició el programa en el 2003 se profundice el próximo año y en los demás se inicie esta fuente alternativa de recursos.

## COMISIÓN DE CRÉDITO AGROPECUARIO

Para atender las inquietudes sobre crédito presentadas por los cafeteros al señor Presidente de la República en el pasado Congreso Cafetero, se creó una comisión para el crédito cafetero coordinada por el asesor cafetero del Gobierno Nacional.

Dicha comisión revisó el tema del crédito durante el año, enfocándose principalmente a dar solución a la problemática en que se encuen-

tran los deudores sujetos a PRAN, tanto de la banca, como el Cisa y del Fondo Nacional del Café.

## 7. CAFÉ Y DESARROLLO REGIONAL

Enmarcados en esta actividad, entre los proyectos más importantes de bienestar social Obras y Servicios a la Comunidad se tienen

**Acdi - Voca Y Federación Nacional De Cafeteros:** 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 han unido 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».

El programa se adelanta con cerca de 1600 familias cafeteras de 34 municipios en los departamentos de Cauca, Huila, Tolima, Nariño y Caldas, y es ejecutado por los Comités Departamentales de Cafeteros bajo la coordinación de la Gerencia Técnica. A nivel de finca, los caficultores participan en programas de Renovación de Cafetales, Infraestructura de Beneficio, Seguridad Alimentaria y Mejoramiento de la Calidad. Además, se cuenta con un Fondo de Comercialización para garantizar el adecuado recibo y manejo de los cafés, mientras son enviados al mercado externo.

Los recursos externos provienen de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID, por valor de US \$ 942.000

para la inversión en las fincas, US \$ 300.000 para el Fondo de Comercialización y US \$ 80.000 para la estrategia de Información y Promoción. La Contrapartida está representada en el aporte institucional para el manejo del programa y a nivel de finca por la mano de obra de los productores y el aporte de materiales propios.

### Convenio de Cooperación Y Asistencia Técnica Gestión Comunitaria – Obras Para La Paz:

El consejo directivo del FIP del 16 de enero del 2002 autorizó destinar la suma de \$26.680 millones para desarrollar el programa «Gestión Comunitaria – Obras para la Paz y encargó para su implementación y ejecución a la Federación.

El programa se desarrolla en 10 departamentos y 48 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. Este apoyo se canaliza a través de acciones en dos áreas así: a) Construcción y mejoramiento de infraestructura social básica. b) Aprovechamiento óptimo de la infraestructura a través de programas sociales y culturales, la promoción de la capacidad de gestión de las comunidades y las entidades territoriales, Cuadro 14.

**Gestión Empresarial:** La Gerencia Técnica dentro del desarrollo del plan quinquenal «La Ge-

rencia de la Finca Cafetera 1998 - 2003 « cuyo propósito, a través del servicio de extensión, es la formación de cafeteros con empresas exitosas y competitivas viene realizando convenios interinstitucionales que apoyan la actividad de fortalecimiento de la gestión empresarial en el sector agropecuario en general .

Estos son los convenios ejecutados por la Gerencia Técnica: SENA – FEDERACAFÉ, marzo 2002 a marzo 2003. SAC-SENA-FEDERACAFÉ, febrero 2003 a septiembre 2003. MINAGRICULTURA-FEDERACAFÉ, mayo 2003 a diciembre 2003.

Los convenios tienen como objetivo general «Fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial para el manejo eficiente de la empresa cafetera, cumpliendo con el propósito de formar productores capaces de autogestionar la empresa cafetera y lograr que los productores y sus familias permanezcan en el negocio mediante una adecuada gestión administrativa».

Entre los beneficiarios se cuentan 18.198 caficultores, 988 Grupos de cafeteros y 518 técnicos del servicio de extensión. Los resultados consolidados de los Convenios, la relación de caficultores beneficiados, técnicos participantes y grupos conformados de los tres convenios se presentan en los Cuadros 15 y 16.

## Cuadro 14

GESTIÓN COMUNITARIA 2003- CONVENIO DE COOPERACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA GESTIÓN COMUNITARIA  
OBRAS PARA LA PAZ

Dpto.	Mun.	No. Obras	No. Contratos	No. Gerentes	VR. Presupuesto Miles de Millones	VR. Contratos Miles de Millones	VR. Gerencias Miles de Millones	VALOR Final Obras Miles de Millones	PPTO. Dotación Miles de Millones	Dotación Pagada Miles de Millones	Saldo Dotación Miles de Millones	PPTO. Gestión Miles de Millones	Gestión Pagada	Saldo Total Miles de Millones	Total Inversión Miles de Millones	Area M2
ANTIOQUIA	6	40	7	2	3.000	2.493	121	2.614	300	291	9	300	0	95	2.905	11.937
BOYACA	2	15	3	2	1.000	758	40	798	100	99	1	100	0	103	897	7.575
CALDAS	3	31	7	3	1.500	1.160	58	1.218	150	57	93	150	0	225	1.275	9.636
CAUCA	2	10	2	2	1.000	772	37	809	100	100	0	100	0	91	900	8.862
CUNDINAMARCA	5	31	13	4	2.500	1.908	97	2.005	250	250	0	250	0	495	2.005	12.119
HUILA	4	34	23	4	2.000	1.519	77	1.596	200	200	0	200	0	204	1.796	13.647
NTE DE SANTANDER	9	52	22	10	4.500	3.449	170	3.619	450	128	322	450	0	753	3.747	24.456
RISARALDA	3	17	9	3	1.500	1.248	65	1.313	150	0	150	150	0	187	1.313	13.906
SANTANDER	10	57	20	2	5.000	3.906	204	4.110	500	459	41	500	0	430	4.569	23.081
TOLIMA	4	49	21	4	2.000	1.530	69	1.599	200	190	9	200	0	210	1.789	4.786
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>336</b>	<b>127</b>	<b>37</b>	<b>24.000</b>	<b>18.743</b>	<b>937</b>	<b>19.681</b>	<b>2.400</b>	<b>1.524</b>	<b>875</b>	<b>2.400</b>	<b>0</b>	<b>2.793</b>	<b>21.205</b>	<b>130.005</b>

**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.

hectáreas, con medidas de conservación y recuperación de bosques naturales, establecimiento de plantaciones forestales y sistemas agroforestales (café con sombra). Con los recursos existentes, la meta a 2004 es lograr la intervención de 30.894 hectáreas.

Este 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. A septiembre de 2003, se ha logrado la intervención en 20.946

Dentro de las negociaciones intergubernamentales de Colombia con Alemania realizadas en Julio de 2001 y en Octubre de 2002, el Gobierno Alemán a través del KFW, ha ofrecido un crédito blando por valor de EUR 4.1 millones y una donación de EUR 5 millones, para el desarrollo de una tercera fase, con la cual se pretende fortalecer el programa y ampliar su cobertura a otras zonas del país. Con estos recursos se pretende intervenir otras 29.000 hectáreas.

### Cuadro 15

CONVENIOS  
GESTIÓN EMPRESARIAL - INFORME BENEFICIARIOS 2002 - 2003

Acciones Formativas	Instituciones	Técnicos		Beneficiarios		Grupos	
		Meta	Real	Meta	Real	Meta	Real
Gestión Empresarial Y Tecnología Café	SENA- FEDERACAFE	194	354	8,440	9,724	603	500
Gestión Empresarial	SAC-FEDERACAFE	84	102	2,100	2,441	129	140
Gestión Empresarial	MINAGRICULTURA FEDERACAFE	389	416	5,400	6,033	317	348
<b>Totales</b>				15,940	18,198	1,049	988

Fuente: Gerencia Técnica

### Cuadro 16

CONVENIOS  
PRESUPUESTOS ASIGNADOS 2002 - 2003

Conceptos	Valor Total	Aporte Federación	Aporte Instituciones
Coordinadores Departamentales	685,500,000		685,500,000
Servicio de Extensión	2,064,952,648	2,064,952,648	
Material Didáctico	346,079,150		346,079,150
Alquiler Salones	93,000,000	93,000,000	
Impuestos	38,761,822	38,761,822	
Gestión	37,000,000	37,000,000	
<b>Total</b>	<b>3,265,293,620</b>	<b>2,233,714,470</b>	<b>1,031,579,150</b>
<b>% de Participación</b>		<b>68.4%</b>	<b>31.6%</b>

Fuente: Gerencia Técnica

## Informe del Gerente General

**Seguridad Alimentaria:** La Institucionalidad Cafetera siempre ha considerado vital la implementación de proyectos en Seguridad Alimentaria en la Zona Cafetera del país. Hoy se hacen más prioritarios los altos niveles de desnutrición encontrados en las evaluaciones de infantes que realizan algunos Comités de Cafeteros. Otros proyectos integrales realizados por la FNC impulsan la Seguridad Alimentaria como eje transversal dentro de sus objetivos.

El objetivo del proyecto es recuperar la cultura de la producción de alimentos en las fincas de los pequeños productores de café para mejorar su alimentación y a la vez liberar los recursos económicos que genera el café para la satisfacción de otras necesidades. La metodología de la Seguridad Alimentaria se aprende mediante estrategias educativas donde participa la comunidad seleccionada, fundamentadas con métodos y medios de Extensión Rural. Los caficultores seleccionados ocupan áreas geográficamente continuas para que haya un impacto localizado. El acompañamiento del Servicio de Extensión es permanente durante el proyecto.

En el Cuadro 17 se detallan los proyectos realizados durante el año 2003, su cobertura y los principales logros alcanzados.

**Vivienda Rural:** En la convocatoria del Banco Agrario para otorgar subsidios de Vivienda de Interés Social Rural en el presente año, de los proyectos presentados por los Comités Departamentales resultaron adjudicados 27 proyectos en Antioquia, Cauca y Valle del Cauca, otorgando subsidios por \$ 2.773 millones.

**Programa Sembradores de Paz:** La Federación Nacional de Cafeteros y la Fundación Cánovas del Castillo presentaron a la Agencia Española de Cooperación Internacional el programa de Desarrollo Sostenible en el ámbito Rural Colombiano «Sembradores de Paz», el cual fue concedido con un aporte de 1.100 millones de pesetas (aproximadamente US\$ 5.900.000).

«Sembradores de Paz», lleva a cabo acciones para la convivencia pacífica en poblaciones rurales colombianas en 6 departamentos: Magdalena, Antioquia, Valle del Cauca, Cauca, Huila y Nariño y en el resguardo indígena de San Lorenzo (Caldas).

**Cuadro 17**  
CONVENIOS  
PRESUPUESTOS ASIGNADOS 2002 - 2003

Comité	# Familias Beneficiadas	Fuentes de Financiación Aportes(en especie y \$)							VALOR TOTAL \$
		Comitecafé	Gobernación	FENALCE	Caficultores	ICBF	UMATAS	OTROS	
Antioquia	6000	364.250.000	371.250.000	49.250.000	13.539.281.000				14.324.031.000
Caldas	7935	942.832.839	500.000.000	500.000.000	971.244.000	38.691.060			3.050.148.899
Cauca	600	120.000.000					39.456.000	57.925.000	260.000.000
Cundinamarca	960	138.495.000	100.000.000				60.000.000	80.000.000	488.485.000
Huila	158	15.800.000		42.800.000	125.900.000				184.500.000
N. de Santander	1791	48.528.750	48.528.750					22.790.000	194.115.000
Quindío	1221	82.000.000							82.000.000
Risaralda	800	43.000.000	40.000.000						109.000.000
Nariño	350			93.975.000	233.975.000		3.000.000	14.000.000	327.950.000
<b>TOTAL</b>	<b>19.815</b>	<b>1.754.906.589</b>	<b>1.059.778.750</b>	<b>686.025.000</b>	<b>14.870.400.000</b>	<b>41.691.060</b>	<b>437.713.500</b>	<b>169.715.000</b>	<b>6.109.698.899</b>

El programa alcanza su objetivo general a través de 4 objetivos específicos:

- Mejoramiento del nivel educativo.
- Aumento del nivel de ingresos.
- Mejora de las condiciones habitacionales.
- Implementación de acciones educativas y productivas para la construcción de una cultura de paz.

En el Cuadro 18 se muestran los logros del primer año del programa ya finalizado y las metas del año 2, actualmente en ejecución.

**Programa Regional Integral para el Macizo Colombiano:** Este Convenio (1699/01) entre la Federación Nacional de Cafeteros el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República – DAPRF, y el Fondo de Inversiones para la Paz – FIP, actualmente lleva a cabo un Programa regional integral de inversión para el desarrollo alternativo y fortalecimiento institucional en los departamentos de Nariño, Cauca, Huila y Tolima, en zona de Macizo Co-

lombiano, con una cobertura de 51 municipios y núcleos de atención por municipio.

El programa constituye una experiencia piloto, mediante el cual se puso en marcha acciones e inversiones hacia las poblaciones más vulnerables. Las inversiones estuvieron orientadas al mejoramiento de los cultivos de café con incremento en las densidades de siembra, manejo de sombrío y fertilización, con un refuerzo en seguridad alimentaria, fortalecimiento de las organizaciones de base y educación. Se trabajó también en el mejoramiento de las condiciones para el beneficio y secado del café y en el saneamiento básico de la unidad familiar.

Los beneficiarios del programa fueron pequeños productores con menos de cinco hectáreas sembradas en café, con tamaño promedio de área de café a mejorar de 0,75 ha, con cultivos en su mayoría tradicionales, en zonas con presencia de cultivos ilícitos y alta incidencia de los grupos armados. En el Cuadro 19 se describe los beneficiarios por tipo de componente.

**Cuadro 18**

PROGRAMA SEMBRADORES DE PAZ - LOGROS Y METAS

Actividad	Logros Año 1	Metas Año 2
Educación Adultos	3500 adultos	5300 adultos
Escuela y Café	7800 niños	8000 niños
Telesecundaria	515 alumnos	610 alumnos
Café Orgánico	580 caficultores	
Capacitación Gerencia Humanizada de Unidad es Productivas	130 jóvenes	270 jóvenes
Montaje de una Cooperativa de Trabajo Asociado en el sector confección		54 cooperativistas
Mejoramiento de Vivienda	642 viviendas	349 viviendas
Abastecimiento de agua potable	751 viviendas	695 viviendas
Apoyo a procesos de autodesarrollo de la Comunidad Indígena San Jerónimo	Actividades educativas y productivas para toda la comunidad	
Aceleración de Aprendizaje Jóvenes agricultora	480 alumnos 32 jóvenes	700 alumnos 30 jóvenes

Si bien el programa fue formulado con un horizonte de tres años, con una inversión estimada de veinte mil millones por año, solamente se asignaron \$10.700 millones, los cuales fueron ejecutados en los cuatro departamentos en el transcurso del año 2002. Otros Componentes del programa lo constituyen: estímulos a la reforestación, cultivo de caña panelera, actividades educativas, electrificación y construcción de vías.

**Campaña Pedagógica por el Referendo Nacional:** El gremio cafetero dio su respaldo al Referendo promovido por el Gobierno Nacional, mediante resolución No 003 de 2003. Esto lo comprometió a capacitar a los empleados de la institucionalidad cafetera y a hacer extensiva la labor pedagógica a los caficultores en las regiones productoras.

El objetivo de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en este proceso era permitir que los ciudadanos participaran de manera consciente en la propuesta de reforma constitucional planteada por el Presidente de la República. Para cumplir con ese compromiso se definieron 3 estrategias: Reuniones informativas con los empleados de Federación, Almacafé,

Cooperativas y demás instituciones gremiales; talleres de capacitación con los caficultores que incluyeron información, simulacros y demás estrategias lúdicas para llevar el mensaje; y en medios masivos se priorizó la radio como medio de motivación e información para los caficultores y la realización de dos programas de Televisión de las Aventuras del Profesor Yarumo para llevar el mensaje a los caficultores colombianos y la comunidad rural relacionada.

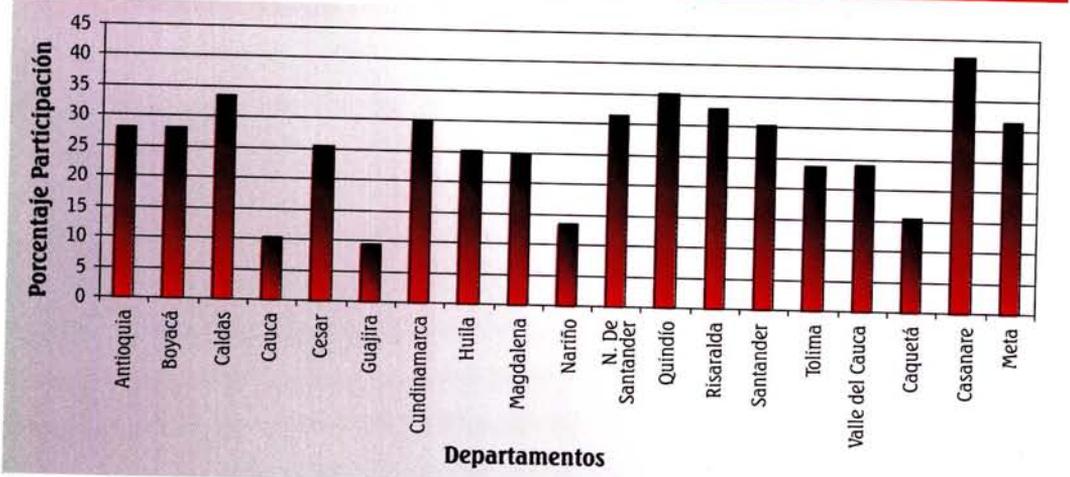
La meta de capacitación se trazó en 80.000 líderes cafeteros, entre los que se encontraban los miembros de Comités Departamentales y Municipales y los caficultores vinculados en los Grupos de Gestión. Al finalizar la campaña la meta se superó, pues según los reportes se capacitaron 83.140 líderes cafeteros en toda la zona rural, lo que equivale al 103% de cumplimiento, que con un factor multiplicador del mensaje de 4, se llegó a 320.000 personas directamente. Es de anotar que este gran esfuerzo se reflejó en la participación de las regiones cafeteras en los comicios, 11 departamentos cafeteros superaron el índice de participación nacional en el Referendo. El compromiso gremial por un país mejor y con oportunidades a futuro, quedó demostrado con la participación y el compromiso de todos los caficultores colombianos, Figura 6.

**Cuadro 19**  
PROGRAMA REGIONAL INTEGRAL PARA EL MACIZO COLOMBIANO

Componente	No Beneficiarios	Beneficio Alcanzado
Productivo Café	8,707	6,393 Has. Café mejoradas
Seguridad Alimentaria	6,488	6,488 Parcelas establecidas
Beneficio y Secado	1,205	1,467 Patios de secado y marquesinas
Saneamiento Básico	800	800 Unidades sanitarias

Figura 6

Participación en zonas cafeteras





Cenicafé

Investigación Científica y Transferencia  
..... al servicio del caficultor

## Informe del Gerente General

Durante este año cafetero se adelantaron investigaciones correspondientes a 341 experimentos, los cuales, con sus respectivas repeticiones a nivel regional para su validación en las subestaciones experimentales y en fincas de caficultores alcanzaron un número total de 719 experimentos en todo el país. Este gran número de experimentos fue posible gracias a la actividad de 161 empleados de nómina (62 investigadores, 61 auxiliares y 38 empleados administrativos). Los investigadores fueron responsables además, de la estructuración de las iniciativas que fueron sometidas a consideración de entidades co-financiadoras, que en total apoyaron 45 convenios. Los presupuestos solicitados a las entidades, permitieron asociar a 98 empleados destinados exclusivamente al desarrollo de las actividades co-financiadas. También, dicha cofinanciación permitió la ejecución de los gastos operativos que para la presente vigencia representaron el 61% del presupuesto del Centro en dicho rubro.

El sector cafetero se benefició de manera significativa con la iniciación de proyectos tan importantes como el del genoma del café, de la broca y del hongo *Beauveria bassiana*, con el apoyo decidido del Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Otro proyecto de gran importancia para la caficultura nacional, iniciado durante esta vigencia fue el titulado «Iniciativa para la aplicación de la biotecnología en el estudio y aprovechamiento de la biodiversidad en la zona cafetera colombiana», con el apoyo de co-financiación por parte del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Este macroproyecto contempla la realización de 13 proyectos, algunos de los cuales son ejecutados en cooperación con universidades nacionales.

Por su parte, se participó en las convocatorias para lograr la financiación de fondos competi-

tivos de Colciencias y el SENA, a través de los cuales se emprendieron 20 experimentos.

Al nivel internacional, se llevaron a cabo proyectos co-financiados por FAO-CFC-ICO, Darwin Initiative, USDA, ICGEB, y empresas privadas productoras de fertilizantes químicos.

En total, 94 experimentos se ejecutaron con presupuestos para su co-financiación, aportados por 25 entidades nacionales e internacionales.

Como estaba previsto, en el año 2003, se llevó a cabo la evaluación externa de CENICAFÉ, por parte de siete expertos internacionales bajo la orientación del International Service for National Agricultural Research – ISNAR, dando cumplimiento de esta manera al compromiso adquirido por la Federación en el Comité Nacional de Cafeteros. Dicha comisión de expertos cumplió durante tres semanas un profundo estudio sobre CENICAFÉ, en todos sus componentes y de acuerdo con términos de referencia definidos por la Federación y el Gobierno Nacional.

El informe del ISNAR, fue presentado en Bogotá ante los dirigentes de la Federación y del Gobierno. Destacamos algunos apartes de la carta remitida del informe, fechada el 23 de mayo de 2003:

«La Misión entiende que CENICAFÉ es un activo importante que debe enorgullecer al gremio y al país, constituyendo una herramienta fundamental para el sostenimiento de la competitividad del café de Colombia. La excelencia de sus capacidades científicas y tecnológicas, así como sus aportes para la resolución de problemas y la formación de recursos humanos, son destacados por la Comisión Evaluadora, coincidiendo plenamente con las apreciaciones sobre la institución predominantes en el mundo y en Colombia sobre su calidad y carácter excepcional»

«La Comisión identificó ocho principales temas estratégicos para los cuales se han formulado 22 recomendaciones dirigidas a una mejor adecuación institucional a las nuevas circunstancias de la caficultura colombiana (Cuadro 11.1). Estos temas estratégicos son:

- 1) Reconocer, clarificar y consensuar la naturaleza privada/pública de CENICAFÉ y de sus resultados de investigación.
- 2) Definir una clara estrategia tecnológica que reafirme la importancia estratégica de la tecnología como instrumento de la competitividad internacional, focalizando el esfuerzo de investigación y de desarrollo tecnológico en tres grandes ejes: a) el aumento de la competitividad a través de la disminución de los costos de producción, b) la consolidación de la calidad del café de Colombia y c) la diferenciación del producto (café especiales).
- 3) Reafirmar y precisar el mandato institucional orientado hacia el desarrollo de conocimientos y tecnologías para la competitividad del café colombiano.
- 4) Consolidar la participación de CENICAFÉ en el Sistema Nacional de Innovación, con una mayor articulación con los otros componentes que integran el proceso de creación de conocimientos - desarrollo de tecnología - transferencia y capacitación/educación.
- 5) Perfeccionar el Gobierno (governance) de CENICAFÉ y su relacionamiento con la institucionalidad y la política cafetera en un marco de autonomía científica.
- 6) Adecuar la organización y gestión para la nueva etapa de realineamiento y consolidación institucional.
- 7) Proveer un financiamiento suficiente y estable.

- 8) Fortalecer el papel de CENICAFÉ en el proceso de transferencia de tecnología»

El documento preparado por la Comisión Evaluadora (Informe Final. Evaluación Externa de CENICAFÉ. Misión ISNAR. Junio 2003. 155p.), fue juiciosamente estudiado por los investigadores y el personal administrativo de CENICAFÉ durante un mes y se presentó un documento analizado en reunión de todos los participantes, relacionado fundamentalmente con las 22 recomendaciones del ISNAR.

A su vez, el SubComité Técnico de la Federación en dos sesiones dedicó la mayoría de su tiempo a considerar las recomendaciones del Informe.

Por iniciativa de la Gerencia General de la Federación, con el apoyo de la Gerencia Técnica y la asesoría de la empresa Foros Técnicos Ltda., durante tres días se realizó en CENICAFÉ un ejercicio participativo para definir el Plan Estratégico de la entidad para los próximos cinco años. El propósito fundamental de este ejercicio fue el de diseñar un Plan Estratégico para CENICAFÉ, en consonancia con el Plan Estratégico de la Federación y con el Plan Estratégico del Programa de Cafés Especiales, en el cual CENICAFÉ tiene responsabilidades muy importantes en el campo de la generación de conocimientos y tecnologías. Un insumo fundamental para este Plan, fue el Informe de la Comisión del ISNAR.

Aunque el Plan Estratégico de CENICAFÉ, no está totalmente consolidado todavía, vale la pena destacar las propuestas de Misión y Visión:

#### MISIÓN

«Generar tecnologías apropiadas, competitivas y sostenibles, para el bienestar de los caficultores colombianos»

## VISIÓN

«Ser líderes en innovación científica y tecnológica generada a partir de las necesidades de los productores para el desarrollo de una caficultura competitiva y sostenible»

Respecto a las Áreas Claves para la actividad de CENICAFÉ, se han propuesto las siguientes:

- **Productividad Agronómica:** A nivel de finca incluyendo cultivos de pancoger y cultivos asociados al café, y en todo el proceso productivo.
- **Viabilidad Económica:** Entendida como el logro del mayor margen posible de utilidad para el productor.
- **Calidad y Cafés Especiales:** Calidad física y organoléptica, composición química, diferenciación (de origen, perfiles de taza).
- **Sostenibilidad Ambiental:** Protección de los recursos naturales (suelo, agua, biodiversidad).
- **Transferencia:** A extensionistas, caficultores, comunidad científica e instituciones educativas.

Con las bases generadas en este primer ejercicio, se hará un proceso de análisis sobre la propuesta de Plan Quinquenal de Investigación, el cual está formulado con base en todos estos elementos de juicio y en las recomendaciones emanadas de los caficultores durante dos días en el mes de mayo de 2002.

## RESULTADOS : SOBRESALIENTES

En el campo de la reducción de costos de producción se tienen resultados que indican que el establecimiento de plantaciones de café a partir de colinos «descopados» permite la obten-

ción de altas densidades de siembra (10.000 tallos/ha.), con una reducción del 31% en los costos totales en los primeros 24 meses del cultivo.

Respecto al análisis económico de las prácticas para el manejo de arvenses, los resultados muestran que en los primeros seis meses en plantaciones con 10.000 sitios/ha, el manejo integrado de arvenses cuesta un 13% menos que el empleo exclusivo de herbicidas y que el control manual-mecánico es un 39% inferior en costos.

En los departamentos de Antioquia, Risaralda, Cauca, Huila y Santander, se adelanta el proyecto para la determinación de economías de escala en el proceso de beneficio de café.

En cuanto al manejo de los cultivos se concluyó la investigación sobre el número de chupones por zoca y su efecto sobre la producción. Se concluye que, para la cosecha acumulada se encontraron diferencias significativas en la respuesta en producción a la densidad de siembra y al número de brotes.

La investigación sobre el efecto de la edad de transplante del café sobre el comportamiento agro-económico del sistema maíz y frijol intercalados con café, permite concluir que con un mantenimiento normal y aplicando las recomendaciones para el cultivo intercalado de maíz o frijol con café, se puede aprovechar la productividad del café usando almácigos de 90 días.

En relación con la calidad del café, se evaluaron las características físicas, químicas, de beneficio, del pergamino, de la almendra y la calidad en taza de los frutos de café de la variedad Colombia, desde los 182 hasta los 231 días después de la floración, con el fin de establecer una escala para determinar los aspectos óptimos de maduración y recolección del fruto.

Con el apoyo del Instituto Alexander Von Humboldt, se llevó a cabo el estudio sobre biodiversidad en zonas cafeteras productoras de cafés amigables con el medio ambiente. El primer estudio se realizó en el departamento del Valle del Cauca (municipio de El Cairo). También se inició un estudio similar que cubre 2.500 ha en el municipio de Támesis, Antioquia, y se continuará con otro estudio en San Gil (Santander).

Respecto al manejo de la broca del café, se destaca el esfuerzo que se llevó a cabo en relación con el mejoramiento de los métodos de cosecha del café con el fin de eliminar la presencia de frutos maduros y sobremaduros en la planta y en el suelo. En ese aspecto, con el apoyo de la Gerencia General se logró la compra de once equipos de aspiración de frutos del suelo de origen italiano para llevar a cabo una investigación participativa con caficultores para su evaluación en relación con la eficiencia y costos. También en este año se presentaron los avances en relación con el estudio de la resistencia genética a la broca y los de biología molecular encaminados a la obtención de plantas que expresen genes de resistencia a la broca.

En relación con las enfermedades que afectan al cafeto, se destaca la publicación del libro en el cual se describen los síntomas, la etiología, la epidemiología y los sistemas de manejo de

las enfermedades que afectan al café en Colombia y de agentes patógenos aún no registrados en nuestro país que tienen importancia económica y cuarentenaria.

Se ejecutó la primera etapa del diseño y puesta en marcha de un sistema de información con acceso WEB, como producto del Proyecto «Desarrollo de un Sistema de Información y Transferencia para el Servicio a la Comunidad Cafetera Nacional», cofinanciado por Cintel – Colciencias. El resultado es el denominado PORTAL DE CENICAFÉ ([WWW.cenicafe.org](http://WWW.cenicafe.org)).

Con el apoyo económico de Colciencias se editó un CD con la compilación de 100 Avances Técnicos de CENICAFÉ, correspondientes a los editados entre 1985 y 2000, con lo cual se conformó el tercer volumen de esta publicación mensual del Centro, de exclusiva distribución en Colombia.

En el período del informe se distribuyeron a los caficultores de todo el país, a través de los Comités de Cafeteros, un total de 30.400 kg de semilla de la variedad Colombia y 1.642 kg de la variedad Tabi.

Finalmente, se destaca la entrega del Pergamino en Reconocimiento a la Excelencia otorgado por la Gerencia General de la Federación a CENICAFÉ, el pasado 15 de Julio en la ciudad de Bogotá.



# Hacia la Competitividad de la Caficultura Colombiana

## 1. IMPULSO A CAFÉS ESPECIALES COLOMBIANOS

El mercado internacional de los cafés especiales ha mostrado un interesante desarrollo desde la década de los noventa en Norte América, Europa y Japón, debido principalmente a que los consumidores están tendiendo a exigir productos de alta calidad, con origen diferenciado y que provengan de productores responsables social y ambientalmente.

Colombia había reaccionado tímidamente a esta oportunidad de mercado que representa no sólo un mejor precio a los productores que ingresen en el segmento sino beneficios adicionales como la mejora de la calidad en la producción, atributos positivos para todos los cafés colombianos y las posibilidades de generar valor agre-

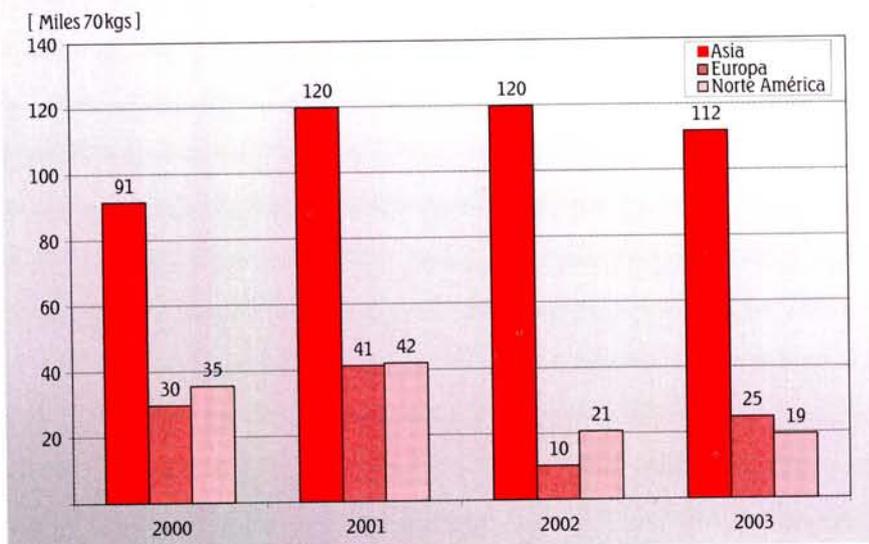
gado en todo el nicho ya sea con cafés procesados o con estrategia de tiendas.

Por las razones anteriores los Cafés Especiales son considerados una oportunidad competitiva para toda la caficultura colombiana<sup>1</sup>, y un objetivo estratégico para la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

En consecuencia con este planteamiento, durante el año 2003, se desarrolló el Plan Estratégico para los Cafés Especiales Colombianos. Este ejercicio, que involucró diversos actores de la institucionalidad, buscaba esencialmente mejorar los procedimientos de comercialización de estos cafés mediante la creación de la organización institucional encargada del proceso de mercadeo; la identificación y desarrollo de los productos que satisfagan estos mercados; la creación e implementación de modelos tecnológicos que mejor los apoyen; el posicionamiento como los más reconocidos y valorados por

Figura 7

### Comportamiento de las ventas de Cafés Especiales



Fuente: Estadística SAP - Hasta 28 de Octubre

<sup>1</sup> Informe final de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera. El Café, Capital Social y Estratégico. FNC 2002. P 107 - 108

<sup>2</sup> Bases del Plan Estratégico para los Cafés Especiales Colombianos. Informe Final. Septiembre de 2003.

el mercado mundial; y la promoción de una cultura de mejora para el aseguramiento de la calidad.<sup>2</sup>

El Plan Estratégico además definió lo que Colombia adoptaría como productos orientados a estos mercados: «Cafés Especiales Colombianos son aquellos valorados por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles y por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores que redunden en un mayor bienestar de los productores».

Para el año 2007 Colombia se ha trazado una Visión por la cual la Federación está trabajando: «Ser el proveedor líder en el mercado mundial de Cafés Especiales por su excelencia, confiabilidad, innovación y su responsabilidad social y ambiental». Para alcanzar este propósito se creará un portafolio amplio que abarque las categorías de origen como cafés exóticos, regionales o de finca; los cafés sostenibles que comprenden los de responsabilidad social,

los amigables con el medio ambiente y los de producción orgánica; y las categorías de preparación, entre las que se encuentran los cafés supremos, los caracol y los selectos.

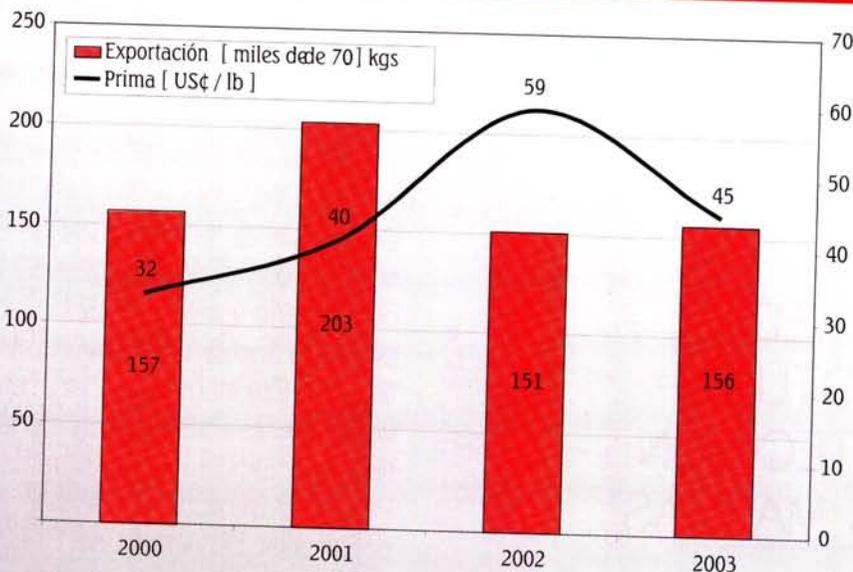
Una de las metas a corto plazo es ingresar con mayor fuerza al mercado norteamericano y europeo para buscar el mejor posicionamiento de los cafés especiales. La evolución durante los últimos años en cuanto a volúmenes exportados por mercado, se puede apreciar en la Figura 7.

El comportamiento de las exportaciones de cafés especiales con sus primas o diferenciales, se puede apreciarse a continuación, Figura 8.

Durante 2003, la Federación logró la expedición de la norma Icontec para la producción de cafés orgánicos, lo cual permitirá contar con unos parámetros claros, aceptados por el mercado internacional, para la producción de este tipo de cafés.

Figura 8

### Exportación y prima de Cafés Especiales



Fuente: Estadística SAP Hasta 28 de Octubre de 2003

## Informe del Gerente General

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia comenzó un proceso proactivo que en breve tiempo empezará a materializar resultados y que redundarán en una mejora sustancial en la calidad de vida de los productores con proyectos acordes a los estándares de calidad exigidos por este atractivo segmento del mercado y aportará a la generalidad de la caficultura colombiana una nueva oportunidad competitiva. Durante el 2003 se logró pagar un precio promedio por encima de los \$400,000/carga.

## 2. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

El Comité Nacional de Cafeteros aprobó el relanzamiento de la campaña «Juan Valdez» y «100% Café de Colombia» en los mercados internacionales para fortalecer la imagen de alta calidad del café colombiano, las marcas registradas y defender la prima por calidad.

La campaña se reanudó con la aparición de Juan Valdez en la película «El Todopoderoso», de Jim Carrey, con la cual se hará promoción ante más de 120 millones de espectadores en el mundo. El Gerente de la Federación ha estimado que este tipo de promoción, que salió prácticamente gratis, podría haber costado alrededor de 80 millones de dólares.

## 3. PROPIEDAD INTELLECTUAL Y PROTECCIÓN DE LAS MARCAS

Durante las últimas décadas la Federación ha contribuido significativamente al bienestar de

los caficultores colombianos a través del posicionamiento del Café de Colombia en la mente de los consumidores internacionales, y de esta manera accediendo a primas superiores para el café colombiano. Igualmente, los avances tecnológicos tanto en métodos de producción como en nuevas tecnologías, así como el desarrollo y capitalización del conocimiento institucional son fortalezas que aumentan la competitividad de la industria cafetera colombiana y constituyen la herramienta fundamental de supervivencia del negocio cafetero en Colombia en el largo plazo.

Las discusiones y reflexiones al interior del gremio asociadas con el Plan Estratégico que se somete a la aprobación del presente Congreso pusieron en evidencia la necesidad de desarrollar Políticas Institucionales para mantener e incrementar las ventajas competitivas del caficultor colombiano frente a los productores de grano de otros países. Es evidente que en un mundo globalizado los volátiles ciclos de precios del café y de las tasas de cambio pueden generar algunos elementos de competitividad en la producción de café coyunturales a ciertos países productores, pero que la competitividad en el largo plazo está íntimamente ligada a la capacidad de innovar y de implementar dichas innovaciones eficientemente para bien de la industria cafetera colombiana, aumentando sus márgenes frente a otras caficulturas del mundo.

Consciente de la necesidad de proteger aquellos activos intangibles que diferencian al café colombiano y a su institucionalidad, durante el presente año la Gerencia comenzó a desarrollar una Estrategia para la Protección y Aprovechamiento más eficiente de la Propiedad Intelectual asociada con Marcas, Tecnología y Patentes, Derechos de Autor y Secretos Empresariales. En Agosto del 2003 el Comité Ejecutivo autorizó a la Administración la creación de la Dirección de Propiedad Intelectual, área

adscrita a la Gerencia General, la cual comenzó a trabajar activamente en varios frentes de definición de Políticas Institucionales que tendrán un impacto en diferentes áreas claves y en temas tan diversos como Publicidad y Promoción, Comunicaciones, relaciones con empleados y contratistas, proyectos de valor agregado y servicios a los productores.

En el desarrollo de dichas políticas, la Administración esta firmemente convencida de que La Propiedad Intelectual que genera la Institución debe aprovecharse con criterio de Bien Público, es decir beneficiando a los cafeteros en su conjunto y no a empresas individuales -nacionales o extranjeras- o cafeteros individuales. Los criterios de su aprovechamiento deben incluir la maximización del retorno de la inversión en su desarrollo y la protección de la competitividad de la caficultura colombiana frente a la competencia. Para maximizar el retorno de la inversión al conjunto de los cafeteros colombianos será también indispensable aprovechar las fortalezas de la institucionalidad frente a eventuales socios estratégicos y tener en cuenta que los esfuerzos colectivos tienen mayor valor y trascendencia que los individuales. En consecuencia, los proyectos que adelanten las diferentes dependencias necesariamente deben ser consistentes con una estrategia y política institucional.

Durante los últimos meses la Dirección de Propiedad Intelectual ha focalizado sus esfuerzos en el Desarrollo de una «Arquitectura Marcaria» que permita definir los parámetros de decisión de Política en torno a la utilización de las diferentes marcas asociadas con el café colombiano y en la viabilidad de establecer un esquema de Denominaciones de Origen para el café colombiano y sus regiones. Asimismo viene trabajando con Cenicafé y otras áreas de la empresa para establecer procedimientos de evaluación y protección de la propiedad intelectual

generada por este Centro. La consolidación de la información sobre compromisos contractuales, la elaboración y análisis de estudios de mercado sobre actitudes del consumidor hacia el café colombiano en diferentes lugares del mundo y la identificación de oportunidades de generación de valor agregado para la institucionalizada cafetera seguirán siendo la prioridad de esta nueva área en el próximo año.

## 4. CAFÉ LIOFILIZADO BUENDÍA®

En concordancia con la institucionalidad cafetera, la industrialización del café representa un importante aporte para el ingreso del caficultor, mediante la generación de valor.

Sin perder de vista este propósito, la Fábrica de Café Liofilizado ha consolidado su gestión en torno a las actividades que determinan las tendencias competitivas del mercado actual:

- Desarrollo de una cultura organizacional enfocada a la productividad y a la competencia de su personal.
- Tecnología de punta en la elaboración industrial del café
- Investigación y Desarrollo de nuevos productos
- Desarrollo y aplicación de nuevas estrategias de comercialización

Con la marca Buendía®, el café liofilizado ha continuado con su estrategia de posicionamiento en los mercados de Inglaterra, Estados Unidos, Japón, Ecuador y Colombia, permitiendo una mayor generación de valor para el café.

## Informe del Gerente General

En el último año, la estrategia de comercialización en el segmento de marcas privadas, se ha orientado a las principales cadenas de autoservicio en el mundo en países como España, Méjico y Estados Unidos.

En el segmento de los cafés especiales, se vienen dando negocios significativos de café orgánico en el Japón y los Estados Unidos; asimismo para los cafés fair trade en Inglaterra. La materia prima utilizada en la elaboración de estos productos representa a sus productores un sobreprecio del 30%.

Al finalizar el año, se estima que la producción de café liofilizado entregada a bodega será del orden de las 5.850 toneladas. El volumen de ventas al exterior alcanzará las 5.450 toneladas de café liofilizado, lo que representa ingresos del orden de US \$47.200.000 y un crecimiento en las ventas del 7,5% respecto a las ventas del 2002.

A nivel nacional se comercializarán 110 toneladas, lo cual equivale a un crecimiento en las ventas del 30% con respecto a la vigencia anterior. En los últimos 3 años el número de clientes de la Fábrica de Café Liofilizado ha pasado de 42 a 95. El portafolio de productos ofrecido a los clientes se ha diversificado incluyendo productos en base láctea, cafés de alta tostación, orgánicos, fair trade y saborizados.

Las utilidades netas de la Fábrica de Café Liofilizado ascenderán a los \$40 mil millones (US\$ 13.793.103).

Recientemente la Fábrica de Café Liofilizado se hizo merecedora al Premio Iberoamericano de la Calidad 2003 en la categoría Organización Privada Grande. El Premio Iberoamericano de la Calidad es el reconocimiento a las organizaciones líderes de la Comunidad Iberoamericana, por su competitividad y excelencia en la gestión. Este galardón es un estímulo para que

estas organizaciones se configuren en modelos de referencia a seguir por las empresas que forman parte del tejido empresarial iberoamericano.

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

## 5. TIENDAS DE CAFÉ JUAN VALDEZ

### Antecedentes

En el mes de Agosto de 2002 se llevó a cabo un acto en el Palacio de Nariño con la participación del señor Presidente de la República Doctor Alvaro Uribe Vélez y los Ministros que hacen parte del Comité Nacional de Cafeteros. El motivo de la reunión fue la firma del acuerdo de apoyo gubernamental a la caficultura. Dentro de los puntos tratados, el Gobierno Nacional y la Federación Nacional de Cafeteros asumen la tarea de impulsar el proyecto de Tiendas de Café Juan Valdez.

En el Comité Ejecutivo de la Federación Nacional de Cafeteros del 9 de Septiembre del año 2002, la actual Administración de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia puso a consideración, el lanzamiento de «Las Tiendas de Café Juan Valdez». El Comité tras un amplio análisis, emitió concepto favorable a la Gerencia para llevar a cabo el proyecto.

Posteriormente durante el LXII Congreso Nacional Cafetero de Diciembre 3 de 2002, se presentó la idea ante los delegados participantes, quienes manifestaron su total respaldo al programa. Los delegados consideraron la idea

como una forma de mejorar el ingreso al productor, que puede reportar mayores beneficios a la industria cafetera colombiana en general.

La idea entonces recibió un respaldo total y contundente del Gobierno Nacional, del Comité Nacional de Cafeteros y del Gremio Cafetero.

Se estima que una libra de café excelso especial colombiano que se le compra al campesino cafetero a US\$0.95 puede alcanzar un valor de US \$10 en una tienda de cafés especiales de una ciudad como Nueva York. Es precisamente de ese margen, del cual los caficultores colombianos buscan participar a través del surgimiento de las Tiendas Juan Valdez. En consecuencia se constituyó la empresa Procafecol S.A. cuyo objetivo trazado fue el de administrar las Tiendas Juan Valdez.

## Los Primeros Logros

Una vez tomada la decisión de dar inicio al proyecto Tiendas Juan Valdez se adelantaron los siguientes pasos de vital importancia para la puesta en marcha:

- La definición de una línea de más de noventa productos derivados o relacionados con el café. Cuadro 20.

## Oferta de Productos

- Se logró desarrollar un diseño de marca soportado por un Manual de Identidad de Marca, que contiene todos los elementos necesarios para una correcta aplicación y difusión de la marca Juan Valdez como una marca de Tienda de Café. Hay que señalar que dicho diseño fue construido sobre la adecuación del ya reconocido Logo «100% Café de Colombia» y el

nombre de «Juan Valdez» como icono irrefutable del Café Colombiano. Las marcas por supuesto son propiedad del Fondo Nacional del Café razón por la cual existe una autorización por parte del Comité Nacional de Cafeteros para la utilización de las mismas.

- Se determina un concepto arquitectónico propio para las Tiendas Juan Valdez basado en el manejo de la madera el metal y el acero. Este concepto constituye la base de una estética propia y un ambiente particular generado especialmente para ofrecer un lugar agradable, acogedor y de vanguardia al consumidor de café en la Tienda Juan Valdez.

## El Cronograma

Como punto de partida, la Junta Directiva de Procafecol S.A. estableció un cronograma, señalando el año 2003, como el año piloto durante el cual la meta trazada fue terminar el año con seis tiendas Juan Valdez en operación. Se definió el año 2003 como el año de diseño, difusión y desarrollo de diversos formatos de Tienda. Lo anterior con el fin de ofrecer en el mercado, un modelo de Tienda Juan Valdez atractivo para el público. El día 14 de Diciembre de 2002 se fijo como fecha de apertura de

### Cuadro 20

#### OFERTA DE PRODUCTOS

Línea de Producto	Nº de Productos
Bebidas Frias	22
Línea Italiana	21
Tinto	5
Bebidas Típicas	6
Otros	4
Pastelería	21
Café por Libra	9
Merchandising	6
<b>Total Productos</b>	<b>94</b>

la primera Tienda Juan Valdez ubicada en el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá.

## La Primera Tienda

Dando cumplimiento a la fecha de iniciación propuesta, el día 14 de diciembre del año 2002 se puso en funcionamiento la primera tienda Juan Valdez en el mundo, ubicada en el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá. Tal evento estuvo presidido por el señor Presidente de la República de Colombia, Doctor Álvaro Uribe Vélez.

El evento de lanzamiento logró el objetivo de señalar un inicio oficial, a un plan de trabajo ambicioso, importante y necesario para la caficultura colombiana.

## Nuevas Tiendas

Una vez iniciada la operación de la Tienda Juan Valdez del Aeropuerto «El Dorado» el equipo de trabajo de las Tiendas se concentra en el cumplimiento del cronograma establecido para el año 2003 como se reseña a continuación:

- El 9 de Abril del año 2003 se inauguró la Tienda Juan Valdez ubicada en el Terminal Puente Aéreo de Bogotá con la asistencia del Señor Presidente de la República Doctor Álvaro Uribe Vélez. En el evento participaron 29 caficultores campesinos del programa de cafés especiales a los cuales se les entregó el primer reconocimiento a la Calidad Juan Valdez.
- El 23 de Mayo del año 2003 se puso en funcionamiento la Tienda Juan Valdez ubicada en la zona In-Bond del Aeropuerto Internacional «El Dorado» de Bogotá. Esta Tienda se ha convertido en un habitual punto de compra de los viajeros que día a día salen de nuestro país

con unas cuantas libras de Café Juan Valdez y con diversos productos de marca Juan Valdez.

- El 8 de Agosto de 2003 se inauguró la Tienda Juan Valdez ubicada en el Museo de Antioquia de la Ciudad de Medellín. La Tienda localizada justo enfrente de las majestuosas obras del Maestro Fernando Botero, ha encajado perfectamente en la ciudad, logrando un ambiente de Cultura de Café en el centro de la capital Antioqueña.

- El 12 de Septiembre de 2003 se inauguró la Tienda Juan Valdez ubicada en el Centro Comercial Oviedo en la Ciudad de Medellín. Esta Tienda se convierte en la primera experiencia Juan Valdez para un formato de Centro Comercial alcanzando excelentes resultados a la fecha.

- El 15 de Septiembre de 2003 se pone en funcionamiento la Tienda Juan Valdez ubicada en la sede de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Esta Tienda busca atender los requerimientos de productos Juan Valdez provenientes de empleados y visitantes.

- El día 15 de Septiembre de 2003 se puso en funcionamiento la Tienda Móvil Juan Valdez, durante la Conferencia de la Organización Internacional del Café (OIC) llevada a cabo en Cartagena de Indias. Esta Tienda busca hacer presencia en los diferentes eventos de talla Nacional e Internacional en donde la marca Juan Valdez pueda mostrarse ante el mundo como una marca de Café Gourmet de altísima Calidad. A la fecha la Tienda ya ha participado adicionalmente en el Festival Gastronómico Internacional de Popayán llevado a cabo en octubre de 2003 y en la Macrorueda de Negocios con Estados Unidos y Canadá organizada por la Cámara de Comercio Colombo-Americana y Proexport en el mes de Noviembre del 2003.

- El 31 de Octubre de 2003 se puso en funcionamiento la Tienda Juan Valdez ubicada en el Parque Nacional del Café (Montenegro, Quindío). Esta Tienda busca convertirse en un lugar de encuentro para las familias colombianas y extranjeras que quieren conocer el mundo del Café. La Tienda contribuirá al entendimiento del café como cultura, encajando de forma simétrica dentro de la filosofía del Parque Nacional del Café.

- El 3 de Noviembre de 2003 se pone en funcionamiento la Tienda Juan Valdez ubicada en la Sociedad Portuaria de Cartagena de Indias. La Tienda abrió operaciones con el recibimiento del crucero turístico «Rotterdam Holland America Line». Esta Tienda cubrirá la llegada de los diferentes cruceros de turistas y buques cargueros que visitan la histórica ciudad de Cartagena de Indias, patrimonio histórico de la humanidad. El evento formal de lanzamiento se llevó a cabo al día siguiente de la llegada del crucero, Martes 4 de Noviembre de 2003 y contó con la presencia del Señor Presidente de la República Doctor Álvaro Uribe Vélez. Esta Tienda atenderá turistas internacionales y tripulantes que viajan en los cruceros que cada año arriban a la Ciudad Heroica.

- Para la instalación del Congreso Cafetero de Diciembre de 2003, la Tienda – Plaza Juan Valdez ubicada en la Calle 73 en frente del edificio de la Federación en la Ciudad de Bogotá se encuentra operando de forma sobresaliente convirtiéndose en la Tienda que cierra el año dentro el cronograma inicialmente establecido. Esta Tienda busca convertirse en un punto de venta dirigido a capturar el mercado metropolitano de la capital del país.

En resumen, durante el primer año se abrieron diez Tiendas Juan Valdez dando cumplimiento con creces al cronograma establecido de Tiendas para el año Piloto.

## Algunas Cifras del Primer Año

Desde la puesta en marcha de la primera Tienda Juan Valdez los números aseguraban ya una rentabilidad operacional demostrando el potencial del proyecto como negocio.

El volumen de ventas para el año 2003 supera en un 50% los recursos invertidos en las Tiendas Juan Valdez.

Para el 31 de Diciembre las Tiendas habrán registrado alrededor de 400.000 facturas. Esto nos lleva a asegurar que muy pronto más de medio millón de visitantes habrán degustado el mejor café del mundo en las Tiendas Juan Valdez.

El indicador de costo de producto de las Tiendas Juan Valdez correspondiente a un 43% de las ventas, permite verificar la intención fundamental de trasladarle el mayor beneficio posible al caficultor. Los estándares de la industria comparados con los de Juan Valdez corroboran que las Tiendas son un comprador de café con conciencia social.

Las Tiendas se han convertido en un atractivo cliente para el programa de cafés especiales de la Federación. A la fecha las Tiendas le han comprado al Fondo Nacional del Café 105.000 kilos de Café verde en excelso los cuales han sido pagados con un sobreprecio del 40%.

## Pasos a Seguir

El objetivo fundamental planteado para el año 2004 es la puesta en marcha de la operación Internacional de las Tiendas Juan Valdez. Se percibe desde ya un positivo interés en varios países por conocer la experiencia que ofrece la Tienda Juan Valdez. Es definitivamente el mercado Internacional el escenario en donde se quiere centrar los esfuerzos futuros. Los logros

alcanzados hasta el momento en el mercado doméstico constituyen los cimientos sobre los cuales se comenzará a desarrollar la operación Internacional. El proyecto Tiendas Juan Valdez se consolida cada día con el convencimiento sobre la importancia de avanzar en la escala de valor del café como parte de la estrategia que busca mejorar las condiciones de los caficultores colombianos.

## 6. Café y salud

Hace un año la delegación de Colombia ante la OIC propuso realizar un seminario internacional sobre el Café y la Salud, como parte de los actos conmemorativos de los 40 años de la entidad. La idea fue acogida por los miembros de la Organización con entusiasmo y por eso se procedió a organizar la reunión que tuvo lugar el 15 de septiembre en Cartagena donde destacados científicos e investigadores de diversos países y representantes de alto nivel de la comunidad médica colombiana tuvieron oportunidad de exponer avances, prejuicios, realidades y beneficios del café como bebida de gran popularidad a nivel mundial. Este evento fue moderado por el doctor Ernesto Illy, destacado científico y empresario de Italia.

En las últimas décadas el café ha sido estigmatizado por algunos miembros de la comunidad médica, creándose una reputación de los efectos negativos de la bebida que no tienen un fundamento real científico. Algunos de los mitos negativos para el consumo de café son:

- Los padres deben evitar suministrar bebidas con cafeína a sus hijos.
- La bebida provoca hiperactividad en los niños.
- El café produce cáncer de páncreas.
- El café no es bueno para las personas mayores de 60 años.
- Las mujeres no deben consumir la bebida porque provoca cáncer de mama.
- El café produce adicción.
- El café tiene efectos negativos para personas con enfermedades cardiovasculares.

En los últimos años, numerosos estudios de investigación publicados en algunas de las más prestigiosas revistas científicas internacionales han mostrado que estas afirmaciones son falsas y que el consumo moderado de café, tanto en niños como en adultos no tiene riesgos. Así la reconoce la «Food and Drug Administration» de los Estados Unidos lo mismo que la Sociedad Americana del Cáncer y la Sociedad Americana del Corazón.

Lo interesante de estos trabajos es que indican que el consumo moderado de la bebida (5-6 tazas diarias) no solamente no tiene riesgos sino que además puede tener importantes beneficios para la salud. El Centro de Información Científica sobre el Café (Cosic) con sede en Oxford, Inglaterra ha identificado varios efectos positivos que están respaldados por evidencia científica sólida:

- El café mejora el estado de vigilancia, la memoria de corto plazo y permite mejorar la capacidad de procesar información.
- El café tiene compuestos anti-oxidantes y antitóxicos a nivel celular.
- El café reduce el riesgo de la cirrosis hepática y previene la formación de cálculos en la vejiga.
- El café tiene un efecto protector contra enfermedades degenerativas del cáncer como el Alzheimer y el Parkinson.
- El café protege contra el cáncer del colón de la piel.
- El café combate las caries y tiene efectos anti-inflamatorios.

- El café tiene un efecto anti-obesidad moderado y mejora el rendimiento de los deportistas.
- El café ayuda a aliviar los síntomas del asma y ayuda a relajar los niños hiperactivos.

En el seminario de Cartagena se aportaron evidencias nuevas sobre varios de estos efectos y se habló además de los efectos antidepresivos y antiadicción de ciertos compuestos del café. Aquí vale la pena hacer una breve alusión a la composición química del café. Mucha gente piensa que el café es simplemente una mezcla de agua y cafeína. La realidad es mucho más compleja. La cafeína solo representa entre el 2 y el 3% de la bebida. Una taza de café contiene más de mil compuestos distintos e incluye además de cafeína, carbohidratos, proteínas, amino ácidos, ácidos clorogénicos, lípidos, minerales, vitaminas y un gran número de compuestos volátiles. Esto no implica que sea un alimento completo ya que muchos de estos elementos se encuentran en cantidades infinitesimales. Lo que sí debe destacarse es que esta bebida debe formar parte de la dieta balanceada de toda persona en cantidades apropiadas.

Otra noticia importante que merece ser divulgada en mayor grado se refiere a la decisión reciente del Comité Ejecutivo de la Agencia Antidoping (WADA) en el sentido de que a partir del 2004 retirará la cafeína de las sustancias prohibidas para los deportistas, quienes podrán mantener un consumo moderado de 4 a 6 tazas de café por día, incluso antes de la competencia. Se ha encontrado que la cafeína favorece la movilización de las grasas en el cuerpo, disminuye la fatiga y aumenta la fuerza de contracción muscular.

El consumo mundial del café viene creciendo a tasas relativamente moderadas y una de las razones que dan los consumidores actuales y potenciales para no incrementar el nivel de utili-

zación de la bebida es el temor a sus posibles efectos negativos. No hay duda que todavía hay una alta proporción de médicos a nivel mundial que fueron educados con el concepto de que el café es nocivo para la salud. En algunos países como Francia y el Reino Unido se ha iniciado una campaña bien estructurada para llevar a la comunidad médica la nueva literatura científica. Esos son esfuerzos importantes pero es necesario intensificarlos en muchos países incluyendo por supuesto a Colombia. En el caso de Colombia se está trabajando con los tostadores que abastecen el mercado doméstico en una campaña de promoción que incluye la divulgación de los resultados positivos de café y salud. También se ha hecho contactos con la Academia Nacional de Medicina y con la Asociación de Médicos Generales de Colombia (que tiene más de 35 mil médicos asociados) para el apoyo de estas importantes organizaciones estamos para el apoyo en la difusión de las buenas noticias sobre los beneficios del café en la salud..

A nivel de investigación básica, Colombia y Brasil impulsaron en 1997 la creación del Instituto de Estudios sobre Café en la Universidad de Vanderbilt (Estados Unidos). Este centro académico cuenta con un excelente departamento de farmacología y con investigadores de primer nivel. Ya existe un grupo de científicos trabajando en temas relacionados con los efectos antidepresivos, antioxidantes y antiadicción del café, que han obtenido resultados de mucho interés. En este momento se están haciendo esfuerzos para conseguir fondos del sector privado y del sector público de los Estados Unidos para asegurar la continuidad de estos trabajos de investigación.

En síntesis, es evidente que la imagen de un determinado producto frente a los consumidores finales es un factor esencial para promover su utilización. Por esta razón esta área tiene una importancia difícil de exagerar y por eso la

## Informe del Gerente General

Federación continuará haciéndole seguimiento al tema e impulsando tanto la investigación como la divulgación de resultados.

## 7. OFICINAS DEL EXTERIOR

### 7.1 NUEVA YORK

#### 1. Presencia institucional

Colombian Coffee Federation Inc., ha venido trabajando con las autoridades y generadores de opinión en Estados Unidos en dos frentes principales:

Contribuir a impulsar el reingreso de Estados Unidos a la Organización Internacional del Café  
Identificar fuentes de recursos para programas sociales en Colombia

En cuanto al primer ítem, se ha desarrollado una intensa actividad de lobby que incluye tanto la Cámara de Representantes como el Senado, así como el ejecutivo, incluyendo el Consejo Nacional de Seguridad y la Oficina del Representante de Comercio en la Casa Blanca, así como el Departamento de Estado, el de Comercio y el del Tesoro. Se ha mantenido contacto con los funcionarios involucrados, enviando la información que nos es solicitada y explicando todos aquellos asuntos cuya naturaleza ayude a la toma de una decisión favorable pronto.

En cuanto a la segunda, se viene trabajando con el Congreso (Cámara de Representantes), en la búsqueda de mecanismos que permitan a los cafeteros acceder a recursos de cooperación de diversa índole, dirigidos al bienestar social.

Se tiene contacto con los organismos multilaterales de crédito a fin de, en apoyo a la FNC en Bogotá, tramitar las iniciativas o recursos de interés de la FNC.

#### 2. Programa 100% café de Colombia

El total de las importaciones del mercado norteamericano alcanza anualmente 21 millones de sacos de 60 kilos, de los cuales aproximadamente 4 millones (20%) son de origen Colombiano, siendo solo superado por Brasil (5,2 millones).

Se estima que de esos 4 millones de sacos, 2,4 millones (12%) se comercializan como cafés 100% Colombiano. De la misma forma, productos que alcanzan el 89% de volumen son comercializados haciendo uso del logotipo de Juan Valdez®.

#### 3. Programa 100% con Logo – Acuerdo de Licencia de Marca

De acuerdo con los lineamientos de la Gerencia General, durante el año en curso no se ofrecieron nuevos Acuerdos de Licencia de Marca para el uso del logotipo de Juan Valdez® para empaques de café tostado. El número de tostadores con los cuales sigue vigente el acuerdo de licencia de marca es de 73 y se tiene los siguientes datos relevantes:

- Número de propietarios de marcas privadas que usan el logotipo: 450
- Número de marcas de productos de café tostado que usan el logotipo: 795
- Número de Marcas registradas durante el año 2003 que usan el logotipo: 41
- Número de muestras analizadas por Trimestre de productos que usan el logotipo: 550

Para el año 2004 se espera iniciar un programa de análisis de productos de café Colombia a través de muestreo aleatorio realizado por compañías externas.

#### 4. Convenios de suministro

Se han mantenido los convenios de suministro con tostadores y algunos importadores de café verde. En la actualidad el número de compañías con acceso a estos convenios es de 117. El volumen al que ascienden los acuerdos de suministros en sacos de 60 kilos es de 3.480.000 sacos.

Se pretende renovar los convenios de suministro para el año 2004 con estas compañías y muy seguramente habrá otras (tostadores e importadores) que buscarán acceder a este tipo de convenios, como ha venido siendo la tendencia.

#### 5. Comercialización de café verde de la Federación

El año 2003 se ha caracterizado por el aumento significativo del volumen de cafés de la Federación que esta siendo comercializados en el Mercado norteamericano.

El año inmediatamente anterior se inició un proceso de penetración de este Mercado con cafés de calidades estándar (UGQ, EP y Supremo), adicionales a los volúmenes de café especiales que ha sido viniendo comercializados.

La Federación, ya sea directamente o a través de la oficina de Nueva York, ha logrado incrementar significativamente el volumen de ventas al mercado norteamericano pasando de 256.000 sacos de 60 kilos en el año 2002 a más de 570.000 sacos de 60 kilos en el año 2003.

#### 6. Reunión estratégica de cafés especiales

Durante la primera semana del mes de Noviembre de este año, se realizó en la oficina de Nueva York una reunión estratégica con los integrantes del equipo comercial de la oficina de Nueva York, y de la oficina central en Bogotá, con el propósito de:

- Analizar las oportunidades de este tipo de café en el mercado norteamericano
- Formular estrategias para la aproximación al Mercado y los jugadores más importantes del mismo
- Definir el papel de la oficina de Nueva York en la promoción y comercialización de cafés especiales

Luego de analizar el mercado norteamericano y la manera en que se define la demanda, y de entender como se compone la oferta de cafés especiales de la Federación, se llegó a las siguientes conclusiones:

- La oficina de Nueva York concentrará gran parte de sus esfuerzos en la promoción y comercialización de cafés especiales de la Federación.
- Se destinarán recursos humanos adicionales, haciendo uso del esquema de pasantías
- Utilizar herramientas de investigación de mercado para relacionar las necesidades y gustos del consumidor con las oferta y esquema de promoción de los cafés especiales de Colombia
- Identificar aquellos programas que sirvan como «sombriilla» para los cafés especiales de Colombia
- Concentrarse en las relaciones con los tostadores pero permitiendo la intervención de los importadores que actuarían como operadores logísticos y no como «dueños» del negocio.

## Informe del Gerente General

- Redefinir la oferta en tres grupos principales: Cafés de origen, Cafés Sostenibles/certificados y Cafés de Preparación/taza.
- Incorporando los objetivos anteriores, tener una participación destacada en la feria de la Specialty Coffee Association of America en Atlanta en 2004.

### 7. Operación café liofilizado

#### Cumplimiento de Metas

Acorde con el programa de ventas estructurado para el año 2003 con un volumen presupuestado total de 1.200 toneladas en los diferentes proyectos que actualmente se adelantan a través de Buendía Coffee LLC, a la fecha se han vendido 1.370 toneladas, cantidad que incluye acuerdos promocionales ofrecidos a compañías que logren el volumen de compras acordado para cada año calendario.

La ejecución superó los estimativos de venta en el 114%, logro obtenido en los diferentes negocios que se adelantan en el mercado de Méjico, Estados Unidos Canadá y el Caribe, Figura 9.

Se obtuvieron significativos resultados a través de las cadenas Sam's y Wal Mart Méjico, con las cuales se suscribió un acuerdo de exclusividad en el segundo semestre del año.

En materia de Café Tostado y Molido, en conjunción con la Fábrica de Café Liofilizado, se efectuaron negociaciones por un total de 9 toneladas. No obstante, es importante aclarar que con esta iniciativa se busca consolidar una operación para atender requerimientos utilizando la capacidad instalada de torrefacción y empaque de la planta de café liofilizado y eventualmente canalizar algunas cantidades a través de los recursos entregados por el gobierno nacional a la Federación de Cafeteros.

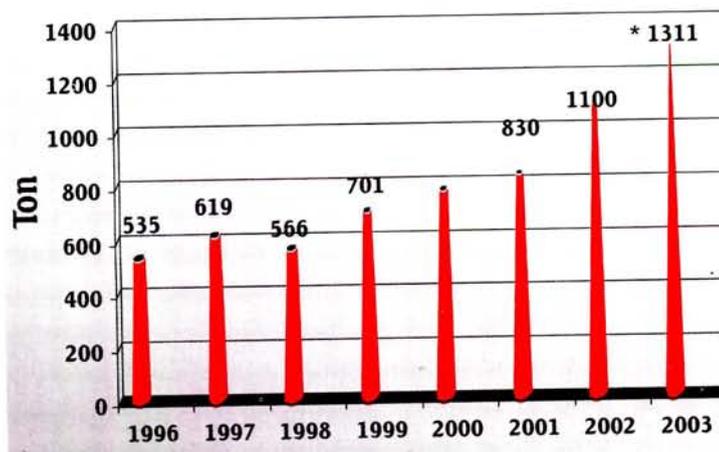
## 7.2 OFICINA DE REPRESENTACIÓN EN ASIA

### Exportaciones de Café a Japón y Asia

- Las ventas de café de la Federación a la región durante el año 2003 ascendieron a 458.600 sacos de 60 kg., volumen que representa un incremento de 9% con respecto al 2002.

Figura 9

Evolución de las Ventas de Café Liofilizado en toneladas



- Con respecto a los exportadores privados, las ventas, sin incluir diciembre y parte de noviembre, corresponden a 824.643 sacos de 60 kg. Sin embargo la cifra definitiva solamente se conocerá una vez se cierren los registros del presente año, aunque se prevé que las exportaciones de los privados en el 2003 estarán por debajo de las del año 2002.

- Los precios reconocidos por el mercado del Japón muestran este año un nivel superior a otros mercados al concentrar un mayor porcentaje de las compras de cafés especiales, como son los cafés de origen, «state coffees», orgánicos, sostenibles y cafés de altura entre otros. Merece mención particular el importante proyecto de café gourmet «Emerald Mountain», proyecto sobre el cual existe un «joint venture» con Mitsubishi.

- El Asia es un mercado potencial importante para el café liofilizado debido a la preferencia cultural por este tipo de café. Las ventas de la Federación durante el año 2003 ascienden a 618 t/m, cifra similar al volumen del 2002 que correspondió a 614 t/m.

### Japón y la OIC

Dada la difícil situación fiscal, las autoridades japonesas alcanzaron a considerar la no asignación de recursos para el pago de la contribución a la Organización Internacional del Café (OIC), lo que amenazaba la permanencia de dicho país en la Organización. En este sentido, gestiones diplomáticas en Bogotá y Tokio, conjuntamente con la embajada de Colombia, la All Japan Coffee Association (AJCA) y las embajadas de otros países productores en Japón, motivaron la reconsideración de dicha decisión.

### Specialty Coffee Association

En Julio del 2003 la Federación Nacional de Cafeteros entró a formar parte de la Asocia-

ción de Cafés Especiales del Japón como miembro fundador. La Asociación además de reunir a las principales compañías tostadoras también tiene asociados a más de 400 tostadores entre medianos y pequeños. El principal objetivo es promover el desarrollo de cafés especiales, incrementar el consumo y consolidar la cultura de la buena calidad del café.

### Actividades de Promoción en Japón

Para la campaña de promoción ejecutada durante el 2003, se logró llevar a cabo las siguientes actividades promocionales en el Japón:

- **Promoción con la compañía de trenes JR.:** El café de Colombia se viene sirviendo en forma exclusiva bajo un acuerdo que opera con la compañía de trenes JR en la línea Higashi-Nihon. Se llega a más de 12 millones de usuarios de estas líneas. Para el 2003 se continuó con el servicio de café 100% colombiano en las líneas de tren bala que conectan a Tokio con el Norte del país.

- **Feria de alimentos y productos importados FOODEX 2003:** Foodex es la feria de alimentos más importante del Asia, la cual se llevo a cabo entre el 11 y 14 de marzo. Café de Colombia participó con su marca líder «Emerald Mountain» y además del servicio de café, se tuvo un espacio para la presentación de todos los productos hechos con base en 100% café de Colombia y con cafés especiales como: Tamara, Lengupa, Sierra Nevada, Opita y Toledo.

- **Campaña de Verano Emerald Mountain:** Se ejecutó la campaña de verano en el mes de Agosto para la promoción del café enlatado de Coca-Cola Georgia-Emerald Mountain.

■ **Torneo de Golf Emerald Mountain:** Este evento reúne a los jefes de ventas de los almacenes y supermercados a través del Torneo de Golf «Emerald Mountain», promovido por el Joint Venture con Mitsubishi - Andes Corporation.

■ **Otras actividades para la promoción de 100% Colombianos: Tasaki Shinju:** Entre el 27 y el 29 de marzo se llevó a cabo la promoción de café de Colombia mediante la degustación de nuestro producto en el exclusivo sector de Ginza. Conjuntamente con la Embajada, se presentaron productos colombianos como esmeraldas y flores.

**Stone Fair:** Entre el 11 y 14 de noviembre la Federación patrocinó una participación en la feria «Stone Fair» que reunió aprox. 37.000 espectadores. Además de una ex-

posición máxima del logo, los participantes pudieron degustar nuestro producto.

### Control de residuos químicos en Café:

Debido a la aparición de diclorvos en dos muestras de café provenientes de Colombia, la Federación emprendió una serie de acciones para tranquilizar a las autoridades fitosanitarias japonesas, los comercializadores y la industria en general y dar cumplimiento a la nueva reglamentación para la importación de alimentos por parte de las autoridades del Japón, pues se han extremado los controles, con el fin de dar la mayor seguridad a los consumidores en temas de salud. La industria cafetera del Japón hizo un reconocimiento a la forma rápida y eficiente en que la Federación respondió al problema.



# Ajustes Institucionales y marco legal vigente

# 1. NUEVA CONTRIBUCIÓN CAFETERA

## 1.1 Introducción

Dentro de la política cafetera del país, con la Contribución Cafetera, tributo por excelencia del sector cafetero, se ha garantizado la compra del grano a un precio justo, así como la promoción y exportación del café en el ámbito internacional, sumado al importante apoyo técnico que se le presta a los caficultores.

Sin embargo, la Contribución Cafetera prevista en el artículo 19 de la Ley 9 de 1991, estaba diseñada para otras condiciones de mercado muy diferentes a las actuales, y bajo unas reglas que fue necesario contextualizar dentro de las nuevas exigencias económicas, del negocio cafetero.

Ante esta realidad, fue necesario modificar la Contribución Cafetera, por una que tuviera como soporte unas reglas que simplificarían ostensiblemente su estimación, proporcionando a los agentes del mercado mayor certeza sobre el monto a pagar limitando los márgenes de variación, además de consultar la real capacidad de pago de los productores de café.

Acogiendo tales parámetros, la Contribución Cafetera fue redefinida en los siguientes términos por el artículo 63 de la Ley 788 de 2002:

«... Artículo 63. La contribución cafetera. El artículo 19 de la Ley 9ª de 1991 quedará así:

«Artículo 19. Contribución Cafetera. Establécese una contribución cafetera a cargo de los productores de café, destinado al Fondo Nacional del Café, con el propósito prioritario de mantener el ingreso cafetero de acuerdo con los objetivos previstos que dieron origen al citado

Fondo. La Contribución será el cinco por ciento (5%) del precio representativo por libra de café suave colombiano que se exporte. El valor de esta contribución no será superior a cuatro centavos de dólar (US\$0.04) por libra, ni inferior a dos centavos de dólar (US\$0.02.)

Con el fin de contribuir al saneamiento del Fondo Nacional del Café y a la estabilización del ingreso del caficultor, créase otra contribución con cargo al caficultor y que será de dos centavos de dólar (US\$0.02) por libra de café que se exporte siempre y cuando el precio sea superior a sesenta centavos de dólar (US\$0.60) y que estará vigente hasta el 31 de diciembre del año 2005. A partir del primero de enero de 2006, siempre y cuando el precio representativo suave colombiano sea igual o superior a noventa y cinco centavos de dólar (US\$0.95) por libra, esta contribución será de tres centavos de dólar (US\$0.03) por libra de café que se exporte y se destinará exclusivamente a la estabilización del ingreso del caficultor a través del precio interno. Su cobro sólo se hará efectivo a partir de la fecha que para el efecto determine el Gobierno Nacional, previo concepto favorable del Comité Nacional de Cafeteros.

Parágrafo 1°. La metodología para establecer el precio representativo del café suave colombiano será determinada por el Gobierno Nacional. Mientras se expide la reglamentación respectiva, el precio de reintegro se aplicará para determinar la contribución.

Parágrafo 2°. El Gobierno Nacional podrá hacer exigible la retención cafetera en especie parcial o totalmente, sólo en condiciones especiales que exijan una acumulación de existencias que a juicio del Comité Nacional de Cafeteros no puedan ser atendidas exclusivamente por compras de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, o cuando así lo impongan obligaciones derivadas de convenios internacionales de café.

Parágrafo 3°. Los cafés procesados podrán estar exentos del pago de la contribución cafetera total o parcialmente, cuando así lo determine el Gobierno Nacional.

Parágrafo 4°. Los excedentes provenientes de la contribución que no se apliquen inmediatamente a los objetivos previstos en la Ley, sólo podrán destinarse a inversiones transitorias en títulos de reconocida seguridad, alta liquidez y adecuada rentabilidad.

En ningún caso podrán realizarse con estos recursos inversiones de carácter permanente, así estén relacionadas con la industria cafetera.

Se crea una Comisión para el seguimiento del manejo y destinación de la contribución cafetera integrada por dos miembros de los Comités de Cafeteros, uno del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y dos miembros de Senado y dos miembros de la Cámara de Representantes designados por las Comisiones Terceras Económicas».

Parágrafo 5°. Contribuciones parafiscales agropecuarias. Para efectos del impuesto sobre la renta y complementarios, se entiende que los pagos por las contribuciones parafiscales, efectuados por los productores a los fondos de estabilización de la Ley 101 de 1993 y en las demás leyes que lo crean tienen relación de causalidad en la actividad productora de la renta y son necesarios y proporcionados de acuerdo con las leyes que los establecen en casos y condiciones especiales de cada subsector agropecuario...

Con esta nueva forma de dimensionar el concepto de Contribución Cafetera, se excluyó cualquier posibilidad de arbitrar discrecionalmente su monto, a la vez que estableció un equilibrio adecuado entre el ingreso al caficultor y el aporte a la institucionalidad cafetera, que indiscutiblemente está a su servicio. De igual manera es

importante destacar, que redujo la incertidumbre sobre el valor de la Contribución para los agentes del mercado y finalmente facilitó el manejo financiero de la actividad comercial.

Adicionalmente, con el claro y expreso objetivo de contribuir al saneamiento del Fondo Nacional del Café y a la estabilización del ingreso al caficultor, la misma Ley creó otra contribución, de dos centavos de dólar (US\$ 0.02) por libra de café que se exporte hasta el año 2005; a partir del año 2006, siempre y cuando el precio sea superior o igual a noventa y cinco centavos de dólar (US\$ 0.95) por libra, esta contribución será de tres centavos de dólar (US\$ 0.03) por libra que se exporte.

De otra parte, atendiendo lo establecido por el citado artículo, el monto de la contribución será destinado inicialmente al pago del servicio de la deuda y las amortizaciones de capital a fin de garantizar la viabilidad financiera del Fondo Nacional del Café en el largo plazo. Posteriormente, esta Contribución se destinará a la estabilización del ingreso al caficultor.

Con esta modificación, hoy en día se tiene una Contribución Cafetera totalmente adaptada a las nuevas circunstancias del mercado, más sencilla, precisa y previsible de calcular, además de haberse mejorado sustancialmente su recaudo, y consultar los intereses de todos los actores del negocio cafetero.

## 1.2 Algunas precisiones acerca de la Contribución Cafetera.

### 1.2.1 Causación de la contribución de dos centavos de dólar (US\$ 0.02) por libra de café que se exporte.

Con la entrada en vigencia de la Ley 788 de 2002, igualmente se creó una contribución de

## Informe del Gerente General

dos centavos (US\$ 0.02) por libra de café que se exporte, cuyo cobro se está realizando de manera automática, siempre y cuando el hecho condición previsto en la misma norma se cumpla, el cual consiste en que en cualquier momento, durante el tiempo comprendido entre la entrada en vigencia y el final del año 2005, el precio del café sea superior a sesenta (60) centavos de dólar.

Es de resaltar que el cobro de la contribución adicional de dos centavos de dólar (US\$ 0.02) por libra de café que se exporte, prevista en la citada norma, destinada al saneamiento del Fondo Nacional del Café y la estabilización del ingreso del productor, no requirió de reglamento adicional a la ya existente (en el presente caso debemos precisar que se trata del Decreto 1338 de mayo 27 de 2003, que derogó el Decreto 3263 de 2002), el cual permite determinar la base gravable de la contribución.

De todas maneras, aunque no existiera un Decreto que fijara la metodología para establecer el precio representativo del café suave colombiano, siempre y cuando este sea superior a US\$0.60 por libra, procede válidamente el cobro de esa contribución aplicando al efecto el precio de reintegro, tal como lo determinó el legislador en el parágrafo 1º del artículo 63 de la citada Ley.

### 1.2.2 Comisión para el seguimiento del manejo y destinación de la contribución cafetera.

El parágrafo cuarto del artículo 63 de la Ley 788 de 2002, creó la Comisión para el seguimiento del manejo y destinación de la Contribución Cafetera integrada por dos miembros de los Comités de Cafeteros, uno del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y dos miembros de Senado y dos miembros de la Cámara de Representantes designados por las Comisiones Terceras Económicas.

Esta Comisión deberá ejercer sus funciones en forma tal, que de ninguna manera usurpe las del Comité Nacional de Cafeteros. Tampoco podrá comportarse como órgano de control fiscal, pues por mandato de la Constitución Política le corresponde a la Contraloría General de la República.

También resulta importante señalar, que la Constitución prohíbe tajantemente al Congreso de la República y a cada una de la Cámaras que la componen, inmiscuirse, por medio de resoluciones o de leyes, en asuntos privativos de otras autoridades, tal y como lo establece el numeral 1 del artículo 136 de la Constitución Política.

## 1.3 Reglamentación

El artículo 63 de la Ley 788 de 2002, ha sido reglamentado a través de los Decretos números 1338 de 2003, el cual fue derogado posteriormente por expresa disposición del artículo 3º del Decreto 3263 de 2003.

## 1.4 Balance Financiero de la Contribución

En el año 2003 se proyectan ingresos por contribución para el saneamiento financiero del Fondo por \$68.600 millones y por concepto de la contribución permanente (5%), \$123.145 millones, como se observa en los siguientes cuadros y gráficas.

En el año 2003 los ingresos provenientes de la contribución para el saneamiento financiero del Fondo equivalen a US\$24 millones y la cancelación neta de capital en el año representa US\$43 millones, más intereses de los créditos por US\$ 10 millones, para unos egresos totales de US\$53

millones y un déficit a financiar con otros recursos del Fondo por US\$29 millones.

Los ingresos provenientes de la contribución permanente ascienden a \$123.145 millones y la aplicación de recursos a la atención de bienes públicos representa \$90.100 millones (Asistencia Técnica, Investigación y Experimentación Científica, Programa de Renovación de Cafetales, Sistema de Información Cafetera y promoción y publicidad).

Otros egresos como los programas de obras y servicios a la comunidad cafetera, el manejo de los inventarios de café, la administración del Fondo y los recursos destinados a sostener la garantía de compra, representan \$114.000 millones, con lo cual, el Fondo debe destinar recursos adicionales para equilibrar sus finanzas, entre los cuales, se cuentan la venta de activos, los ingresos financieros, aprovechamientos y otros.

## 2. REFORMA GREMIAL

El Congreso Nacional Cafetero reunido en Bogotá en diciembre de 2002, aprobó la realización de una Convención Cafetera como un escenario de reflexión sobre la caficultura y sus instituciones y, en desarrollo de ese mandato, la Gerencia General elabora y presenta a consideración del Comité Ejecutivo una propuesta en la cual se establece como premisa el compromiso de la Alta Dirección, referido a «Primero el Caficultor y después lo demás». La iniciativa plantea incrementar el nivel de participación regional, el nivel de participación general y acentúa el carácter federativo de la institución, y al mismo tiempo fortalecería la unidad en aspectos que le corresponden al conjunto del sector, procurando dotar a la institucionalidad cafetera de instrumentos adecuados y eficaces frente a la nueva realidad

nacional e internacional. A nadie escapa que una mayor participación de los caficultores hace más democrático el sistema electoral, en cuyo propósito se plantea la modificación en la conformación del Congreso Cafetero, a través de la propuesta de que participen en el Comité Ejecutivo todos los Comités Departamentales y adicionalmente se somete a la consideración del Congreso nuevas alternativas de ser cedulado, incorporando a los cafeteros que en calidad de arrendatarios o usufructuarios participan en el cultivo y producción del grano.

De otra parte se ajusta el articulado teniendo en cuenta fundamentos de técnica jurídica y se acerca más el Estatuto a la organización empresarial distribuyendo las funciones entre los órganos de Dirección y Ejecución, al tiempo que se redefinen, complementan y armonizan las funciones del Congreso Cafetero, del nuevo Comité Directivo, que sustituiría al Comité Ejecutivo, de la Gerencia General, los Comités Departamentales y los Comités Municipales. Así mismo se propone otorgar mayor autonomía a los Comités Departamentales para el manejo de sus recursos, sin romper la unidad gremial, y se concentra la inversión en la caficultura restringiendo la posibilidad de participar en otros renglones de la economía.

El Comité Ejecutivo designó una Comisión integrada por los Representantes de Antioquia, Caldas, Valle, Risaralda, Santander, Huila y Cesar-Guajira, quienes conjuntamente con la Gerencia General, la Secretaría General y la Dirección Jurídica adelantaron el proceso de revisión y ajuste de los Estatutos, no sin antes escuchar las opiniones de los diferentes Comités Departamentales.

Finalmente, luego de un trabajo de cerca de seis meses, se ha llegado a un texto final, que es el que se presenta a consideración del Congreso Nacional.

## 3. PLAN ESTRATÉGICO 2003-2007

### 3.1 Proceso para la elaboración del Plan Estratégico Federación Nacional de Cafeteros

«Primero el Productor, luego lo demás...» esta frase refleja la prioridad de la actual administración de la Federación Nacional de Cafeteros y la razón de ser de la política cafetera colombiana hoy.

La crisis mundial cafetera ha llevado a una profunda reflexión de nuestra realidad cafetera y a entender la necesidad de un redireccionamiento de la Federación para garantizar que su gestión se oriente prioritariamente y tenga clara relación con el mejoramiento del ingreso y bienestar del productor colombiano de café.

### 3.2 El Plan Estratégico – herramienta esencial para el redireccionamiento.

En este contexto, la actual administración tomó en marzo del 2003, la decisión de realizar un proceso para definir el Plan Estratégico de la Federación 2003-2008, con el propósito de asegurar el redireccionamiento de sus actividades hacia el productor.

El primer taller tenía el doble propósito de consolidar e integrar a la Gerencia General y a su nuevo equipo directivo y a la vez, definir de manera preliminar los grandes lineamientos del plan. El ejercicio permitió reflexionar sobre el rol que debe desarrollar la Federación a la luz del entorno nacional e internacional, así como

de las expectativas de sus «stakeholders». El análisis de las limitaciones y oportunidades que ofrece el entorno y su incidencia en la capacidad futura de maniobra de Federacafé, fueron factores importantes para definir una visión o estado deseado de la organización que combinara realismo y sueño. Adicionalmente, el precisar las expectativas de sus «stakeholders» fue una reflexión útil para revisar a fondo la razón de ser o misión de Fedecafé (aspecto crítico para su redireccionamiento hacia: «Primero el Productor, luego lo demás...») y de allí desprender objetivos y estrategias encaminados a satisfacerlas.

Se analizaron igualmente los servicios que ofrece la entidad, su calidad y quien es la competencia de la Federación en cada tema. Se identificaron sus problemas con el fin de asegurar que el plan estratégico ayude a solucionarlos y se precisaron sus competencias distintivas para que el plan permitiera capitalizarlas.

Así mismo, el Gerente General y su grupo directivo definieron la «Idea de Negocio de la Federación». Esta herramienta muestra, a través de una representación gráfica, el funcionamiento sistémico de la organización, de donde provienen sus recursos, como los invierte, que competencias refuerza con dichas inversiones y cómo éstas inversiones a su vez generan reacciones positivas que revierten en nuevos recursos que permiten la supervivencia de la entidad. En este ejercicio se vio claramente la doble condición de la Federación: su función gremial y su gestión como Administradora del Fondo Nacional del Café.

Con posterioridad al taller, se integró un Comité de Redacción para hacer los ajustes necesarios y asegurar un documento serio y de calidad para ser compartido, mejorado y validado con otros actores como se explica a continuación.

### 3.3 Proceso de construcción colectiva

Para garantizar un plan estratégico fruto del esfuerzo, participación activa y compromiso de la institucionalidad cafetera, el proceso se concibió desde un principio como un esfuerzo colectivo que debía ofrecer diferentes espacios para aportes, comentarios y validación con las diferentes instancias del engranaje cafetero nacional.

Es así como se realizó un segundo taller con los Directores de los Comités Departamentales de Cafeteros, cuyo propósito era enriquecer el documento preliminar y asegurar que el plan estratégico incluyera la percepción, problemática y visión regional. Se realizaron dos reuniones: una sesión informativa en Manizales sobre los resultados preliminares obtenidos y posteriormente, un taller en Bogotá con todos los Comités Departamentales. Los aportes, comentarios y adiciones que resultaron de este taller fortalecieron el plan y permearon su contenido con la perspectiva y experiencia regional. Para hacer los ajustes necesarios al documento enriquecido en este segundo taller, se amplió el Comité de Redacción para incluir representantes de los Comités Departamentales.

En la sesión del Comité Ejecutivo del 21 de octubre pasado, se hizo una presentación del plan estratégico con el fin de informar a sus miembros al respecto y recibir sus comentarios; adicionalmente, se les entregó el documento para que pudieran analizarlo a fondo y plantear las modificaciones que estimaran convenientes.

Surtido el proceso anterior, el siguiente paso es la aprobación del Plan Estratégico por parte de este Congreso Cafetero, lo que dará vía li-

bre para iniciar su divulgación entre todos los actores del sector y garantizar así que el Plan trascienda, es decir, pase del documento a la acción y sirva para integrar y unir esfuerzos de todos los miembros del engranaje cafetero nacional en una sola dirección. El plan también debe ser divulgado y conocido por los clientes a nivel internacional para enviar al mundo la imagen de una organización moderna que tiene como su razón de ser el bienestar del caficultor y que cuenta con un plan estratégico serio y contundente para lograr una caficultura competitiva y sostenible, fortalecer el tejido social en las zonas cafeteras y posicionar al café colombiano como el mejor del mundo.

### 3.4 Enfoque integral.

Paralelo al proceso descrito se han venido definiendo los planes estratégicos de Cafés Especiales y de Cenicafé; se hizo un taller de reflexión sobre el Sistema de Cooperativas Cafeteras y, próximamente, se harán procesos similares con el Servicio de Extensión y la Fundación Manuel Mejía para asegurar que estas organizaciones elaboren planes estratégicos que redireccionen su gestión a favor del productor. También se abrirá un espacio para articular a Cenicafé, el Servicio de Extensión y la Fundación Manuel Mejía y definir explícitamente el rol de cada uno y los mecanismos de interacción efectiva entre ellos.

El resultado de este proceso permitirá a la Federación y demás organizaciones del sector cafetero operar de manera articulada, teniendo un norte común pero a la vez claridad de sus roles individuales en beneficio del productor y contar con metas e indicadores para el monitoreo, evaluación y rendición de cuentas del cumplimiento del plan.



# Evolución Financiera

del Fondo Nacional  
del Café 2002/2003

En el año cafetero 2002/03 el Fondo Nacional del Café registró un superávit de tesorería por \$60.819 millones, frente a un resultado deficitario en el año inmediatamente anterior por \$119.400 millones.

Este superávit se produjo por varios factores, entre ellos, la aplicación de la Ley 788 de diciembre de 2002 y la agresiva estrategia financiera para reducir los pasivos externos.

La Ley 788/02 garantiza una contribución permanente equivalente al 5% del precio representativo por libra del café suave colombiano que se exporte y una contribución de 2 centavos para saneamiento financiero, que estará vigente por tres años, a partir de 2003.

A diferencia del año cafetero anterior, cuando el Fondo registró un bajo nivel de ingresos por contribución cafetera, entre octubre y diciembre de 2002 recaudó \$21.500 millones sobre las exportaciones de los particulares y entre enero y septiembre de 2003, como consecuencia de la aplicación de la Ley 788, percibió \$64.932 millones sobre las exportaciones de particulares. El ingreso total ascendió a \$86.410 millones, frente a un ingreso neto del año anterior por \$6.347 millones.

De igual manera, el recaudo de la contribución cafetera para saneamiento financiero le representó ingresos sobre las exportaciones de los particulares por \$34.200 millones y el Fondo causó una contribución equivalente a \$12.500 millones.

En este año cafetero la industria cafetera colombiana exportó 10.5 millones de sacos de 60 kilos, 1.4 millones adicionales a la estimación inicial. El valor de la facturación ascendió a US\$922 millones, con un precio promedio de US\$0.73 ex – dock por libra de café exportado.

La cosecha cafetera colombiana ascendió a 11.7 millones de sacos de 60 kilos, con un costo de \$2.35 billones, frente a una cosecha del año cafetero anterior de 12 millones, con un costo de \$2.06 billones, es decir, la cosecha del año 2002/03 fue inferior a la del año anterior en un 2.5% en volumen y superior en un 14% en valor. Estos valores incluyen el apoyo del Gobierno al precio interno.

Los caficultores se vieron favorecidos al recibir un precio promedio de compra del fondo superior en un 16% al registrado en el año cafetero anterior; en 2002/03 el precio promedio de compra fue de \$333.800 por carga de 125 kilos, frente un precio promedio del año cafetero anterior de \$287.500.

El patrimonio del Fondo, que venía disminuyendo durante varios años consecutivos, presentó una clara tendencia de estabilización y generó, después de varios años, utilidades en el ejercicio; es así como el patrimonio pasó de \$702 mil millones de pesos en septiembre/02 (US\$248 millones), a \$781 mil millones en septiembre/03 (US\$270 millones).

De igual manera, se continuó con el proceso de estabilización financiera. Con la aplicación de los recursos provenientes de la contribución cafetera para pago de deudas se logró disminuir el pasivo financiero del Fondo de US\$158 millones en septiembre 30/02 a US\$104 millones en septiembre 30/03 y se espera que al finalizar el año 2003, se mantenga en un nivel similar al de septiembre, luego de aplicar los recursos necesarios para la compra de la cosecha cafetera.

En el año cafetero 2001/02 se emitieron Títulos de Ahorro Cafetero (TAC) por \$150.000 millones, (US\$53 millones), los cuales se cancelaron en el año cafetero siguiente; el Fondo hizo una nueva emisión por \$75.000 millones (US\$26 millones) en junio de 2003.

La amortización a capital de la deuda externa de mediano plazo representó egresos por US\$28.9 millones y la misma disminuyó de US\$84.5 millones en septiembre/02 a US\$55.6 millones en septiembre/03.

El Fondo continuó utilizando las líneas de prefinanciación de exportaciones de café que son de corto plazo, cuyo saldo pasó de US\$14.1 millones a US\$10 millones de un año a otro.

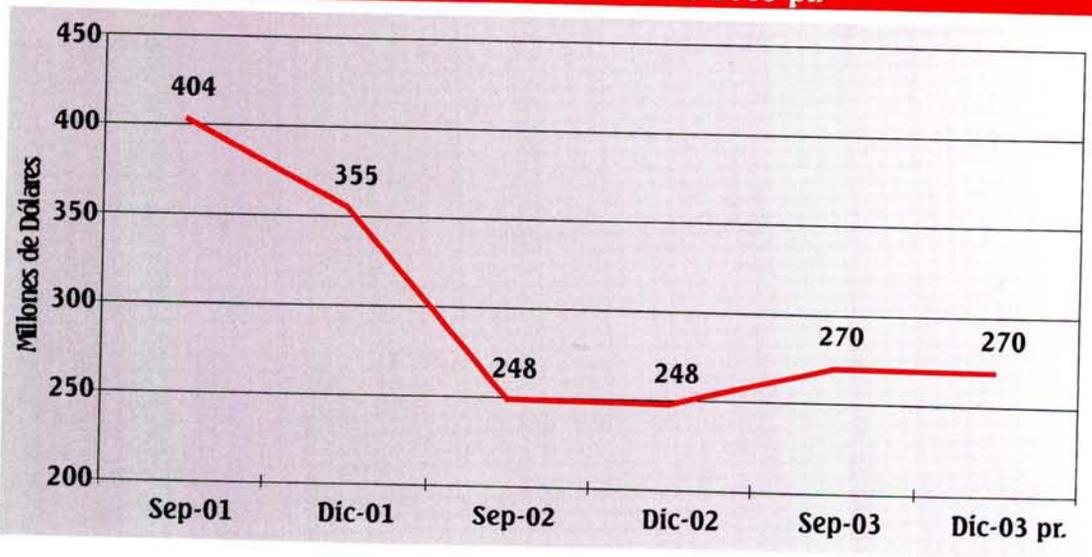
A septiembre/03 el Fondo registraba obligaciones con Bancafé por \$35.700 millones (US\$12 millones) por crédito de corto plazo equivalente a \$20 mil millones y el saldo de la obligación adquirida para compra de cartera cafetera.

El objetivo del Fondo es llegar a una situación financiera estable, en la cual la operación comercial sea autosostenible y hasta superavitaria, teniendo como premisa la maximización del ingreso al productor. También debe financiar la provisión de bienes públicos con la contribución cafetera y ajustar los costos financieros para causar solamente los que se deriven del financiamiento normal del capital del trabajo necesario para la operación.

Igualmente, se continuará con el proceso ordenado de venta de activos que no estén directamente relacionados con la actividad cafetera, con el fin de dedicar los recursos a la amortización de la deuda y a la actividad cafetera.

Figura 10

**PATRIMONIO DEL FONDO NACIONAL DEL CAFÉ**  
Septiembre 2001 - Diciembre 2003 pr.

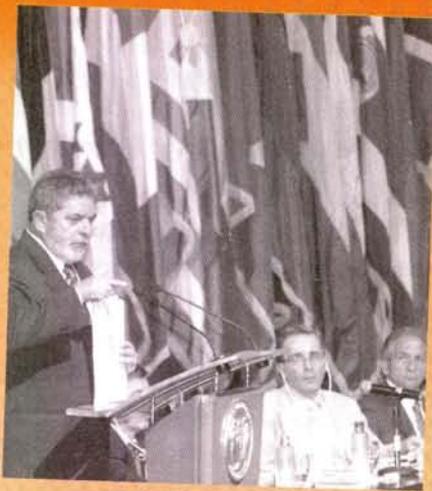


## Cuadro 21

FONDO NACIONAL DEL CAFÉ  
BALANCES GENERALES A SEPTIEMBRE 30 DE CADA AÑO  
EN MILLONES DE DOLÁRES

ACTIVO	2,000	%	2001	%	2,002	%	2003	%
Efectivo	150	20.6%	61	11.9%	99	18.0%	45	7.9%
Ctas por Cobrar	56	7.6%	41	8.0%	154	28.0%	193	33.7%
Inventarios	223	30.6%	167	32.4%	121	22.0%	126	22.0%
Fiducia	88	12.0%	70	13.7%	29	5.2%	16	2.7%
Inversiones	64	8.8%	43	8.3%	36	6.6%	50	8.7%
Activos Mediano Plazo	1	0.1%	1	0.1%	0	0.1%	0	0.0%
Activo Fijo	57	7.8%	54	10.5%	43	7.8%	37	6.4%
Otros Activos	91	12.4%	78	15.1%	68	12.4%	105	18.4%
<b>Total Activo</b>	<b>730</b>	<b>100.0%</b>	<b>515</b>	<b>100.0%</b>	<b>550</b>	<b>100.0%</b>	<b>572</b>	<b>100.0%</b>
<b>PASIVO</b>								
Corriente	38	5.2%	64	12.4%	239	43.4%	246	43.0%
Largo Plazo	59	8.0%	47	9.1%	63	11.5%	56	9.8%
Patrimonio	634	86.8%	404	78.5%	248	45.1%	270	47.3%
<b>Total Pasivo</b>	<b>730</b>	<b>100.0%</b>	<b>515</b>	<b>100.0%</b>	<b>550</b>	<b>100.0%</b>	<b>572</b>	<b>100.0%</b>

Gerencia Financiera  
Presupuesto y Planificación Financiera  
Estados financieros reclasificados para efectos de análisis



# Diplomacia Cafetera

Una estrategia fundamental para enfrentar la actual crisis cafetera ha sido la de incorporar el café en la agenda internacional de Colombia y de otros países. El liderazgo de la diplomacia cafetera colombiana ha permitido la apertura de un diálogo con los principales actores de la escena cafetera internacional y ha generado en la comunidad internacional un sentimiento de solidaridad por la actual crisis. Las gestiones diplomáticas de la Federación Nacional de Cafeteros se han concentrado en los siguientes frentes:

## 1. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ-OIC

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

La Federación de Cafeteros ha participado activamente con propuestas en cada una de estas áreas a través de su participación en el Consejo Internacional del Café -CIC, La Junta Ejecutiva de la OIC; el Grupo de Promoción; el Grupo Director para la promoción y el Comité Consultivo del sector privado. Todos ellos órganos subsidiarios de la OIC y que supervisan las diferentes áreas de trabajo de la Organización. Los resultados en cada uno de las tres áreas se pueden resumir a continuación.

### Agenda de la OIC

#### Promoción de la Calidad

El incremento de la oferta de café de Vietnam y

Brasil, así como la creciente participación de café de mala calidad en el mercado internacional ha originado un descenso sin precedentes en el precio internacional del grano. Se estima que actualmente existen entre 10 y 15 millones de sacos de café de mala calidad, una cifra comparable a la actual sobreoferta que está reduciendo los precios.

Este panorama se ha traducido en la inestabilidad económica y social en las zonas cafeteras de los países productores. En el seno de la OIC se logró la expedición de la Resolución 407 para la Aplicación del Programa de Mejora de la Calidad el Café, la cual establece unas normas mínimas para el café de calidad exportable. Desde su implementación, en octubre de 2002, los esfuerzos de los productores al amparo de la 407 han permitido eliminar del mercado una cantidad de café que la OIC ha estimado entre 3.5 y 4 millones de sacos.

### Promoción del Consumo

En la reunión del CIC en mayo pasado se llegó a la conclusión de que existe una crisis del consumo del café en el mundo. Los consumidores, particularmente en los mercados tradicionales, se han cambiado a otras bebidas, especialmente, las gaseosas. Por esta misma razón, la población joven está dejando de consumir café y el grueso del consumo se está dando en el segmento de la población de más avanzada edad. Ello por supuesto genera rigideces en los niveles de consumo que deben ser superadas mediante la estrecha colaboración entre consumidores y productores de café.

De acuerdo con un reciente estudio de la OIC, de un consumo promedio de 4.69 kilos por persona entre 1990 y 1999, se pasó a 4.55 kilos entre el 2000 y el 2002, es decir, disminuyó 3.12%. En los Estados Unidos la caída fue de 5.13% en el mismo período. Si el con-

sumo aumentara por lo menos al mismo ritmo del crecimiento de la población, en los dos últimos años el consumo total podría haber aumentado en por lo menos 3.0 millones de sacos de café.

En las reuniones de Cartagena se aprobó un Plan de Acción para la promoción del consumo mundial de café. Las estadísticas recientes del consumo de la bebida muestran una tendencia preocupante y es que los mercados tradicionalmente consumidores están dejando de tomar café y lo están sustituyendo por otras bebidas. Ello por supuesto se traduce en un empeoramiento de la crisis cafetera haciendo necesaria la promoción del consumo en esos mercados y en nuevos mercados.

El Plan se concentra en cuatro áreas:

1. La difusión de información positiva relacionada con los beneficios del café en la salud
2. El mejoramiento de la calidad
3. La promoción del consumo en los países productores
4. La promoción del consumo en los mercados nuevos y emergentes

### Sostenibilidad de la caficultura

Se ha trabajado intensamente dentro de la OIC para promover iniciativas y proyectos que se traduzcan en la sostenibilidad de la caficultura en el largo plazo. De esta manera, la Federación ha participado activamente en las discusiones sobre sostenibilidad lideradas por la OIC y por otros foros internacionales como la Sustainability Commodity Initiative en la UNCTAD y en otras iniciativas lideradas por la Agencia de Cooperación Alemana –GTZ como se analiza más adelante.

### Fortalecimiento de la OIC

Además de las acciones propias de la agenda de la OIC, se ha buscado el fortalecimiento de la misma Organización a través de gestiones para el aumento de su membresía.

Se ha trabajado arduamente en el mensaje, especialmente en Estados Unidos, que la OIC es el único foro para discutir la política internacional cafetera y las acciones que se deben adelantar para superar la crisis actual.

La OIC no significa acuerdos de cuotas, controles de oferta y restricciones al libre comercio de café. Todo lo contrario, la OIC a través de medidas totalmente orientadas al mercado libre es el vehículo idóneo para resolver la crisis cafetera y para ello necesita a todos los actores del mercado sentados en la misma mesa.

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

### Celebración de los 40 años de la OIC en Cartagena

El Liderazgo de la Federación de Cafeteros permitió que la celebración de los 40 años de la OIC se hiciera por fuera de Londres. En Cartagena, la OIC recibió un importante apoyo político internacional. La presencia de los presidentes de Colombia, Brasil y Honduras, en representación de Centroamérica, y la masiva

asistencia a las reuniones de Cartagena, así lo ratificó y al mismo tiempo, le permitió a la organización fortalecerse como una entidad multilateral de gran importancia.

En las reuniones de Cartagena los tres presidentes hicieron un llamado para que las grandes multinacionales que comercializan y distribuyen el café busquen medidas que se traduzcan en el mejoramiento de los precios a los productores. Los jefes de estado, inclusive, ofrecieron reunirse con los presidentes de las multinacionales e instruyeron al Director Ejecutivo de la OIC para que hiciera las gestiones pertinentes.

Por otra parte, la Federación propició la creación del Frente Parlamentario Internacional para la Defensa del Caficultor con la participación de parlamentarios de Colombia y Brasil y cuyo objetivo será el de impulsar iniciativas legislativas concertadas que redunden en beneficio de las caficulturas. El Frente se comprometió a ampliar el grupo; a involucrar a los parlamentarios de los países consumidores y propiciar la adopción de medidas y acciones legislativas en dichas naciones que defiendan los intereses de los productores y los consumidores finales. En la 2ª Conferencia Mundial Cafetera que se llevará a cabo en Brasil en el 2004, el Frente se reunirá nuevamente y convocará a los parlamentarios de los países productores y consumidores para definir las bases del trabajo de esta cooperación interparlamentaria.

En el marco de la agenda de la OIC en Cartagena, se organizó un diálogo de la OIC con los productores colombianos, representados en los Miembros del Comité Nacional y los Directores Ejecutivos Departamentales. La reunión sirvió para intercambiar ideas sobre la crisis mundial cafetera y los efectos en los países productores, evaluar el papel de los países consumidores para solucionar la crisis y hacer propuestas para el trabajo de la OIC en esta

materia. En la visita a la zona cafetera se organizó un encuentro similar, esta vez con la presencia de los propios campesinos productores.

### Ingreso de los Estados Unidos a la OIC

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

Las acciones conjuntas adelantadas en esa materia se pueden resumir de la siguiente manera:

1. El Consejo Internacional del Café expidió la Resolución 413 invitando a los Estados Unidos a que regrese a la OIC. Desde entonces, el Director Ejecutivo de la OIC y el Gerente de la Federación de Cafeteros han realizado varias gestiones ante la administración Bush
2. El Congreso norteamericano en vista de la crisis cafetera expidió dos resoluciones en las que llama a la Administración Bush a que tome cartas en el asunto. De la misma manera, el Comité de Apropiaciones decidió reservar US\$ 500 mil para pagar la membresía de Estados Unidos a la OIC si así lo decidiera antes del 1º de junio de 2003. Una segunda resolución está a punto de ser expedida en caso de que el ingreso se haga efectivo en el 2004.
3. El Gerente de la Federación de Cafeteros realizó una visita en abril de 2003 a las principales agencias del Gobierno Bush que tienen injerencia en la decisión sobre el ingre-

so a la OIC. Esta visita apoyada por Honduras y que contó con la participación de delegados de algunos países del Grupo de Arábigos Lavados fue muy fructífera al conseguir el apoyo de la National Coffee Association of America y la Specialty Coffee Association of America, principales agremiaciones de la industria cafetera norteamericana, en las gestiones para convencer a Estados Unidos de su reingreso a la OIC.

4. Los presidentes de Centroamérica y el Presidente Álvaro Uribe le enviaron una carta al Presidente Bush en la que resaltan la importancia de que su país trabaje de la mano de los demás países productores y consumidores en la OIC en la búsqueda de soluciones a la crisis cafetera mundial. El Presidente Bush en respuesta a dicha carta manifestó que su gobierno iba a considerar cuidadosamente esa solicitud.

Las gestiones han sido acompañadas de una fuerte presión (impulsada primordialmente por Colombia) por parte del Congreso de los Estados Unidos hacia la administración Bush en la misma dirección de regresar a la OIC. Un grupo de Senadores miembros del Comité de Relaciones Internacionales del Senado le ha escrito a Colin Powell, Secretario de Estado, para que no demoren la decisión de volver a la OIC.

Al parecer, el Departamento de Estado ha elaborado un documento en el que plantean la estrategia que Estados Unidos debe seguir para apoyar los esfuerzos tendientes a solucionar la crisis mundial cafetera. Según el documento, el cual no se hay hecho público, una de las estrategias apunta a la afiliación a la OIC. En todo caso, la decisión de volver o no a la OIC será tomada en cuestión de semanas y las señales son positivas. Es bueno mencionar que en las reuniones de la OIC en Cartagena estuvieron presentes dos representantes de la Agen-

cia de Cooperación de los Estados Unidos (USAID).

## 2. COOPERACIÓN CON BRASIL

Por más de cuatro décadas, la diplomacia cafetera internacional ha estado sustentada en el entendimiento de Brasil y Colombia. El hecho de haber sido los dos principales países productores y exportadores durante este período, les ha otorgado un liderazgo natural que es necesario utilizar para trabajar coordinadamente en estrategias que redunden en el fortalecimiento de la caficultura en el mundo. Desde la llegada al poder del Presidente Luis Inácio Lula Da Silva, Brasil se ha profundizado la cooperación con los demás países productores. Hoy en día el clima de cooperación es inmejorable y la agenda de trabajo se encuentra en plena implementación.

El buen momento de las relaciones cafeteras con Brasil comenzó con el encuentro que realizaron el Presidente Uribe y el Presidente Lula en Brasilia a principios de marzo del presente año. En ese encuentro el café hizo parte de las discusiones y en el comunicado expedido por ambos mandatarios se dan instrucciones precisas para trabajar conjuntamente en medidas para solucionar la crisis cafetera.

En un encuentro entre el Gerente de la Federación y el Canciller de Brasil, Celso Amorim, en julio se retomaron los mandatos de los Presidentes Uribe y Lula y se acuerda una reunión de productores en Brasil, así como una bilateral con Colombia.

De esta manera, el día 26 de agosto se reunieron representantes de la caficultura de Colombia, México, Guatemala, El Salvador y Honduras con funcionarios del Ministerio de Agricul-

tura, Ganadería y Abastecimiento de Brasil y los principales líderes cafeteros de Brasil representados en ABIC (Industria tostadora), ABICS (Industria del Café Soluble), Cecafé (Exportadores) y el CNC (Consejo Nacional del Café).

La Federación organizó una agenda bilateral para la realización de encuentros técnicos y políticos con las diferentes instancias gubernamentales de Brasil. En ese contexto, se celebraron reuniones con el Ministro de Agricultura, Roberto Rodrigues; con el Secretario de Producción, Linneu da Costa Lima; con los diputados federales Silas Brasileiro y Carlos Meller (ambos de Minas Gerais y con intereses cafeteros) y con el Gobernador de Minas Gerais, Aécio Neves.

En las reuniones de Brasilia, las autoridades brasileras presentaron el esquema de opciones de venta de café, el cual llamó poderosamente la atención de los países productores asistentes que vieron en el mecanismo una oportunidad para retirar café del mercado internacional.

También se fomentó el debate sobre como los países productores pueden plantear una alianza con el consumidor final establecido en los mercados de destino del café. No se trataría de una alianza en contra de los países importadores ni de sus empresas multinacionales transformadoras. Lo que se pretende es llegar al consumidor final y acercarlo a la crisis actual de manera que tenga conciencia de las dificultades por las que atraviesan los productores del café que se están bebiendo.

El impacto que puede causar este tipo de reuniones en el mercado internacional puede ser importante en la medida en que los países productores demuestren su disposición de cooperación y coordinación. Lo ocurrido en Brasilia es una prueba de ello y de cómo los países productores liderados por Brasil pueden sen-

tarse a intercambiar ideas y políticas de una manera transparente y abierta. Es claro que el objetivo de este encuentro fue ofrecer soluciones posibles a la crisis cafetera mundial que no impliquen intervenciones en el mercado de corte populista; y al mismo tiempo analizar alternativas técnicas que tengan respaldo político de manera que las imperfecciones y asimetrías actualmente existentes en el mercado mundial cafetero sean superadas con éxito.

En el campo bilateral los logros fueron bien importantes, pues se estableció un programa de trabajo conjunto en el campo de la promoción del consumo mundial de café y en la asesoría a Colombia para el incremento del consumo doméstico.

La Federación puso a consideración de las autoridades brasileras un documento con los términos de referencia para el convenio de cooperación entre Colombia y Brasil para la promoción del consumo mundial y doméstico de café.

El documento plantea los antecedentes políticos que sentaron las bases para la cooperación entre ambos países y propone para el caso de la promoción del consumo internacional de café una serie de acciones conjuntas que se resumen en los siguientes puntos: (i) la definición de los mercados objetivo; (ii) la investigación de los mercados objetivo; (iii) mercadeo, publicidad y medios de comunicación; (iv) promoción de la calidad; y (v) festivales de café.

Para el caso de la promoción del consumo de café en Colombia, el documento propone las áreas en donde la asesoría y cooperación de Brasil es fundamental. Estos puntos son los siguientes: (i) estudios regionales de mercado; (ii) promoción de la calidad y sello de calidad para el café de consumo doméstico; y (iii) desayunos escolares. De otra parte y considerando la importancia del café en las relaciones bi-

laterales entre Colombia y Brasil, el Presidente de la República mediante el Decreto de 2395 de 2003 designó al Gerente de la Federación como miembro de la Comisión de Vecindad Colombo-Brasilera. La primera reunión de dicha comisión se celebró el pasado de 16 de octubre.

### 3. ACCIONES CONJUNTAS DEL GRUPO DE PAÍSES DE ARÁBIGOS LAVADOS

Además de las gestiones diplomáticas para convencer a los Estados Unidos de que regresen a la OIC, el Grupo de Arábigos Lavados ha venido explorando alternativas para el mejoramiento de la situación cafetera mundial.

Una de ellas tiene que ver con el diseño de un mecanismo de opciones de venta de café similar al que se encuentra en operación en Brasil. Bajo este esquema el Gobierno de Brasil establece un contrato de opción mediante el cual el productor de café adquiere el derecho, más no la obligación, de vender su producción de café al gobierno en una fecha futura a un precio previamente fijado. El mecanismo, que es operado para la Compañía Nacional de Abastecimiento –CONAB, funciona como un seguro de precios al proteger al productor en escenarios de precios bajos.

Al margen de las reuniones de Cartagena, el Grupo de Países de Arábigos Lavados se reunió para analizar una herramienta similar cuya aplicación sería de carácter regional ( México, Centroamérica y Colombia) y que permitiría retener café, bajo un esquema de libre mercado, por un tiempo en espera de un mejoramiento de los precios internacionales. El Grupo se com-

prometió a continuar estudiando esta alternativa.

### 4. FRENTE MULTILATERAL

#### Negociaciones Comerciales ALCA, TLC – Estados Unidos y Mercosur

La Federación ha manifestado por escrito y en encuentros con funcionarios del Ministerio de Comercio su posición sobre las negociaciones comerciales que actualmente adelanta el país. La posición, que ha tenido la acogida del gobierno, consiste en darle al café la categoría de bien sensible en todas estas negociaciones. Al dársele ese carácter, el café proveniente de terceros países será sometido a cronogramas de desgravación de más largo plazo.

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

#### Organización Mundial del Comercio

Ante un proyecto de medida del gobierno de Alemania para establecer límites máximos de contenido de Ochratoxina A -OTA en el café, la Federación inició una intensa labor diplomática con el gobierno Nacio-

## Informe del Gerente General

nal para presionar a dicho país a que se abstenga de emitir una medida que puede convertirse en un serio impedimento para las exportaciones de café a Europa.

De esta manera, los argumentos científicos, técnicos, jurídicos y políticos planteados por la Federación llevaron a que Colombia planteara el tema de la OTA en el Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC, el pasado 29 de octubre. La Misión de Colombia ante la OMC utilizó toda la información suministrada por la Federación para hacer su argumentación en dicha reunión. En el mismo frente, la Embajada de Colombia en Berlín logró que el Congreso de Alemania pospusiera su decisión de expedir dicha legislación mientras evaluaba toda la información sobre los efectos de la misma en la producción y exportación de café a ese país.

## 5. DECLARACIONES POLÍTICAS

La Federación de Cafeteros ha hecho gestiones con la Cancillería para introducir párrafos sobre café en declaraciones políticas de alto nivel:

**Declaración Conjunta de Los Presidentes de Colombia y Brasil. (Brasilia, Marzo de 2003)**

Los Presidentes reiteran los términos de la Declaración Especial de Jefes de Estado y de Gobierno de los Países Productores y Exportadores Iberoamericanos sobre la Crisis Mundial del Café, adoptada en Bávaro, República Dominicana, durante la XII Cúpula Iberoamericana.

Los Presidentes darán instrucciones a los órganos competentes de sus dos Gobiernos para estudiar mecanismos conjuntos para el fortalecimiento de la comercialización del café en los mercados internacionales.

**Declaración Conjunta de Los Presidentes de Colombia y Costa Rica. (San José, Junio de 2003)**

Ambos Mandatarios reiteraron su preocupación por la crisis cafetera mundial que ha ocasionado enormes costos sociales y económicos en ambos países, habida cuenta de la importancia que tiene este producto en las economías colombiana y costarricense. Consideraron prioritario el fortalecimiento de la Organización Internacional del Café (OIC) mediante la incorporación de todos los países exportadores e importadores del grano en dicha organización. Reiteraron el mensaje que los Presidentes de Centroamérica de Colombia le remitieron al Presidente George Bush de los Estados Unidos de América, en la que resaltan la importancia de que los Estados Unidos trabaje de la mano de los demás países productores y consumidores en la OIC, en la búsqueda de soluciones de la crisis cafetera. Finalmente, reiteraron su apoyo a las acciones acordadas en la Declaración de Bávaro de los países productores de café de Iberoamérica, de noviembre de 2002, y encaminadas a trabajar conjuntamente en el diseño de políticas que permitan una solución duradera a la crisis cafetera mundial.

**Declaración de Quirama de los Presidentes de la Comunidad Andina. (Río Negro, Junio 28 de 2003)**

Teniendo en cuenta que la Comunidad Andina en su conjunto es el segundo productor y exportador mundial de café, es importante que los países miembros participen activa-

mente en los debates encaminados a superar la crisis que atraviesa este sector. Por tanto, se reconoce la importancia de que los países miembros de la Comunidad Andina asistan, en la medida de sus posibilidades, a las reuniones de la Organización Internacional del Café, con el fin de que, actuando de manera coordinada, participen en el diseño de las políticas y acciones que van a definir el futuro de la caficultura en el mundo.

Estos esfuerzos de coordinación se reforzarán a través del Grupo Ad Hoc de Café de la Comunidad Andina, foro éste que permite el diálogo y la coordinación de los diferentes actores del sector cafetero andino.

Encuentro de la señora Ministra de Relaciones Exteriores de la República de Colombia y del Señor Ministro de Relaciones Exteriores de la República Federativa de Brasil. (Bogotá, Julio 25 de 2003)

Teniendo en cuenta el mandato dispuesto en la declaración de los Presidentes de Brasil y Colombia del pasado 7 de marzo con relación a la promoción conjunta del consumo de café en los mercados internacionales, los Cancilleres acordaron la celebración de una primera reunión de las autoridades responsables en materia cafetera de ambas naciones en la segunda semana del próximo mes de agosto en Bogotá y en la que se estudiarían las bases de un convenio bilateral para la promoción del consumo mundial de café en nuevos mercados.

La Canciller Barco destacó el liderazgo de Brasil en la escena cafetera internacional en su condición de primer productor mundial de café y la importancia de la convocatoria que Brasil hizo a los demás países productores a una reunión en la que se intercambiarán ideas sobre las medidas domésticas que los diferentes países han adelantado para el apoyo de su caficultura

**Declaración Conjunta de los Presidentes de Colombia y Brasil. (Cartagena, 16 de Septiembre)**

Los Mandatarios expresaron su satisfacción por la celebración de los 40 años de la Organización Internacional del Café -OIC-, y la consideraron como una ocasión propicia para fortalecer esta organización que reúne los intereses de 50 países productores. En este sentido, se congratularon por los lazos de solidaridad y cooperación que unen a Brasil y Colombia como los principales países productores y exportadores de café, y manifestaron su intención de continuar impulsando políticas para la promoción conjunta del consumo de café en los mercados internacionales.

Destacaron que la Organización Internacional del Café -OIC es el foro central para discutir la política internacional cafetera. Apoyaron, conforme a lo acordado, las medidas y programas orientados al mercado adelantados por dicha Organización y que buscan reestablecer el balance entre oferta y demanda, por medio de la promoción de la calidad del café, el aumento del consumo mundial y el diseño de programas de diversificación hacia otros cultivos.

## 6. INICIATIVAS PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA CAFICULTURA

En los últimos años diversos sectores de la economía internacional han venido trabajando en iniciativas orientadas a buscar la sostenibilidad económica, ambiental y social de sus respectivos procesos de producción y comercialización.

En el caso del café, Alemania propuso a finales de 2002 la elaboración de un manual voluntario de buenas prácticas agrícolas para el culti-

## Informe del Gerente General

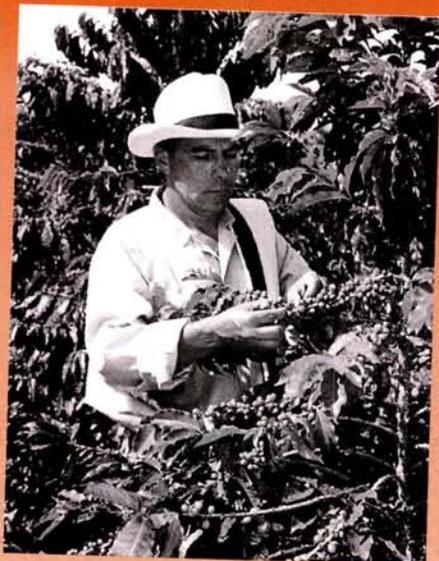
vo del grano y que sería elaborado por los representantes de los productores, los consumidores y la sociedad civil.

Con el manual se aspira a dar una respuesta parcial a la crisis estructural de la economía cafetera internacional mediante el aumento del ingreso de los cultivadores, ya que busca alcanzar la sostenibilidad social y ambiental y elevar la productividad y la calidad del cultivo de café. Esta iniciativa fue presentada a la OIC y cuenta con el apoyo financiero de la GTZ (Agencia de Cooperación de Alemania) y de la Asociación Cafetera de Alemania.

Participan en esta iniciativa Brasil, Colombia (coordinador de los países productores a tra-

vés de la Federación), Guatemala, México, Vietnam y la Organización Interafricana del Café. Vale la pena anotar que el grupo ambiental ha incorporado en su análisis varias de la experiencia de Cenicafe en lo relativo a control de plagas, manejo de suelos, protección de la biodiversidad y beneficio ecológico.

En el grupo que representa a los consumidores participan Nestlé, Kraft, Sara Lee, entre otros. La sociedad civil está representada por algunas importantes ONG's como Oxfam y Greenpeace. Los grandes tostadores han anunciado que estarían dispuestos a comprar cantidades crecientes del café que cumpla las normas básicas de este manual, que debe estar terminado en Diciembre de 2004.



# Plan de Apoyo a la caficultura del Gobierno Nacional

Acuerdo firmado entre el Gobierno  
Nacional y la Federación Nacional de Cafeteros

Con la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo 2003 – 2006, el pasado 18 de julio, el Gobierno Nacional renovó una vez más su compromiso con la caficultura. Mediante la Ley 817, el Congreso de la República aprobó que en el capítulo II, que atañe a la «Descripción de los principales programas de inversión», se describiera la política cafetera del Presidente de la República doctor Álvaro Uribe Vélez:

«El Gobierno continuará su apoyo al sector cafetero a través de: a) incentivos directos a la actividad cafetera; b) programas de acceso al crédito y la continuación del Programa de Reactivación Agropecuaria (PRAN); c) cofinanciación de programas de asistencia técnica e investigación científica; d) ajustes institucionales y de marco legal vigente, particularmente la separación contable de las funciones del Fondo Nacional del Café; y, la posterior actualización del contrato de administración del Fondo entre el Gobierno Nacional y la Federación de Cafeteros; e) programas de reconversión y desarrollo social, y f) gestiones diplomáticas tendientes a buscar mejoras en los precios internacionales para beneficios de los caficultores.»

Dentro de este marco, se renuevan los compromisos adquiridos el 2 de septiembre de 2002, en donde el Gobierno del Presidente Uribe acordó entregar un apoyo temporal a la caficultura. La justificación para este apoyo, se hace debido a que «el sector cafetero continúa siendo estratégico para el país, no sólo por su efecto sobre el empleo rural, sino por su prominencia social y regional», y por el hecho de que «la caficultura es un sector con ventajas competitivas internacionales, que enfrenta una coyuntura adversa sin precedentes<sup>1</sup>.

Esta medida, tal y como se había indicado en el informe al LXII Congreso Nacional de Cafete-

ros, debe entenderse como temporal y decreciente y como un mecanismo para minimizar los efectos del tránsito del sector a la nueva situación de mercado, para que continúe su reconversión y aumente su competitividad.

Es así como hasta esta fecha el apoyo directo del Gobierno Nacional en los dos últimos años ha sido del orden de \$475,370 millones y se ha ejecutado con los siguientes instrumentos: incentivos directos al precio interno cafetero, 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. Adicionalmente, los esfuerzos se han encaminado a fortalecer los ajustes institucionales y del marco legal vigente, el programa de reconversión y desarrollo social emprendido por la presente administración, así como el impulso a la agenda de política cafetera internacional y a los programas de acceso al crédito.

Por su parte, el Gremio se comprometió en una serie de medidas encaminadas principalmente a: i) la estabilización financiera del Fondo Nacional del Café; ii) la separación contable de sus funciones, y ii) el diseño de estrategias para aumentar la competitividad del café y generar mayor valor (cafés especiales, liofilizado, tiendas y desarrollo de la marca).

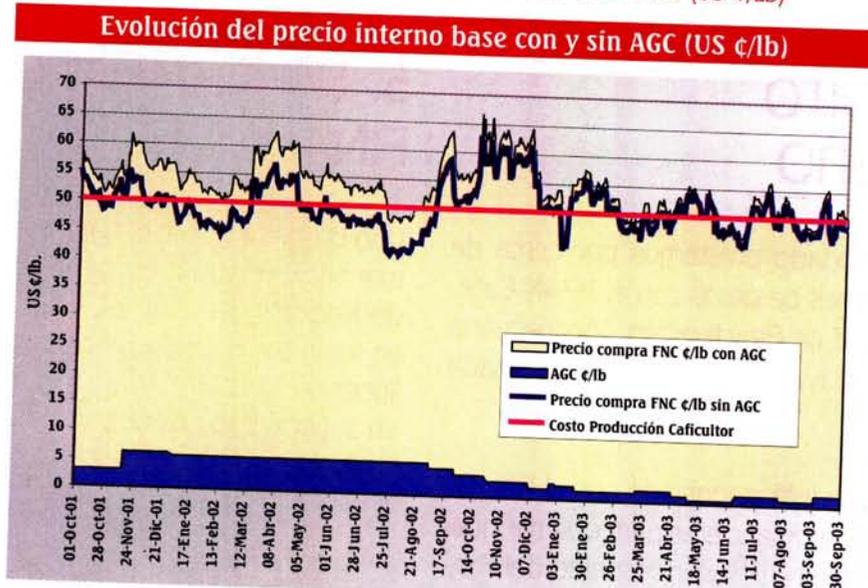
En cuanto a los avances del acuerdo es importante destacar los siguientes aspectos:

## 1. APOYO AL INGRESO CAFETERO

Durante 2002 los recursos girados por AGC sumaron \$160.000 millones. En el 2003, pre-

<sup>1</sup> Acuerdo Entre el Gobierno Nacional y la Federación Nacional del Cafeteros, septiembre 02 de 2002.

**Figura 11**  
EVOLUCIÓN DEL PRECIO INTERNO BASE CON Y SIN AGC (US ¢/LB)



viendo una recuperación moderada del precio internacional, se han apropiado en el Presupuesto General de la Nación \$70.000 millones y hasta el 31 de septiembre se habían ejecutado \$43.187 millones.

Durante la presente vigencia el precio interno base se incrementó en un 11% y si se incluye el precio con prima de calidad este creció en un 26%. La Figura presenta la evolución del precio interno base con y sin AGC.

Para el 2004 el Gobierno Nacional incluyó en el Presupuesto Nacional una partida por \$45.000 millones.

rante el año 2002 el funcionamiento del Servicio de Extensión de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros del país, adicionalmente se pagó el 50% del costo de funcionamiento del Centro Nacional de Investigaciones de Café, Cenicafé.

Atendiendo las recomendaciones de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera, con recursos del Gobierno Nacional, se financió la evaluación de Cenicafé por parte de la organización internacional ISNAR. El estudio destacó la importancia de ese Centro de Investigación y formuló una serie de recomendaciones sobre sus futuros trabajos y sobre la transferencia de tecnología a los caficultores.

Este año se inició uno de los principales proyectos en sus 66 años de historia: el estudio del Genoma del Café y de la broca con inversiones por más de 7.100 millones de pesos.

Con estos recursos y los del FNC, pudo atenderse a los caficultores en los diferentes programas que adelanta el gremio para la trans-

## 2. ASISTENCIA TÉCNICA E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Con recursos del Ministerio de Agricultura en cuantía de \$34.980 millones, se financió du-

formación y mejoramiento del proceso productivo que se deriva de este servicio.

## 3. CRÉDITO CAFETERO

Se han refinanciado préstamos por cerca de 325.000 millones de pesos con el PRAN Cafetero (Programa de Reactivación Agropecuaria Nacional), incluyendo la cartera clasificada como A y B.

Actualmente, se está trabajando con el Gobierno y las entidades financieras para obtener nuevos sistemas de crédito, con respaldo del Fondo Agropecuario de Garantías (FAG).

## 4. RENOVACIÓN DE CAFETALES

Durante el 2002, se reanudó el programa de renovación de cultivos, iniciado en 1998 y que se suspendió en el 2001 por falta de recursos. Con lo ejecutado durante el 2002 se renovaron cerca de 61 mil hectáreas alcanzando un total de 290 mil hectáreas de las 350 mil propuestas entre 1998 y 2002, con recursos del Gobierno por \$30.000 millones, que beneficia-

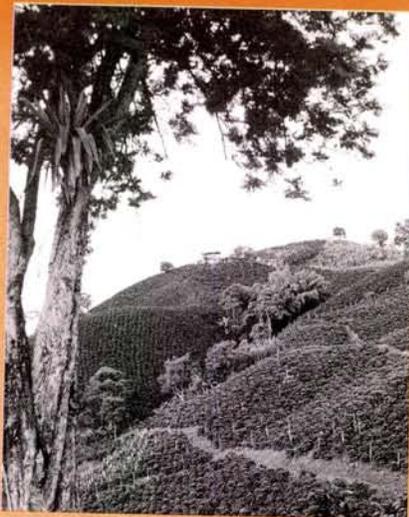
ron a más de 63.000 productores en todo el país.

## 5. SANEAMIENTO FINANCIERO

Uno de los programas fundamentales de la actual administración es el saneamiento del Fondo Nacional del Café. De un déficit acumulado en los últimos cuatro años por \$435.000 millones, al concluir el 2003 el Fondo registrará un superávit y un leve crecimiento de su patrimonio, lo cual también contribuye a equilibrar el conjunto de las finanzas públicas.

## 6. RECONVERSIÓN DE LA CAFICULTURA

Se está trabajando en buscar financiación con el Gobierno Nacional y con la Banca Multilateral para proyectos que buscan mejorar la productividad cafetera en finca con énfasis en menores costos y mejoramiento de la calidad, así como generar educación para el desarrollo y bienestar social de la familia cafetera. Proyectos como el de seguridad alimentaria, facilitar el acceso a la tenencia de tierras a jóvenes agricultores, impulsar modelos educativos basados en la metodología de Escuela Nueva y en alfabetización de adultos.



Gerencia

Administrativa

## Informe del Gerente General

Las directrices señaladas por los Cuerpos Colegiados de la Organización y la Gerencia General, enmarcadas dentro de los principios de Austeridad, Unidad, Transparencia, Disciplina y Trabajo en Equipo, en procura de lograr una organización de excelencia, con una clara vocación de servicio al cliente y, el postulado «Primero el Caficultor y después lo demás», fueron para la Gerencia Administrativa el marco rector para el desarrollo de sus actividades en la vigencia 2003.

Es así como brevemente se presentan los siguientes resultados:

### 1. CEDULACIÓN CAFETERA

Para dar cumplimiento a las normas estatutarias y buscando mantener viva la identidad del gremio cafetero, se dispone de una base de datos nacional de 366 mil cedulados. De ésta, al finalizar octubre y en lo corrido del año, se

habían actualizado treinta mil quinientas ochenta (30.580) cedulas de las cuales ocho mil quinientos setenta y seis (8.576) son nuevas cedulas y 21.989 son renovaciones o reexpediciones. En el Cuadro 22 se observa la distribución por departamento.

### 2. ORGANIZACIÓN DE EXCELENCIA

Bajo este concepto se relacionan los siguientes proyectos:

#### Sistema de Control de la Gestión

Esta iniciativa busca disponer de un sistema de control de la gestión, alineado con las áreas claves y objetivos estratégicos de la organización, facilitando el cambio cultural a partir del entendimiento de una visión compartida.

Destacamos como avance la definición del modelo para la representación de la estrategia; complementariamente se están construyendo

**Cuadro 22**  
CEDULACIÓN CAFETERA

	AÑO 2003					TOTAL
	Canceladas	Expedidas	Reexpedidas	Renovadas	Renovadas con Authoadesivo	
ANTIOQUIA	0	778	26	119	558	1,481
BOYACA	0	68	0	17	111	196
CALDAS	0	736	54	602	4,285	5,677
CAQUETÁ	0	112	0	12	0	124
CAUCA	1	1,218	6	1,232	748	3,205
CESAR	0	130	13	111	32	286
CUNDINAMARCA	0	833	22	153	3,810	4,818
CHOCO	0	0	0	0	0	0
HUILA	10	1,432	46	590	2,362	4,440
GUAJIRA	0	36	5	34	52	127
MAGDALENA	0	60	1	113	0	174
META	0	0	0	0	0	0
NARIÑO	0	717	7	184	334	1,242
N. DE SANTANDER	0	277	0	131	66	474
QUINDÍO	0	193	12	115	50	370
RISARALDA	3	515	27	1,035	740	2,320
SANTANDER	1	465	21	161	1,493	2,141
TOLIMA	0	607	13	350	791	1,761
VALLE	0	399	16	167	1,162	1,744
CASANARE	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>8,576</b>	<b>269</b>	<b>5,126</b>	<b>16,594</b>	<b>30,580</b>

los indicadores estratégicos y operacionales. En el 2004 se prevé la implementación de la primera medición.

### **Certificaciones NTC-ISO 9000:2000 Servicios/ NTC-ISO 14000 Administración Ambiental**

El objetivo es lograr para la Federación y Almacafé la certificación de calidad para consolidar el reconocimiento internacional de los procesos y garantizar la satisfacción de sus clientes; traduciendo esto en oportunidades para continuar con el mejoramiento de la calidad de vida del caficultor.

Se culminó la fase de diagnóstico en la cual se hizo el reconocimiento general de la organización, la documentación relativa al sistema de calidad y ambiental existente, incluyendo los procesos de apoyo, así como la visita a algunas áreas de trabajo. Se elaboró el análisis sobre la adecuación de los documentos que describen el manejo del sistema Integral con base en las normas NTC ISO 9001:2000 e ISO 14001 y la verificación de su nivel de implantación; adicionalmente se elaboró la estructura de la Norma Base Documental.

### **Capacitación Virtual – Universidad del Café**

Para contribuir al desarrollo del caficultor y los empleados, se busca potencializar la generación de conocimiento mediante el aprendizaje por medios electrónicos como e-learning.

Es así como a partir de un trabajo interdisciplinario e interinstitucional liderado por la Gerencia Técnica con su equipo de extensión y Cenicafé; La Fundación Manuel Mejía y la Gerencia Administrativa, durante los meses de

marzo a octubre del presente año, se diseñó un piloto para la comunidad técnica, con el curso «Morfología, Fisiología y Nutrición Mineral del Café», dando inicio a la curva de aprendizaje en esta nueva estrategia. Para el año 2004 se estima que la comunidad técnica esté tomando un curso del pénsium definido y se dará inicio a la estructura del pénsium de los empleados y caficultores.

### **Reestructuración Área Acreedores y Deudores**

Esta área estaba adscrita a la Gerencia Financiera y en la optimización de los escenarios de negocios para las operaciones generadas en el ciclo logístico de Bienes y Servicios en el marco de la Organización por Procesos, se reasignó al equipo de trabajo de la Gerencia Administrativa, obteniendo una reducción del 50% de los integrantes del equipo de trabajo y del 60% en el volumen de operaciones de menor cuantía.

**Propuesta Modelo de Organización Comité Magdalena:** Se definió el modelo de estructura organizacional para: Fomentar la Gestión Gremial, Conseguir una caficultura sostenible y, Fortalecer Tejido Social. En el 2004 se espera consolidarlo y aplicarlo en los otros Comités Departamentales de Cafeteros

## **3. POLÍTICA DE DESARROLLO HUMANO**

Atendiendo la recomendación cuatro del Congreso del 2002, se estructuró un plan de alivio para los empleados con créditos vigentes, consistentes en la reducción de la tasas de interés y en la eliminación del gradiente constante de incremento anual en las cuotas de amortización de los créditos.

En materia de pensiones de jubilación se recuperaron trescientos treinta y nueve millones (\$339 mill) por la gestión de seguimiento y cobro de retroactivos de pensiones compartidas ante las Tesorerías del Seguro Social a nivel nacional y mediante los cobros coactivos directos a Pensionados morosos, que habían recibido retroactividad o indemnización sustitutiva. De igual forma se tramitaron 19 solicitudes de Devolución de Aportes ante el Seguro Social, para lo cual se estima una suma pendiente de giro por parte de esa Entidad de \$250.000.000.

En cuanto a la cartera de retirados de las empresas, se fortaleció la gestión de cobro presentando una disminución del saldo de la cartera en un 14% y un incremento en el recaudo del 15%.

## 4. EVOLUCIÓN DE LA NÓMINA

Comparados los años 2002 y 2003 se observa el cumplimiento de la política en cuanto a la austeridad y congelamiento de la planta de cargos. En la Oficina Central, Inspecciones Cafeteras, Cenicafé y Fabrica de Liofilizado se retiraron 44 personas de las cuales se reemplazaron 24; en los Comités Departamentales, se presentaron 46 retiros e ingresaron 51 colaboradores. La Federación durante el año tuvo 1.630 empleados, cifra que comparada con la vigencia 2002 presenta una variación del 4.54% sustentada principalmente en la reforma laboral de diciembre de 2002 la cual generó a los empresarios una mayor contratación de aprendices.

La nómina de pensionados está conformada por 932 personas, distribuidas así: el 41% son pensiones plenas, el 43% corresponden a pensio-

nes compartidas con el ISS y el 16% son pensiones con expectativa de compartir.

## 5. TECNOLOGÍA Y COMUNICACIONES

Para este capítulo se resalta: Renovación Tecnológica: Adquisición de 460 equipos de escritorio para empleados del Servicio de Extensión, Oficina Central, Inspecciones Cafeteras y Almacafé con un descuento efectivo importante. Red de Comunicaciones Corporativa: Se unificó la administración del servicio de treinta y tres (33) sitios remotos de las empresas, con soporte de los procesos vitales y de apoyo de la Institucionalidad Cafetera. La disminución de los costos fijos de operación por este concepto ascendió a setecientos treinta y tres millones (\$ 773 mill). Seguridad Informática: El esquema de seguridad implementado en la Federación, permitió controlar los intentos de ataque sobre la infraestructura tecnológica que en promedio ascendieron a 20.000. Cabe anotar que el número de intentos de ataque es coherente con la situación que presentan otras Empresas del sector. Aplicativo Contratos de Cobertura y Físicos para la Operación Café: Se integró la operación de coberturas en el proceso de comercialización del café, en el sistema de información corporativo. Este proyecto se ejecutó bajo una estructura de costos fijos utilizando las herramientas de desarrollo, licenciamiento de software e infraestructura técnica existente. El costo de adquisición de un software de coberturas en el mercado, asciende a Un millón de dólares (US \$ 1.000.000) aproximadamente. Con este aplicativo, la Federación fue premiada en la segunda convocatoria de reconocimiento al logro que realizó la Asociación de Usuarios SAP- ASUG-. Plan Florescencia: Se desarrolló una herramienta que apoya al caficultor en la búsqueda del mejor precio

de su café. **Página Organización Internacional del Café – 40 años:** Mediante la creación del sitio web, se agilizó el proceso de registro y organización de las diferentes delegaciones que asistieron al Internacional Coffee Council celebrado en Colombia.

## 6. ACUERDO : GOBIERNO NACIONAL

Bajo los lineamientos del acuerdo, se destacan:

### Gestión de activos

**Venta de Inmuebles:** La meta propuesta para el periodo 2002 - 2004, tanto para la venta de los inmuebles del Fondo Nacional como para los de propiedad de la Federación, presenta los siguientes resultados: Ventas por el 99.78% del valor de la meta, porcentaje equivalente a \$60.840 millones. Es importante resaltar que Federación y Fondo superaron el nivel de ejecución esperado (66.66%) del plan de ventas en el 2003, al tener una ejecución del 125% y 75.8% respectivamente. También conviene anotar que el valor total de venta de los inmuebles superó en un 6.3% al avalúo comercial y aclarar que los activos de la Federación Nacional de Cafeteros, se adquirieron con criterios de inversión razón por la cual son más comerciales, en tanto los del Fondo Nacional del Café obedecen a la naturaleza de la operación, por consiguiente es más difícil venderlos por su justo precio.

**Arriendo de Inmuebles:** Durante el año 2003, se incrementó el área total de inmuebles arrendados; los ingresos por este concepto ascendieron a \$7.208 millones de pesos, no obstante que el área total disponible se redujo debido a las ventas arriba comentadas. Hoy, del área

total de inmuebles de la Federación, el 83.28% se encuentra arrendada.

**Gestión de Cartera Inmuebles:** Durante el año 2003, se presentó una disminución de la cartera en mora del 45% con respecto al 2002. Del 2.03% que se encuentra en mora, el 69% ya tiene acuerdo y cronograma de pago, el restante 31% se encuentra en proceso de cobro directo.

**Gestión de Venta Empaque:** Se dispuso la venta del empaque inservible del Fondo Nacional del Café, orientado especialmente a las fábricas de empaques y a los proyectos ambientales y de recuperación de suelos, reflejando ingresos por mil trescientos noventa y nueve (1.399) millones.

## 7. OFICINAS DE COORDINACIÓN : REGIONAL

Sobresalen los programas que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de la población cafetera de los Departamentos del Meta, Caquetá y Casanare, los cuales centraron su atención en la ejecución de obras de infraestructura rural, cuya inversión supera los \$1500 millones de pesos y beneficia a más de 17.000 caficultores. Adicionalmente, se ejecutó el presupuesto del Programa de Apoyo al Caficultor, el cual invirtió \$800 millones de pesos en la renovación de 500 hectáreas de café, 850 patios secaderos, 740 proyectos de Seguridad Alimentaria, 1700 actividades de extensión rural en las que participaron más de 24 mil caficultores. Finalmente, el apoyo entregado a los caficultores en éstos departamentos a través de los diferentes programas ha propiciado el posicionamiento de tres marcas de café es-

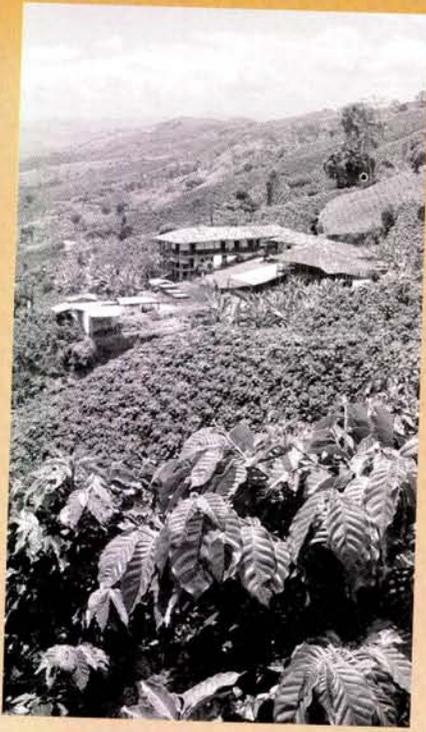
pecial; de las que sobresale el café de Támara Casanare, proyecto que además de su reconocimiento en el mercado, obtuvo una bonificación de \$355 millones de pesos, que se distribuyeron a más de 100 familias productoras.

## **8. AUDITORÍA INTERNA**

Se coordinó la visita de la Contraloría General de la República al Fondo Nacional del Café por la vigencia fiscal de 2002, de la cual se obtuvo como resultado el fenecimiento de la cuenta de ese año. Durante esta misma vigencia, la Contraloría adelantó la primera fase de la auditoría al año 2003, la cual se atendió en su

totalidad. Otro logro con la Contraloría fue consolidar en un solo plan de mejoramiento los planes de los años 2000, 2001 y 2002 el cual se encuentra en un 78% de su ejecución; se tiene previsto que al cierre del año 2004 esté totalmente cumplido.

En cumplimiento del contrato Gobierno Federación se adelantaron las funciones de auditoría interna sobre la contribución cafetera. Los informes correspondientes al segundo semestre del 2002 y primer semestre del 2003 fueron presentados al Comité Nacional de Cafeteros. Se realizaron visitas a los Comités Departamentales de Cesar Guajira y Cundinamarca con el fin de evaluar el cumplimiento de estatuto de contratación.



# Anexos

## ANEXO 1

Principales intervenciones del señor Gerente General

### PRESENTACIÓN DEL DR. GABRIEL SILVA LUJÁN, GERENTE GENERAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA EN LA 92ª REUNIÓN ANUAL DE LA NATIONAL COFFEE ASSOCIATION - NCA

#### Colombia: El amanecer de una nueva era<sup>(1)</sup>

Gabriel Silva Luján \*

Estoy al tanto de la magnitud de mi tarea al tratar el futuro de la economía global del café delante de una audiencia tan bien informada. Una tarea aún más desafiante cuando se lleva a costas el legado de personas tan influyentes y respetadas en el mundo del café, como Don Arturo Gómez y el señor Jorge Cárdenas, mis predecesores.

De igual forma, deseo agradecer al Comité y al Director Ejecutivo por la invitación a estar hoy con ustedes. Es un gesto que señala un interés profundo en promover un diálogo franco entre los productores y los consumidores. De hecho, mi presentación pretende relatar el sufrimiento y el dolor que experimentan cientos de miles de familias pobres, pequeños caficultores, y trabajadores rurales en los países productores de café.

No obstante, esta perspectiva tampoco es el único punto de vista del que quiero hablar. También quiero hablarles como colega, no importa lo pequeño que sea, cada uno de ellos es un empresario, un factor crítico del negocio en el mundo del café. Mi esperanza, también es tratar estos temas, ante este auditorio, con la experiencia de una institución que tiene el privilegio de ser uno de los exportadores líderes de café verde y procesado en el mundo. Ustedes nos conocen bien. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia ha sido y será un socio de confianza y credibilidad. En ese sentido, siento que hablo ante un grupo de amigos. Y eso me permite que sea sincero y vaya al punto.

La crisis actual es devastadora: Más de 600.000 trabajadores rurales en Centro América perdieron sus trabajos; la desnutrición infantil en la zona cafetera de Colombia se dobló durante los últimos cinco años; la migración rural-urbana así como la inmigración ilegal en los Estados Uni-

---

<sup>1</sup> Boca Ratón, Florida. Marzo 7 de 2003

dos ha crecido exponencialmente; los mercados africanos del café implosionaron; los ingresos reales de los caficultores han descendido un 60% comparado con los obtenidos la década pasada; el malestar social, la violencia, y las cosechas ilegales se han ampliado en la mayoría de las áreas productoras.

Los números, aun con lo dramáticos que son, no pueden acabar de describir la magnitud del sufrimiento humano en las regiones cafeteras del mundo.

He caminado los cafetales de muchos países y he visto de primera mano las cicatrices de la pobreza y la actual miseria sembrada por la crisis.

En tal sentido, déjenme asegurarles que éstas no son las lamentaciones de un liberal-socialista. Ciertamente, mis impresiones son de alguien, que no sólo está profundamente preocupado con el deterioro social, sino también de alguien con un interés económico fundamental en la sostenibilidad de largo plazo de la industria cafetera mundial. Esta industria es nuestro sustento, así como el de ustedes. Y tenemos la responsabilidad de diseñar soluciones conjuntas que le permitan a la comunidad cafetera contar con un futuro.

En el centro de la crisis está el deterioro pronunciado de los precios internacionales del café. Recientemente, el café alcanzó el valor real más bajo en un siglo. Y en contraste con crisis anteriores, en esta ocasión los precios bajos están mostrando una tendencia sin precedentes de permanecer. Al mismo tiempo, con los precios bajos hemos visto acentuarse la concentración en la participación del mercado y en la distribución de las utilidades de la industria mundial cafetera.

Por tal motivo, la preocupación de la comunidad del café con la profundidad y duración de la crisis, está muy relacionada con el tema elegido para efectuar esta reunión. La caída ha sido severa y el fondo todavía parece lejano, tanto que incluso considero que debemos preguntarnos ¿estamos presenciando el principio del fin?, o más bien, ¿estamos ante un rápido y desastroso colapso de la estructura productiva del café tal y como la hemos conocido durante los últimos cincuenta años?

La siguiente pregunta es obvia. ¿Debemos hacer algo? Y aún más relevante, ¿Hay algo que podamos hacer que marque la diferencia?

A la primera pregunta tenemos la obligación de responder sí, tanto por razones morales y económicas. Como miembros de la comunidad cafetera no podemos quedarnos sentados mirando cómo circunstancias más allá de nuestro control, destruyen completamente el sustento y la dignidad de más de 25 millones de familias en los países más pobres del planeta.

Como personas de negocios, deberíamos estar preocupados por el incremento en la concentración del negocio y la participación en el mercado, la extinción de los pequeños productores; la eliminación de la diversidad y la variedad en la oferta de grano; el deterioro de la calidad; la pérdida de fuentes de oferta confiables. Además de otras consideraciones estrictamente económicas que imploran por una acción urgente.

La respuesta a la siguiente pregunta es, ciertamente, más difícil. Pero antes de dedicarnos a hablar acerca de lo que puede hacer la industria y los países consumidores para superar la crisis, miremos qué han hecho los países productores de café.

Al respecto, no es poco frecuente oír a los que se autodenominan expertos en el tema del café, predicar la teoría de la productividad y competitividad. Claman para que los productores tengan menores costos de producción y sean más eficientes, en lugar de exigir mejores precios. Afirman que los caficultores están pagando el precio por su autoindulgencia y por no responder en forma oportuna a las fuerzas del mercado.

Sin embargo, la evidencia señala precisamente en otra dirección. Tomen el caso de Colombia. Entre 1999 y 2002 la productividad –medida en número de sacos por hectárea– aumentó 45 %. El costo de producción bajó de un dólar en 1998 a sesenta y dos centavos el año pasado. El área cultivada disminuyó 35% en menos de una década, con una porción significativa perteneciente a áreas marginales que se han dedicado a actividades agropecuarias más provechosas.

Desde una perspectiva institucional, el ajuste ha sido igualmente dramático. La Federación Nacional de Cafeteros, que tradicionalmente había reemplazado al gobierno en los programas de servicio social en las zonas cafeteras, redujo su personal en 60% y el valor de la nómina en 70% en términos reales. De igual forma, durante la década pasada detuvo muchas de las iniciativas de investigación.

Y el ajuste no ha sido menos dramático en Centroamérica. El año pasado la región perdió cerca del 2 % de su producción y podría perder hasta el 10% este año. Buena parte del daño y reducción en el área son irreversibles. Pero en realidad, todo este ajuste, todo este sufrimiento que obligó a apretarse el cinturón, no ha retribuido en mejores condiciones de mercado, de precios o del ingreso. Y lo que es más crítico, es que no hay espacio para más sacrificios, los caficultores han alcanzado sus límites estructurales de sostenibilidad. El balón está ahora en el otro lado, les corresponde a ustedes el turno.

Por tal motivo, para establecer un plan de acción, necesitamos entender la naturaleza de la crisis que estamos enfrentando.

Algunos analistas han sostenido que es una crisis de oferta. Y en cierto sentido es verdad, pues la caída en precios se relaciona fuertemente con el exceso de oferta de ciertos países. Otros sostienen que es una crisis tecnológica. Pues en efecto, el mundo cafetero está cada vez más segmentado, y muestra significativas brechas de productividad entre regiones y tipos de café. Otros, argumentan que vivimos una crisis de demanda. Lo cual también es cierto pues la caída en los precios no estimuló un incremento en el consumo como anuncia la teoría económica clásica.

Mientras, otros sostienen que es una crisis de rentabilidad. Esta posición también es válida, pues la búsqueda por la maximización del margen llevó a la estrategia de producir mezclas que discriminaban en contra de los cafés arábigos de calidad y mayor costo.

Sin embargo, no existe una razón única que pueda explicar la naturaleza dominante del problema puesto que estamos viviendo una crisis de visión. Los problemas actuales se remontan a una época en que la comunidad internacional del café decidió no asumir la responsabilidad de construir un futuro colectivo. De hecho, renunciamos a nuestro deber de cooperar y construir un acuerdo aceptable para todas las partes.

El colapso de los instrumentos internacionales para la coordinación del mercado y el abandono de la estructura multilateral de la política representada por la Organización Internacional del Café, dejó a los consumidores y productores a la merced exclusiva de las fuerzas del mercado. Las expectativas eufóricas, con las cuales la industria y algunos países consumidores esperaron la transición, no se materializaron. El equivalente a «nuestro muro de Berlín» cayó, pero las promesas de prosperidad, mejores precios y mayor calidad jamás se cumplieron.

Y aquí estamos, diez años más tarde en una crítica coyuntura, preguntándonos qué podemos hacer por la sostenibilidad de la comunidad cafetera mundial a pesar del daño ya causado. Y aquí estamos en la búsqueda de una visión que nos de una nueva carta de navegación para trabajar juntos. Y aquí estamos mirándonos los unos a los otros, haciendo un esfuerzo para evitar la tentación, aunque inútil, de señalar con el dedo de la recriminación.

Y es que la dicotomía frente a ustedes es precisamente esa. Podemos encontrar un terreno común para la cooperación en la construcción de una nueva visión, o vamos a repetir los errores del pasado hasta dividir la comunidad global entre los que tienen y los que no. Aún hay tiempo para evitar el segundo escenario que no tiene otro propósito que el de crear resentimientos duraderos.

Creemos en las fuerzas del mercado, pero también estamos convencidos que estas no pueden sustituir la sabiduría y la voluntad política. Estas son como pura sangre; salvajes y rápidos, pero necesitan de un jinete experimentado si es que se quiere alcanzar la victoria. Sin duda, existen tres aspectos claves en el proceso para construir una visión que nos permita movernos hacia un futuro sostenible: primero, definir de común acuerdo lo que es café, su producción y consumo; segundo, un código común de principios; y tercero, una agenda común. Déjenme ser presuntuoso y permítanme creer que puedo contribuir con algunas ideas a esta discusión.

Y es que el café es mucho más que una forma práctica de transportar cafeína. Si ese fuera el caso, este negocio estaría condenado a ser víctima de las bebidas gaseosas y las nuevas tendencias de las bebidas energéticas. El café es mucho más que un «commodity». Es un producto altamente complejo con una gama de atributos que lo diferencian. Hay tesoros ocultos en su diversidad que todos podemos encontrar.

Tomar café no es solamente un hábito. Es, y debe ser entendido, como un rito, una comunión entre la mente y el sabor. Lo que se encuentra en la taza debe ser sagrado. Y todos debemos ser los guardianes de esta orden secreta.

Así mismo, producir café no es solamente un negocio o una fuente de sustento, es una cultura. La capacidad de producir el grano adecuado y la taza adecuada al precio correcto, es un arte y una

## Informe del Gerente General

tradición que no puede improvisarse o transcribirse en manuales técnicos. Requiere de un conocimiento y un compromiso por parte de todos los agentes implicados.

Ahora, si miramos los principios básicos, entre más simple mejor. Si Dios fue capaz de enviarnos su sabiduría en diez mandamientos, yo diría que con tres mandamientos sobre el café sería suficiente para orientar el proceso de toma de decisiones de la comunidad global del café:

El caficultor necesita ganar un sustento decente; la industria debe obtener utilidad; y el consumidor tiene el derecho a exigir información, transparencia y posibilidad de elegir. Si todos siguiéramos estos principios, sería una contribución enorme.

Sin duda entonces, construir una agenda de trabajo común y un plan de acción, es de por sí una meta compleja, pero factible si estamos comprometidos seriamente en garantizar la sostenibilidad. Esto permitiría asumir que la comunidad global del café está lista para admitir que ni los poderes del mercado, ni los buenos gestos de voluntad son suficientes para alcanzar el balance de largo plazo del negocio.

En tal sentido, el Representante Cass Ballenger sabe muy bien, que la forma como se construye un consenso es tan importante como el consenso en sí mismo. Se necesita un foro legítimo, que tenga un adecuado mandato institucional, con capacidad de seguimiento y presión. Y para la comunidad internacional del café solamente hay un escenario.

La Organización Internacional del Café porta las memorias, algunos inclusive pueden llamarlas pesadillas, de pactos de cuotas y promesas incumplidas. Esas memorias del pasado son suficientes para desalentar a algunos jugadores dominantes de darle a esta organización una nueva posibilidad de éxito, una segunda oportunidad. Sin embargo, esa actitud es un error. La OIC, bajo la dirección de su nuevo director ejecutivo Sr. Néstor Osorio, es el escenario institucional más eficaz para que los gobiernos, productores y consumidores puedan tener un centro que les permita encontrar un marco para una cooperación multilateral seria. La NCA y sus miembros necesitan poner todo su músculo detrás de esta iniciativa y animar a los Estados Unidos a que reingrese. Esto por sí solo, haría las cosas mucho más fáciles y a su vez enviaría un fuerte mensaje de esperanza a los cultivadores del café alrededor del mundo. Y es que el alcance de una agenda común de sostenibilidad es enorme, al respecto, podríamos pasar horas imaginando todos los temas interesantes que podrían entrar en ella. Pero por razones prácticas déjenme concentrar mis comentarios en un tema que ya está sobre la mesa: la calidad del café y los estándares de calidad. Ésta es un área en la cual podríamos generar un significativo impacto económico de corto plazo, así como positivos efectos estructurales de largo plazo en favor de la sostenibilidad.

El futuro del café no puede verse sin una revolución de la calidad. De hecho, mi país siempre ha creído vehementemente que la calidad hace la diferencia para el consumidor y el productor. Los estándares rigurosos que utilizamos para el cultivo, el procesamiento y la exportación han dado sus frutos. Después de décadas de inversión en el reconocimiento de calidad y origen, Colombia hoy es valorada por la industria y por los consumidores como fuente consistente de granos Premium.

Somos la prueba viviente del éxito potencial que se obtiene del trabajo en conjunto entre la industria y los caficultores, todo gracias al programa 100 % Café de Colombia. De la mano con algunos de los mayores participantes de la industria y de sus marcas locales, hemos ofrecido por décadas café de la más alta calidad a los consumidores americanos.

El mercado está demostrando un apetito creciente por la calidad. Se puede entender como una revolución que está surgiendo en los Estados Unidos. Los esfuerzos pioneros de Starbucks y Dunkin Donuts, por ejemplo, de ofrecer café de calidad al mercado y de proporcionar una experiencia memorable más allá del café que beben los ricos y famosos, es una fuerte tendencia hacia la cual nos debemos mover.

Además, el dinamismo del mercado de los cafés especiales es un indicador de las inmensas posibilidades que la calidad tiene como generador de ingreso y es un factor crítico para atraer nuevos adeptos al rito de consumir café. La calidad es el catalizador más fuerte para el crecimiento del consumo. Y como todos sabemos, el incremento en la demanda es la mejor estrategia de mercado capaz de contribuir con seriedad a la sostenibilidad de largo plazo de la industria del café. El tema de la calidad, va mucho más allá de unos estándares mínimos. No obstante, consideramos que estos son una herramienta muy útil para generar los parámetros y límites de lo que es y no es aceptable para el consumo humano. Además se constituye en un tema altamente controversial al que debemos acercarnos con cautela pues es una materia sensitiva para todas las partes implicadas. Los estándares de calidad deben reunir ciertos criterios, si es que van a ser de utilidad. Tienen que ser universales, realistas, obligatorios, multilaterales. ¿Estamos listos?, ¡No!. Pero vamos por buen camino. Nosotros hacemos un llamado para que se use la resolución 407 de la OIC como el punto de referencia a nivel mundial, pues de hecho, los estándares contenidos en dicha resolución recopilan la mayoría de los criterios relevantes sobre el tema. El problema es que, con la ausencia de los Estados Unidos en la OIC, así como de otros mercados potenciales como China y Rusia, y la excepción para los cafés solubles incluida por Brasil, el alcance de la resolución 407 es limitado.

En conclusión, necesitamos una acogida universal de los estándares de la resolución 407 de la OIC, y si es necesario, buscar rutas alternativas que permitan que se establezca una legislación para que los no miembros de la OIC, tengan la obligación de implementar la norma.

No hay duda que los países productores necesitan de mecanismos que los obliguen a cumplir con el monitoreo. Adicionalmente, debe diseñarse un instrumento de soporte financiero, idealmente con la participación de la industria de los países consumidores, con el fin de permitir que los países más pobres puedan destruir los cafés rechazados.

De acuerdo con nuestros cálculos, una reducción de la oferta del 5%, que es una apreciación realista del volumen total de granos de mala calidad según la resolución 407, costaría entre US\$ 100 y 150 millones, un monto que se compensaría con los mayores precios y premios a la calidad.

En Estados Unidos un grupo de países productores de arábicas lavados ha realizado una intensa labor de cabildeo con miras a generar una mayor conciencia sobre la necesidad de defender y

promover la calidad del café en dicho país. Parte de estos esfuerzos se han traducido en la redacción de un proyecto de ley sobre la calidad en el que se establecen unos estándares mínimos de pureza y calidad en el café que se vende en Estados Unidos (Coffee Purity Act). Como se observa, es una vía semejante para alcanzar básicamente lo mismo que se pretende obtener con la resolución 407 de la OIC.

Adicionalmente, existen otras áreas que son críticas para una relación transparente con el consumidor americano, tales como la marca de origen y el conocimiento de los orígenes del café involucrados en la mezcla. Estamos convencidos que un consumidor informado tendrá la habilidad de discernir la calidad, y por lo tanto aumentar su experiencia al tomar café. De tal forma, que sea el comienzo de un cambio, del simple consumo de cafeína a una experiencia memorable.

En lo referente a este asunto, no compartimos las opiniones que señalan que la discusión acerca de los estándares trae mala reputación a nuestro producto, a la vez que denigra sobre la integridad de nuestra industria. Al respecto, todos estamos bajo el escrutinio, sin excepción, y no por asuntos de calidad. Tiene que ver, más bien con la magnitud y el impacto de la crisis social en los países productores de café, y que ahora es la preocupación y el foco de atención del mundo. Tal pobreza y tal miseria no pueden pasar inadvertidas.

Señoras y Señores, antes de terminar déjenme usar mi investidura de gerente general de una de las ONG rurales más grandes del mundo, que ha venido entregando café por más de setenta años. Ustedes probablemente se preguntarán hacia dónde se dirige la nueva gerencia de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. La respuesta es simple y muy compleja al mismo tiempo. Nos estamos moviendo hacia adelante y a toda velocidad, hacia una caficultura sostenible y rentable para todos los caficultores de Colombia.

Seremos capaces de hacerlo porque estamos parados sobre el firme legado de confiabilidad, confianza y seriedad que construyeron mis predecesores, agudos e íntegros hombres de negocios. En este sentido, estamos completamente comprometidos con preservar la marca registrada con la que hemos hecho negocios. Pero también estamos listos para innovar, para servir mejor cada día a nuestros clientes, aprovechando nuestras ventajas competitivas: el conocimiento y el trabajo duro de nuestros caficultores, la calidad y diversidad de nuestros granos, la capacidad organizacional y la estructura institucional. La federación tiene mucho más futuro que pasado y estamos aquí para quedarnos. Nadie va a sacarnos del mercado y no permitiremos que los problemas actuales erosionen nuestras fuertes bases. Más importante, la Federación y Colombia permanecerán como un sólido socio que se esfuerza siempre por la coordinación y el diálogo, y que actúa como fuerza de convergencia para la comunidad internacional del café.

## ANEXO 2

### INTERVENCIÓN EN EL ACTO INAUGURAL DE LA CONMEMORACIÓN DE LOS CUARENTA AÑOS DE LA OIC

Cartagena, Septiembre 16 de 2003

En nombre de los cafeteros de Colombia, en nombre de las quinientas mil familias que viven del cultivo del café en nuestro país, reciban la más cordial bienvenida. Cartagena será a lo largo de esta semana el cruce de caminos de la caficultura mundial. Convergen en este recinto quienes tienen en sus manos las herramientas necesarias para forjar un destino de esperanza para más de cien millones de personas cuya existencia está encadenada inexorablemente a la suerte del grano. Por ello entiendo bien, Señores Presidentes, Señores Ministros, Señor Director Ejecutivo y colegas delgados, que mi responsabilidad en este acto va más allá de la de ser un buen anfitrión. Es mi obligación no dejar pasar esta ocasión sin transmitirles las angustias y las esperanzas de los caficultores de mi país y las de los cultivadores de todo el mundo.

Estamos celebrando cuarenta años de existencia de la Organización Internacional del Café, institución que ha demostrado reiteradamente que es posible encontrar caminos de solidaridad y cooperación para construir soluciones de consenso que hagan más equitativos los mercados de productos básicos. Nadie puede negar el profundo impacto que ha tenido la OIC en el mejoramiento de la calidad de vida de los caficultores, en la difusión y promoción del consumo de café, en la investigación y el análisis técnico de los problemas de la industria, en la defensa de la calidad, en fin, en orientar un mercado que sin su acción hubiera sido insensible a las angustias de los millones de campesinos y productores en los países en desarrollo. Estoy seguro que interpreto el sentir de los cafeteros de todos los continentes cuando le hago llegar nuestros sentimientos de gratitud a la Organización, al doctor Néstor Osorio y a quienes lo precedieron en esa responsabilidad y que hoy nos acompañan.

Hemos venido a Cartagena en momentos en que los caficultores del mundo enfrentan la más prolongada y más profunda crisis de la historia. Y no podemos dejar de señalar, y lo haremos hasta que nuestras palabras encuentren eco y se traduzcan en soluciones, que en los últimos cuatro años los caficultores han perdido más del sesenta por ciento de sus ingresos; que los indicadores de hambre y miseria en las zonas cafeteras se han duplicado en Colombia y triplicado en otros países; que se han perdido dos millones de empleos; se han abandonado cientos de miles de parcelas y fincas; se han sembrado la desesperanza, la violencia y la inestabilidad donde antes florecían sonrisas y cafetales.

Mucho se ha dicho y mucho se ha escrito sobre el origen de esta crisis. No voy a repetir esos exhaustivos y complejos análisis, me limitaré a plantearles la conclusión que está en el corazón y la mente de los caficultores. El mercado libre, sin orientación y orden; las tan cacareadas bondades incuestionables de la oferta y la demanda; le han fallado a los productores del grano. De la euforia de la revolución conservadora de los ochenta no queda sino la amargura de haber perdido los mecanismos de ordenamiento del mercado y de haber sacrificado instituciones nacionales que le sirvieron bien a los caficultores. Y la desesperanza se nutre, además, de la percepción de que los días pasan y la pobreza no cesa; de que se discuten los problemas hasta la saciedad y no aparecen las soluciones; de que los trabajadores y campesinos del café están solos. Los hombres y mujeres del café sienten que hay una inmensa indiferencia.

Esta reunión, señores y señoras, no es solamente el centro de atención de la prensa mundial o de los actores de la industria y las bolsas en las grandes capitales. En las montañas, en los cafetales de todos nuestros países, hay millones de ojos y oídos pendientes de lo que aquí se decida y aquí se haga. Esto es así por que los caficultores ya han dado todo, ya han ofrendado una inmensa cuota de sacrificio. El aumento de la productividad, la mejora en la eficiencia, el ajuste de costos, todas las terapias prescritas por los organismos multilaterales, no han producido resultados. Y lo que es peor el consumidor final no se ha beneficiado ni en calidad ni en precio.

Es por ello que los caficultores no podemos dejar pasar esta oportunidad. Es por ello, Señor Presidente Luis Inacio Lula da Silva, que los trabajadores y campesinos cafeteros apelan a su sensibilidad social, al origen popular de su mandato y a su reconocido liderazgo internacional para que asuma con firmeza y compromiso la iniciativa que le corresponde a Brasil como principal productor del mundo. Es indispensable señalarle al mercado que su país, Señor Presidente, será un actor responsable y alineado con los intereses de los países productores y que trabajará para que la cooperación internacional se traduzca en hechos reales que incidan sobre el mejoramiento de la situación de precios a nivel internacional.

También esperan los caficultores, Señor Presidente Álvaro Uribe, que su liderazgo internacional en la defensa de la democracia y la lucha contra el terrorismo sirva para explicarle al mundo que el colapso social en las zonas productoras se traducirá en un desafío para la estabilidad política de más de cincuenta naciones en desarrollo y que la crisis está alimentando la expansión de amenazas a la seguridad internacional como son el narcotráfico y los grupos armados. Apelan también a su vocería, Señor Presidente Ricardo Maduro, para que en su papel de representante de Centroamérica le haga ver a los Estados Unidos que su indiferencia hacia la crisis está alimentando la migración ilegal, está despertando el monstruo dormido de la violencia superada en la región y el derrumbe social. Es hora de confirmarle a los caficultores que aquí se tiene la más alta voluntad política para cambiar las cosas.

A Usted, Señor Presidente del Consejo Jacques Thinsky, que además se encuentra en esa posición como vocero de los países consumidores, le exigen los caficultores que lleve el mensaje a la industria de que el egoísmo y la miopía de la maximización de las ganancias regresarán como un espectro para atormentarlos cuando ya sea demasiado tarde para garantizar la viabilidad de la caficultura mundial.

Y a todos nosotros, a todos los aquí presentes, nos demandan los caficultores que estemos a la altura de su tragedia y abandonemos la parsimonia natural de los procesos diplomáticos, que dejemos las negociaciones de adjetivos, que pongamos al lado los intereses parciales para construir una nueva y eficaz agenda para la OIC. Señoras y Señores, no podemos ser inferiores a las exigencias de la hora, de las conclusiones a que lleguemos depende que veinticinco millones de familias recuperen la esperanza.

## ANEXO 3

### INTERVENCIÓN EN LA ASAMBLEA ANUAL DE LA ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE CAFÉ, ASOEXPORT

Cartagena, noviembre 21 de 2003

En Primer lugar, quiero señalar la presencia contundente de representantes, funcionarios y dirigentes de las instituciones cafeteras colombianas en esta reunión. Creo que esta es una de las reuniones donde más presencia ha existido de funcionarios, dirigentes, delegados, jefes de cooperativas, gerentes de instituciones del gremio. Eso demuestra el propósito que tiene la Federación Nacional de Cafeteros de tener un diálogo permanente, fluido y una presencia activa en los foros y debates con los exportadores privados.

Sin duda, nuestro modelo institucional cafetero es único en el mundo y por 76 años ha demostrado con hechos su capacidad para promover el desarrollo económico y social en las zonas cafeteras, defender el ingreso del productor y garantizar la sostenibilidad de la caficultura colombiana. Las circunstancias mundiales y nacionales han transformado por completo la matriz de la economía del café y exigen que esa tradición que hemos tenido durante 76 años y que ha demostrado su capacidad de servirle al cafetero, a la caficultura y a toda la industria, se adapte a las nuevas realidades.

¿Cuáles son los principales parámetros de esos cambios? El primero, hemos pasado de un mercado regulado por cuotas y precios políticos a un mercado libre sujeto a las fuerzas de la oferta y la demanda, que explican en gran parte lo que ha venido pasando. Internamente, hemos pasado de una situación de hegemonía comercial de la institucionalidad cafetera a una presencia compartida ampliamente con el sector privado. Hemos pasado de un esquema de uniformidad y universalidad del paradigma en todos los frentes de la caficultura, el técnico, el económico, el comercial y el político, a una situación de creciente diversidad, heterogeneidad, creatividad y cambio. Teníamos un sector privado que jugaba un papel dependiente y subordinado, y hoy tenemos un sector privado líder y al comando de muchos de los procesos de cambio en la caficultura colombiana y obviamente a nivel mundial.

En esas circunstancias y en ese contexto, la Federación Nacional de Cafeteros y las Instituciones Cafeteras están en el proceso de construir un nuevo paradigma, como es el lema de esta Asamblea. Un nuevo paradigma para que en esas circunstancias cambiantes, esas nuevas tendencias, pueda seguir cumpliendo con su mandato, su papel fundamental, que nace directamente de los caficultores.

A los productores no hay para que probarles o demostrarles la vigencia histórica de sus instituciones. Ellos la viven y la palpan todos los días, cuando llega el extensionista, cuando usan un servicio público construido con recursos del Fondo Nacional del Café, cuando reciben una variedad nueva

de café o un paquete tecnológico de Cenicafé; cuando se reúnen en los grupos de amistad o van a la cooperativa o atienden las citaciones de los comités. Por eso no hay necesidad de explicarles la importancia, la trascendencia y la vigencia histórica de su institución.

Sin duda, el compromiso que quiero resaltar del Gobierno Nacional con la caficultura, también es una afirmación de reconocimiento a que la caficultura y sus instituciones son un capital social estratégico. Y debo decir que el Gobierno ha cumplido a cabalidad, al igual que el Congreso de la República, con sus obligaciones para con los caficultores.

Lo que se ha hecho y se ha dicho parece suficiente para confirmar la vigencia histórica y futura de esta organización y sus componentes. Pero también hay que reconocer que es legítimo -como tengo entendido que ha ocurrido y seguirá ocurriendo en este foro- que tanto los productores como los demás actores de la industria, al igual que el mismo mundo del café y la sociedad toda, se planteen el interrogante sobre para qué sirven estas instituciones, para dónde van, realmente las necesitamos y si tienen vigencia histórica ante la profundidad de los cambios que estamos viviendo. Ese es el punto central que quiero tratar en esta presentación.

Hay algunos que argumentan la obsolescencia del marco institucional de la caficultura colombiana y piden que se le condene al «cuarto de los chécheres viejos», que se convierta en una ilustre reliquia del pasado. Realmente, están muy equivocados. No son pocos los que desde la óptica del mercado se deleitan señalando a la Federación como un dinosaurio que no se compadece de las tendencias de apertura, liberación, privatización y globalización que marcan la pauta de la economía mundial. Creemos que ellos son los que se están quedando obsoletos. Y no dejan de existir algunos que, escudándose en la supuesta desactualización e ineficiencia de las instituciones, pretenden echarle mano a los recursos de la parafiscalidad para asignárselos a quién sabe qué cosas y para sustituir las obligaciones fiscales y de servicio público que le corresponden al Estado.

Ante esas preguntas, unas legítimas, otras no tanto, es conveniente, conducente y procedente preguntarse cuál es el papel social, cuál es el papel económico, cuál es el papel institucional y de mercado que debe y puede jugar esta institución de cara a la sostenibilidad del negocio cafetero. Pero quiero aclarar que aquí no estamos hablando de lo que ya está confirmado, que es que la institución cafetera es fundamental para la sostenibilidad social de la caficultura. Yo quiero referirme a la sostenibilidad económica, comercial, de empresa y de negocio, y a la vinculación que esa sostenibilidad tiene con la existencia y supervivencia de nuestras instituciones.

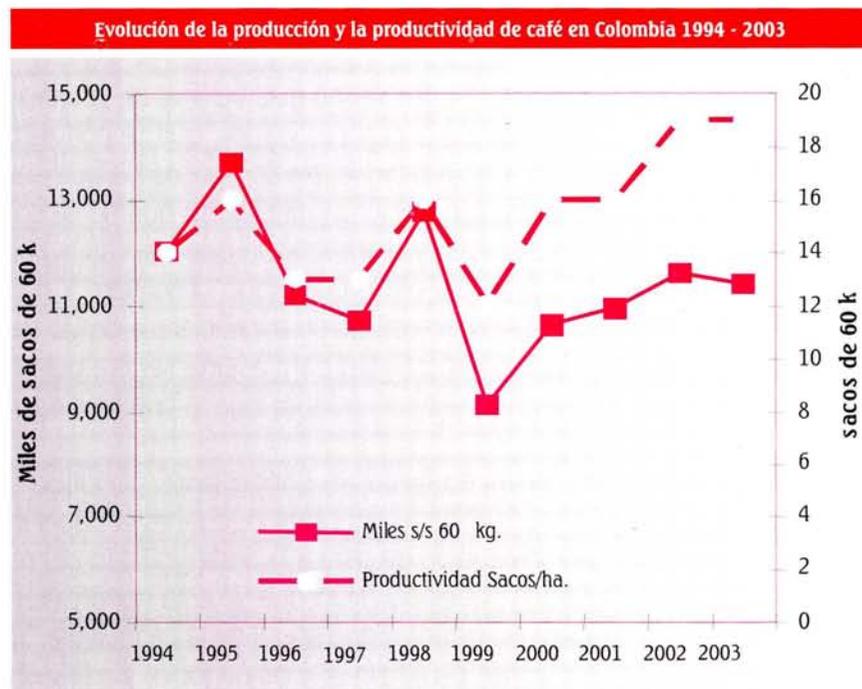
En ese orden de ideas, voy a plantear una tesis muy simple, pero contundente: Las instituciones cafeteras son, en el mercado mundial del grano que nos ha tocado vivir en esta época, la principal ventaja competitiva del café de Colombia y de la caficultura nacional. Dicho en otras palabras, el negocio del café le debe en gran medida su vigencia y su vigor al patrimonio institucional que le han aportado los caficultores al país. Si se mira desde una óptica estrictamente económica, es decir, considerando aquellos criterios que determinan la viabilidad, la productividad, la estabilidad financiera y estructural de la caficultura, el papel que desempeñan las instituciones es crítico y lo que es más importante, es irremplazable. Y su capacidad de movilizar el cambio y la adaptación y llevarlo a los rincones más alejados de la caficultura no puede ser sustituido.

## Informe del Gerente General

Miremos, por ejemplo, el aspecto de la productividad. Tengo entendido que el Doctor Edgar Echeverri, nuestro Gerente Técnico, ya tocó este tema. Pero quisiera simplemente señalar cómo gracias a la capacidad de la institución de promover los cambios de la caficultura, hoy tenemos una caficultura que es prácticamente 40% más productiva que la que se tenía hace cuatro años.

También, gracias a esta institución, que permea toda la base social de la caficultura, ha sido posible transformar el perfil productivo del cafetal y del productor colombiano. Hemos pasado de una caficultura vieja, con árboles que en promedio tenían 7.4 años de edad y de baja densidad, a una caficultura joven, con alta densidad y con un paquete tecnológico que es ejemplar para ser una caficultura de ladera.

Sin duda, la presencia de la Federación tiene un impacto relevante en otro aspecto que es definitivo para la sostenibilidad del negocio. Me refiero a la maximización del ingreso del caficultor, la



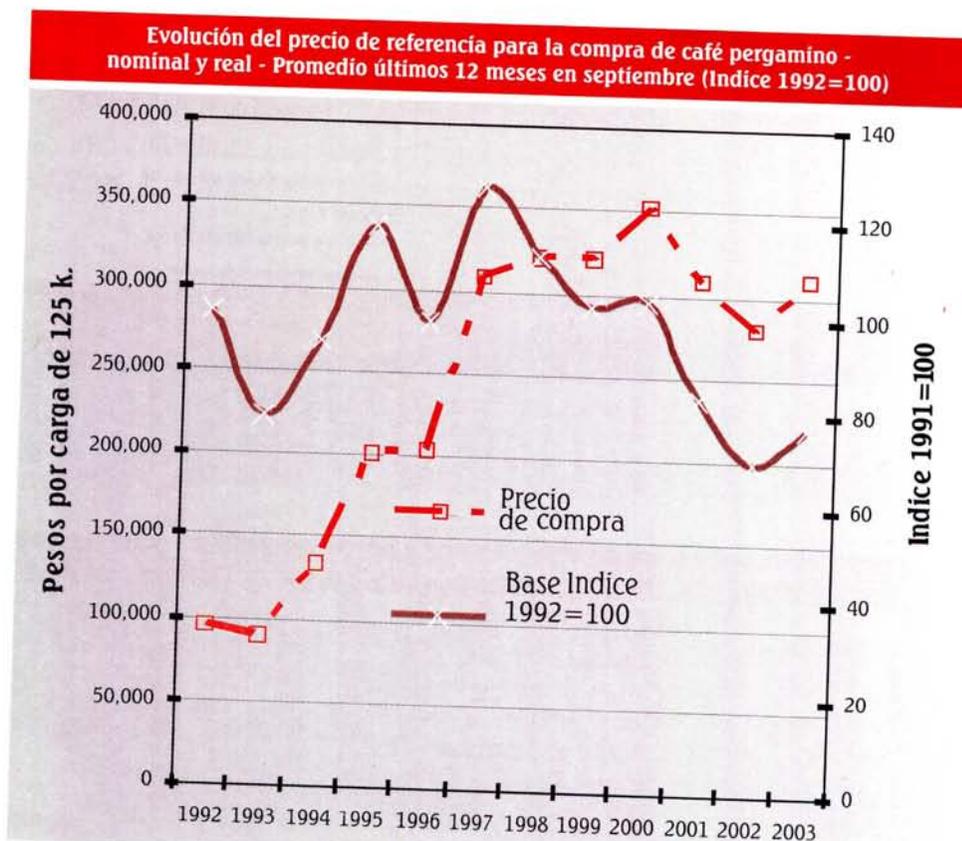
Cambios en la edad de los cafetales y densidad de siembra en la caficultura tecnificada en Colombia 1997 - 2002

Años	Edad	Árboles ha
1997	7.4	4,868
1998	6.6	4,868
1999	5.9	5,304
2000	5.5	5,485
2001	5.3	5,854
2002	5.1	5,726

existencia de la garantía de compra y la defensa de la infraestructura de producción y comercialización. Ese aspecto tiene que ver con la capacidad de transferirle al caficultor el mayor ingreso posible y ayudarle a desenterrar el mayor valor posible que está en su cafetal. Es gracias al sistema cooperativo cafetero, al servicio de extensión, a la función estabilizadora del Fondo Nacional del Café y a la garantía de compra que el caficultor colombiano ha sobrevivido con niveles de ingreso y de precio interno que envidia el resto del mundo cafetero.

A pesar de estar operando bajo las reglas del mercado, a pesar de situaciones como por ejemplo la disminución del AGC y la reducción en el precio externo que se ha vivido en los últimos años, hemos notado una recuperación en el precio externo que se ha vivido en los últimos años, hemos notado una recuperación, como señalaba la señora Viceministra. Si tenemos en cuenta los precios pagados efectivamente por el Fondo, con todas las modificaciones, este año el precio ha registrado, un incremento promedio del 14%.

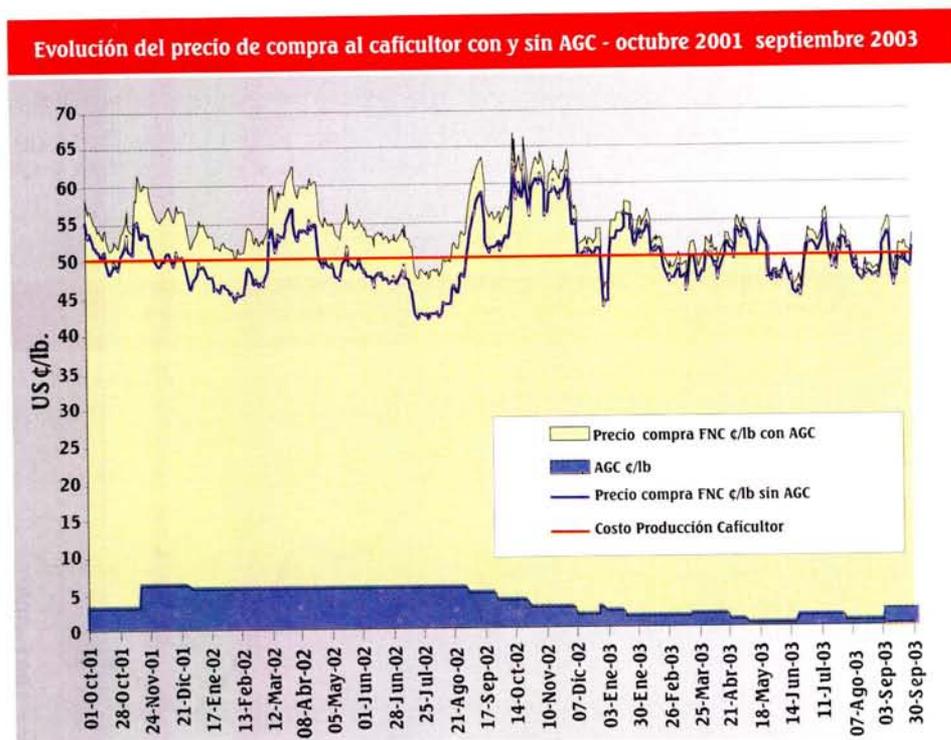
La gestión de la Federación y de las instituciones no es sólo en el mercado, es también en la economía política del país, en la defensa de una actividad que tiene un sentido que va más allá de lo puramente productivo; una actividad que, como decía antes, es esencial para la estabilidad de la seguridad democrática, como quedó definido por el Gobierno Nacional, y que explica la vigencia del AGC, que es el apoyo del Gobierno. El AGC es el que ha permitido mantener la sostenibilidad de la caficultura, mediante un apoyo temporal que en parte sustituye la pérdida de ingreso y promueve el ajuste suave de la caficultura colombiana. Porque aquí no se trata de impedir que



esa caficultura sea más competitiva y más productiva. Se trata de hacerlo de una manera que no arrase con la estabilidad social en los Andes colombianos.

¿Y la garantía de compra por qué es tan fundamental? Esta es una lista de puntos de compra donde existió presencia de la Federación y que por diferentes razones hubo necesidad de retirarla. Aquí se puede ver el impacto que tiene el hecho de que desaparezca la institución sobre el ingreso del caficultor. Ese es el porcentaje que disminuyó el precio pagado al caficultor a partir del momento en que la institución tuvo que retirarse y suspender sus compras. Esto es sostenibilidad, porque a ese nivel de reducción de precios, esos caficultores quedan por debajo de los niveles de pobreza tolerable, de sus necesidades básicas insatisfechas y de sostenibilidad económica de sus explotaciones.

También quiero destacar el impacto que ha tenido la promoción de la siembra de maíz asociado al café en las áreas de renovación. Se ha logrado generar un ingreso adicional para los caficultores



### Cambios en el precio de compra de la carga en municipios sin Cooperativas

1.	Arboleda - Caldas	20%
2.	Acevedo - Huila	20%
3.	Vergara - Cundinamarca	40%
4.	Las Mercedes - Nte. Santander	30%
5.	Puerto Esperanza - Meta	40%
6.	Gómez Plata - Antioquia	36%
7.	San Roque - Antioquia	23%

**Programa Café Maíz Federación Nacional de Cafeteros de Colombia**

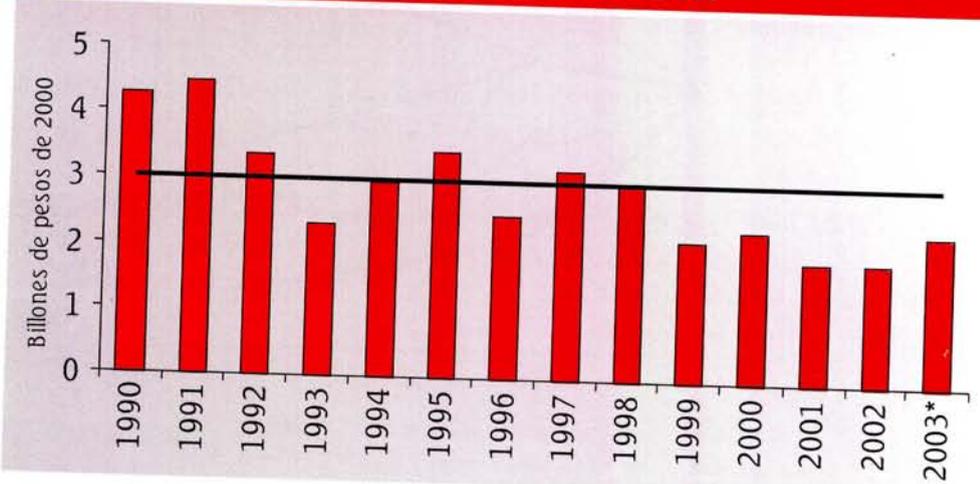
- **2002** : Se renovaron 60,431 hectáreas.
- **2003** : Café y Maíz – Complementando el ingreso al caficultor.

Con recursos del FNC presupuestados por \$30,000 millones, se ha logrado hasta la fecha: 29,500 hectáreas sembradas en maíz, generan alrededor de 1.5 millones de jornales. En cuanto al ahorro por menores importaciones, el país se ahorra en divisas US\$16.8 millones, a la vez que se generan ingresos a los cafeteros por \$67,000 millones. Adicionalmente, se destaca la siembra de variedades mejoradas que doblan la productividad (de 1.7 tn./ha., a 3.4 tn./ha.)

del orden de los 67.000 millones de pesos, que representan un alivio complementario producto de su propio trabajo. Esto se ha logrado gracias a la estrategia combinada con el Gobierno Nacional y al apoyo del Fondo Nacional del Café, sin la cual los caficultores jamás habrían podido emprender este esfuerzo de complementación de ingresos. ¿Qué significa eso? El resultado es muy claro: después de dos años de padecimiento vemos un modesto repunte en el ingreso cafetero para el año 2003, que ojalá mantenga esa tendencia.

Pero quisiera señalar, desde el punto de vista del empresario privado, del sector exportador, porqué esto es importante; por qué están equivocados muchos que creen que esto es simplemente política social. Y es muy sencillo, como lo ilustra la gráfica. Si miramos el comportamiento de la producción de países que tienen caficulturas similares a la de Colombia, vemos algo muy particular, y es una caficultura que mantiene y sostiene su nivel de producción, mientras que las de los demás países se derrumban y salen del negocio inmensas áreas productivas, con tragedias

**Valor real de la cosecha cafetera 1990 2003  
Billones de pesos constantes de 2000**

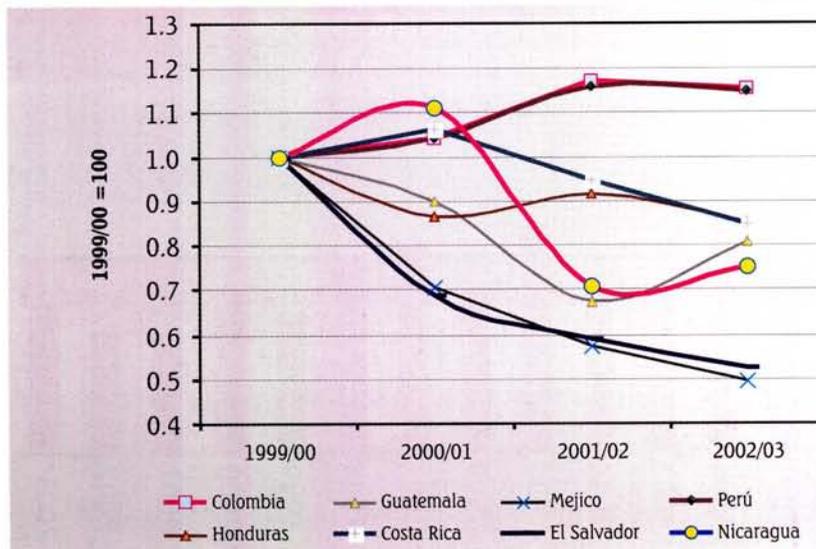


sociales que son realmente de una magnitud aterradora. Basta caminar los cafetales de Nicaragua o de otros países de Centroamérica para comprobar el impacto social, productivo y económico que tiene el hecho de no contar con una red social cafetera, como la que tiene Colombia, y que es un privilegio. Tener instituciones cafeteras es un privilegio para el caficultor, pero también para ustedes. Gracias a esa capacidad de las instituciones para apoyar la sostenibilidad de la producción tenemos negocio del café y tenemos café para exportar.

Desde el punto de vista del negocio, como empresarios ustedes entienden que el valor está en la calidad y en la diferenciación. Ese es quizás uno de los activos más grandes de la caficultura colombiana. Por eso no comparto las tesis de quienes piden que abramos esto y exportemos lo que sea, lo que podamos, hasta donde podamos, sin importarnos si es basura o es café de primera calidad. No es exportando café verde de mala calidad como podemos revertir esa tendencia de precios que nos mostraba la señora Viceministra, que se prolonga históricamente con una caída de 2% anual en términos reales en promedio. Con un descenso como ese no se van a aliviar las consecuencias del comportamiento del mercado. Es exportando valor agregado con reconocimiento de origen y calidad. ¿Y por qué hay ese reconocimiento de origen y esa calidad en el mundo para el café para Colombia? Porque hay instituciones que se han dedicado a defender los estándares de calidad y el reconocimiento de esa calidad, incluso, muchas veces en contradicción con algunos que han pretendido que esos estándares son inflexibles o que es una disciplina que no le conviene al país.

La historia ha demostrado claramente que ese esfuerzo representa para los caficultores de Colombia un diferencial y una prima que es ingreso real, que les llega a sus bolsillos. Miremos, por

**Variaciones en el comportamiento de las exportaciones de los principales países productores de cafés arábicas lavados (1999/00 = 100)**



## La Diferenciación como una Ventaja Competitiva

1. El consumidor ha estado dispuesto a pagar por ella
2. El procesador debe continuar viendo una oportunidad de negocio en su elaboración, mercadeo y distribución

 **Pero solo es sostenible si el Productor captura una porción del valor agregado generado**

El interés de algunos exportadores de Cafés Especiales por pagar primas significativas a los Productores por cafés de ciertos orígenes y regiones en los últimos años es una prueba de la madurez del sector

ejemplo, los países que producen café con ambientes parecidos al nuestro y nos damos cuenta que gracias a ese esfuerzo, a esa presencia de la institución tenemos una diferenciación, un patrimonio de marcas que le permite al Café de Colombia estar posicionado cada vez más como una alternativa de altísima calidad.

Sin duda, nos falta mucho y a eso apuntan el futuro de la caficultura y el futuro de la institución. Tenemos que aprovechar más, sacarle más jugo al patrimonio de calidad y al patrimonio intelectual que hemos construido en 76 años de trabajo de las instituciones cafeteras.

En los Estados Unidos, que es un mercado desarrollado, si una empresa exitosa no invierte en investigación, se rezaga. Hay un estudio de la Universidad de Harvard que demuestra que empresa que no invierta del 15% al 20% de sus excedentes en el desarrollo de nuevos productos y en investigación básica, es una industria llamada a perecer.

¿Quién hace eso para la caficultura de Colombia? ¿Quién hace eso para ustedes? Lo hace la institucionalidad cafetera, que cumple la misión de generar conocimiento e innovación tecnológica, que genera capacidad de cambio y adaptación a la caficultura. Tenemos un centro de investigación, un servicio de extensión, una cadena de divulgación del conocimiento, que es patrimonio de todos los cafeteros, pero también de toda la industria.

Como decía la señora Viceministra, la aprobación por parte del Gobierno Nacional del respaldo a la investigación del genoma del café pone a esta cadena de innovación en la frontera del conocimiento, y es allí donde vamos a encontrar nuevas soluciones y nuevas salidas para mantener la competitividad y la calidad del Café de Colombia. Y eso se debe, señores, al esfuerzo, al ahorro y a las instituciones de los cafeteros.

Quiero hablar de otro aspecto que ustedes conocen muy bien, que es la vida diaria, el trabajo diario de los exportadores: la comercialización y la apertura de mercados. Nadie puede descono-

cer que la credibilidad de la caficultura colombiana, reflejada y representada en sus instituciones, es un activo comercial muy valioso. Los compradores, los importadores y tostadores saben que comprar café colombiano es comprar cumplimiento, es comprar credibilidad, es comprar garantía de seriedad. Y ese es el resultado de una construcción que han hecho, durante muchos años, las instituciones cafeteras de Colombia en asocio con ustedes.

Ese rigor es el que hace la diferencia en el mercado del café. Ustedes, más que nadie, saben de las inmensas frustraciones de sus colegas de otros países, cuando les llega un cargamento de café y nadie responde por la calidad, nadie responde por los estándares deteriorados, nadie responde por los errores. Un ejemplo lo tuvimos nosotros hace poco, con el problema del Diclorvos en Tokio, y en menos de una semana teníamos toda la institución trabajando de arriba hacia abajo, con toda la estructura responsable del tema en Japón, y obviamente de la mano del sector privado. ¿Qué hizo la diferencia frente a otros países que han tenido el mismo problema? Que Colombia está en vía de resolverlo y es visto como un país constructivo y serio para manejar dificultades de esa naturaleza. ¿Y quién hizo eso? La institución de los cafeteros, que, en este caso, cumple una misión no sólo social, sino comercial.

En cuanto a la apertura de mercados, quisiera que ustedes recordaran -algunos ya lo deben tener muy atrás en la memoria- ¿quién abrió el mercado de Japón? ¿Quién hizo las inversiones para que Colombia tenga hoy en día una participación del orden de 30% en ese mercado? ¿Quién hizo ese trabajo, esa inversión, ese esfuerzo de hormiguita para tener presencia permanente en ese mercado? Las instituciones cafeteras que mantuvieron ese liderazgo, en unión con el sector privado. Serían muchos los ejemplos, sería eterna la lista de casos similares.

¿Cuál es la conclusión de todo esto? Muy sencilla: la caficultura colombiana, la industria cafetera y el segmento exportador privado tienen en las instituciones cafeteras una ventaja competitiva; una ventaja fundamental para maximizar el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el nuevo entorno mundial y para minimizar las vulnerabilidades que surgen de los cambios estructurales en el mercado.

¿Cómo hacemos para aprovechar entre todas esas ventajas competitivas? ¿Cómo hacemos para aprovechar estas instituciones de cara a los desafíos que enfrenta la industria? Hay tres estrategias fundamentales.

La primera es la modernización y la reestructuración institucional. Estamos comprometidos en un profundo cambio y adecuación de nuestras instituciones desde adentro, para que ellas puedan responder a esos desafíos. Si ustedes se acercan con calma a las nuevas realidades de la institución cafetera, encontrarán una institución ágil, cada vez más comercial, cada vez con mayor capacidad de reacción frente al mercado, que opera con crecientes niveles de eficiencia y con significativos recortes en sus costos de operación. Pero no me voy a adentrar en ese punto.

La segunda estrategia: la reconversión productiva y comercial. Es necesario tener un perfil y una visión de la caficultura colombiana para orientarla a una reconversión que le permita sobrevivir a este nivel de precios hacia el futuro. La señora Viceministra señaló esta como una de las prioridades importantes, definitivas para el 2004, y la compartimos plenamente. Se ha acordado en el

Comité Nacional de Cafeteros hacer un estudio estructural de la caficultura colombiana para encontrarle ese norte y proceder a reconvertirla en esa dirección. Y digo reconversión comercial también, porque estamos aprovechando el patrimonio que tenemos para reinterpretarlo y ponerlo al servicio de la generación de valor agregado. Ustedes habrán visto las tiendas Juan Valdez, que empezarán a expandirse por el mundo el año entrante. Ustedes han visto los esfuerzos que hemos hecho para exportar café procesado, el nuevo plan estratégico de los cafés especiales, en fin. Pero tampoco me quiero concentrar en ese aspecto.

Me quiero concentrar en la tercera estrategia fundamental para tener éxito y para aprovechar adecuadamente este patrimonio institucional. Me refiero a la necesidad de un nuevo paradigma en las relaciones entre el sector productivo y las instituciones cafeteras. Es muy fácil promover el conflicto entre la institución cafetera, que es la de los productores, y el sector privado exportador. Ese es un lenguaje fácil, es una retórica que no tiene misterio. Lo que es difícil es lo contrario. Plantear un paradigma de cooperación y colaboración y entender que los intereses de los actores del mercado, productores y exportadores, son totalmente convergentes, a pesar de que tengamos mandatos distintos.

El que tengamos un mandato para maximizar la utilidad, no nos hace enemigos del mandato que tienen las instituciones de defender el ingreso del caficultor. Nos debería hacer socios en esa empresa, en la construcción de ese paradigma. ¿Y cuáles son las bases de ese paradigma, que se han puesto en marcha en el último año? Primero, un diálogo permanente. Creo que hemos logrado establecer un diálogo permanente a título individual e institucional y con los cuerpos que representan al sector privado exportador. Con una actitud de transparencia y no darle sorpresas

## ¿Qué se ha hecho?...

### 1) Reglas claras...

- Nuevo Mecanismo de Contribución
- B. Mismas normas de calidad para FNC y Particulares

### 2) Trabajo conjunto entre FNC y Particulares

- Bioterrorismo
- Diclorvos
- AGC
- Ahorros y eficiencia en la operación portuaria
- Desarrollo de un nuevo mecanismo para determinar la Contribución Cafetera
- Comité Consultivo de Comercialización
- Manejo de temas comerciales y legales: Superintendencia de Industria y Comercio
- Diálogo Permanente: participación del Gerente General y Comercial en las Juntas de AsóExport
- FNC participó en la Planeación Estratégica del Sector Exportador particular
- Trabajo en los nuevos mercados y canales, Cafés Especiales, Tiendas de Café

a los exportadores privados ni al mercado en las decisiones que se toman. Tener iniciativas conjuntas de expansión y comercialización en los mercados nuevos, ahí nos falta trabajar mucho más, para encontrar un marco de colaboración con ustedes. Una revitalización de los espacios de concertación, ya lo estamos haciendo, señora Viceministra. La comisión consultiva ya se ha reunido y tiene un plan de trabajo en marcha para poner al alcance de los exportadores muchos de los servicios sectoriales que ofrecen la Federación y el Fondo y trabajar conjuntamente en la innovación concertada para llegar a nuevos nichos del mercado. Mucho de eso ya se está haciendo, mucho nos falta por hacer, pero lo que importa es que ahí está el potencial de un paradigma de colaboración entre los exportadores privados, las instituciones cafeteras y el gremio.

Quisiera señalar dos aspectos que sé que son del máximo interés para ustedes. El primero, el tema del AGC. Nuevamente, así como hacemos un reconocimiento institucional a la labor del Congreso de la República, del Señor Presidente de la República y todo el Gobierno Nacional por su colaboración con el sector, por justicia y por agradecimiento no podemos dejar de hacerle un reconocimiento al papel que han jugado los exportadores privados para hacerle llegar a todos los caficultores del país el apoyo que representa el AGC. Si no fuera por la infraestructura propia y porque los exportadores han asumido la responsabilidad de introducir en sus políticas de compra el cálculo y la entrega del AGC, este programa no hubiera sido posible. Hemos mirado el caso de otros países, donde programas similares han sido administrados no por el sector privado, sino por agencias y entidades gubernamentales, incluso por gremios, y todos han fracasado. Yo creo que el éxito del AGC se debe a esta fórmula mágica que estoy planteando y que representa el nuevo paradigma: la colaboración entre el sector privado, el productor y sus institucionales.

Naturalmente, esto ha representado una carga para los exportadores que puede terminar siendo para el final del año del orden de 33.000 millones de pesos, por recursos por desembolsar de AGC que ya ha sido pagado. Quisiera decirle a los exportadores que después de un juicioso análisis interno de las Finanzas del Fondo Nacional del Café, la Federación considera que es viable generar una financiación de por lo menos 15.000 millones de pesos para anticipar esos pagos y para poder apoyar a los exportadores a soportar esta carga. Esto, naturalmente, requiere la plena y estrecha colaboración del Gobierno, que ya ha sido anunciada, porque tenemos que hacerlo dentro del compromiso de pago estricto del Gobierno, en fecha cierta; y segundo, tenemos que hacerlo sin romper el proceso de saneamiento de las finanzas del Fondo, que ha sido muy exitoso a lo largo de este año y que nos va a garantizar obtener por primera vez en cinco años un superávit de esta entidad fundamental para la garantía de compra de los caficultores.

También quisiéramos decir que en el curso del año entrante, la Federación pondrá en marcha mecanismos que le den mayor flexibilidad y mayor certidumbre al manejo de los compromisos de exportación de mediano plazo, reduciendo los riesgos de volatilidad del diferencial. Estos mecanismos estarán también a disposición del sector privado exportador, si los quisiera utilizar, y significan que el impacto neto de este esfuerzo y de estas medidas le permitirá asumir compromisos de más largo plazo, tanto al Fondo Nacional, como exportador, como a las cooperativas que exportan, y al sector privado, y se reflejará, sin duda, en un margen de maniobra mayor para todos los que estamos involucrados en el negocio.

## Nuevos planteamientos

- Simplificación del sistema de anuncios y cruces
- Simplificación y estabilidad del Mecanismo de Contribución Cafet era
- Apertura Ampliada y permanente de los meses de anuncio, a tres meses corridos
- Anuncios Electrónicos....
- Manejo Electrónico de Guías Tránsito y de Solicitud Revisiones...
- Pago de Contribución Electrónica
- Cenicafé Investigación Aplicada
- Impulso Tecnológico en los cultivos
- Acercamiento entre FNC, Particulares y el Gobierno
- Trabajo con sectores ajenos al cafetero
  - Organismos Multilaterales
  - Nueva Versión
  - ONGs
- Iniciativas de naturaleza Política, incluida la vocería para la OIC

Finalmente, quisiera terminar diciendo que guardo la esperanza de que cuando ustedes se pregunten -como se pregunta esta Asamblea-, cuál es el nuevo paradigma para el café, ese paradigma nazca de una alianza indestructible entre el exportador, el productor y sus instituciones.

## ANEXO 4

PRODUCCIÓN MUNDIAL TOTAL DE CAFÉ VERDE  
AÑOS COSECHA 1999/00 - 2003/04 - MILLONES DE SACOS DE 60 KILOS

Países	Calidad de Café	99/00		00/01		01/02		02/03*		03/04**	
		s/s	%								
<b>Total Mundial</b>		<b>109.4</b>	<b>100.0</b>	<b>114.4</b>	<b>100.0</b>	<b>109.9</b>	<b>100.0</b>	<b>118.8</b>	<b>100.0</b>	<b>103.9</b>	<b>100.0</b>
<b>Cosechas Abr - Mar</b>		<b>41.5</b>	<b>38.0</b>	<b>44.5</b>	<b>38.9</b>	<b>46.4</b>	<b>42.2</b>	<b>60.4</b>	<b>50.8</b>	<b>45.4</b>	<b>43.8</b>
Brasil	(ANL/R)	27.2	24.9	31.5	27.5	33.9	30.9	48.5	40.8	33.5	32.2
Ecuador	(AS/R)	1.3	1.2	1.1	0.9	0.9	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	1.3	1.2	1.0	0.9	1.0	0.9	1.1	0.9	1.0	1.0
Perú	(AS)	2.4	2.2	2.5	2.1	2.8	2.4	2.9	2.3	2.6	2.5
Indonesia	(R/AS)	7.2	6.6	6.5	5.8	6.8	6.2	5.6	4.7	6.0	5.8
Madagascar	(R/AS)	0.8	0.7	0.8	0.7	0.1	0.2	0.4	0.4	0.4	0.4
Otros		1.3	1.2	1.1	1.0	0.9	0.8	1.2	1.0	1.2	1.2
<b>Cosechas Jul - Jun</b>		<b>3.1</b>	<b>2.8</b>	<b>3.1</b>	<b>2.7</b>	<b>2.6</b>	<b>1.9</b>	<b>2.7</b>	<b>2.2</b>	<b>2.6</b>	<b>2.1</b>
Rep.Dominicana	(AS)	0.8	0.7	0.7	0.6	0.4	0.3	0.4	0.2	0.5	0.4
Tanzania	(AS/R)	0.8	0.7	0.9	0.7	0.6	0.5	0.8	0.7	0.7	0.6
Otros		1.5	1.4	1.5	1.4	1.6	1.3	1.5	1.3	1.4	1.1
<b>Cosechas Oct - Sep</b>		<b>64.8</b>	<b>59.2</b>	<b>66.8</b>	<b>58.4</b>	<b>60.9</b>	<b>55.9</b>	<b>55.7</b>	<b>47.0</b>	<b>55.9</b>	<b>54.1</b>
Colombia	(AS)	9.5	8.7	10.5	9.2	11.9	10.8	11.2	9.4	11.5	11.1
Costa Rica	(AS)	2.7	2.5	2.4	2.2	2.1	1.9	2.1	1.8	2.0	1.9
El Salvador	(AS)	2.3	2.1	1.3	1.1	1.7	1.5	1.3	1.1	1.3	1.3
Etiopia	(ANL)	3.8	3.5	3.7	3.2	3.7	3.5	3.7	3.2	3.2	3.1
Guatemala	(AS/R)	4.4	4.0	4.5	3.9	3.7	3.5	3.1	2.5	3.2	3.1
Honduras	(AS)	3.1	2.8	2.9	2.5	3.0	2.7	2.5	2.1	2.3	2.2
India	(AS/R)	4.9	4.5	5.0	4.4	4.9	4.5	4.5	3.8	4.7	4.5
Kenia	(AS)	1.2	1.1	1.0	0.9	0.9	0.8	0.9	0.8	0.8	0.8
México	(AS/R)	5.2	4.7	5.3	4.6	4.2	3.8	4.0	3.4	3.5	3.4
Nicaragua	(AS)	1.3	1.2	1.2	1.0	1.1	1.0	1.0	0.8	1.0	1.0
Camerún	(R/AS)	1.3	1.2	1.5	1.3	1.2	1.1	1.1	0.9	0.7	0.7
Costa de Marfil	(R)	5.3	4.8	4.3	3.8	3.4	3.1	3.4	2.9	3.3	3.2
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0.9	0.8	0.9	0.8	0.4	0.4	0.7	0.6	0.5	0.5
Tailandia	(R)	1.4	1.3	1.2	1.0	0.5	0.5	0.9	0.8	0.9	0.9
Uganda	(R/AS)	4.0	3.6	3.1	2.7	3.1	3.1	2.8	2.4	3.0	2.9
Vietnam	(R/AS)	10.9	10.0	15.0	13.2	13.1	11.9	10.0	8.4	11.2	10.8
Otros		2.6	2.4	3.0	2.6	2.0	1.8	2.5	2.1	2.8	2.7

## ANEXO 5

### COLOMBIA - VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN REGISTRADA DE CAFÉ VERDE AÑOS CAFETEROS 1998/99 - 2002/03

Años Cafeteros	Miles s/s 60 kilos	Millones \$ corrientes	Millones \$ constantes de sep/03
98/99	10.868	2.173.748	2.960.143
99/00	9.512	2.144.340	2.669.858
00/01	10.519	2.015.309	2.301.646
01/02	11.950	2.061.404	2.203.322
02/03*	11.712	2.345.812	2.345.812

(\*) Preliminar.

Fuente : FEDERACAFE - Gerencia Financiera.

## ANEXO 6

PRODUCCION MUNDIAL EXPORTABLE DE CAFÉ VERDE  
AÑOS COSECHA 1998/99 - 2002/03 - MILLONES DE SACOS 60 KILOS

Países	Calidad de Café	98/99		99/00		00/01		01/02		02/03*	
		s/s	%								
<b>Total Mundial</b>		<b>81,0</b>	<b>100,0</b>	<b>83,9</b>	<b>100,0</b>	<b>88,8</b>	<b>100,0</b>	<b>83,1</b>	<b>100,0</b>	<b>91,7</b>	<b>100,0</b>
<b>Cosechas Abr - Mar</b>		<b>32,9</b>	<b>40,5</b>	<b>26,7</b>	<b>31,8</b>	<b>29,7</b>	<b>33,3</b>	<b>31,1</b>	<b>37,3</b>	<b>44,6</b>	<b>48,6</b>
Brasil	(ANL/R)	22,5	27,8	14,7	17,5	19,0	21,4	20,7	24,9	34,9	38,1
Ecuador	(AS/R)	0,6	0,7	1,0	1,2	0,8	0,7	0,7	0,8	0,5	0,5
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	1,2	1,5	1,3	1,6	0,9	1,1	1,0	1,2	1,1	1,2
Perú	(AS)	1,8	2,2	2,1	2,5	2,3	2,9	2,6	3,1	2,7	2,9
Indonesia	(R/AS)	5,3	6,5	5,7	6,8	5,1	5,9	5,0	6,0	4,0	4,4
Madagascar	(R/AS)	0,5	0,6	0,7	0,8	0,6	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2
Otros		1,0	1,2	1,2	1,4	1,0	1,1	1,0	1,2	1,2	1,3
<b>Cosechas Jul - Jun</b>		<b>1,0</b>	<b>1,2</b>	<b>1,5</b>	<b>1,8</b>	<b>1,5</b>	<b>1,7</b>	<b>0,8</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>
Rep.Dominicana	(AS)	0,2	0,2	0,5	0,6	0,4	0,5	0,1	0,1	0,1	0,1
Tanzania	(AS/R)	0,7	0,9	0,8	1,0	1,0	1,0	0,5	0,7	0,8	0,9
Otros		0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4
<b>Cosechas Oct - Sep</b>		<b>47,1</b>	<b>58,3</b>	<b>55,7</b>	<b>66,4</b>	<b>57,6</b>	<b>65,0</b>	<b>51,2</b>	<b>61,6</b>	<b>45,8</b>	<b>50,0</b>
Colombia	(AS)	9,5	11,7	8,0	9,5	9,0	10,1	10,5	12,6	9,8	10,7
Costa Rica	(AS)	2,2	2,7	1,9	2,3	2,1	2,4	1,9	2,3	1,9	2,1
El Salvador	(AS)	1,6	2,0	2,2	2,6	1,2	1,4	1,5	1,8	1,2	1,3
Etiopia	(ANL)	2,2	2,7	2,2	2,6	2,0	2,4	1,9	2,3	1,9	2,1
Guatemala	(AS/R)	4,1	5,1	4,0	4,8	4,1	4,6	3,3	4,0	2,8	3,1
Honduras	(AS)	2,2	2,7	2,8	3,3	2,6	2,9	2,8	3,4	2,3	2,5
India	(AS/R)	3,6	4,5	4,1	4,9	4,1	4,6	3,8	4,6	3,4	3,7
Kenia	(AS)	1,1	1,4	1,2	1,4	1,0	1,1	0,8	1,0	0,8	0,9
México	(AS/R)	3,8	4,7	4,1	5,0	4,3	4,8	2,7	3,2	2,5	2,7
Nicaragua	(AS)	1,0	1,2	1,2	1,4	1,1	1,2	0,9	1,1	0,8	0,9
Camerún	(R/AS)	1,2	1,5	1,2	1,4	1,4	1,6	1,1	1,3	1,0	1,1
Costa de Marfil	(R)	2,0	2,5	5,2	6,3	4,2	4,7	3,1	3,7	3,1	3,4
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,8	1,0	0,7	0,8	0,7	0,8	0,2	0,2	0,5	0,5
Tailandia	(R)	0,6	0,8	1,1	1,3	0,9	1,0	0,0	0,0	0,4	0,4
Uganda	(R/AS)	3,5	4,3	3,9	4,6	3,0	3,4	3,0	3,6	2,6	2,8
Vietnam	(R/AS)	6,4	7,9	10,5	12,5	14,6	16,5	12,6	15,2	9,5	10,4
Otros		1,3	1,6	1,4	1,7	1,3	1,5	1,1	1,3	1,3	1,4

\* 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; Complete Coffee Coverage, diciembre 22/99, julio 2 y 11/02; FEDERACAFE; OIC-Coffee Statistics

Producción

## ANEXO 7

### EXPORTACION MUNDIAL DE CAFÉ VERDE A TODO DESTINO AÑOS CAFETEROS 1998/99 - 2002/03 MILLONES DE SACOS DE 60 KILOS

Países	Calidad de Café	98/99		99/00		00/01		01/02		02/03*	
		s/s	%								
<b>TOTAL MUNDIAL</b>		<b>83,8</b>	<b>100,0</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>87,3</b>	<b>100,0</b>
<b>Cosechas Abr - Mar</b>		<b>34,6</b>	<b>41,2</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>37,4</b>	<b>42,9</b>
Brasil	(ANL/R)	22,9	27,3	18,7	21,3	21,6	24,1	26,0	30,2	27,5	31,5
Ecuador	(AS/R)	0,9	1,1	0,8	0,9	0,8	0,9	0,6	0,7	0,7	0,8
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,4	1,7	1,0	1,1	1,1	1,2	1,0	1,2	1,1	1,3
Perú	(AS)	2,2	2,6	2,3	2,6	2,4	2,7	2,7	3,1	2,7	3,1
Indonesia	(R/AS)	5,4	6,4	5,1	5,8	5,1	5,8	4,1	4,8	4,5	5,2
Madagascar	(R/AS)	0,7	0,8	0,5	0,6	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Otros		1,1	1,3	1,1	1,3	0,8	0,9	0,7	0,8	0,7	0,8
<b>Cosechas Jul - Jun</b>		<b>1,2</b>	<b>1,4</b>	<b>1,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>1,8</b>
Rep. Dominicana	(AS)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2
Tanzania	(AS/R)	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	1,0	0,6	0,8	0,9	1,3
Otros		0,3	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
<b>Cosechas Oct - Sep</b>		<b>48,0</b>	<b>57,4</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>48,6</b>	<b>55,3</b>
Colombia	(AS)	10,3	12,3	9,0	10,2	9,4	10,5	10,6	12,4	10,5	12
Costa Rica	(AS)	2,1	2,5	2,0	2,3	2,1	2,3	1,9	2,2	1,7	1,9
El Salvador	(AS)	1,8	2,1	2,5	2,8	1,7	1,9	1,5	1,7	1,3	1,5
Etiopía	(ANL)	1,8	2,2	2,0	2,3	1,4	1,6	1,9	2,3	2,3	2,6
Guatemala	(AS/R)	4,6	5,5	4,9	5,5	4,4	4,8	3,3	3,9	4,0	4,5
Honduras	(AS)	2,1	2,5	2,8	3,2	2,5	2,8	2,6	3,0	2,4	2,8
India	(AS/R)	3,4	4,1	4,5	5,1	3,7	4,1	3,4	4,0	3,4	3,9
Kenia	(AS)	1,1	1,3	1,1	1,3	1,2	1,3	0,8	0,9	0,8	0,9
México	(AS/R)	4,1	4,9	5,1	5,8	3,6	4,0	2,9	3,4	2,6	2,9
Nicaragua	(AS)	1,0	1,2	1,2	1,4	1,4	1,6	0,9	1,0	1,0	1,1
Camerún	(R/AS)	1,0	1,2	1,3	1,5	1,1	1,2	0,6	0,7	0,8	0,9
Costa de Marfil	(R)	2,3	2,7	5,0	5,7	4,3	4,8	3,3	3,8	2,4	2,7
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,4	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3	0,3
Tailandia	(R)	0,4	0,5	0,9	1,0	1,2	1,3	0,1	0,1	0,2	0,2
Uganda	(R/AS)	3,7	4,4	2,9	3,3	3,1	3,5	3,2	3,7	2,7	3,1
Vietnam	(R/AS)	6,7	8,0	10,8	12,3	14,4	16,1	12,0	13,9	11,6	13,2
Otros		1,2	1,5	1,0	1,1	0,8	0,9	0,6	0,7	0,7	0,8

\* 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: OIC - Coffee Statistics.

## ANEXO 8

EXPORTACIONES DE CAFÉ COLOMBIANO SEGUN PAISES DE DESTINO  
AÑOS CAFETEROS 1998/99 - 2002/03  
MILES DE SACOS DE 60 KILOS

PAISES	98/99		99/00		00/01		01/02		02/03	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
<b>TOTAL</b>	<b>10.324</b>	<b>100,0</b>	<b>9.065</b>	<b>100,0</b>	<b>9.473</b>	<b>100</b>	<b>10.629</b>	<b>100,0</b>	<b>10.478</b>	<b>100,0</b>
<b>AMERICA</b>	<b>3.709</b>	<b>35,9</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>4.248</b>	<b>40,5</b>
Estados Unidos	3.220	31,2	2.919	32,2	2.946	31,1	3.419	32,2	3.634	34,7
Canadá	401	3,9	383	4,2	471	5,0	594	5,6	497	4,7
Argentina	32	0,3	30	0,3	25	0,3	13	0,1	9	0,1
Otros (1)	56	0,5	87	1,0	110	1,2	128	1,2	108	1,0
<b>EUROPA</b>	<b>5.229</b>	<b>50,6</b>	<b>4.194</b>	<b>46,3</b>	<b>4.421</b>	<b>46,7</b>	<b>4.725</b>	<b>44,5</b>	<b>4.623</b>	<b>44,1</b>
<b>Unión Europea</b>	<b>4.850</b>	<b>47,0</b>	<b>3.904</b>	<b>43,1</b>	<b>4.133</b>	<b>43,7</b>	<b>4.425</b>	<b>41,7</b>	<b>4.297</b>	<b>41,1</b>
Alemania	2.076	20,1	1.703	18,8	1.791	18,9	1.784	16,8	1.872	17,9
Bélgica	423	4,1	488	5,4	632	6,7	575	5,4	627	6,0
Francia	423	4,1	285	3,1	277	2,9	340	3,2	201	1,9
Reino Unido	236	2,3	253	2,8	234	2,5	306	2,9	311	3,0
Suecia	297	2,9	243	2,7	251	2,7	281	2,6	237	2,3
Italia	236	2,3	237	2,6	239	2,5	252	2,4	250	2,4
España	283	2,7	232	2,6	192	2,0	244	2,3	250	2,4
Holanda	430	4,2	204	2,3	231	2,4	262	2,5	249	2,4
Finlandia	222	2,2	117	1,3	140	1,5	212	2,0	141	1,3
Dinamarca	173	1,7	99	1,1	90	1,0	111	1,0	103	1,0
Portugal	15	0,1	14	0,2	18	0,2	16	0,2	23	0,2
Austria	19	0,2	13	0,1	16	0,2	21	0,2	11	0,1
Grecia	15	0,1	11	0,1	15	0,2	18	0,2	14	0,1
Irlanda	2	0,0	4	0,0	4	0,0	5	0,0	8	0,1
<b>Otros Europa</b>	<b>379</b>	<b>3,6</b>	<b>289</b>	<b>3,2</b>	<b>289</b>	<b>3,1</b>	<b>300</b>	<b>2,8</b>	<b>326</b>	<b>3,1</b>
Polonia	99	1,0	88	1,0	55	0,6	44	0,4	45	0,4
Noruega	140	1,4	84	0,9	101	1,1	111	1,0	145	1,4
Suiza	68	0,7	33	0,4	29	0,3	37	0,4	31	0,3
Otros (2)	72	0,5	84	0,9	104	1,1	108	1,0	105	1,0
<b>OTROS PAISES</b>	<b>1.386</b>	<b>13,4</b>	<b>1.452</b>	<b>16,0</b>	<b>1.498</b>	<b>15,8</b>	<b>1.752</b>	<b>16,4</b>	<b>1.607</b>	<b>15,4</b>
Japón	1.121	10,9	1.214	13,4	1.219	12,9	1.482	13,9	1.315	12,6
Corea del Sur	125	1,2	117	1,3	118	1,2	88	0,8	125	1,2
Australia	31	0,3	26	0,3	26	0,3	32	0,3	33	0,3
Otros (3)	109	1,0	95	1,0	135	1,4	149	1,4	133	1,3

(\*) 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: FEDERACAFE - Gerencia Comercial

## ANEXO 9

### EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFÉ SEGUN PUERTOS DE EMBARQUE AÑOS CAFETEROS 1998/99 - 2002/03 MILES DE SACOS DE 60 KILOS

Años Cafeteros	Miles de sacos de 60 Kilos									
	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**	7.587	72,4	2.349	22,1	416	3,9	126	1,2	10.478	100,0

\* Barranquilla, Aeropuerto Eldorado, Medellín, Cúcuta e Ipiales.

\*\* Preliminar

Fuente: FEDERACAFE - Gerencia Comercial.

## ANEXO 10

EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR TIPOS DE CAFÉ  
AÑOS CAFETEROS 1998/99 - 2002/03  
EQUIVALENTE EN MILES DE SACOS DE 60 KILOS DE CAFÉ VERDE

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**	9.907	101,7	545	110,8	19	46,4	8,5	17,2	10.478	101,5

\* Molido y Descafeinados.

\*\* Preliminar

Fuente: FEDERACAFE - Gerencia Comercial.

## ANEXO 11

### VOLUMEN Y VALOR DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFÉ AÑOS CAFETEROS 1998/99 - 2002/03

Miles sacos de 60 kilos							
Años Cafeteros	FEDERACION		PARTICULARES		TOTAL		
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	
98/99	2.965	28,7	7.359	71,3	10.324	(*)	100,0
99/00	3.268	36,0	5.798	64,0	9.065	(*)	100,0
00/01	3.415	36,1	6.057	63,9	9.473	(*)	100,0
01/02	3.400	32,0	7.229	68,0	10.629	(*)	100,0
02/03 (**)	2.532	24,2	7.947	75,8	10.478	(*)	100,0

US\$ Millones (1)							
Años Cafeteros	FEDERACION		PARTICULARES		TOTAL		
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	
98/99	442	28,4	1.115	71,6	1.557		100,0
99/00	432	34,5	821	65,5	1.253		100,0
00/01	318	34,9	594	65,1	912		100,0
01/02	267	31,0	594	69,0	861		100,0
02/03 (**)	236	26,0	671	74,0	907		100,0

(\*) Incluye stocks de seguridad y promoción. (\*\*) Preliminar. (1) Facturación.

Fuentes: FEDERACAFE - Gerencias Comercial y Financiera.

## ANEXO 12

CONSUMO INTERNO DE CAFÉ VERDE EN PAÍSES PRODUCTORES  
AÑOS COSECHA 1998/99 - 2002/03  
MILLONES DE SACOS 60 KILOS

Países	Calidad de Café	98/99		99/00		00/01		01/02		02/03*	
		s/s	%								
<b>Total Mundial</b>		<b>25,2</b>	<b>100,0</b>	<b>25,5</b>	<b>100,0</b>	<b>25,6</b>	<b>100,0</b>	<b>26,8</b>	<b>100,0</b>	<b>27,2</b>	<b>100,0</b>
<b>Cosechas Abr - Mar</b>		<b>14,6</b>	<b>57,9</b>	<b>14,8</b>	<b>58,0</b>	<b>14,8</b>	<b>57,8</b>	<b>15,3</b>	<b>57,1</b>	<b>15,7</b>	<b>57,7</b>
Brasil	(ANL/R)	12,0	47,6	12,5	49,0	12,5	48,8	13,2	49,2	13,5	49,6
Ecuador	(AS/R)	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,1	0,2	0,7	0,2	0,7
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	0,1	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Perú	(AS)	0,2	0,8	0,3	1,2	0,2	0,8	0,1	0,4	0,1	0,4
Indonesia	(R/AS)	1,7	6,7	1,5	5,8	1,4	5,5	1,6	6,0	1,6	5,9
Madagascar	(R/AS)	0,2	0,8	0,1	0,4	0,2	0,8	0,1	0,4	0,2	0,7
Otros		0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4
<b>Cosechas Jul - Jun</b>		<b>1,6</b>	<b>6,4</b>	<b>1,6</b>	<b>6,3</b>	<b>1,6</b>	<b>6,3</b>	<b>1,6</b>	<b>6,0</b>	<b>1,6</b>	<b>6,1</b>
Rep.Dominicana	(AS)	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,2
Tanzania	(AS/R)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros		1,3	5,2	1,3	5,1	1,3	5,1	1,3	4,8	1,3	4,8
<b>Cosechas Oct - Sep</b>		<b>9,0</b>	<b>35,7</b>	<b>9,1</b>	<b>35,7</b>	<b>9,2</b>	<b>35,9</b>	<b>9,9</b>	<b>36,9</b>	<b>9,9</b>	<b>36,2</b>
Colombia	(AS)	1,4	5,5	1,5	5,9	1,5	5,9	1,4	5,2	1,4	5,1
Costa Rica	(AS)	0,3	1,2	0,8	3,1	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,1
El Salvador	(AS)	0,3	1,2	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4
Etiopía	(ANL)	1,7	6,7	1,6	6,3	1,7	6,6	1,8	6,7	1,8	6,6
Guatemala	(AS/R)	0,4	1,6	0,4	1,5	0,4	1,6	0,3	1,1	0,3	1,1
Honduras	(AS)	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,1	0,3	1,1	0,2	0,7
India	(AS/R)	0,8	3,2	0,8	3,1	0,9	3,5	1,2	4,5	1,1	4,0
Kenia	(AS)	-	-	-	-	-	-	0,1	0,2	0,1	0,2
México	(AS/R)	0,9	3,6	1,1	4,3	1,0	3,9	1,5	5,6	1,5	5,5
Nicaragua	(AS)	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,2	0,7	0,2	0,6
Camerún	(R/AS)	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,2	0,1	0,4
Costa de Marfil	(R)	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,3	1,1	0,3	1,1
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,8	0,2	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7	0,2	0,7
Tailandia	(R)	0,4	1,6	0,3	1,2	0,3	1,2	0,5	1,9	0,5	1,8
Uganda	(R/AS)	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,3	1,1
Vietnam	(R/AS)	0,3	1,2	0,4	1,6	0,4	1,6	0,5	1,9	0,5	1,8
Otros		1,6	6,3	1,2	4,7	1,7	6,6	1,1	4,1	1,1	4,0

\* Preliminar. (-) Cifras inferiores a 50.000 sacos.

(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; Complete Coffee Coverage, diciembre 22/99, julio 2 y 11/02 FEDERACAFE; OIC-Coffee Statistics

## ANEXO 13

CONSUMO ESTIMADO DE CAFÉ EN PAISES IMPORTADORES  
AÑOS CAFETEROS 1998/99 - 2003/04  
MILLONES DE SACOS 60 KILOS

<b>América</b>	<b>21.8</b>	<b>21.9</b>	<b>22.2</b>	<b>22.3</b>	<b>22.9</b>	<b>23.3</b>
Estados Unidos	18.4	18.5	18.9	19.1	19.6	19.9
Canadá	2.3	2.3	2.3	2.3	2.4	2.5
Otros (1)	1.1	1.1	1.1	0.9	0.8	0.8
<b>Europa</b>	<b>43.1</b>	<b>43.6</b>	<b>44.1</b>	<b>44.9</b>	<b>44.8</b>	<b>45.7</b>
<b>Unión Europea</b>	<b>34.4</b>	<b>34.7</b>	<b>34.7</b>	<b>34.9</b>	<b>34.7</b>	<b>35.1</b>
Alemania	9.3	9.4	9.3	9.4	9.1	9.1
Francia	5.4	5.5	5.5	5.5	6.0	5.6
Italia	4.9	5.0	5.0	5.1	5.0	5.1
España	2.8	2.9	3.1	3.0	3.0	3.0
Reino Unido	2.5	2.5	2.5	2.5	2.3	2.3
Holanda	2.4	2.4	2.3	2.3	2.2	2.2
Suecia	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7
Otros(2)	5.5	5.4	5.4	5.4	5.4	5.5
<b>Otros Europa</b>	<b>8.7</b>	<b>8.9</b>	<b>9.5</b>	<b>10.0</b>	<b>10.1</b>	<b>10.6</b>
Rusia	1.6	1.7	1.8	2.0	2.1	2.3
Polonia	1.7	1.7	1.8	2.0	2.0	2.2
Otros (3)	5.4	5.5	5.8	6.0	5.8	6.0
<b>Otros Países</b>	<b>13.4</b>	<b>13.7</b>	<b>14.6</b>	<b>14.2</b>	<b>15.9</b>	<b>16.2</b>
Japón	5.9	6.3	6.7	6.8	6.8	7.1
Corea del Sur	1.0	1.1	1.3	1.3	1.4	1.4
Otros (4)	6.5	6.3	6.6	6.1	4.0	4.0
<b>TOTAL</b>	<b>78.3</b>	<b>79.2</b>	<b>80.9</b>	<b>81.4</b>	<b>83.9</b>	<b>85.2</b>

(1) Principalmente, Argentina y Chile. (2) Bélgica, Austria, Finlandia, Dinamarca, Grecia, Portugal e Irlanda. (3) Principalmente, Noruega, Suiza, Rumania, Bulgaria, República Checa y Croacia. (4) Principalmente, Argelia, Israel, Marruecos, Malasia y Australia.

Fuentes: LMC-Commodity bulletin (varios); Coffee Quarterly marzo/02 - sep/03-Neumann Kaffee Gruppe y FEDERACAFE

## ANEXO 14

PRECIOS INDICATIVOS SEGUN LOS GRUPOS DE LA  
ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL CAFÉ  
AÑOS CAFETEROS 1997/98 - 2002/03  
CENTAVOS DE DÓLAR POR LIBRA

SUAVES COLOMBIANOS	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Año Cafetero
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
<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
<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
<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
<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

(\*) 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

**ANEXO 15**COLOMBIA - PRECIO DE REINTEGRO FEDERACION, PRECIO INTERNO  
Y TASA DE CAMBIO  
PROMEDIOS 1998/99 - 2002/03

Años Cafeteros *	PRECIO DE REINTEGRO FEDERACION	PRECIO COMPRA BASE	TASA DE CAMBIO REPRESENTATIVA DEL MERCADO
	US Cts/libra Ex-dock	\$ por carga de 125 kilos Pergamino	\$ por dólar
98/99	120,54	337.405	1661,76
99/00	111,81	380.289	2030,61
00/01	76,23	323.191	2266,35
01/02	63,27	278.962	2384,14
02/03	65,96	309.093	2864,55
<b>2002/03</b>			
Octubre	68,19	311.918	2.829,29
Noviembre	69,95	321.266	2.729,95
Diciembre	65,78	287.017	2.814,48
Enero	67,07	327.963	2.909,72
Febrero	66,82	319.306	2.951,80
Marzo	62,70	299.077	2.958,87
Abril	65,02	312.607	2.926,21
Mayo	66,12	313.983	2.859,37
Junio	61,71	290.018	2.828,06
Julio	64,58	318.348	2.858,82
Agosto	65,88	299.714	2.867,95
Septiembre	67,69	307.898	2.840,08

(\*) 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: FEDERACAFE, Superintendencia Bancaria y Banco de la República.

## ANEXO 16

PRINCIPALES VARIABLES DE LA ECONOMIA CAFETERA COLOMBIANA  
AÑOS CAFETEROS 2001/02 Y 2002/03

VARIABLES	2001/02	2002/03	DIFERENCIA	
			Unid.	%
<b>1. EXPORTACION TOTAL (Mills. s/s 60 Kg verde)</b>	10,6	10,5	-0,2	-1,4
<b>FEDERACION</b>	3,4	2,5	-0,9	-25,5
<b>PARTICULARES</b>	7,2	7,9	0,7	10,4
<b>2. PRECIO PROMEDIO DE FACTURACION (US\$/Lb. Ex-dock)</b>	0,70	0,73	0,03	4,3
<b>US\$ de 2003</b>	0,72	0,73	0,01	1,9
<b>3. VALOR FACTURACION (US\$ Mills. FOB)</b>	880,4	922,0	41,6	4,7
<b>US\$ de 2003</b>	900,9	922,0	21,1	2,3
<b>4. COSECHA (Mills. s/s 60 Kg verde)</b>	12,0	11,7	-0,2	-2,0
<b>5. PRECIO INTERNO PROMEDIO (\$/Carga)</b>				
<b>\$ corrientes</b>	287.500	333.690	46.190	16,1
<b>\$ del 2003</b>	307.293	333.690	26.397	8,6
<b>6. VALOR COSECHA (Miles de Millones \$)</b>				
<b>\$ corrientes</b>	2.061	2.345	284	13,8
<b>\$ del 2003</b>	2.202	2.345	143	6,5
<b>7. CONSUMO INTERNO (Mills. s/s 60 Kg verde)</b>	1,4	1,4	0,0	0,0
<b>8. EXISTENCIAS FINALES (Mills. s/s 60 Kg verde)</b>	1,8	1,78	0,0	-1,4
<b>9. FONDO NACIONAL DEL CAFE - Septiembre 30 (Déficit) o Superávit de Tesorería (Mills. \$)</b>				
<b>Patrimonio (Mills. \$)</b>	-119.434	60.819	180.253	150,9
<b>Patrimonio (US\$ Mills.)</b>	702.429	780.770	78.341	11,2
<b>Patrimonio (US\$ Mills.)</b>	248	270	22	9,0

(\*) Incluye stocks de seguridad y promoción.

Fuente: FEDERACAFE - Gerencias Financiera y Comercial.

FEDERACAFE -

COORDINACIÓN EDITORIAL

JOSÉ CHALARCA

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

CARMENZA BACCA RAMÍREZ  
CENICAFÉ

FOTOGRAFÍA

GONZALO HOYOS SALAZAR.  
CENICAFÉ

IMPRESIÓN

FERIVA S.A.

® FNC-2003