

IG INFORME DEL GERENTE

89 CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS VIRTUAL

www.federaciondecafeteros.org | @fedecafeteros 

Editor: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia - 313 6600 - Calle 73 n° 8-13 - ISSN en trámite.



EDITORIAL

PÁG. 2

Más calidad y sostenibilidad

Los actuales buenos precios motivan a los productores a mejorar la productividad de sus cafetales.

EJE ECONÓMICO

PÁG. 6

Un año de precios récord

Valor de la cosecha crece a \$9,9 billones y promete superar los \$11 billones al cierre de año.

GESTIÓN DE RECURSOS

PÁG. 56

\$299.000 mill. para bienes cafeteros

En un año desafiante para la comercialización de café, esta cifra es 5,7% superior a la de ene.-sep. de 2020.

GOBERNANZA

PÁG. 34

Siempre cerca de la base cafetera

Desde 2015, 37.000 caficultores han sido escuchados directamente por el Gerente General.

EJE AMBIENTAL

PÁG. 30

Una estrategia más transversal

Una mayor articulación potencia los esfuerzos de la FNC en la materia. Las acciones concretas empiezan a multiplicarse.

LA CALIDAD ES SINÓNIMO DE MEJOR PRECIO, Y LA SOSTENIBILIDAD CAFETERA, DE FUTURO



El 2021, próximo a terminar, será recordado como uno de los mejores años en materia de precio del café en las últimas décadas.

Las sequías y heladas que se presentaron en Brasil a finales del año pasado y el presente produjeron una merma en su cosecha que afectó el flujo normal de café a los mercados internacionales y llevó la cotización del contrato C en la Bolsa de Nueva York para los cafés arábigos lavados –incluir

do el colombiano– a niveles superiores a **USD 2/lb.**

A esto se suma la favorable devaluación del peso y el alto diferencial de calidad que el mercado reconoce al café colombiano, del orden de **50 ¢/lb.** Así las cosas, a mediados de noviembre el precio del café pergamino en Colombia superó por primera vez los **\$2 millones por carga de 125 kg.**

Con este precio, el valor de la cosecha cerrará el año en tor-

no a los **\$11 billones, 23% más que en 2020,** lo que contribuye al crecimiento económico del país, sobre todo en los más de 600 municipios y 23 departamentos donde se cultiva el grano.

El café genera unos **2 millones de empleos** directos y tiene un efecto multiplicador sobre los demás eslabones de la cadena: transporte, fertilizantes y agroquímicos, herramientas y maquinaria, servicios técnicos y profesionales, etc. Por otro

lado, **el buen precio dinamiza el consumo en las regiones cafeteras.**

Con estos precios, los productores a su vez están motivados para mantener las prácticas culturales recomendadas para sostener y mejorar la productividad de sus cafetales.

Pero no solo son ellos quienes creen en la caficultura y le ven futuro. Las grandes casas comerciales que compran café colombiano, como Starbucks, Nestlé y

su filial Nespresso, entre otras, han entendido la responsabilidad que tienen con la sostenibilidad y han emprendido proyectos en diversas regiones, con grupos y asociaciones de caficultores, para mejorar la productividad y calidad del grano.

Y aquí quiero destacar el esfuerzo constante de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) por direccionar recursos y obras desde los sectores público y privado, con aliados



nacionales e internacionales, para **llevar proyectos de desarrollo a las diversas regiones cafeteras.**

En la comercialización de café, la herramienta de los contratos futuros ha servido para asegurar el ingreso y la rentabilidad de los caficultores sobre la base de unos costos de producción conocidos. La Federación seguirá usando este instrumento en su compromiso de garantizar un precio mínimo como administradora del Fondo

Nacional del Café, con la condición indispensable de que todas las partes interesadas, empezando por **los productores, cumplan y honren la palabra empeñada.** La caficultura es una actividad de largo aliento y son muchas más las ocasiones en que el precio futuro ha sido superior al precio del día.

Para lograr el hito de alcanzar un valor de la cosecha de \$11 billones, este año la FNC se puso a prueba una vez más y superó las enormes

dificultades que se presentaron en abril, mayo y junio por los paros y bloqueos de carreteras, que generaron gran **traumatismo en la entrega de café** a los compradores. Más recientemente, ha sido la **escasez de contenedores** la que ha debido sortearse. Ha sido menester conversar directamente con los clientes de café colombiano, y gradualmente el país se ha ido poniendo al día en los compromisos de entrega.

Otro reto igualmente importante ha sido mantener la actividad del Servicio de Extensión en medio de las nuevas fases de la pandemia de covid-19. En acción coordinada con las autoridades nacionales y territoriales, la FNC ha mantenido las campañas de bioseguridad entre la población cafetera, para seguir **cuidándonos todos e incentivando la vacunación masiva.**

Y en estos dos años de acentuados desafíos, **es un orgullo resaltar la gran labor cumplida por todas las empresas del gremio:** Buencafé, que sigue rompiendo todos los récords; Procafecol y Almacafé, que de la mano de la reactivación han vuelto a crecer con fuerza; la Fundación Manuel Mejía (FMM), siempre ayudando a for-

mar diversos públicos, y Cenicafé, cuyas investigaciones y desarrollos son la base de una **caficultura más sólida y competitiva, a lo que se suman unas finanzas sanas del FoNC y de la FNC, con prioridad de inversión, reducción de deuda y solidez financiera.**

Hace poco se llevó a cabo la COP26, organizada por las Naciones Unidas para evitar una catástrofe planetaria debido al cambio climático. Y más allá de los esfuerzos para evitar que la temperatura promedio supere los **1,5°C**, el sector cafetero colombiano sigue haciendo grandes y reales contribuciones en materia ambiental: **sembrará más de un millón de árboles nativos** para capturar carbono, como parte del compromiso de Colombia para sembrar 180 millones en 4 años.

“

Con estos precios, los productores a su vez están motivados para mantener las prácticas culturales recomendadas para sostener y mejorar la productividad de sus cafetales”.

El 2022 será de grandes retos para Colombia, los caficultores y sus familias. Por una parte, tendremos elecciones de presidente y cuerpos colegiados, y por otra, la institucionalidad cafetera elegirá sus cuerpos directivos departamentales y municipales, en un **proceso democrático y transparente.** Sea esta la ocasión para hacer un llamado a todos los productores y sus familias con derecho al voto a que ojalá lo hagan en ambas ocasiones a conciencia, pensando en lo que más conviene al país y a la caficultura.

Como FNC, el gremio de los caficultores colombianos, seguiremos trabajando incansablemente por lograr **más calidad del grano, que es sinónimo de mejor precio, y por la sostenibilidad de la caficultura, que es sinónimo de futuro** para las nuevas generaciones.

Por eso el lema del 89 Congreso Nacional de Cafeteros no podía ser más oportuno: **“El café de Colombia es más calidad y más sostenibilidad”.**

Roberto Vélez Vallejo

Gerente General FNC

AVANZAMOS EN LA ESTRATEGIA POR LA RENTABILIDAD DEL CAFICULTOR

Balance mundial para año cafetero 2021-22 arrojaría déficit de 10,9 millones de sacos

Por tercer año consecutivo, al cierre del año cafetero 2020-21, el balance fue superavitario. Producción alcanza 177,9 millones de sacos de 60 kg (con mayor participación de arábigo). Con leve aumento, el consumo llega a 168,4 millones de sacos.

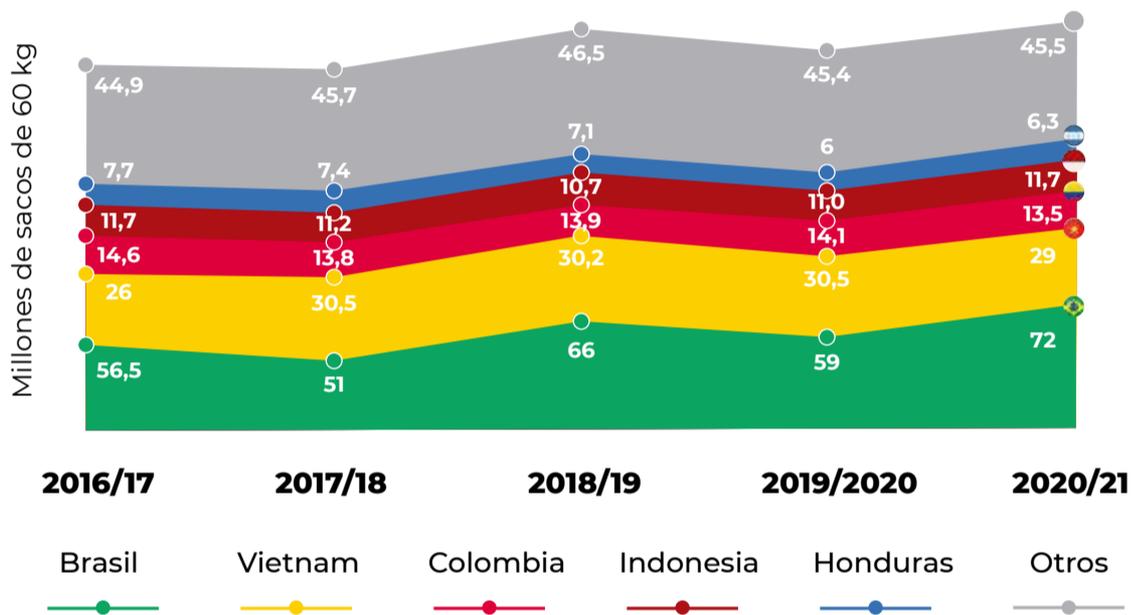
El año cafetero 2020-21 cerró con un superávit de 9,6 millones de sacos.

La producción mundial de café alcanzó **177,9 millones de sacos, 7.2% más** con respecto al periodo 2019-2020 debido a un alza de 22% de la producción de Brasil –mayor productor mundial–, de 59 a 72 millones de sacos, y al aumento de 6,4% en la producción de Indonesia, de 11 a 11,7 millones de sacos.

La participación de cafés arábigos en la producción mundial aumentó de 55,9% en el año cafetero 2019-20 a **59%** en 2020-21.

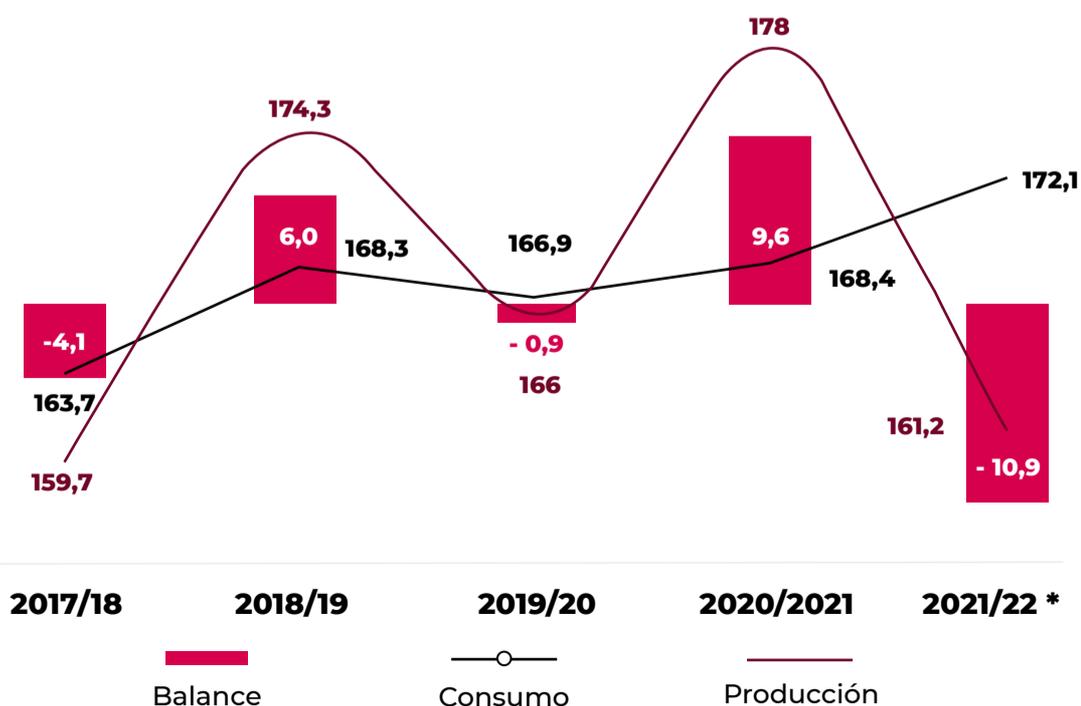
En este periodo, el consumo mundial alcanzó **168,4 millones de sacos**, leve aumento de 0,92% con respecto al año anterior y señal de que retomaría los niveles de crecimiento de la década previa a la pandemia (e incluso un poco más).

Producción mundial de café 2016 - 2021



Fuente: LMC.

Balance Internacional



Fuente: LMC. *Proyecciones.



No obstante, para el año cafetero 2021-22 la firma LMC proyecta una reducción de 9,4% en la producción mundial a **161,2 millones** de sacos, debido a una caída de 25% en la producción de Brasil (por perturbaciones climáticas), que alcanzaría 54 millones de sacos, la menor cifra desde 2017-18.

El consumo se prevé crezca 2,2% a 172,1 millones de sacos por aumentos en algunos de los principales países consumidores.

Así, el **balance mundial para el año cafetero 2021-22 alcanzaría un déficit de 10,9 millones de sacos.**

Producción nacional alcanza 13,4 millones de sacos

La cifra es 5% inferior a la del periodo anterior por las afectaciones de orden público. El consumo cae levemente por desconfinamiento. El balance nacional es superavitario.

En el año cafetero 2020-21, la producción nacional fue **13,4 millones** de sacos de 60 kg de café verde, 5% menos frente a 2019-20, debido a los descensos en julio y agosto y al impacto en mayo y junio de los bloqueos derivados de las protestas en el país.

En el mismo periodo, el consumo de café en Colombia fue de **2 millones de sacos**, 1,5% menos frente al año cafetero anterior debido en parte al levantamiento del confinamiento, que en 2020 aumentó el consumo en el hogar más de lo esperado. El consumo para 2020-21 retoma la tendencia de años previos a la pandemia.

En cuanto a las **exportaciones**, durante 2020-21 fueron de **12,8 millones de sacos**, 1,1% más frente al periodo anterior. Y su valor creció 15,9% frente a 2019-20 por el aumento de precios del grano, influido por las heladas en Brasil, la situación climática adversa en general y la congestión mundial en el transporte por la constante falta de contenedores y buques de carga. Las importaciones fueron de **1,6 millones de sacos**, 85% más con respecto a 2019-20.

El principal mercado de exportación del café colombiano sigue siendo Norteamérica (Estados Unidos y Canadá), con

una participación de 48.8% en las exportaciones totales. Según la **National Coffee Association (NCA)**, **75% de los consumidores estadounidenses afirman que la**

pandemia no causó cambios en sus patrones de consumo de café.

El mercado europeo es el segundo destino de las exporta-

ciones de café de Colombia, con una participación de 29%, mientras que el asiático mantuvo su participación de 17%.

Balance cafetero 2021 (millones de sacos)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Producción e importaciones	14,9	14,5	14,9	15,0	15,0
Producción	14,6	13,8	13,9	14,1	13,4
Importaciones	0,3	0,7	1,0	0,9	1,6
Exportaciones y consumo	15,2	14,5	15,3	14,7	14,8
Exportaciones	13,5	12,7	13,5	12,6	12,8
Consumo	1,7	1,8	1,8	2,1	2,0
Balance	-0,3	0,1	-0,4	0,3	0,2

Fuente: Investigaciones Económicas FNC.



Cerrará el año en torno a los \$11 billones

Valor de la cosecha crece a \$9,9 billones

El precio promedio en la Bolsa de Nueva York de 142,2 ¢/lb, el alto diferencial promedio por calidad de 50,7 ¢/lb y la depreciación del peso de 1,6% explican este aumento.

El precio del café colombiano depende de tres variables fundamentales: el precio del contrato C, el diferencial por calidad y la tasa de cambio; cualquier variación de estos factores lo afecta.

Durante 2020-21, el precio del contrato C en la Bolsa de Nueva York aumentó 28% a **142,2 ¢/lb** en promedio debido a adversidades climáticas en Brasil, dificultades en la cadena de suministro y falta de contenedores en los principales puertos, entre otros factores. En el año se mantuvo alto y volátil, hasta un máximo de **207,8 en julio** (precio no visto desde 2014).

El diferencial del grano colombiano (UGQ) alcanzó en promedio **50,7 ¢/lb**, 15% más que los 44,1 ¢/lb del año anterior y se mantuvo estable, comportamiento que puede explicarse por la creciente demanda mundial de cafés suaves y de calidad.

La tasa de cambio (TRM) **se depreció 1,6%** con respecto a 2019/20 a un promedio de **\$3.689 por dólar**, alcanzando su nivel más alto en agosto (\$3.888 por dólar en promedio).

Esta fortaleza de la moneda estadounidense se debe en parte a las expectativas sobre las decisiones de la Reserva Federal de Estados Unidos (FED) en materia de tasas de interés y política monetaria para frenar el impacto del covid-19 sobre la economía.

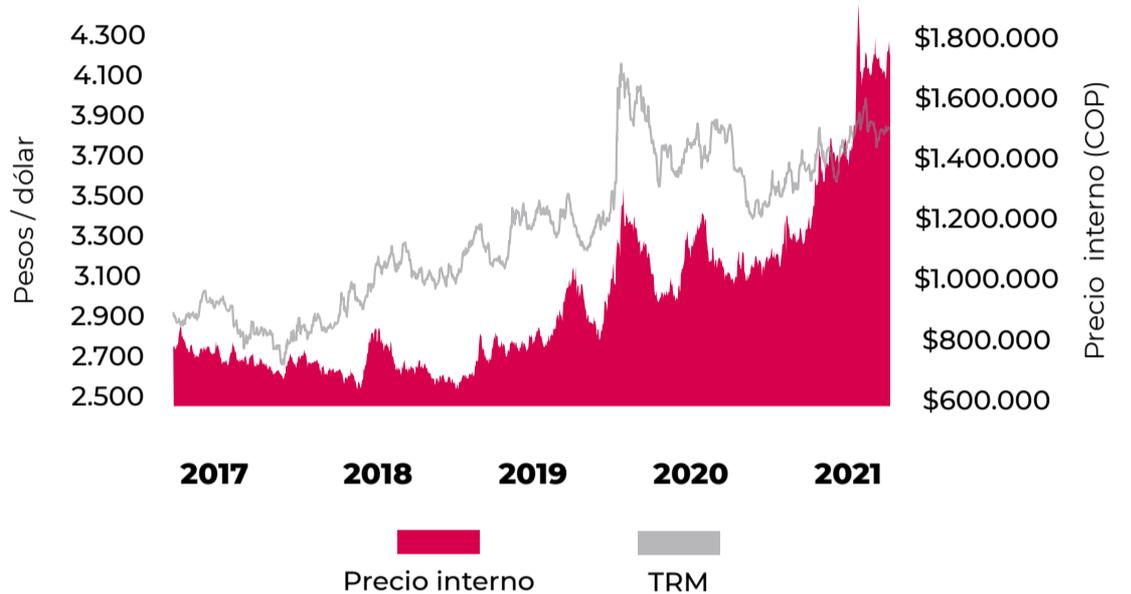
A nivel interno, se espera que la tasa de cambio se mantenga en estos niveles altos en lo que resta de 2021.

Por estos tres factores (precio del contrato C, diferenciales y tasa de cambio), el precio interno de referencia para compra de café en Colombia alcanzó un máximo histórico de **\$1.905.000** en julio y un promedio de \$1.289.802 por carga de 125 kg en 2020/2021.

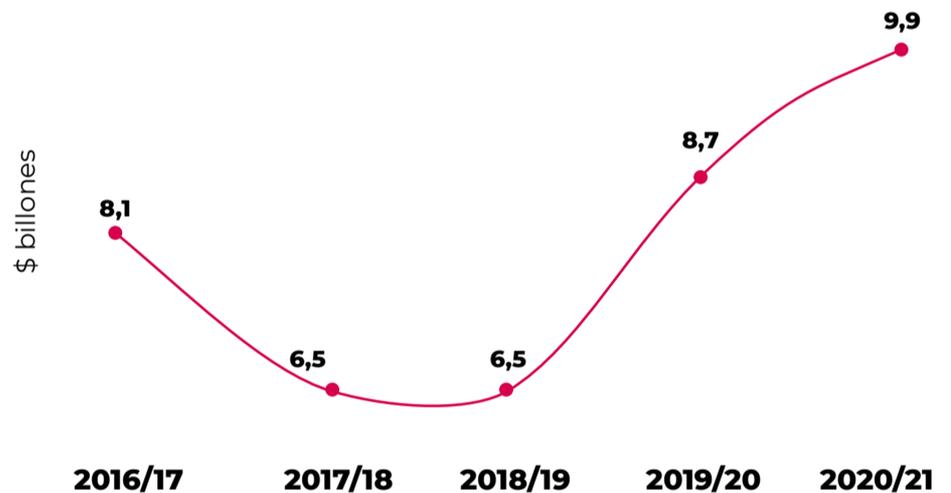
Los buenos precios, junto a los esfuerzos de la FNC para fortalecer el sector, llevaron el valor de la cosecha a **\$9,9 billones**, 14% más frente a 2019-2020 y superando el récord de 20 años alcanzado en ese mismo periodo.



Precio interno del café y TRM (2017 - 2021)

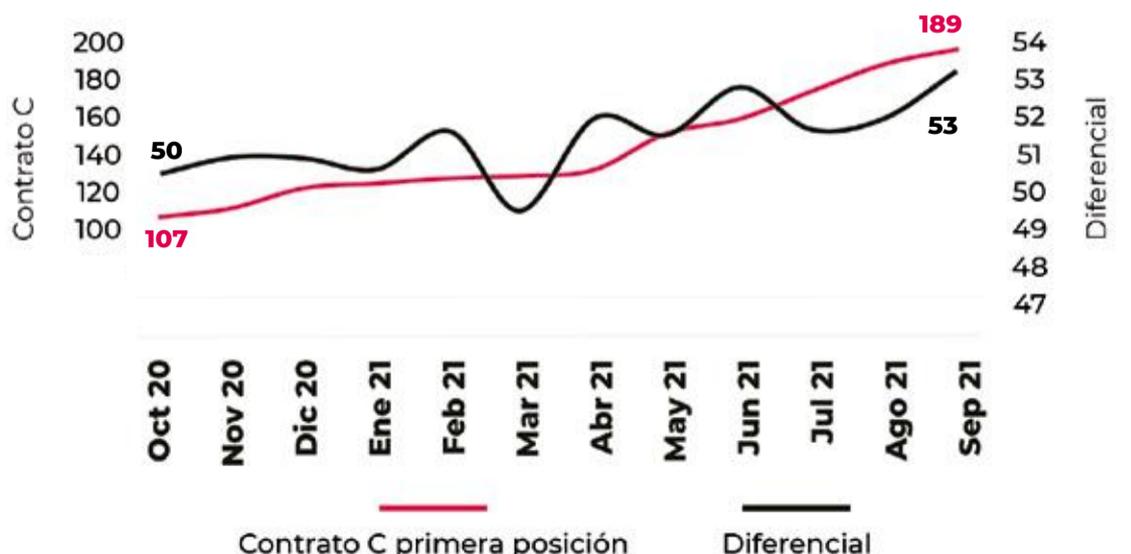


Valor de la cosecha



Fuente: Investigaciones Económicas FNC.

Precio en la Bolsa de Nueva York y diferencial del café colombiano



Fuente: OIC, Investigaciones Económicas FNC.

AVANZAMOS EN LA ESTRATEGIA POR LA RENTABILIDAD DEL CAFICULTOR



FNC supera obstáculos logísticos en comercialización de café

Las restricciones por la pandemia, los bloqueos en las vías del país y la escasez de contenedores fueron retos que impactaron la comercialización del café. Gracias a la labor articulada de la institucionalidad cafetera, la FNC garantizó continuidad de la cadena de suministro de café y agregó valor en cada uno de los eslabones a través de diferentes estrategias de comercialización.

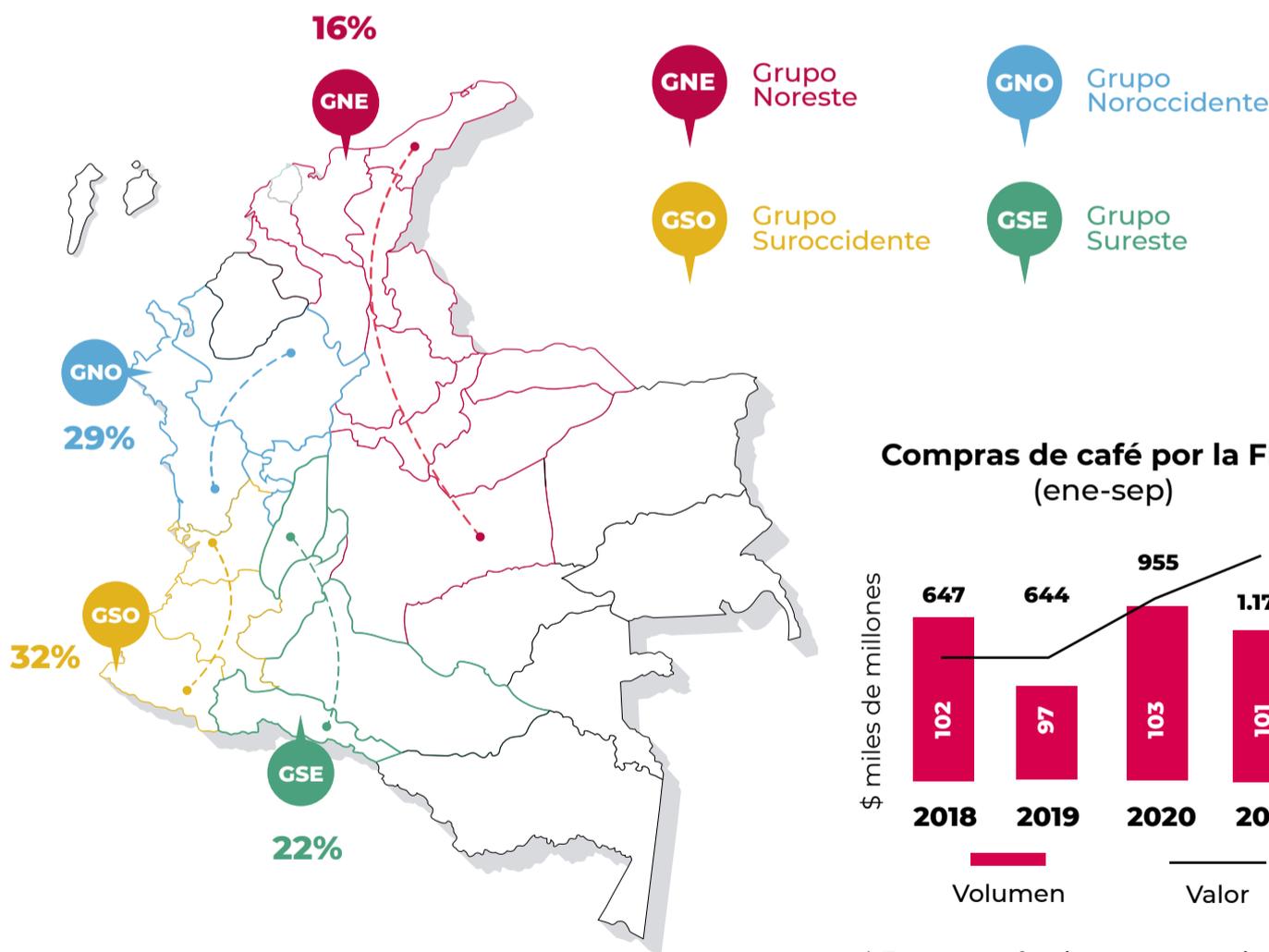
101 millones de kg de cps comprados pagando 6,3% más a productores

Para el desarrollo y apertura de nuevos canales de compra, la FNC amplió su portafolio a 209 productos y 15 programas gracias al trabajo de los equipos regionales, en articulación con Almacafé y los comités departamentales.

Con estas acciones, a septiembre el volumen de compras alcanzó 101 millones de kg de café pergamino seco (cps) por un valor de **\$1,18 billones**, 23% más que en el mismo periodo de 2020.

A pesar de las dificultades logísticas durante el año, la facturación en términos de volumen ha aumentado un 4% a septiembre y en términos de valor un 30% respecto al mismo periodo del año pasado.

Participación sobre el total de las compras (miles de kg de cps / %)



* Entregas efectivas, no negociaciones.

Ventas de café verde (ene-sep)

2020		2021		VARIACIÓN	
USD	Sacos de 60 kg	USD	Sacos de 60 kg	Volumen	Valor
284.850.904	1.364.718	366.911.302	1.417.956	4%	30%

Fuente: Gerencia Comercial FNC.

Precio promedio en subasta internacional alcanza récord de 12,76 USD/lb

Es casi 11 veces el precio base de mercado, como resultado del sexto concurso Colombia, Tierra de Diversidad.

En la sexta versión del concurso Colombia, Tierra de Diversidad participaron 1.019 lotes de 15 departamentos, de los cuales 210 tuvieron puntajes de +86 en el protocolo SCA y recibieron reliquidaciones de **\$250.000** por carga, además de pasar a ronda final para participar en la subasta en línea.

En el segundo año de la pandemia, la FNC optó por llevar el concurso a los laboratorios de más de 130 jueces internacionales y clientes en 21 países, desplegando

una red logística de envío de muestras en verde y tostado, para que evaluaran los mejores 26 cafés del concurso.

También hubo espacios virtuales de acompañamiento y retroalimentación a los caficultores con representantes de los mercados de Norteamérica, Europa, Asia y Colombia, donde se abordaron los resultados de catación de cada lote, y los productores se presentaron y hablaron directamente con los clientes y jueces.

Los 26 mejores lotes (de 9 departamentos) fueron subastados por segundo año en línea el 14 de mayo ante más de 114 clientes.

Se vendieron los 26 lotes a 20 clientes de seis países a un precio promedio récord de **12,76 USD/lb**, casi 11 veces el precio de cierre del mercado para ese día.

Top 3

Norte de Santander

1
Domingo Torres
41 USD/lb

Antioquia

2
Eidel Machado
21,5 USD/lb

3
Beatriz Vélez
19 USD/lb



Viaje virtual de compradores a Antioquia

En febrero se hizo un viaje virtual de compradores a Antioquia, con 51 clientes de diferentes países, y se vendieron **522,5 sacos de 70 kg** de cafés de Amalfi, Ituango y Sonsón. De estos, 134,5 sacos corresponden a microlotes y fueron vendidos a un promedio de **3,53 USD/lb** a 17 compradores de Europa y Norteamérica. Las reliquidaciones directas a caficultores alcanzaron \$75,6 millones.

Taza Móvil y retroalimentación en calidad

El laboratorio de calidad móvil, Taza Móvil, brinda el servicio de análisis de calidad física y sensorial a los productores para lograr mejor precio, servicio y fidelización, tanto a las cooperativas como a los caficultores.

Además, el productor recibe el servicio de análisis y retroalimentación de calidad personalizada, para aprender sobre calidad del café y actividades que la mejoren.

Desde que arrancó Taza Móvil en enero, ha atendido a **2.340 productores** en 10 departamentos y 61 municipios cafeteros, se han comprado **585.000 kg de café** y se han entregado **1.500 reportes de calidad** en el servicio de retroalimentación.

227.856 fincas con al menos un estándar de sostenibilidad

Comprometida con la sostenibilidad, la FNC facilitó la certificación y/o verificación de **227.856 fincas con al menos un estándar de sostenibilidad**, para beneficio de **195.970 caficultores**. La comercialización de estos cafés (incluidos regionales) representó para los productores reliquidaciones de **\$47.184 millones** a septiembre.



Los ganadores de los 5 atributos en pequeños y grandes lotes fueron:

ACIDEZ

Cundinamarca
Neyibia Cuéllar

SUAVIDAD

Norte de Santander
Domingo Torres Angulo

BALANCE

Antioquia
Eidel de Jesús Machado

CUERPO

Cauca
Lizandro Petevi Finscué

EXÓTICO

Norte de Santander
Domingo Torres Angulo

DE FINCA

Antioquia
Leocadio Posada Correa

Apoyo a tres concursos departamentales

Este año, la Gerencia Comercial ha apoyado **tres concursos departamentales**, dos en Cauca y uno en Huila, para incentivar y reconocer la calidad de los cafés a nivel departamental.

Como resultado se comercializaron **357 sacos de 70 kg**, de los cuales **266** fueron vendidos a un promedio de **3,11 USD/lb** en el primer concurso en Cauca y **91** sacos a un promedio de **5,15 USD/lb** en la segunda subasta en Cauca. El total de reliquidaciones a caficultores alcanza **\$194 millones**.

AVANZAMOS EN LA ESTRATEGIA POR LA RENTABILIDAD DEL CAFICULTOR

Llegamos a 34 clientes nuevos, 2 mercados más y 48 destinos

De la mano de las oficinas en el exterior, la Gerencia Comercial afianza relaciones con clientes recurrentes y busca nuevos nichos de mercado.

En 2021, se establecieron relaciones con **34 clientes nuevos** y se abrieron **2 nuevos mercados** (Venezuela y Uruguay), para un total de **48 destinos** a septiembre. Esto se tradujo en ventas de **1,8 millones de sacos de 60 kg**, 12% más que un año antes. La facturación creció **28%**, sobre todo por mayores ventas en el mercado interno y de Centro y Sudamérica (185% más este último).

Por último, la Gerencia Comercial y las oficinas en el exterior participaron en diferentes eventos con miras a construir confianza y relaciones de largo plazo para concretar negocios y proyectos que beneficien a los caficultores.

Ventas FNC de café verde y tostado (a sep. 2020 y 2021)



Asia

Campaña de promoción de la marca Emerald Mountain en Japón.

Degustación de cafés de Colombia - Coca Cola Japón.

3er Western China International Fair for Investment & Trade, Chongqing.



Europa

Evento en la Embajada de Irlanda, Bewley's y Fairtrade.

Festival de Café de Londres.

Mundial de la Unión Ciclista Internacional (UCI) en Bélgica.

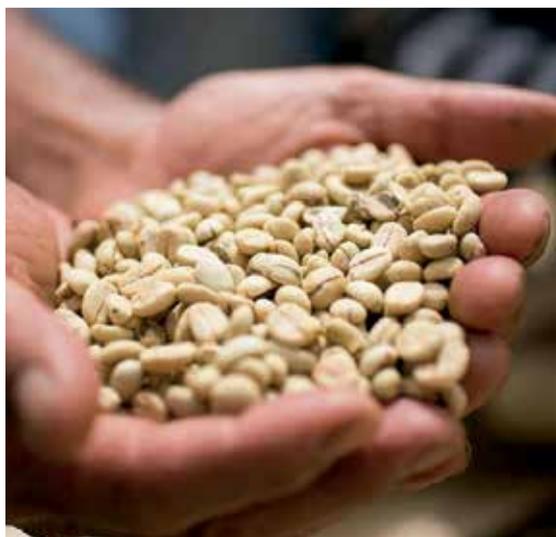


Norteamérica

Reuniones con clientes potenciales en SCA Expo, en Nueva Orleans, EEUU.

Fortalecimiento del portafolio con nuevos productos y servicios innovadores.

Fuente: Gerencia Comercial FNC.



Piloto de trazabilidad con 20 productores en Meta y Santander

Gracias al trabajo conjunto con Procafecol, Almacafé y Trace Coffee, inició un piloto de trazabilidad con **20 productores** en Meta y Santander, con el apoyo de las respectivas cooperativas.

En esta primera etapa se entregaron códigos QR, que van en los sacos e identificarán el café a lo largo de toda la cadena de suministro; la idea es integrar todos sus eslabones y garantizar la trazabilidad física hasta el productor.

Ventas de Buencafé alcanzan USD 124,8 millones

La compañía sigue batiendo récords y posicionando el café 100% colombiano en la industria mundial de soluble. A septiembre, exportó más de 10.000 ton a más de 60 países.

En los primeros nueve meses del año, Buencafé exportó más de **10.000 toneladas** de café a más de 60 países, con una facturación de **USD 124,8 millones** y una participación de 6% en el mercado mundial de liofilizado.

A final de año se proyectan ingresos por **USD 173 millones**, 7% más que en 2020 y nuevo récord histórico, debido principalmente a 4% más de ventas por el mayor consumo de soluble en casa a raíz de la pandemia y el desarrollo de nuevos negocios en China. A diciembre, las compras alcanzarán unos 500.000 sacos de café y se empacarán unos **35 millones de frascos y 77.5 millones de laminados**, también dos nuevos récords.

Argentina y Filipinas, dos nuevos mercados

En 2021, Buencafé abrió dos nuevos mercados: Argentina y Filipinas. Y se hizo la primera venta directa de extracto a Corea del Sur, mercado muy atractivo y de alto potencial para el café colombiano.

Además, los mercados de China, Colombia y Centro y Suramérica crecieron en volumen e ingresos. En **China**, el volumen de ventas creció 326% frente al mismo periodo anterior dado el mayor consumo de soluble en el hogar y los nuevos clientes de marcas propias y privadas. Las ventas en Colombia crecieron 6%

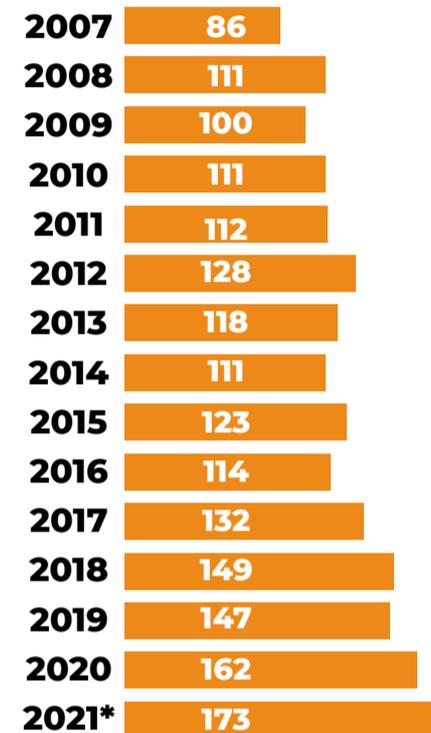
por el buen desempeño de las marcas del FoNC (Buendía y Juan Valdez), que han suplido una mayor demanda de soluble en casa y ganado participación a otros actores.

Café Buendía se consolida como marca tanto en Colombia como en Ecuador, con ventas mensuales cercanas a **USD 2 millones** entre ambos países y **22%** más de producto puesto en el canal. A septiembre se vendieron **600 millones de tazas** de liofilizado.

La marca también se incorporó a la tienda virtual comprocafedecolombia.com para contribuir a elevar el consumo de café 100% colombiano.

Ingresos Buencafé

En USD millones



* Proyectado

Fuente: Buencafé.

500.000

sacos de café serán las compras proyectadas a diciembre de 2021.

USD 173

millones son los ingresos proyectados a diciembre de este año.

Fuente: Buencafé

SENSORIA

By Buencafé

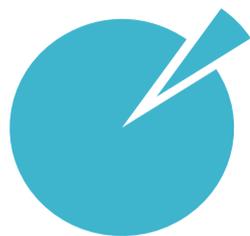
Transforma el café liofilizado elevándolo a un nivel superior, comparable a las marcas líderes. Más cerca que nunca a la experiencia y sabor de un tostado y molido.

Nuevas tecnologías elevan ventas

Aprovechando la nueva tecnología Sensoria by Buencafé, la fábrica vendió **198 toneladas** de nuevos productos, incluyen-

do liofilizado y extracto, además de descafeinado mediante el proceso Swiss Water, mucílago concentrado, y café tostado y

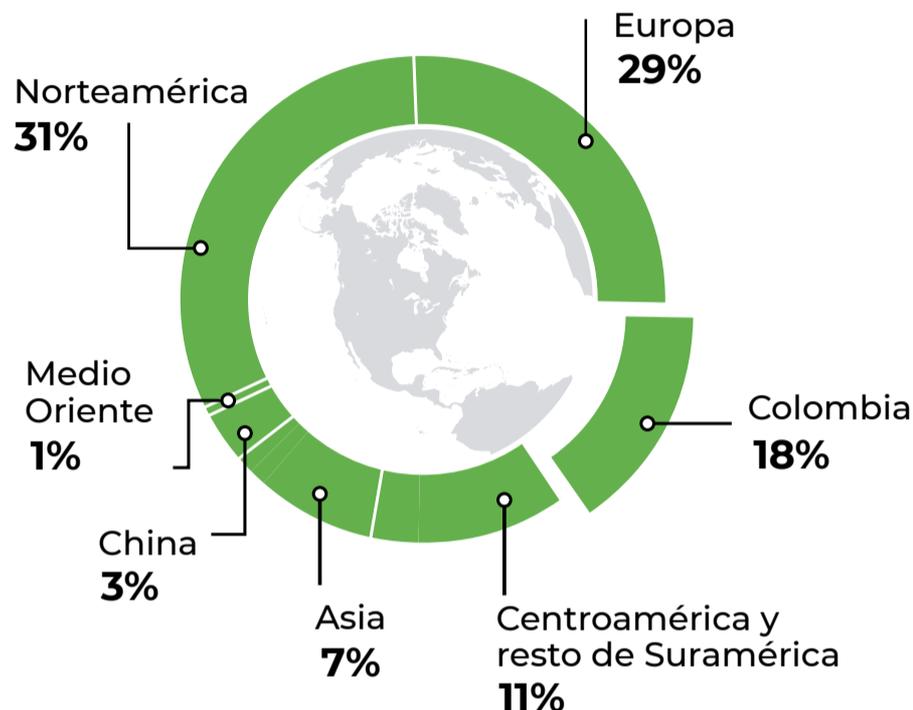
molido, en línea con la estrategia de diversificación de productos y mercados.



6%
la participación de Buencafé en el mercado mundial de liofilizado.

Distribución del mercado mundial

(Por volumen a sep)



USD 2 millones son las ventas mensuales en Colombia y Ecuador con la marca Café Buendía.



Primas de USD 1,6 millones por insumos certificados

En la cadena de valor, cada vez hay más consumidores responsables que demandan productos certificados como orgánico, Fairtrade, Rainforest o UTZ. Esta categoría representa 10% de las ventas totales (sobre todo orgánico y Rainforest). A septiembre, Buencafé pagó a los productores primas por **USD 1,6 millones** por materias primas certificadas.

Además, la fábrica finaliza el año con **25 certificaciones**, de las cuales 7 son en orgánico para cubrir la demanda en diferentes regiones o países destino.

Las certificaciones garantizan la calidad y sostenibilidad de los procesos de la fábrica y afianzan la confianza con sus clientes.

Buencafé también hizo parte de los esfuerzos de la FNC para postularse a la certificación como Operador Económico Autorizado (OEA) y así propiciar una cadena de suministro más segura para los aliados del negocio.

Empaques más sostenibles y menos contaminación

En 2021, Buencafé abordó varios frentes de sostenibilidad ambiental, entre los cuales destacan:



Menos materiales de empaque

A septiembre, se ahorraron 8,6 toneladas de plástico al reducir 10% el peso de elementos tales como tapas, así como 34 toneladas de madera de un solo uso.



Empaques más sostenibles

Se desarrollaron materiales de empaque más sostenibles, incluyendo envases de hojalata, tapas metálicas y un envase a partir de vidrio 100% reciclado.



Disminución de CO2

Se aprovecha más biomasa (borra y cisco) para generar vapor en las calderas, lo que evita 11,5 toneladas de CO2/día.

A septiembre Ingresos de Procafecol crecen 65% a \$250.610 millones

La empresa estabiliza su operación tras los impactos de la pandemia y sienta bases de crecimiento para próximos años.

A septiembre, los ingresos operacionales de Procafecol (incluyendo ventas y otros) alcanzaron **\$250.610 millones**, 65% más frente a 2020 y 3% más frente a 2019. Las **regalías** pagadas al FoNC superan **\$17.000 millones**, para un total de **\$140.000 millones** aportados desde la creación de la compañía.

Pese a algunos meses de cuarentena general y otros de bloqueos de vías, con ventas por **\$247.069 millones** la compañía logró superar las del periodo anterior a la pandemia, de \$232.556 millones, buen comportamiento apalancado en todos los canales de venta.



Tiendas en Colombia

El canal de tiendas, que representa 60% de las ventas totales de la compañía, siguió viéndose afectado por las cuarentenas y restricciones a comienzos de 2021. Aun así, a septiembre las ventas alcanzaron **\$149.029 millones**, 98% más frente a ene-sep 2020. Frente a 2019, las ventas aún están 4% por debajo, sobre todo por los primeros meses, pero a partir de julio han venido superando las de 2019, a pesar de tener menos tiendas abiertas.

Consumo masivo (canales moderno y tradicional)

En este segmento, a septiembre el **canal moderno** (grandes superficies) alcanzó ventas de **\$35.977 millones**, 40% más que el año anterior y 11% más que en 2019, signos de una recuperación satisfactoria de la pandemia (las ventas más altas en la historia de Procafecol en los últimos meses), también como resultado de inversiones focalizadas y análisis más robustos para detectar oportunidades de clientes y por-

tafolio y lograr mayor rotación de productos.

Desde abril, Procafecol ha aumentado su presencia en el **canal tradicional** al llevar café premium a tiendas de barrio y minimercados. A septiembre alcanzó ventas por **\$6.948 millones**, que representan 3% de las ventas de la compañía y superan en casi 50% las expectativas del plan de negocio. La incursión en este segmento ha sido posible gracias a innovación del portafolio, una alianza con un distribuidor nacio-

nal líder para llegar a más tiendas y minimercados, y a publicidad en medios nacionales.

Mercado internacional

A septiembre, el mercado internacional alcanzó ventas de **\$47.973 millones**, 10% más frente a 2020, a pesar de los problemas logísticos en las cadenas de transporte y abastecimiento mundiales.

A estos buenos resultados contribuyeron el canal de consumo masivo en Chile y El

Salvador, la codificación en nuevos países como Australia y Nueva Zelanda, y el dinamismo de las tiendas en Ecuador. Además, se incentivó la rotación de productos en puntos de venta y hay nuevas codificaciones en cadenas importantes en el mercado norteamericano como Whole Foods y CVS.

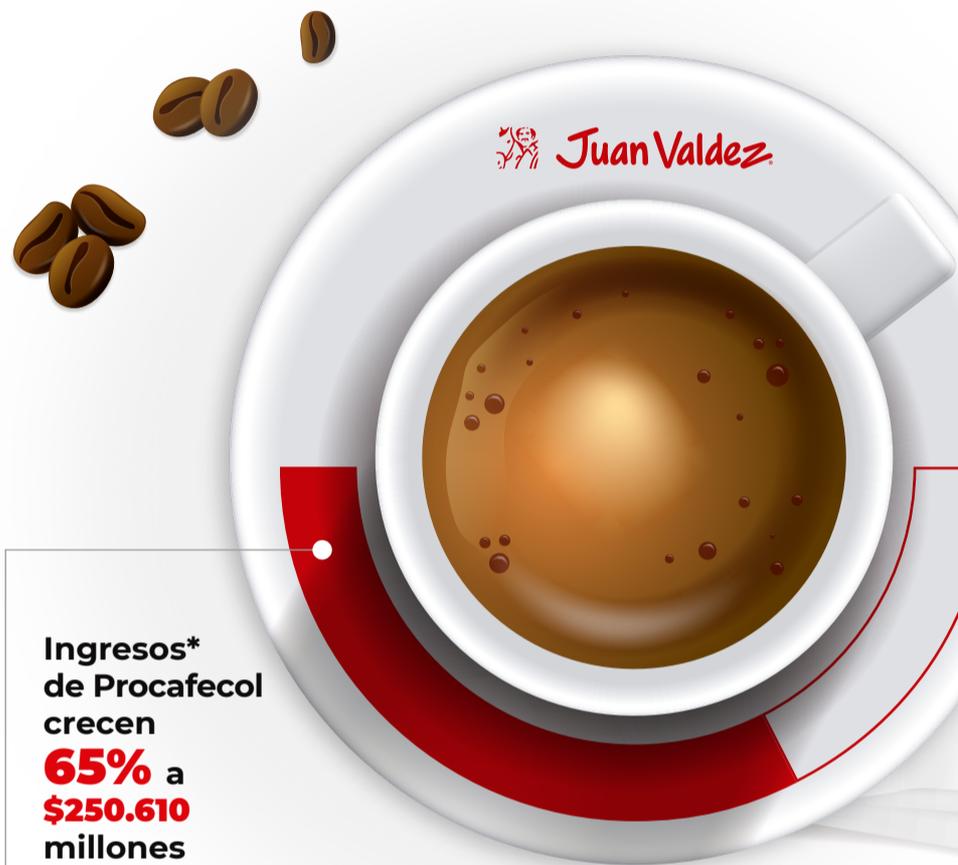
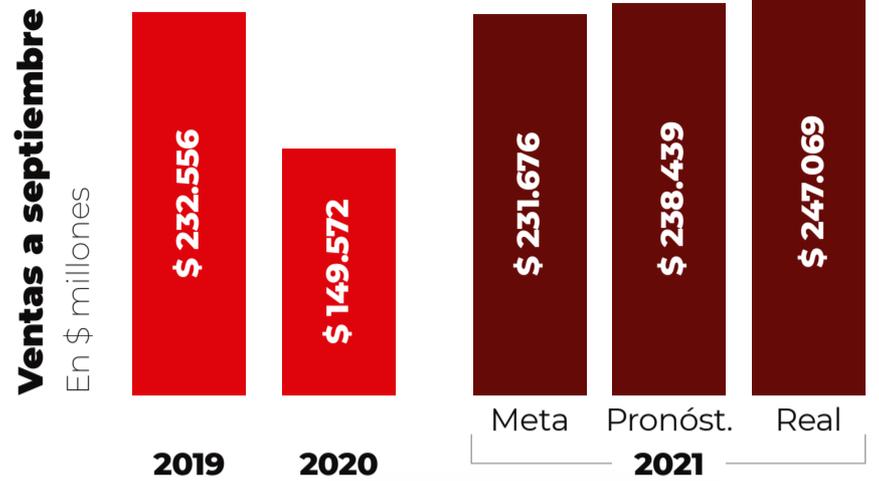
Canal institucional

A septiembre, el canal institucional registró ventas de **\$6.168 millones**, 26% más frente a 2020. Al aten-

der sectores afectados por la pandemia como restaurantes y hoteles, este canal ha demorado su recuperación, con una brecha de 11% frente a la prepandemia.

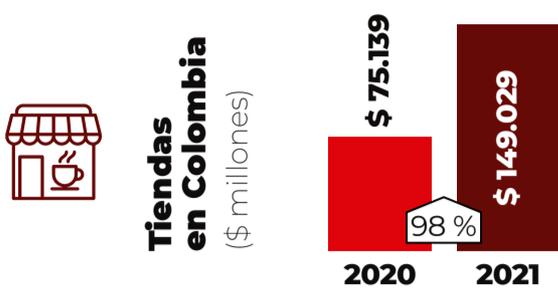
En este canal se ha fortalecido a los actuales distribuidores, incorporado nuevos y buscado potenciales en zonas sin cobertura.

Se han reubicado máquinas expendedoras para sacarles mejor provecho y lograr mayor rentabilidad del canal.



Ingresos*
de Procafecol
crecen
65% a
\$250.610
millones
*(incluye
ventas y otros)

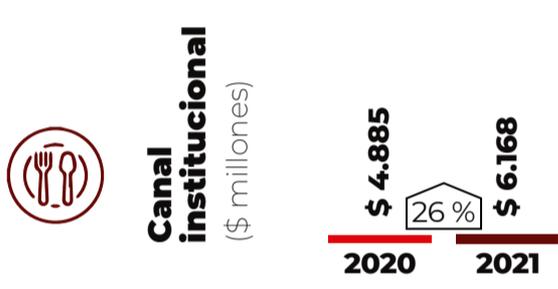
AVANZAMOS EN LA ESTRATEGIA POR LA RENTABILIDAD DEL CAFICULTOR



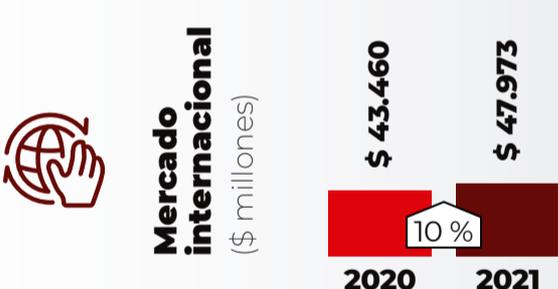
El canal de tiendas representa **60%** de las ventas totales de la compañía. A septiembre las ventas alcanzaron \$149.029 millones, **98%** más frente a ene-sep 2020.



En este segmento, a septiembre el canal moderno (grandes superficies) alcanzó ventas de \$35.977 millones, **40%** más que el año anterior y **11%** más que en 2019.



A septiembre, el canal institucional registró ventas de \$6.168 millones, **26%** más frente a 2020.



A septiembre, el mercado internacional alcanzó ventas de \$47.973 millones, **10%** más frente a 2020.

Fuente: Procafécol.

Juan Valdez es certificada como Empresa B

Juan Valdez se convirtió en la primera cadena de tiendas de café en el mundo certificada por B Lab como Empresa B por su desempeño social y ambiental, un logro excepcional porque solo 3% de las compañías evaluadas con este sistema logra el reconocimiento.



Línea Mujeres Cafeteras

En 2021 se lanzó la línea de productos Mujeres Cafeteras, una apuesta de Procafécol por el empoderamiento y emprendimiento femenino en el campo. Además, esta línea busca visibilizar la importancia de las 157.000 mujeres caficultoras (30% del total). El lanzamiento tuvo una campaña en medios masivos para reforzar el enfoque de equidad de género como pilar en la estrategia de la compañía.



Ventas de Almacafé crecen 8,2% a \$60.554 millones y cerrarían el año en casi \$80.000 millones

Gracias a nuevos clientes y negocios en el contexto de la reapertura económica, que lo consolidan como un operador logístico por excelencia.

Este año Almacafé siguió generando valor a la FNC al apoyar logísticamente su operación comercial y garantizar la calidad del café. A septiembre, generó utilidades por **\$4.250 millones**.

El crecimiento en el rubro cafetero consolida a Almacafé como el operador logístico por excelencia en el sector, enfocado en servicios de agenciamiento aduanero y transporte.



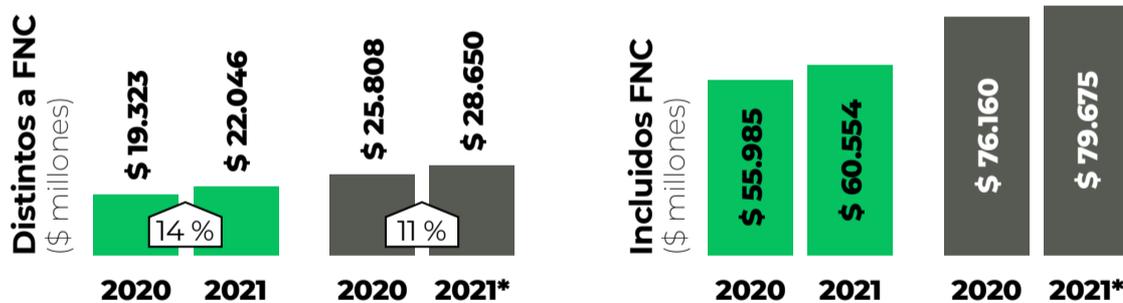
Entre las acciones por sector destacan:



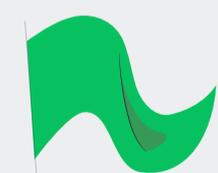
Ingresos 2020 vs 2021

■ Enero – Septiembre ■ Año completo * Proyección

Fuente: Almacafé.



A septiembre, la actividad comercial de Almacafé creció **14%** en ventas (vs. ene-sep 2020) por la prestación e integración de servicios logísticos a clientes diferentes a FNC. Al cierre de año se estima que crezcan **11%** frente a 2020, cifra relevante en el contexto de recuperación económica tras la pandemia.



Avance en Retos

- ✓ **Consolidación de la estrategia comercial a 2023:** A pesar de que la pandemia afectó directamente los ingresos, la meta propuesta para 2021 alcanzó 96% de cumplimiento en cuanto a ventas, diversificación, posicionamiento, índice de satisfacción de clientes, alianzas comerciales y capacitación de la fuerza de ventas.
- ✓ **Operador Económico Autorizado (OEA) Usuario Agente de Aduanas:** En enero, Almacafé fue notificado por la DIAN como Operador Económico Autorizado al cumplir los 78 requisitos de ley para recibir este reconocimiento, el máximo estándar del país en logística.
- ✓ **Incorporación del sistema integrador para el servicio de gestión de compras:** Finalizó la fase de viabilidad y elección del integrador 4PL, proyecto que, aunque afectado por la pandemia, es implementado para atender clientes bajo este alcance a 2022.
- ✓ **Energía fotovoltaica:** Para este proyecto, se instalaron paneles solares en la sucursal Soacha, lo cual no solo implica ahorros en energía sino un impacto positivo para el medio ambiente.

Promoción de Café de Colombia se reactiva y expertos en salud avalan beneficios

La FNC reactivó su participación en ferias internacionales, patrocinó eventos nacionales y asistió a eventos académicos para fortalecer la imagen del café colombiano.



Académicos exponen beneficios del café a la salud

Acogiendo las recomendaciones del Congreso Nacional Cafetero, la marca se ha acercado a expertos en salud que respalden académicamente los beneficios del consumo de café, acercamientos que se dan al participar en eventos de las especialidades de cardiología, endocrinología, diabetes, metabolismo, medicina interna y nutrición.

A la fecha, Café de Colombia ha participado en los siguientes eventos académicos:

“Café y salud cardiovascular”, en el marco del XII Simposio Internacional de Cardiología y Cirugía Cardiovascular, al que asistieron unos 440 especialistas en cardiología, me-

Vuelta a ferias y eventos

Al cierre de 2021, la marca Café de Colombia habrá participado en **6 ferias internacionales**. A octubre, participó en dos:

Hotelex Shanghai, China (29 de marzo-1 de abril). Durante los 4 días del evento, más de 160,000 visitantes disfrutaron de la marca Café de Colombia, en cuyo

stand se entregaron más de 2.100 tazas y hubo 13 cataciones de café de Colombia.

Specialty Coffee Expo 2021, Nueva Orleans (1 al 3 de octubre). El principal objetivo de la marca en esta feria fue dar a conocer los diversos orígenes de café colombiano, para lo cual se entregaron 3.500 tazas de café de los 23 departamentos a los asistentes.

En el último trimestre la marca habrá participado en las 4 restantes: **HostMilano (Italia)**, **World Specialty Coffee Conference & Exhibition 2021 - SCAJ (Japón)**, **Café Show Seúl (Corea del Sur)** y **Hotelex Guangzhou (China)**.

Para mantener la marca activa y visible en Colombia, se patrocinaron los eventos **Bogotá Audiovisual Market**, **Coffee Fest 2021**,

Reto Arte Latte (en sus ediciones en Bogotá y Popayán) y el **Campeonato de la Olla**.

Estos patrocinios permiten que los consumidores asocien la marca Café de Colombia con eventos de la industria que les representan valor. Y este año continuó la alianza con ProColombia, por la cual la marca estuvo presente en **13 eventos internacionales y 9 nacionales**.

dicina interna, urgencias, cuidados intensivos, cirugía cardiovascular y anestesiología cardiovascular.

“Mitos y realidades sobre la enfermedad cardiovascular” en el II Congreso Regional de Medicina Interna, dictada por el doctor Efraín Gómez, especialista en medicina interna, cardiología, cuidados intensivos y jefe de la Unidad Coronaria de la Clínica Shaio.

“Simposio café y salud” en el XXVIII Congreso Nacional de Medicina Interna, realizado en agosto con más de 578 especialistas participantes.

“Errores al comprar y preparar café” y “El café como factor protector” en el III Congreso de Medicina Familiar, realizado en septiembre con la participación de 402 especialistas.

Entre 18 y 21 de octubre, se participó en el **Congreso Mundial de Psiquiatría**, que atrajo más de 3.000 médicos y psiquiatras de todo el mundo.

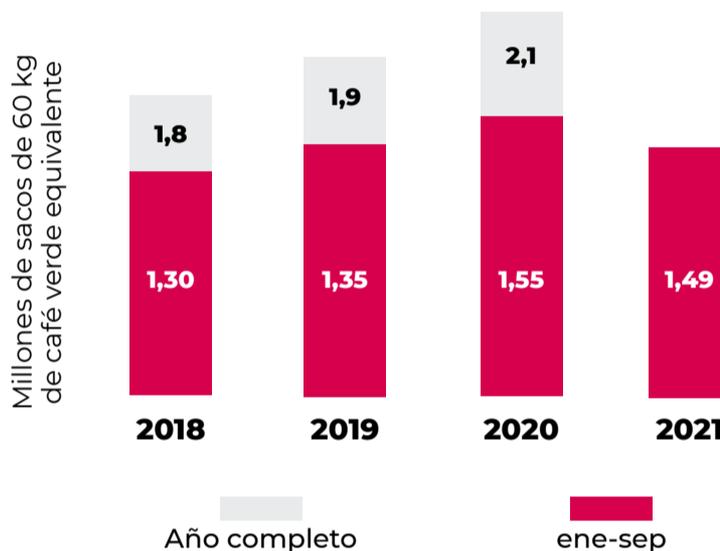


Nueva tienda virtual **comprocafedecolombia.com** potencia consumo interno

Su lanzamiento es un hito que se suma a la Real Academia del Café y el Programa 100% Café de Colombia para incentivar el consumo interno, que entre enero y septiembre alcanzó 1.4 millones de sacos de café verde.

Entre enero y septiembre, la cantidad de café verde consumido en el país alcanzó **1.4 millones de sacos**. El consumo interno, si bien disminuyó con respecto al atípico año 2020, conserva la tendencia de crecimiento que tenía antes de la pandemia.

Consumo interno de café



Fuente: Raddar - FNC.

A continuación, se presentan las estrategias implementadas en 2021 para promover el consumo del café colombiano:

Tienda en línea vende **3.525 unidades**

Para facilitar el acceso al mercado a más marcas de café 100% colombiano, la FNC lanzó **comprocafedecolombia.com**, un canal de ventas en línea donde quienes tengan una marca de café propia pueden comercializar su producto. La inscripción no tiene costo y los interesados solo necesitan tener la denominación de origen. Actualmente, la nueva plataforma cuenta con más de

67 marcas de café excelso 100% colombiano y ha vendido 3.525 unidades.

Con esta novedosa plataforma, **cualquier persona interesada en comprar café 100% colombiano puede acceder a la diversa oferta nacional, lo que ayuda a elevar su consumo.**

En un principio sólo se manejan ventas para Colombia, pero ya se trabaja en llegar a otros mercados. Además, está presente en las redes sociales como @ComproCafedeColombia en Instagram y Facebook para llegar a diversos públicos, incluidos los más jóvenes.

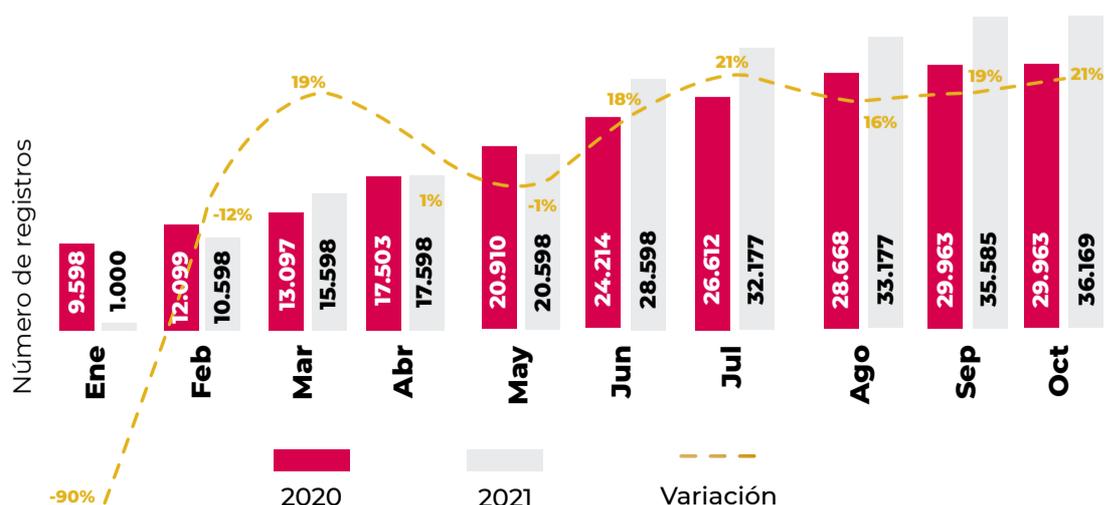
Real Academia del Café alcanza **36.169 usuarios**

Bajo el concepto **“colombiano que se respete toma el mejor café del mundo”**, la marca Café de Colombia relanzó la plataforma www.realacademiadelcafe.com para enseñar a los colombianos a identificar y consumir café colombiano excelso y certificado con denominación de origen proveniente de los 23 departamentos cafeteros.

Para ello se ejecutó un plan de pauta en medios digitales, radio y televisión a nivel nacional, regional y local para masificar el mensaje de la importancia del consumo de café excelso 100% colombiano.

A octubre, la plataforma tiene **36.169 usuarios** que aprenden sobre la bebida desde el origen hasta la taza, **un aumento de 21% con respecto a octubre de 2020.**

Registros Real Academia del Café



Fuente: Raddar - FNC.

AVANZAMOS EN LA ESTRATEGIA POR LA RENTABILIDAD DEL CAFICULTOR

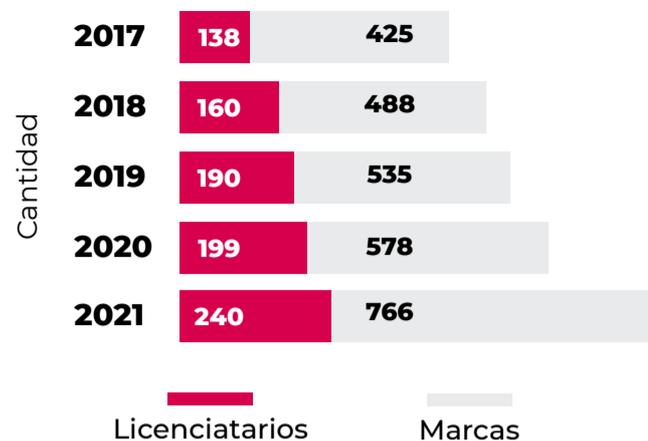
Programa 100% Café de Colombia gana afiliados

Cada año son más las marcas en el mundo con el logo Café de Colombia en sus empaques.

Gracias a las reuniones virtuales para capacitar y formar a marcas y caficulto-

res sobre la importancia de la denominación de origen, la indicación geográfica protegida y ser parte del programa de licenciamiento de la marca, el número de licenciarios creció 21%, de

199 en 2020 a 240 en septiembre de 2021, mientras que el de marcas lo hizo 33%, de 578 a 766 en el mismo período; esta variación en los licenciarios es la más alta desde 2017.



Fuente: FNC.



Entre junio y agosto pasados se realizó una investigación para entender los hábitos de consumo y compra de café dentro y fuera del hogar, y la percepción sobre la marca Café de Colombia en el país. Según los resultados, el consumo de café alcanzaría **2,8 kg por persona** y el porcentaje de la población que consume café pasó de 86% a 96%.



Retos

- ✓ **Desarrollar actividades y campañas para posicionar la tienda virtual** www.comprocafedecolombia.com como la plataforma de venta más confiable en asegurar que el café que adquieren los consumidores es 100% colombiano.
- ✓ **Retomar la presencia de la marca Café de Colombia en eventos** dadas las restricciones que persisten por la pandemia, continuar con el esquema de plataformas comerciales para conectar a caficultores y compradores, y buscar novedosos espacios de catación para mejorar el ingreso del productor y la corresponsabilidad en toda la cadena.
- ✓ **Seguir fortaleciendo la comunidad multiplicadora del mensaje de Café de Colombia** mediante la plataforma de e-learning, nuestras redes sociales y una nueva campaña de promoción que se lanzará en 2022.



Oferentes en el canal virtual comprocafedecolombia.com

Gracias a la Federación por darnos la gran oportunidad de mostrar nuestro café Aromas del Viento, de Nariño, a Colombia y el mundo entero. Gracias porque nunca pensamos poder tener nuestra marca de café en un portal, así mostramos lo que verdaderamente es el trabajo de nuestros caficultores y la calidad que tenemos”.

José Raimundo Cerón. Dueño de la marca Aromas del Viento, Nariño.

“Mis más sinceros agradecimientos a la Federación por permitirnos estar en esta plataforma virtual, donde podemos mostrar nuestras marcas de café certificado. Hoy desde Santander para Colombia y el mundo”.

Yheli Licet Arena. Dueña de la marca Ocamon café, Santander.

Pese a restricciones sanitarias por la pandemia 853.190 contactos del Servicio de Extensión con caficultores

El Servicio de Extensión retomó con fuerza las visitas a finca, que alcanzaron 409.887, mientras que el resto, 443.303, fueron contactos virtuales.

Privilegiando siempre la salud de la gran familia cafetera, y gracias al avance de la vacunación en Colombia y la reducción de contagios de covid-19, este año fue posible que el Servicio de Extensión (SE) retomara con fuerza las visitas a finca como método de extensión rural.

Al igual que en 2020, la **atención a caficultores se siguió apoyando en medios virtuales como llamadas telefónicas, WhatsApp, correos electrónicos y mensajes de texto SMS.**

Según las directrices de la FNC, las visitas a finca del SE serían el único método de extensión presencial y estas deben acoger los lineamientos definidos en el Anexo de bioseguridad para el adecuado manejo de la pandemia de covid-19.

Actividades desarrolladas

No. contactos

Difusión del Protocolo Covid-19 **150.440**

Sondeos de mano de obra **84.816**

Transferencia de tecnología **407.130**

Cafés especiales **48.163**

Crédito **9.649**

No. de fincas

Gestión empresarial **6.374**

Actualización de información de fincas cafeteras **132.299**

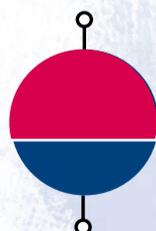
Otros

Proyección de la producción **5.176** lotes

Capacitación SE en benef. ecol. e inocuidad **1.197** extensionistas

853.190 atenciones a caficultores por parte del SE se registraron a septiembre 30:

443.303 fueron virtuales.



409.887 fueron visitas a finca.

Estado fitosanitario de la caficultura a jul 2021

Nivel de infestación broca **1,62%**

Nivel de infección roya **4,47%**

85% del área sembrada en variedades resistentes y edad promedio baja a 6,77 años

La estrategia 'Más agronomía, más productividad, más calidad', que busca elevar la productividad y mejorar la calidad del café para que los caficultores obtengan mejores ingresos y mayor rentabilidad, consolida indicadores agronómicos.

El Servicio de Extensión recurrió a las **visitas a finca y los contactos virtuales para seguir difundiendo y promoviendo la adopción de las prácticas definidas en la estrategia "Más agronomía, más productividad, más calidad"**, que buscan elevar la productividad y mejorar la calidad del café para

que los productores obtengan mejores ingresos y mayor rentabilidad.

Entre las prácticas en que se hizo énfasis están la renovación de cafetales para mantenerlos lo más jóvenes posible, el uso de variedades resistentes (tanto en renovaciones como en nuevas siembras) y una mayor densi-

dad de siembra de las áreas renovadas.

La estrategia "Más agronomía, más productividad, más calidad" ha permitido mantener la productividad en niveles cercanos a 20 sacos de café verde por hectárea/año y la producción en valores cercanos a 14 millones de sacos por séptimo año consecutivo.

Indicadores claves



Productividad
19,09
sacos/ha



Variedades resistentes
85%



Edad promedio del cafetal
6,77
años



Densidad promedio del cafetal
5.263
árboles/ha

Fuente: Gerencia Técnica FNC.



Retos

Los principales retos a futuro de la caficultura son lograr que:

- ✓ El **90%** del área esté **sembrada en variedades resistentes**.
- ✓ La **edad promedio sea inferior a 6,5 años**,
- ✓ La **densidad de siembra supere los 5.500 árboles** por hectárea.
- ✓ Las tasas de **renovación anual alcancen 10% del área nacional** (promoviendo un mayor número de lotes por finca).
- ✓ **Es necesario aumentar el uso y aplicación de análisis de suelos** para la adecuada nutrición, y difundir los componentes de **cosecha asistida**: recolección manual selectiva con lonas al suelo y uso de la derribadora selectiva de café.

Con ello, se espera que la **productividad** promedio alcance **22 sacos** de café verde por hectárea y volúmenes de **cosecha** estables de entre **13,5 y 14 millones** de sacos de café verde al año (o ligeramente superiores).

64.639 hectáreas renovadas para una caficultura altamente productiva

De estas, 18.325 hectáreas se han beneficiado por el Programa de Apoyo a la Renovación con incentivos hasta por \$14.537 millones.

La renovación es vital para mantener una caficultura joven y altamente productiva, lo que a su vez mejora la rentabilidad de los productores. **A septiembre, 97.524 productores renovaron 64.639 hectáreas, 1,9% más área que en los primeros nueve meses de 2020.**

El Programa de Apoyo a la Renovación de Cafetales, clave para estos resultados, busca impulsar las renovaciones mediante la entrega de un incentivo en especie (fertilizante) para conservar y estabilizar la producción nacional en volúmenes adecuados que favorezcan la rentabilidad por unidad de superficie.

Las acciones del programa están enfocadas en:

Renovar la caficultura tecnificada joven que finaliza o está finalizando ciclos productivos para evitar su envejecimiento.

Promover la renovación de caficultura tecnificada envejecida para que estas áreas se vuelvan tecnificadas jóvenes.

A septiembre, se ha incentivado la renovación de **18.325 hectáreas** en el marco del programa, que comprometió recursos por **\$14.537 millones** para **30.818 caficultores**.

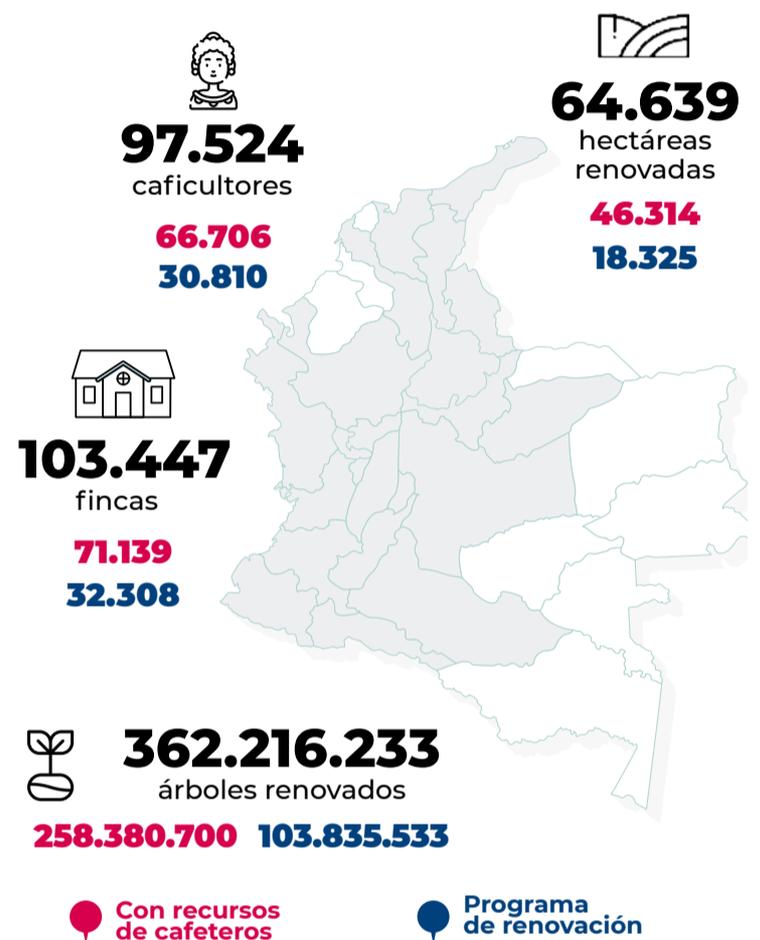
A final de año, se espera alcanzar **31.000 ha** con la renovación de **173.700.000 árboles** por siembra o zoca.

46.314 hectáreas renovadas con recursos propios de cafeteros

El Servicio de Extensión también es esencial para la renovación, pues en sus visitas a finca y contactos virtuales difunde y promueve esta práctica, lo que incluye el uso de variedades resistentes, nuevas siembras y mayor densidad de las áreas renovadas.

Esta labor de promoción y las buenas prácticas adquiridas por los productores se vieron reflejadas en las **46.314 hectáreas** renovadas con recursos de los propios caficultores.

Renovación de cafetales (a sep.)



Fuente: Gerencia Técnica FNC.

Cenicafé da pasos firmes hacia la sostenibilidad de la caficultura

Además de la entrega de variedades resistentes y el estudio de enfermedades y plagas que evitan el uso de agroquímicos (manejo integral), **Cenicafé** enfocó todos sus esfuerzos en mejorar la productividad de la caficultura.

Los resultados de las investigaciones del Centro Nacional de Investigaciones de Café (**Cenicafé**) son el fundamento para la toma de decisiones de la estrategia "Más agronomía,

más productividad, más calidad" de la FNC, donde la productividad de la caficultura es la base de la **rentabilidad**.

Al adoptar el cambio técnico transfe-

rido por el Servicio de Extensión, los productores hacen un uso más eficiente de los recursos naturales de su finca: suelo, agua y luz solar, reducen costos en mano de

obra e insumos, y agregan valor a su café con una mejor calidad física y sensorial.

Las prácticas agronómicas correctas y oportunas en los



AVANZAMOS EN LA ESTRATEGIA POR LA RENTABILIDAD DEL CAFICULTOR

sistemas productivos permiten adaptarlos a la diversa oferta climática para maximizar la productividad y consolidar la tradición de sostenibilidad de la caficultura, lo que hace más competitivo al café colombiano ante las nuevas exigencias del mercado internacional.

Entre los resultados sobresalientes en investigación científica y desarrollo tecnológico a septiembre figuran:

1

La caracterización agronómica de la colección colombiana de café permitió identificar accesiones etíopes con características interesantes de producción y calidad de taza, que servirán para enriquecer la base genética de las variedades mejoradas.

2

Como apoyo a la renovación, se entregaron 99 toneladas de semilla de variedades mejoradas a los comités departamentales, de los cuales 49% correspondió a la variedad Cenicafé 1 y 51% a Castillo ® general y zonal.

3

En desarrollo de proyectos del Sistema General de Regalías, se avanzó en la caracterización biofísica de las zonas agroecológicas de los departamentos cafeteros.

Para reducir el impacto de los plásticos en la caficultura, se concluyó la evaluación de materia-

les biodegradables en la fase de almácigo y se determinó su comportamiento una vez sembrados en campo.

4

Los ajustes en el manejo agronómico de cultivos intercalados con café arrojaron rendimientos récord de maíz y frijol arbustivo, que contribuyen a la seguridad alimentaria y a los ingresos en los primeros años de renovaciones.

5

La caracterización de insectos visitantes de las flores del café identificó 566 especies, incluidas 90 de abejas, que mejoran el cuajamiento de frutos y el peso del grano; se corroboró así la rica biodiversidad asociada al cultivo de café.

6

En el diseño de nuevas herramientas



para control de la broca, se redujo la expresión de genes

del insecto usando RNA liberado por bacterias del tracto digestivo, y se evaluaron híbridos F1 de café con menores niveles de ataque. **No se halló resistencia del insecto al clorpirifós en Colombia**, lo que ratifica el uso racional e integral del control químico de plagas.

7

Se reportaron nuevas razas de roya presentes en Colombia, y se profundizó en el estudio del genoma del hongo causante de la enfermedad (aportando al conocimiento del comportamiento de la resistencia en campo). **Se desarrolló nuevo método específico de diagnóstico molecular del hongo causante de la enfermedad de las cerezas del café (CBD)** para prevenir su ingreso a Colombia.

8

Los estudios sobre interrupción del secado y obtención de cafés naturales arrojaron recomen-

daciones para evitar defectos en taza y tener protocolos de beneficio menos riesgosos. Con la técnica NIRS se mejoraron los modelos que soportan la denominación de origen regional.

9

La tecnología de filtros verdes fue validada para el tratamiento de aguas residuales del lavado del café mediante retención y evapotranspiración del agua, lo que evita vertimientos e incrementa la materia orgánica y los macronutrientes en el suelo.

10

Con la ayuda de medios virtuales, hubo **jornadas de capacitación y entrega de publicaciones al Servicio de Extensión** para garantizar el trabajo en equipo de transferencia de conocimiento a los caficultores, y la promoción del cambio técnico que favorezca la rentabilidad y la sostenibilidad desde la finca.

Sector cafetero, líder en inclusión financiera rural en Colombia



75% de los caficultores tienen CCI o TCI (más de 385.000 bancarizados a septiembre), mientras que en el país apenas 49% de los adultos tienen cuentas de ahorro activas o vigentes.

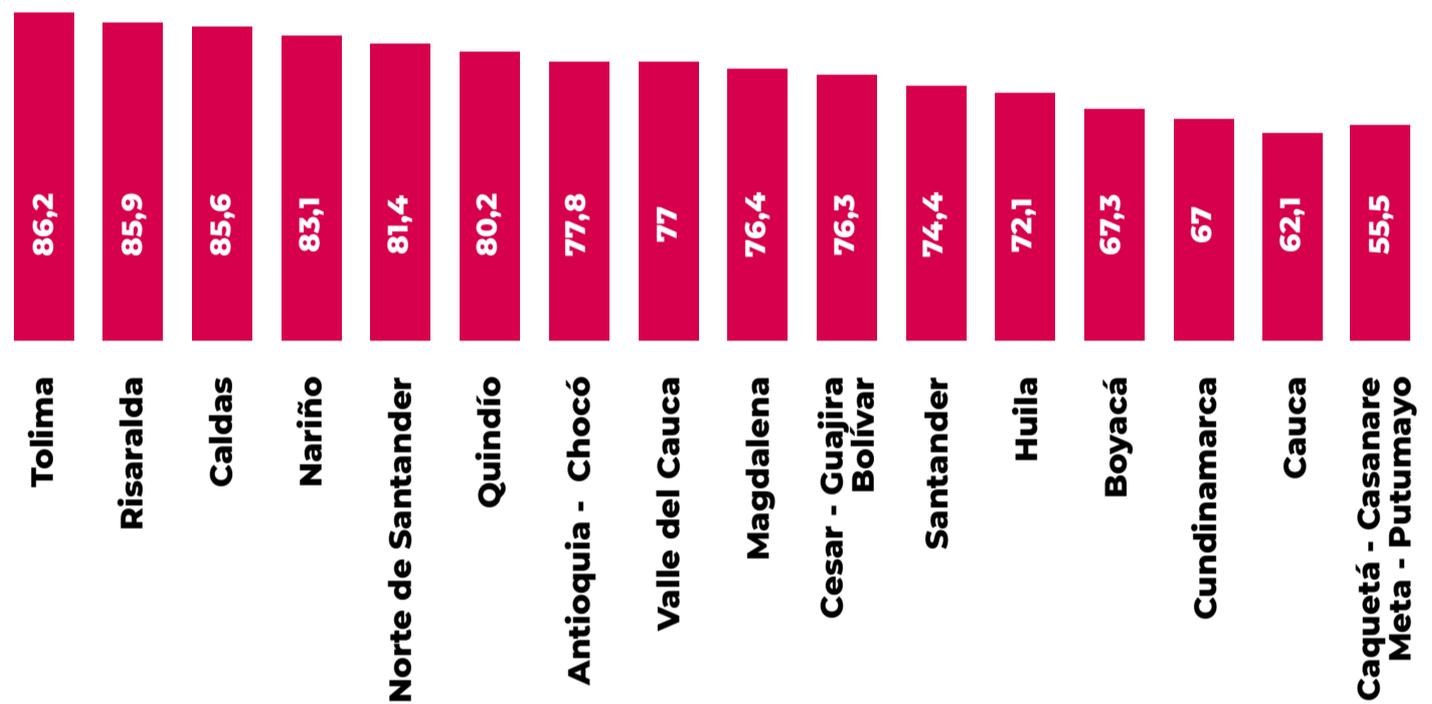
La **Cédula/Tarjeta Cafetera Inteligente (CCI/TCI)** es un documento gremial que la FNC entrega a los caficultores y tiene dos funciones: (i) ser un instrumento para ejercer sus derechos gremiales y (ii) servir de cuenta de ahorro con el Banco de Bogotá para facilitar los procesos de pago, ahorro y beneficios.

El **75% de los caficultores tiene CCI o TCI**, mientras que, según el Reporte de inclusión financiera 2020 de la Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera, **en Colombia apenas 49% de los adultos tienen cuentas de ahorro activas o vigentes.**

En Tolima, Risaralda, Caldas, Nariño, Norte de Santander y Quindío, más de 80% de los productores cuentan con CCI o TCI, un respaldo permanente que los conecta con el sector financiero formal.

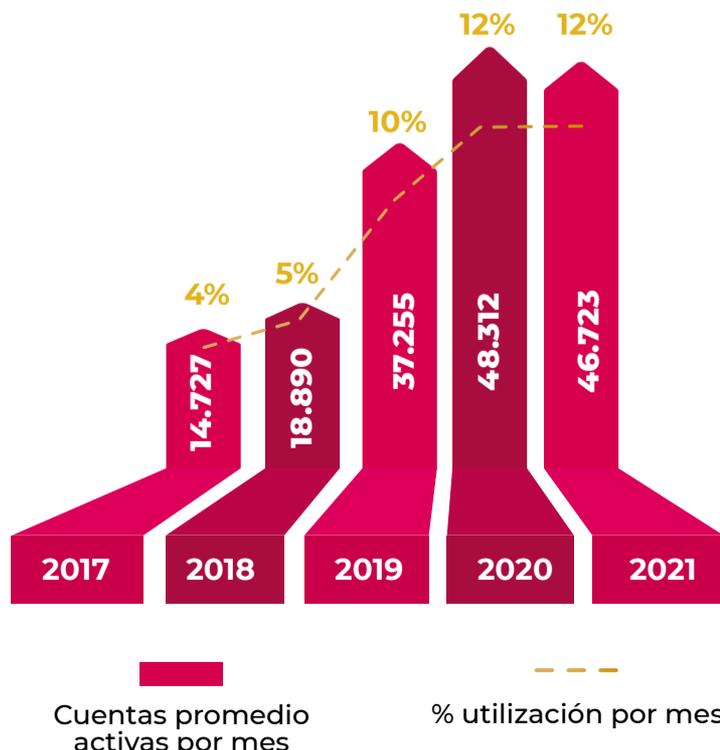
El gran reto para la FNC es seguir profundizando el uso de la CCI o TCI, que en 2021 se ha mantenido en 12%.

% cafeteros bancarizados (con CCI o TCI) en 2021
(cifras a septiembre)



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

Promedio mensual de cuentas utilizadas



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC (ene-sep de cada año).

FNC ahorra \$942 millones a cafeteros en retiros de otras redes

Gracias a los beneficios gestionados (vigentes desde marzo de 2020), las transacciones aumentaron 57% en un año.

La CCI/TCI ha permitido que los caficultores accedan a servicios y canales bancarios con tarifas preferenciales, como exención de la cuota de manejo, consignaciones nacionales sin comisión y retiros gratis en cualquier cajero del país, sin importar el banco o la red a la que pertenezca.

Este último beneficio empezó en marzo de 2020 con vigencia hasta el 31 de diciembre de 2021 y ha significado que, entre enero y septiembre pasados, el número de transacciones en cajeros distintos a los del Banco de Bogotá creciera casi 57% con respecto al mismo periodo de 2020.

AVANZAMOS EN LA ESTRATEGIA POR LA RENTABILIDAD DEL CAFICULTOR

Si se toma como referencia el mismo período de 2017, el crecimiento ha sido de **227%**.

En los últimos cinco años, la transac-

cionalidad total en cajeros también aumentó 57% con respecto a los primeros 9 meses de 2017.

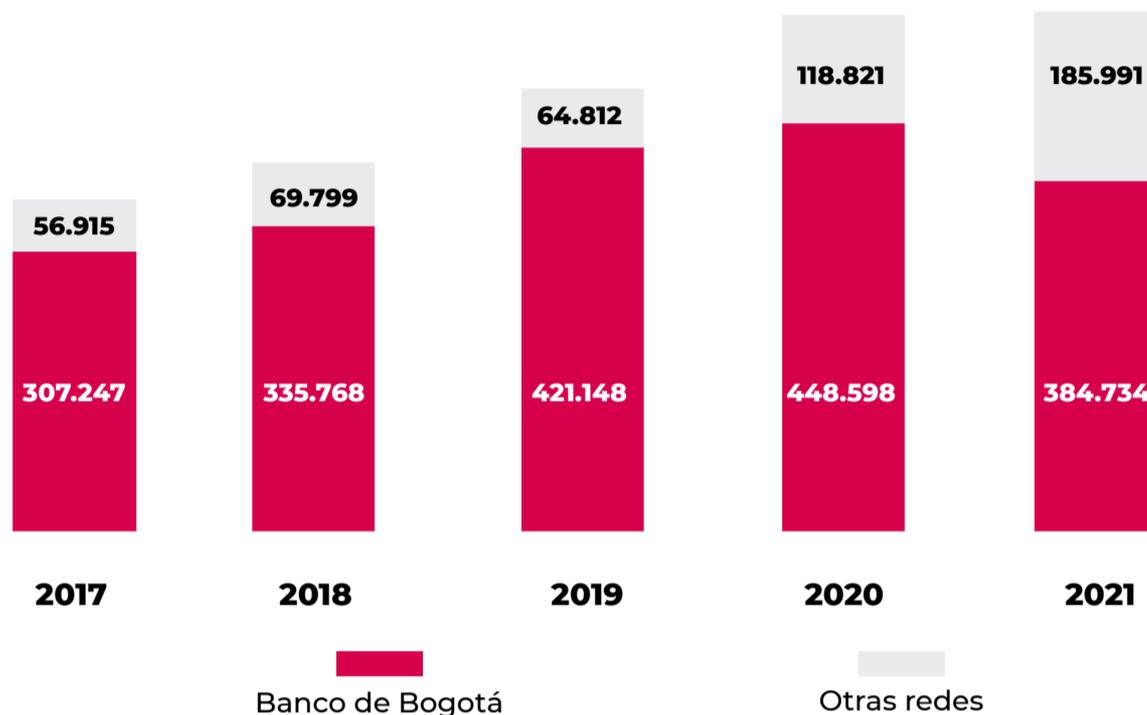
Entre enero y septiembre, la exone-

ración de pago para retiros en cajeros de otras redes representó un ahorro para los cafeteros de **\$942 millones** por 185.991 transacciones.

Este ahorro representó 11% más con respecto a los \$850 millones ahorrados entre marzo y diciembre de 2020, para 171.690 retiros.



Transacciones en cajeros con CCI/TCI



Fuente: Gerencia Financiera FNC (ene-sep de cada año).

Crece uso de canales virtuales

En 2021 siguió siendo prioridad promover el uso de los canales digitales y las transacciones no presenciales, como la consulta de saldo por mensaje de texto, la actualización del número de celular mediante la Línea de Atención Cafetera y el desbloqueo de la clave por teléfono (respuesta de voz interactiva [IVR]).

Entre enero y septiembre, las transacciones en la Línea de Atención Cafetera aumentaron **361%**, mientras que las hechas por Banca Móvil crecieron 810%, ambas frente al mismo período de 2017.

En cuanto al uso del Canal Cafetero, entre enero y septiembre se alcanzaron **\$36.793 millones**

para compras de café vía cooperativas, **193%** más que en 2017, y las dispensaciones de efecti-

vo (retiros en almacenes de provisión agrícola) fueron de **\$4.979 millones**.

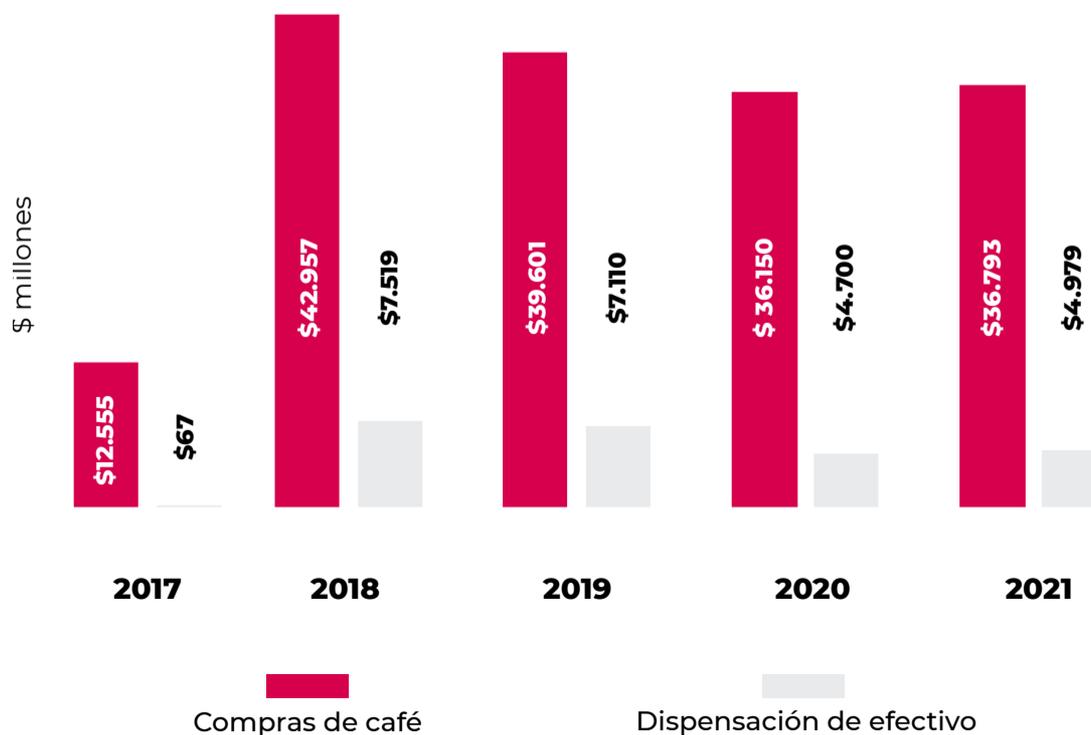
Canal Cafetero se consolida

La entrada en vigencia en 2018 de la Ley de Bancarización, que permitía descontar de las obligaciones tributarias los pagos realizados vía entidades financieras, disparó las transacciones en el Canal Cafetero.

Una vez cambió la ley, los caficultores siguieron usando la CCI/TCI como medio de pago para la compra-venta de café, ya que su uso es gratis tanto para el punto de compra como para el productor.

Desde 2015, la tendencia a la gratuidad de la CCI/TCI se ha traducido en ahorros por **\$278.000 millones** para los caficultores y la FNC.

Compras de café y dispensación de efectivo



Fuente: Gerencia Financiera FNC.

2021 cerraría con 72.904 créditos a productores por \$1.231.291 millones

Es el mayor monto alcanzado en siete años para financiar actividades claves de la caficultura.

Con cifras proyectadas a diciembre, **72.904 créditos** habrán sido otorgados a cafeteros con recursos del Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro).

El valor alcanzará **\$1.231.291 millones** (el más alto en los últimos 7 años), colocación que incluye todos los bancos, la cartera de redescuento, agropecuaria y sustituta para la financiación de diferentes actividades cafeteras (sostenimiento, beneficiaderos, renovación y maquinaria).



Créditos otorgados a cafeteros

Año	Créditos	Monto (\$ millones)
2015	62.535	\$573.136
2016	65.223	\$988.090
2017	71.076	\$1.051.163
2018	70.292	\$864.262
2019	57.798	\$919.647
2020	104.143	\$1.177.154
2021	72.904	\$1.231.291

Fuente: Gerencia Técnica FNC y Finagro.

Créditos de redescuento otorgados por Banco Agrario-Línea Finagro

	Cantidad	Monto (\$ millones)	Participación
Inversión	30.715	326.760	55,1%
Capital de trabajo	16.102	93.984	28,9%
Normalización (refinanciaciones, saneamiento de cartera)	8.894	72.482	15,9%
Total	55.711	493.226	100%

Fuente: Gerencia Técnica FNC y Finagro (a septiembre).

Por cartera de redescuento, a septiembre se desembolsaron **55.711 créditos por \$493.226 millones**, 66% de los cuales fueron otorgados a hombres, 33% a mujeres y 1% a personas jurídicas. El 66,2% de los créditos fueron destinados a inversión.

La labor de los extensionistas en la estrategia “Más agronomía, más productividad, más calidad” es clave para que los cafeteros presenten al Banco Agrario proyectos viables que requieran financiamiento. A septiembre se alcanzaron **8.079 créditos por \$58.493 millones**, que se destinaron principalmente a sostenimiento, renovación de cafetales y beneficiaderos.

Destino de crédito del BA a cafeteros

Gestionados por el SE

Sostenimiento
(control de plagas, arvenses, mano de obra)



3.064 créditos ● \$16.170 millones

Renovación por siembra



2.087 ● \$16.647 millones

Beneficiaderos



1.877 ● \$19.236 millones

Renovación por zoca



633 ● \$2.740 millones

Nuevas siembras



330 ● \$2.882 millones

Maquinaria y equipo



79 ● \$784 millones

Otros cultivos



9 ● \$29 millones

TOTAL

8.079 créditos ● \$58.493 millones

Fuente: Gerencia Técnica de FNC (una presentación puede tener más de una línea de crédito).

Por último, 11.183 caficultores se beneficiaron de las tasas preferenciales de interés de las Líneas Especiales de Crédito (LEC) administradas por Finagro, con importantes ahorros de \$16.618 millones por subsidios de tasa de interés.

Cartera cafetera de Banco Agrario crece 3,64% a \$1,5 billones

Gracias a alianza con la FNC y a condiciones más acordes a las necesidades de los productores. La cartera vencida se redujo 5,9%. El apoyo del Servicio de Extensión ha sido fundamental.

En 2021, el Banco Agrario y la FNC han trabajado de la mano para garantizar el acceso de los cafeteros a créditos que se adapten a sus necesidades y contexto específico.

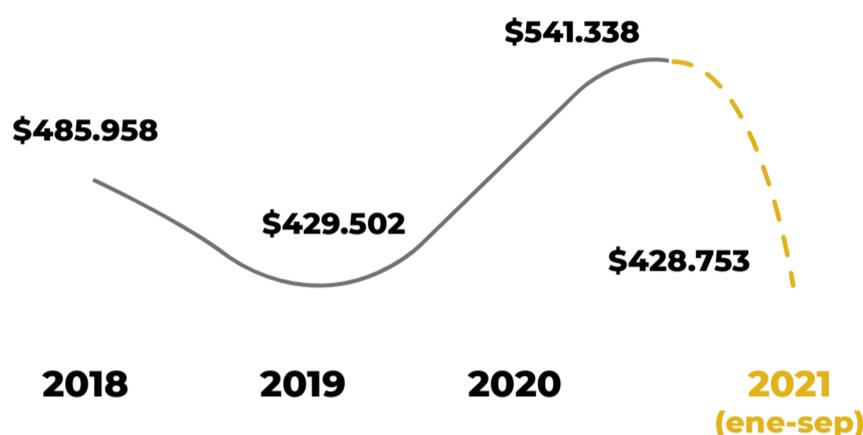
El éxito de esta alianza ha sido posible gracias al trabajo articulado entre ambas instituciones para garantizar que las condiciones de los créditos sean acordes al ciclo productivo del cultivo y el comportamien-

to financiero de los productores en términos de ahorro, inversión y pago de obligaciones.

El apoyo del Servicio de Extensión ha sido fundamental para la coordinación del proceso.

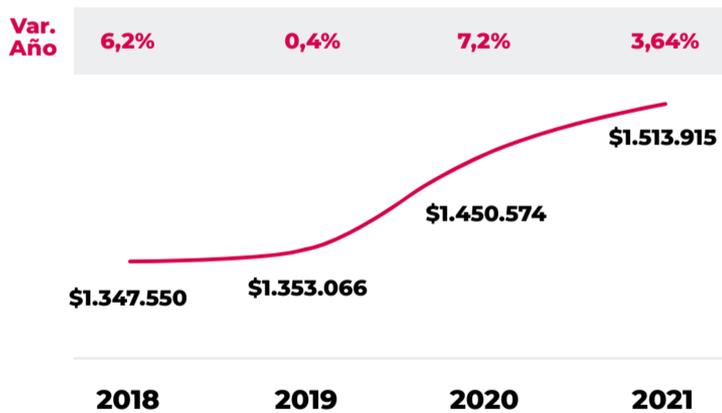
Como resultados de esta gestión destacan el crecimiento en cartera total, que asciende a **\$1,5 billones**, y la reducción de la cartera vencida a 5,9%, la mejor en 5 años.

Desembolsos (Cifras en \$ miles de millones)

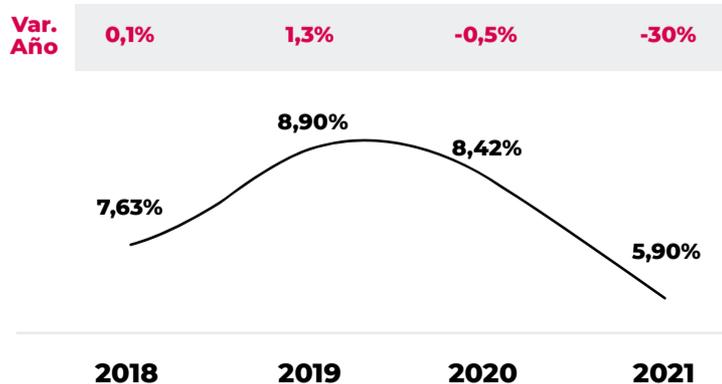


Fuente: Banco Agrario de Colombia.

Cartera total (Cifras en \$ miles de millones)



Índice de cartera vencida (Cifras en \$ miles de millones)



Fuente: Banco Agrario de Colombia.



Créditos más flexibles para mejora de vivienda

En 2022 vienen nuevas iniciativas, como la línea de crédito de mejoramiento de vivienda rural, en el marco del convenio para contribuir al progreso y calidad de vida de las familias caficultoras.

Beneficiarios: Personas naturales o jurídicas, según clasificación vigente de Finagro.

Actividad financiera: Costos de mejora de vivienda rural vinculada a producción agropecuaria y acuícola, incluidos los de instalación de

servicios públicos domiciliarios.

Monto: Según capacidad de endeudamiento.

Plazo: Según ciclo productivo de actividad a financiar o flujo de caja del proyecto.

Periodo de gracia: Hasta 12 meses.

Amortización a capital: Anual, teniendo en cuenta la época de cosecha principal.

Pago de intereses: Semestral, teniendo en cuenta época de

cosecha secundaria.

Tasa de interés: La vigente al momento del desembolso (como referencia: Mujer Rural IBR+4,8%, Joven Rural IBR+6,36%, Pequeño Productor IBR+6,7%, Mediano Productor < \$20 millones IBR+7.85% y > \$20 millones IBR+6,4%).

Garantía: Acceso al Fondo Agropecuario de Garantías (FAG) y las establecidas en el Manual de Políticas de Crédito Cartera y Garantías por tipo de productor.



DESARROLLO SOCIAL DE LOS HOGARES CAFETEROS

Actualizando su propuesta de valor Eje social lleva más bienestar integral a familias cafeteras

Construir una política de educación cafetera, fortalecer la financiación de Escuela y Café, diseñar la política de equidad de género, implementar un piloto de seguridad alimentaria, e impulsar el liderazgo y emprendimiento juvenil son algunas acciones destacadas.

La FNC actualizó su propuesta de valor para el eje social. El objetivo es fomentar el desarrollo social integral y sostenible de las familias y comunidades cafeteras mediante la inversión en su territorio, el desarrollo potencial en sus capacidades humanas, el empoderamiento para alcanzar un ingreso digno y el acceso al sistema de protección social.

La estrategia consta de 6 componentes: **educación rural, protección social, infraestructura, familias cafeteras con equidad de género y empalme generacional, asociatividad, y proyectos especiales.**

También hubo cambios en el sistema de medición de indicadores y seguimiento de la estrategia de desarrollo social para evaluar de forma más precisa a los equipos en los comités departamentales, cuyo trabajo, en coordinación con la oficina central, es la base para alcanzar los objetivos propuestos en la estrategia de valor.

Construcción de política educativa cafetera avanza

En 2021 las direcciones de Desarrollo Social (DS) y Estrategia e Innovación (DEI) trabajaron en la construcción de una política de educación para las familias cafeteras.

Con un enfoque integral, entendiendo la heterogeneidad del territorio colombiano, el objetivo es presentar una propuesta que fortalez-

ca las competencias y habilidades del caficultor y su familia (aportando al desarrollo de su potencial intelectual) mediante procesos de educación para la competitividad sostenible (social, económica, ambiental y gremial).

Para construir esta política, se llevó a cabo la **Cumbre de Educación Cafete-**

ra, durante la cual los panelistas presentaron el estado de la educación rural en Colombia y en el sector cafetero, los resultados de las evaluaciones de impacto para el programa Escuela y Café, y el balance de los principales resultados de diferentes políticas educativas en países en desarrollo. Para este último aspecto fue clave la

participación del Dr. Felipe Barrera, investigador de la Universidad Vanderbilt.

También hubo sesiones con los comités departamentales y municipales para recoger las principales preocupaciones en materia educativa. En total, 160 personas de la institucionalidad cafetera participaron en elaborar propuestas y líneas de trabajo, que resultaron en el objetivo y las principales líneas de acción de la política educativa para los cafeteros.



Empieza a fortalecerse financiación de Escuela y Café

El programa Escuela y Café busca enseñar herramientas prácticas y útiles para la administración eficiente y sostenible de la finca cafetera.

Se ha llegado a 15.059 estudiantes, principalmente de Caldas, Cauca, Huila, Tolima, Cundinamarca y César. Por la coyuntura sanitaria, Cauca y Caldas continuaron el programa de forma virtual con la metodología B-Learning, mientras que Huila, Tolima, Cundinamarca y Cesar-La Guajira desarrollaron materiales y buscaron alianzas estratégicas.

Hoy Escuela y Café tiene **276 escuelas** vinculadas, **5.001 estudiantes** que implementan proyectos productivos, **45 aliados** estratégicos y **469 docentes** formados.

Y con el apoyo de la Fundación Manuel Mejía (FMM), entre

2020 y 2021 se desarrollaron 7 diplomados virtuales, para 2.879 beneficiarios, en seguridad alimentaria, administración financiera y empoderamiento de la mujer, entre otros.

Escuela y Café ha sido el programa bandera en educación cafetera. Por eso **Desarrollo Social, con la asesoría y experiencia del Comité de Cafeteros de Caldas, diseñó un proyecto que crea alianzas público-privadas para fortalecer la financiación de mediano y largo plazo del programa Escuela y Café.**

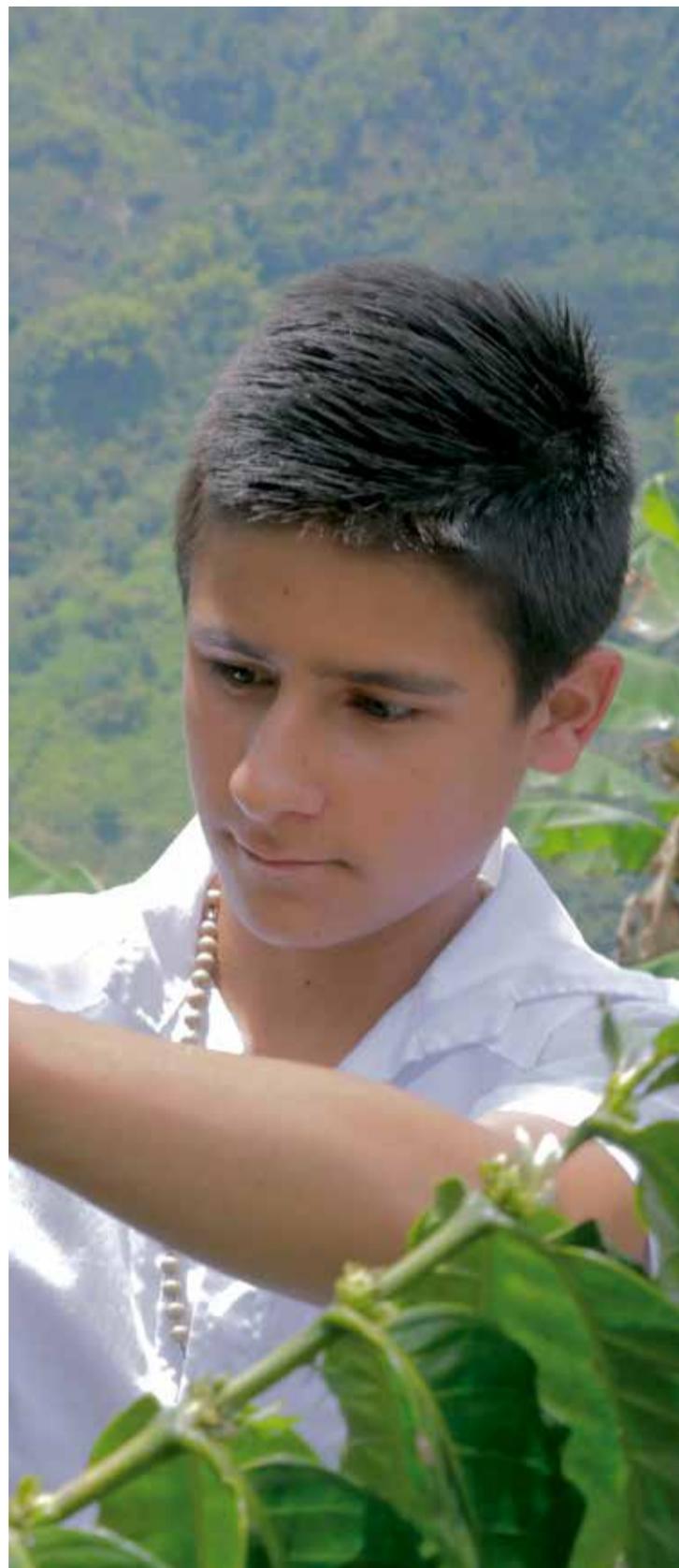
Su implementación ya empezó en 6 departamentos cafeteros, contando con la consultoría del Comité Caldas, que lleva 40 años liderando este programa en su departamento.

En Huila, el proyecto empezó como producto de un acuerdo

colaborativo entre la Secretaría de Educación departamental, las de Neiva y Pitalito, y el comité departamental.

Los comités del Tolima, César-La Guajira-Bolívar y Santander se unieron a la iniciativa e implementan el proyecto en zona cafetera, gracias al esfuerzo del gremio y alianzas público-privadas para el financiamiento.

Por otra parte, la **FMM diseñó e implementó el Programa Niños Pilos-Parque del Café con la metodología de educación a distancia, apoyada en herramientas digitales.** El objetivo es reconocer el liderazgo de niños y niñas de zona cafetera para generarles un mayor sentido de pertenencia e identidad con la caficultura y la integración generacional.



Seguridad, salud, bioseguridad y prevención del trabajo infantil para más productores

Para fortalecer la protección social de los hogares cafeteros, en 2021, **2.739 caficultores fueron capacitados y sensibilizados en reglamentación y acceso a la seguridad y salud en el trabajo, en beneficios económicos periódicos (BEPS)**, y en el funcionamiento del piso mínimo de protección social. Con la pandemia,

hubo especial atención a los temas de salud. Se llevaron a cabo **24.622 actividades para sensibilizar a 30.384 caficultores en medidas sanitarias y de bioseguridad para hacer frente a la Covid-19.**

Y en alianza con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se implementó el **curso virtual**

“Mi finca, un entorno saludable y seguro” a unos 800 cafeteros para apoyarlos en cumplir las normas del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST).

En el marco del convenio con “Partners of the Americas” y el proyecto **Colombia Avanza**, continuó la promoción y sensibilización del men-

saje “Heredando la cultura cafetera libre del trabajo infantil”, mediante capacitaciones a jóvenes caficultores en liderazgo y habilidades de emprendimiento, y un concurso de cuento infantil para los niños de Huila y Tolima.

Y con el apoyo de la Dirección de Comunicaciones, se realizó la radionovela “Mi

finca, mi hogar y tesoro” para difundir los aspectos más importantes de la prevención del trabajo infantil, seguridad y salud en el trabajo en la finca cafetera, equidad de género y otros temas para el desarrollo social de las familias cafeteras. En total se han desarrollado 33 capítulos desde el 2020 con gran acogida en las regiones.

14.917 familias se benefician de mejoras en vivienda

A septiembre, la FNC realizó **1.692 mejoramientos de vivienda** (energización y saneamiento básico) en beneficio de **14.917 familias cafeteras**. También se construyeron **9.884 metros** de placa huella y se realizó el mejoramiento y/o mantenimiento de **6.801 km de vías terciarias**, que beneficiarán a **452.750 personas**.

En infraestructura social, se realizaron **55 obras** que favorecerán a **11.646 personas**.

A pesar de las dificultades ocasionadas por las restricciones de la pandemia y las protestas sociales, los comités departamentales continua-

ron con su acostumbrada gestión de recursos, principalmente con entidades territoriales. Desde la oficina central, la coordinación de

infraestructura de la dirección de Desarrollo Social viene apoyando en la gestión, estructuración, ejecución y supervisión de proyectos

en algunos comités departamentales y las oficinas coordinadoras, en la metodología que hemos denominado "Nodos", que finalmente

es trabajar como una sola institución, sumando capacidades con muy buenos resultados.

FNC diseña política de equidad de género

El año 2021 ha marcado un hito en materia de equidad de género para nuestro gremio. El equipo de Desarrollo Social presentó la política de equidad de género para la mujer caficultora, cuyo objetivo es "contribuir al desarrollo de oportunidades para las mujeres caficultoras mediante el cierre de brechas de géne-

ro que impactan el bienestar de la familia cafetera y la productividad y competitividad del gremio".

En el marco del componente de empoderamiento económico de las mujeres, se trabaja en lanzar una línea de café producido exclusivamente por mujeres colombianas en los mercados internacionales.

Un reconocimiento a su talento y dedicación por producir los cafés de más alta calidad del mundo, empoderando a través de la pasión por el café, destacando el talento, la dedicación y la calidad para así elevar su bienestar.

Se ha avanzado en el diseño de la caja de herramientas para proyectos de segu-

ridad alimentaria y nutricional con mujeres cafeteras, con la asesoría del Comité de Cafeteros de Risaralda.

El proyecto piloto se está implementando en el departamento de Nariño y en 2022 se aspira a ampliar a más departamentos cafeteros. Este programa busca nuevas formas de generar ingresos mientras mejoran sus hábitos nutricionales. También hubo actividades de empoderamiento y transversalización para 1.841 mujeres y 4.249 hogares cafeteros mediante el

desarrollo de habilidades de liderazgo, educación financiera y mercado de café, entre otros, siempre con un enfoque de bienestar integral.

Los **jóvenes** también han tenido una participación importante en las actividades de liderazgo y emprendimiento. A septiembre, **1.484 participaron en actividades realizadas por los comités y oficina central**.

Esto se ha complementado con la **Comunidad digital de jóvenes caficultores** en Facebook, que



Vector	Segmento	Indicador	Ejecución			
			2018	2019	2020	2021
Infraestructura	Vivienda, saneamiento básico, energización	No. de obras mejoradas y/o construidas	1.040	5.536	1.652	1.692
		No. total de beneficiados	N/A	66.562	13.467	14.917
	Vías	m de placa huella construidos	N/A	N/A	18.529	9.884
		km mejorados en vías rurales	6.214	4.682	1.498	6.801
		No. total de beneficiados	N/A	241.170	62.045	452.750
	Infraestructura social	No. de obras mejoradas y/o construidas	317	237	56	55
		No. total de beneficiados	N/A	51.131	12.008	11.646

Fuente: Dirección de Desarrollo Social FNC.

DESARROLLO SOCIAL DE LOS HOGARES CAFETEROS

cuenta hoy con 2.000 miembros. Allí, en eventos en vivo, se discuten temas como uso y posicionamiento de la marca Café de Colombia, estrategia para marcas de café durante la pandemia, proceso para obtener la denominación de origen e indicación geográfica protegida, entre otros.

Para seguir fortaleciendo la estrategia de **emprendimiento juvenil en la ruralidad**, la FNC continuó el proyecto **Idéate Café**, donde los jóvenes del proyecto Flor de mi Tierra han recibido formación para estructurar sus iniciativas de negocio y capital semilla que obtuvieron gracias a la constitución de un fondo rotatorio fruto de las ventas de su café. Por último, con la Dirección de Investigaciones Económicas, se hizo un diagnóstico completo de las asociaciones de caficultores **con el fin de apoyar la asociatividad en el sector**. Los resultados de este análisis permitirán estructurar y ofrecer cursos a las asociaciones en temas de formulación de proyectos, habilidades de gobernanza y educación financiera.

Se espera que para 2022 se implementen estas iniciativas.



Vector	Segmento	Indicador	Ejecución			
			2018	2019	2020	2021
Familias cafeteras con equidad de género y empalme generacional	Empoderamiento y transversalización	Mujeres cafeteras (Sica y no Sica) que participan en acciones para promover la equidad de género.	N/A	13.386	33.124	1.841
		Hogares cafeteros que participan en acciones para promover la equidad de género.	N/A	N/A	2.699	4.249
	Liderazgo y emprendimiento	Jóvenes cafeteros (Sica y no Sica) que participan en acciones para promover el empalme generacional	N/A	2.850	6.229	1.484
		Hogares cafeteros que participan en acciones para promover el empalme generacional	N/A	N/A	1.128	799

Fuente: Dirección de Desarrollo Social FNC.



GESTIÓN INTEGRAL DE LOS RECURSOS NATURALES

FNC pone en marcha nueva estrategia ambiental

Una mayor articulación está potenciando los esfuerzos que desde hace varios años la institucionalidad cafetera viene implementando. Las acciones concretas empiezan a multiplicarse.

La FNC y los caficultores colombianos siguen robusteciendo su gran potencial para mitigar acciones que deterioran el medio ambiente.

Gracias a la constitución de la Dirección de Gestión Ambiental (DGA) en 2020, este año la FNC puso en marcha la nueva estrategia ambiental a partir de:

✓ Implementar

Los nodos de trabajo para fortalecer y visibilizar acciones en materia ambiental.

✓ Fortalecer

La conservación, reforestación y ahorro de agua en las fincas cafeteras.

✓ Impulsar

La gestión ambiental en la institucionalidad cafetera.

Desde hace décadas, el sector se ha preocupado por implementar iniciativas que procuran el cuidado de los recursos naturales, por lo que en 2021 la DGA de la FNC asumió el compromiso de articular todas las actividades ambientales en el marco de la estrategia de valor.



Nodos de trabajo ayudan a fortalecer y visibilizar acciones ambientales

Este cambio institucional permitió que se identificaran y estructuraran los siguientes nodos de trabajo, que funcionarán de manera transversal:

1. Organizacional: Mejorar la articulación entre las empresas de la institucionalidad cafetera (Cenicafé, Almacafé, Buencafé y Procafecol), habilitando el uso de recursos para proyectos ambientales y extendiendo sus horizontes de actuación.

2. Comunicaciones: Diseñar una estrategia de sensibilización ambiental con los caficultores y colaboradores, divul-

gando los diferentes programas, proyectos, actividades e iniciativas de la FNC para adquirir hábitos sostenibles.

3. Alianzas: Promover proyectos ambientales con las oficinas de Nueva York y Europa, el área de Alianzas Nacionales e Internacionales y la Dirección de Proyectos, focalizados hacia el cumplimiento de la estrategia ambiental.



En materia de agua, suelo, bosques y residuos Gestión ambiental integral se fortalece desde las fincas

Mejores sistemas de beneficio y tratamiento de aguas, dispositivos ahorradores de agua, capacitaciones en uso de suelo y manejo de residuos, reforestación y arborización son algunas de las acciones implementadas.

Con miras a evitar la contaminación del agua se caracterizaron **21.837** sistemas de beneficio y tratamiento de aguas residuales y **472** sistemas sépticos.

Con el apoyo de la FNC, se mejoraron **485** sistemas de beneficio, **99** de tratamiento de aguas

residuales del café y **461** sistemas sépticos, lo que disminuyó el uso de agua y su contaminación. Se instalaron **144** dispositivos de ahorro de agua en viviendas de caficultores.

Para gestionar y disponer adecuadamente los residuos

sólidos de actividades agropecuarias y domésticas, se implementaron **172** proyectos de manejo y disposición adecuada de esos residuos en igual número de fincas.

En cuidado del suelo, **2.146 caficultores** fueron sensibilizados y capacitados

en uso de análisis de suelos y uso adecuado de fertilizantes.

A septiembre, hubo actividades de reforestación y cuidado del suelo en **810 hectáreas** en cuencas hidrográficas priorizadas en Antioquia, Caldas, Cauca, Huila, Risaralda, Quindío, Santander y Tolima.

Así se favoreció la captura de gases de efecto invernadero (GEI) y se consolidó la producción de madera como alternativa económicamente viable y ambientalmente sostenible para las poblaciones rurales.

Más sistemas agroforestales, arborización y cuidado de biodiversidad

Las acciones de recuperación y cuidado del medio ambiente se articulan con los objetivos presentes y futuros de la caficultura.

Con el apoyo del Ministerio de Agricultura y otros financiadores locales, se fomentó el establecimiento de **1.777 hectáreas de sistemas agroforestales** en zonas cafeteras mediante la incorporación de más de **250.000 árboles** como sombrío de café, lo que mejora las condiciones microclimáticas para la producción del grano. Destaca el uso de más de **92 diferentes especies nativas** de alto valor ecológico para conservar la diversidad.

Se plantaron más de **193.461 árboles en barreras y caminos** que contribuyen a la captura de GEI, la protección del suelo y fuentes de agua, y

la generación de hábitat para la fauna. Estos árboles además favorecerán la producción de madera que, a su vez, evitará que los cafeteros la obtengan de bosques naturales.

Los cafeteros se unieron a la iniciativa gubernamental **"Sembrar nos une"** y sembraron **219.525 árboles** al 30 de septiembre, para un total de **629.577 árboles** reportados desde 2019.

Para la conservación y recuperación de biodiversidad, hubo actividades en **4.714 hectáreas de bosques naturales** y se aislaron (cerramiento) **108 ha** de estos bosques más amenazados. Este

cerramiento de bosques se acompañó de acciones de conectividad biológica mediante la construcción de **4.529 ha de corredores de conservación**.

Por último, la FNC suscribió un acuerdo de voluntades con actores privados y públicos para la conservación de bosques y la acción contra el cambio climático en la cadena de valor de café: En 2022 ofrecerá a los caficultores el diplomado "Gestión ambiental integral de la caficultura", con en el cual se espera que unos 3.000 productores aprendan a reconocer las buenas prácticas de uso y manejo de los recursos naturales en la finca.



Institucionalidad cafetera construye línea base de desempeño ambiental

Esto le permitirá orientar mejor y medir sus acciones puntuales, a la par de las que ya implementan las diferentes empresas del gremio.

A nivel organizacional interno, se construyó la **línea base del desempeño ambiental** de las 359 sedes de los 15 comités departamentales, Oficinas Coordinadoras y Oficina Central, teniendo en cuenta variables como el consumo de agua y energía, los sistemas de iluminación y la gestión de residuos sólidos. Se mantiene la estrategia **“FNC Consciente”** para crear conciencia entre los colaboradores sobre el cuidado ambiental.

Y con un equipo de 35 promotores de desarrollo rural, se diseñaron espacios de capacitación y conferencias que estimulan el liderazgo local y la toma de decisiones hacia el cuidado y la protección de los recursos naturales.

También se renovó por 3 años la certificación del Sistema de Gestión Integral (ISO 14001), que incluye las sedes Planalto y Estación Central Naranjal de Cenicafé.

En Cenicafé, 6 programas de gestión ambiental a nivel interno han permitido que el consumo de agua se mantenga en valores inferiores a los de 2018, cuando inició la medición, y que el consumo de

energía se reduzca sostenidamente. Como su sede principal está en una reserva forestal protectora, se ha mantenido el desarrollo

de campañas de sensibilización con los colaboradores y la comunidad.

Escalando de Origen a Evolución, **Al-**

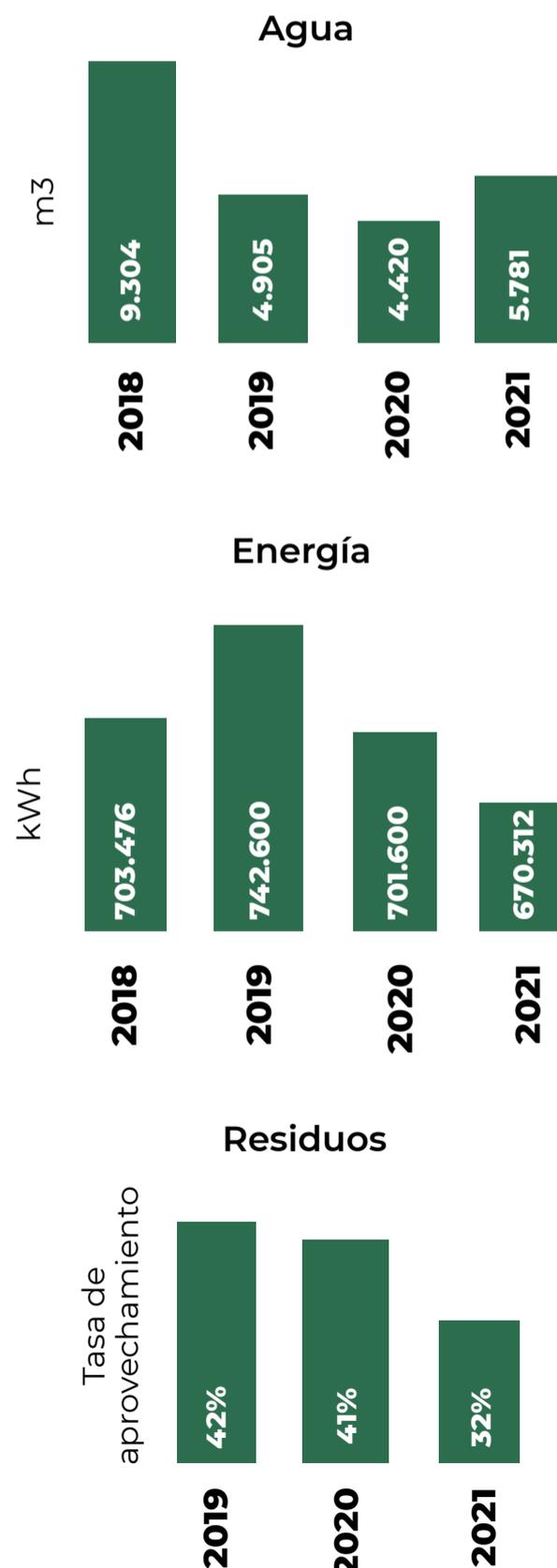
macafé recibió una nueva categoría del sello de **sostenibilidad de Icontec**, con resultados de 88% en las dimensiones social, ambiental, y económica, logro que respalda sus prácticas en busca del bienestar de sus empleados, el cuidado del ambiente, etc.

Además, demostró su compromiso ambiental al sembrar **100 árboles** en el Comité de Cafeteros del Quindío, mejorar el tratamiento de vertimientos, aprovechar 98% de residuos como el plástico, papel y cartón, y construir un sistema solar fotovoltaico en el complejo industrial de Soacha.

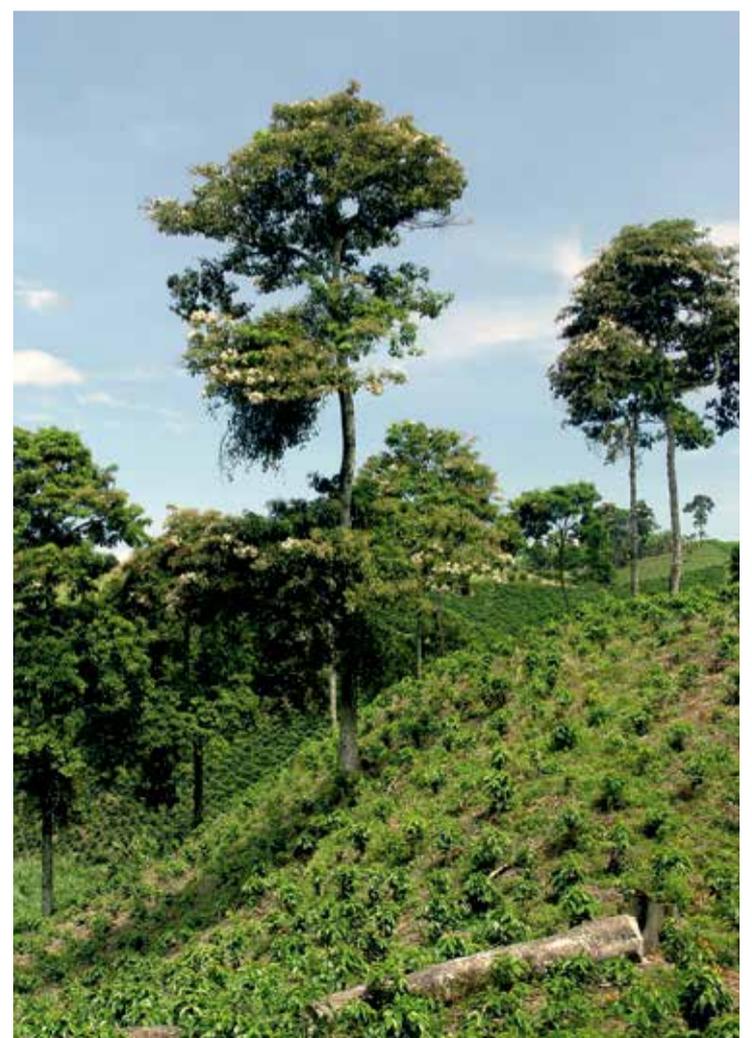
Buencafé mantuvo la carga contaminante de sus aguas vertidas (demanda biológica de oxígeno de 485 mg/l) muy por debajo del requerimiento de 900 mg/l para disposición al alcantarillado y aumentó la eficiencia energética gracias al uso de biomasa (en lugar de gas natural) para generar vapor.

Procafecol diseñó la estrategia **“No rompas el ciclo de la sostenibilidad”**, dirigida a clientes, para mejorar la separación en la fuente en tiendas y que conozcan las prácticas ambientales de la compañía.

Consumos en Cenicafé



Fuente: FNC





Plan 100/100 avanza con proyectos piloto

Actores claves internacionales han empezado a sintonizarse con acciones puntuales en diversas regiones para contribuir a su cumplimiento.

En 2027 la FNC cumple 100 años y como parte de su compromiso con la sostenibilidad trabajo para que en las fincas cafeteras se incorporen criterios de sostenibilidad para ese momento.

En esta línea, en 2021, con la cadena canadiense **Tim Hortons**, iniciaron actividades del piloto para mejorar la sostenibilidad de fincas cafeteras de Antioquia, Huila y Santander.

Las metas de este proyecto son: 1.400 fincas fertilizadas según análisis de suelos, 200 fincas con mejor infraestructura de beneficio, 1.000 ha de bos-

ques naturales bajo acuerdos voluntarios de conservación, 1.415 filtros de agua potable instalados para beneficiar a más de 5.900 personas, y 2.500 caficultores capacitados para mejorar las condiciones de salud y seguridad en finca, así como en prácticas y tecnologías de producción de café.

Cuando la FNC cumpla 100 años, se espera que la totalidad de las actividades e indicadores establecidos en el Plan sean gestionados por todos y cada uno de los comités de cafeteros, reconociendo las diferencias y heterogeneidades de cada región.



El pilar ambiental es uno de los más fuertes de la sostenibilidad

Si nuestro Plan 100/100 busca una caficultura totalmente sostenible para cuando la institución cumpla 100 años en 2027, deberá centrarse en el mantenimiento y sostenimiento de los bosques y la naturaleza”.

Roberto Vélez,
Gerente General



GOBERNANZA

FNC demuestra liderazgo nacional e internacional ante coyunturas desafiantes

La pandemia siguió siendo un reto, al que se sumaron los bloqueos en Colombia, pero el gremio aprovechó al máximo su legitimidad, poder de interlocución, experiencia y capacidad organizacional para hacerles frente de la mejor manera.

Con su liderazgo, la FNC coordinó acciones para que la producción y comercialización de café no se vieran tan afectadas por la tercera ola de la pandemia y ayudar a superar la compleja situación derivada de los bloqueos en las vías de acceso a los puertos.

La labor de la FNC también fue clave para evitar que las restricciones de movilidad y el distanciamiento físico fueran obstáculo para llevar el café a los hogares colombianos y a los clientes y consumidores alrededor del mundo.

La institución, por supuesto, siguió cerca de la base cafetera, y participó activamente en la discusión de temas cruciales para la industria global.



Para cuidar el distanciamiento físico Gerente General se reúne virtualmente con más de 3.500 productores

Desde 2015, 37.000 caficultores, incluyendo mujeres y jóvenes, han sido escuchados directamente por el líder gremial.

A septiembre, hubo **19 Conversemos con el Gerente General**, con más de 3.500 caficultores conectados.

En estos espacios, la FNC mantuvo estrecha comunicación con los productores

y se discutieron propuestas y recomendaciones en doble vía para hacer frente a los grandes retos por superar en el año.

Desde 2015, **37.000 caficultores** han sido escuchados di-

rectamente por el Gerente General. En estos encuentros se exponen las acciones de la institución, se abordan temas de actualidad cafetera, y los productores expresan sus inquietudes y sugerencias. La sesión de agosto

fue dedicada a jóvenes caficultores, incluidos líderes gremiales, de quienes se escucharon sus propuestas y necesidades. Se espera que con estos insumos se concrete una política de fomento al empalme generacional.

En su segundo año, pódcast llega a emisión 200

Con este espacio, la FNC acompaña a los cafeteros en su día a día con noticias destacadas, mensajes, música, humor, reflexiones y más.



Con el liderazgo y compromiso de las direcciones de Comunicaciones y Asuntos Gremiales, el pódcast “La salud de todos es asunto

de todos” llegó a su emisión 200, ya en su segundo año.

Esta novedosa estrategia de comunicación genera con-

tenido digital que informa, acompaña y entretiene a la población cafetera, líderes gremiales y público en general. Con noticias destaca-

das de café, mensaje del día, música, humor y reflexiones, los programas han tenido gran acogida entre los productores.

Revista Líderes tiene edición especial: 6 años de resultados

Esta publicación, que fortalece la comunicación con los líderes gremiales y les brinda información oportuna, llegó a su edición 12, que fue un especial so-

bre los 6 años de la actual administración.

La revista ofrece consejos de buen gobierno corporativo, mensajes del

gerente, entrevistas con líderes, información sobre cedulação cafetera y apartes de eventos relevantes, como el tercer Foro Mundial de Productores.



Tercer Foro Mundial de Productores (virtual) convoca a 3.330 participantes de 67 países

Como actor clave de la industria, la FNC sigue liderando iniciativas y discusiones de temas cruciales.

Con el liderazgo internacional de la FNC en busca de la prosperidad de los caficultores del mundo, **se llevó a cabo de forma virtual el Tercer Foro Mundial de Productores de Café**, con Ruanda como país anfitrión.

Se inscribieron más de **3.330 personas de 67 países**, quienes con sus aportes confirmaron la necesidad de que los países productores y la industria trabajen de la mano para lograr una caficultura próspera que permita a las siguientes generaciones seguir produciendo café.

Tres temas destacaron en el foro: **1)** la importancia de la **corresponsabilidad de toda la cadena de valor** para lograr precios justos para los productores, el eslabón más débil; **2)** la necesidad de **más respaldo de los gobiernos** en política pública para el

desarrollo del sector, y **3)** la importancia de **abordar de forma sostenible y multidimensional** los desafíos del sector.

Para avanzar en estos temas, se acordó un Plan de Acción para que los países miembros formulen Planes Nacionales de Prosperidad Cafetera, que serán presentados en 2022 en Kigali, Ruanda, durante la segunda parte del Foro.

Con importantes panelistas, incluidos el Gerente General de la FNC y el director de la oficina en EEUU, la conferencia principal estuvo a cargo del Profesor Jeffrey D. Sachs, un referente en sostenibilidad, quien planteó la construcción de un mapa de índice multidimensional en las regiones cafeteras como punto de partida para priorizar acciones que mejoren las condiciones de vida de los productores.

Papel activo en otras discusiones de peso

La FNC participó activamente en las sesiones 129 y 130 del Consejo Internacional del Café, entre el 15 y 16 de abril y el 9 y 10 de septiembre, respectivamente.

Colombia lideró la discusión de la renovación del Acuerdo Internacional del

Café, para lograr una mejor organización de todos sus miembros y fortalecer la Organización Internacional del Café (OIC).

También lideró las modificaciones del reglamento de estadística frente a certificados de ori-

gen, en línea con la estrategia del Gobierno colombiano “Estado simple, Colombia ágil” y con la regulación aduanera vigente (Decreto 1165 de 2019), en un proceso de cambios escalonados de sus sistemas informáticos para facilitar el comercio internacional y hacer de Colombia un país más competitivo.

Gremio se alista para elecciones cafeteras 2022

Con 43 talleres, se empezó a preparar a los productores, incluidos jóvenes y mujeres, de cara al proceso democrático más importante de su institucionalidad.



Con **43** talleres virtuales “La legitimidad, compromiso de todos”, donde participaron **3.500 caficultores** de 207 municipios, empezó la preparación para las elecciones cafeteras, la más importante cita de los productores con la democracia.

Los temas centrales de estos encuentros

incluyeron legitimidad de la institucionalidad, buen gobierno corporativo, coyuntura nacional y actualidad económica. Con ellos se busca empoderar a líderes cafeteros y motivar a productores adultos, jóvenes y mujeres a ser candidatos el próximo año.

Estas actividades

se complementaron con talleres tradicionales sobre institucionalidad cafetera.

A septiembre, hubo **19** talleres virtuales con colaboradores y aliados estratégicos y **15** también virtuales con más de 500 jóvenes de Santander, Cesar-Guajira, Caldas, Risaralda, Huila y Norte de Santander.

Sistemas de cedulaación y elecciones cafeteras se actualizan

Como alistamiento para las elecciones cafeteras, se hizo una actualización tecnológica de los sistemas de cedulaación y elecciones, ya en fase de construcción para ser modernizados y mejorar la relación entre la base de datos de

cedulados y cafeteros habilitados para votar.

Se espera que sean más ágiles y confiables para los procesos preelectorales y postelectorales.

FNC logra aprobación de Conpes cafetero, hoja de ruta a 2030 para el sector

Defender los derechos de los caficultores, velar por sus intereses, promover su prosperidad y consolidar una normatividad acorde a la realidad del sector son tareas permanentes de la institución.

Como representante legítima de los intereses de los caficultores, la FNC hace constantes aportes de peso a la política pública cafetera y de bienestar social, lo que incluye seguir de cerca las iniciativas tramitadas en el Congreso de la República y demás proyectos regulatorios de mayor impacto potencial en el sector.

En una labor conjunta con el Gobierno, este año se logró la aprobación de la **Política para la sostenibilidad de la caficultura colombiana (Documento Conpes 4052)**, hoja de ruta a 2030 de la acción pública para el sector, que busca hacer frente a:

1. La alta incertidumbre en los ingresos de los productores.

2. La susceptibilidad de la producción y calidad del café ante factores climáticos.

3. La vulnerabilidad de los hogares cafeteros al depender de programas sociales y transferencias monetarias del Gobierno.

Con los compromisos adquiridos de los ministerios de Hacienda, Agricultura, Ambiente, Transporte y TIC, se implementarán estrategias para que en los próximos nueve años se logre:

Fomentar el acceso a activos productivos para elevar la productividad.

Estabilizar el ingreso al reducir el impacto de factores externos que influyen en el precio y la producción de café.

Impulsar la comercialización interna y externa de café verde y transformado (por calidad).

Fortalecer la oferta de bienes públicos en los eslabones de la cadena del café.

Otras iniciativas de relevancia a las que se hizo seguimiento son:

- **Ley 2155 de 2021 (de Inversión Social)**, cuidando que se mantuvieran los beneficios tributarios aplicables al sector caficultor (impuesto de renta, IVA y obligaciones formales) y las transferencias monetarias dirigidas a la población cafetera.
- **Ley 2111 de 2021**, por medio de la cual se establecieron nuevos delitos ambientales y su posible impacto en la actividad de manejo de sombrero para el café.
- **Ley 2108 de 2021**, que, entre otras cosas, establece que el acceso a internet es un servicio público esencial.
- **Ley 2142 de 2021**, para que institutos y centros de investigación reconocidos por el Minciencias puedan obtener registro calificado de programas académicos de maestría y doctorado.
- **Leyes estatutarias de reforma a la justicia**, donde hay un capítulo sobre justicia rural y la ley de punto final en la historia crediticia, que acaba de ser sancionada.
- **Ley de Presupuesto 2022**, con especial seguimiento al presupuesto asignado al sector agrícola.
- **Ley 2071 de 2020** (expedida el 30 de diciembre), donde se hicieron especiales comentarios al Decreto 596 de 2021, que modifica y adiciona el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural en lo relacionado con los acuerdos de recuperación y saneamiento de cartera agropecuaria, las medidas de alivio especial a deudores del Fondo de Solidaridad Agropecuario y del Programa Nacional de Reactivación Agropecuaria.
- **Implementación y puesta en marcha del piso de protección social** y la reglamentación del sistema de seguridad y salud en el trabajo para el sector cafetero, con los elementos especiales de bioseguridad para la cosecha 2021.

Transformación digital agrega valor en toda la cadena del café

Avanza optimización y automatización de procesos.

En el marco de la estrategia de transformación digital, la FNC sigue simplificando y optimizando sus procesos.

En 2021, los registros de plantas trilladoras, tostadoras

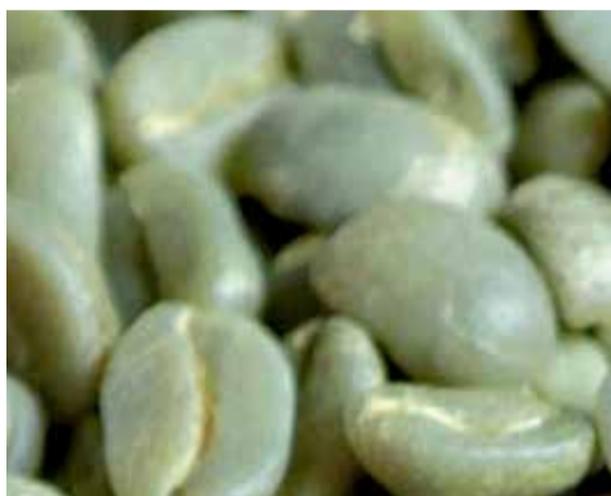
y fábricas de café soluble, así como el Registro Nacional de Exportadores de Café, están en un proceso de automatización que reducirá tiempos y costos a todos los actores de la cadena.

Esta transformación busca facilitar el cumplimiento de las normas internas y externas que deben seguir las plantas procesadoras, los exportadores de café, las entidades del Estado y demás

involucrados en la transformación y exportación del grano.

Todo esto alineado con el plan de reducción de trámites de comercio exterior del Gobierno.

La exportación de pequeñas cantidades y la plataforma Cafix (esta última, con un robusto componente tecnológico propio) son dos iniciativas que facilitan el acceso a mercados externos.



Exportación de pequeñas cantidades se dispara 1.300% desde 2016

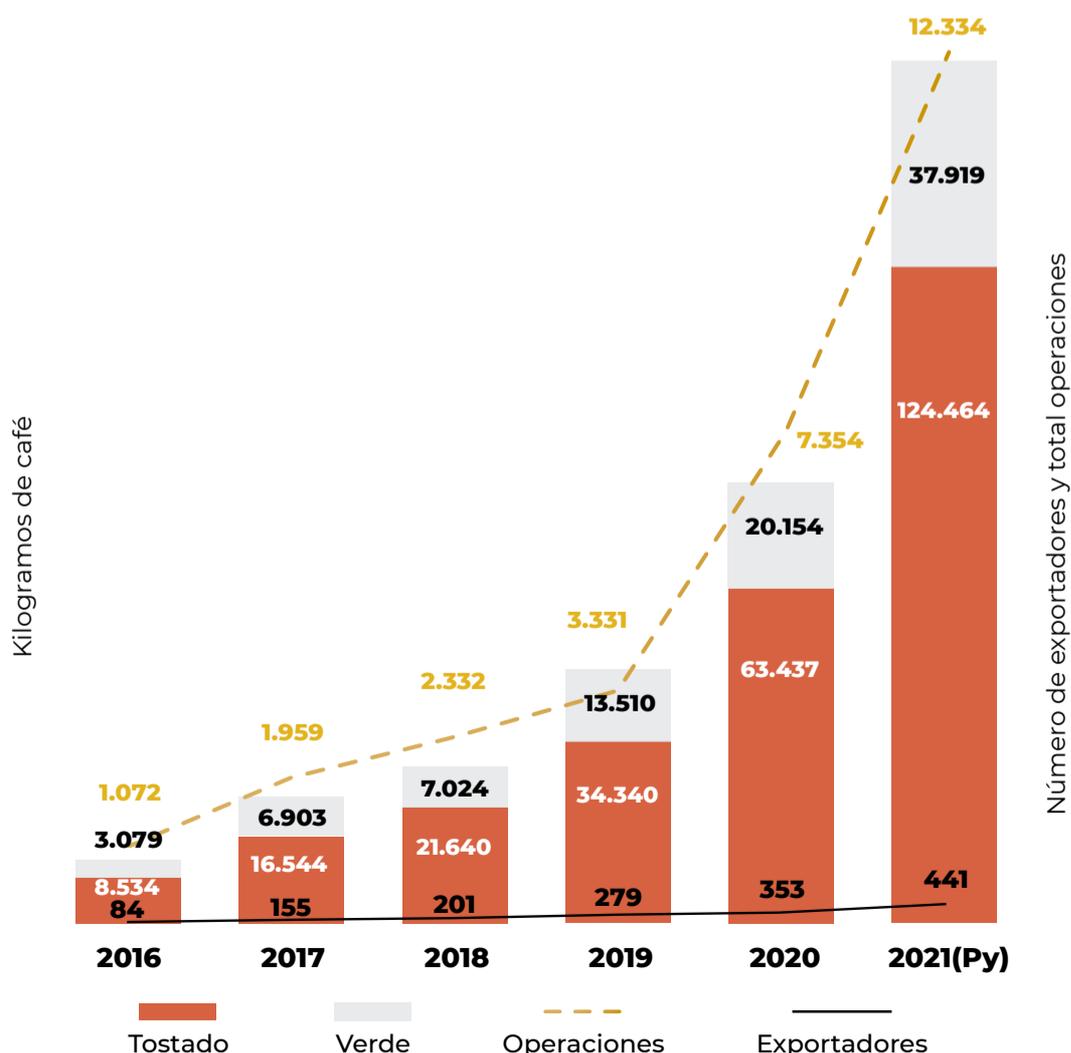
En el último año creció 90% en kg exportados, lo que da cuenta de su gran acogida, que se aceleró con la pandemia.

Desde su lanzamiento en 2016, el mecanismo de exportación simplificado genera valor agregado a los pequeños y medianos productores que exportan café, ya que les permite entregar a clientes y consumidores un producto de alta calidad en poco tiempo.

La exportación de café en pequeñas

cantidades ha crecido de forma sostenida desde entonces. Al cierre de 2021, se espera que estas exportaciones alcancen **162.000 kg** de café, **90% más** que el año anterior, en 12.334 operaciones de 441 exportadores.

Si se toma como referencia 2016, el número de kg exportados ha crecido casi **1.300%**.



Fuente: FNC.



Nueva plataforma que conecta a productores con el mercado exterior

También se diseñó la plataforma tecnológica **Caficultores y Familias Integrados para la Exportación de Café (Cafix)**, que conecta directamente a cualquier productor que quie-

ra vender café verde o procesado en pequeñas cantidades con sus clientes en el exterior.

Este mecanismo permite que la venta sea más fácil, di-

recta, ágil y competitiva.

Cuenta con características muy atractivas, como diferentes condiciones de negociación y servicios de asesoramiento.

CON CAFIX, LA FNC BUSCA:



Facilitar al pequeño productor la exportación directa de café al menor costo.



Facilitar al cliente y al caficultor el proceso de pago.



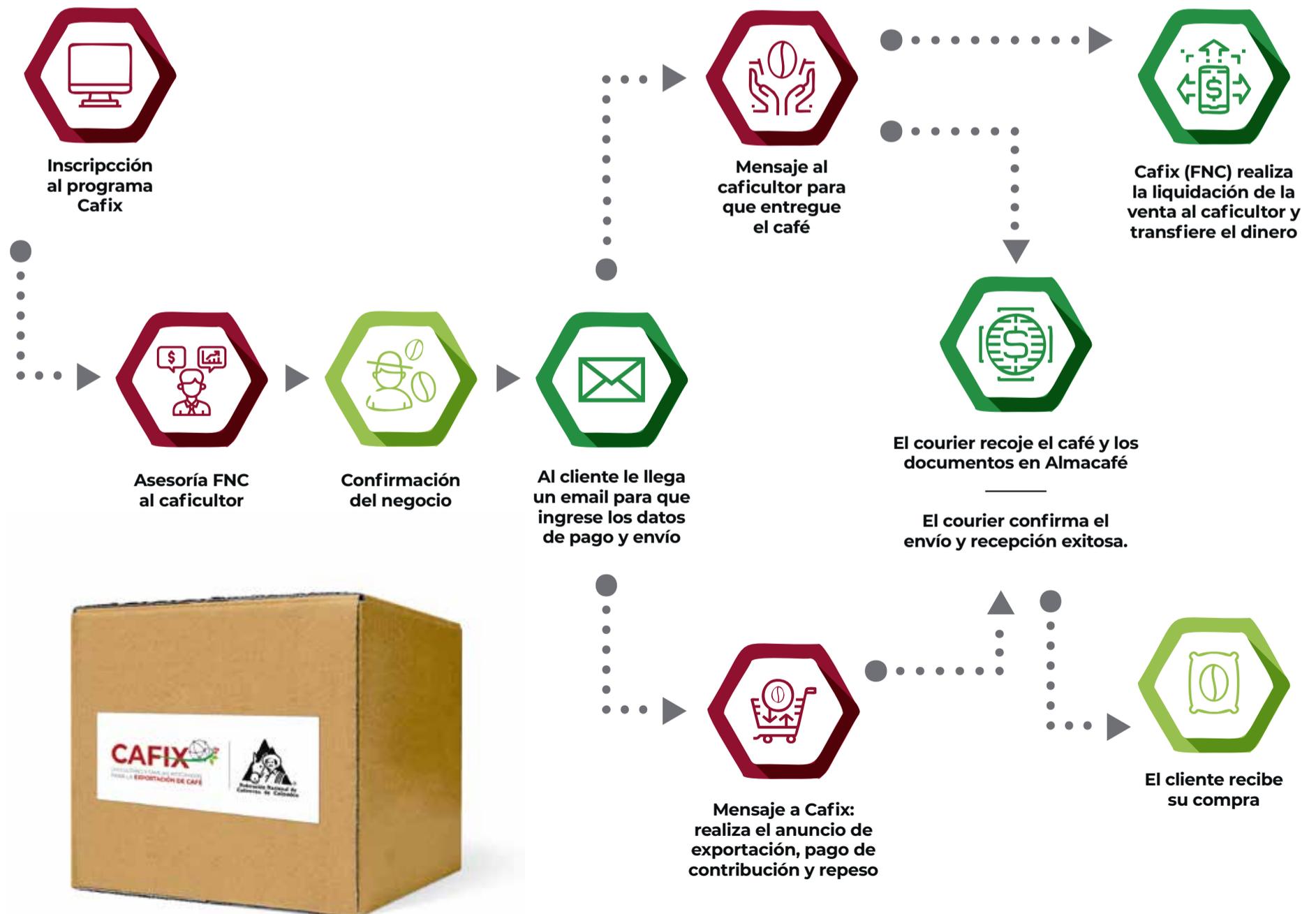
Generar ingresos adicionales al productor.



Incentivar la exportación entre los caficultores.

¿CÓMO FUNCIONA?

Fase piloto



Estructuración y consolidación del FEPC avanza a buen ritmo

Tanto para la estabilización del ingreso y precio como para gestionar fuentes de financiamiento, en línea con los cinco objetivos estratégicos trazados en 2020.

El año 2021 marcó una etapa determinante en el proceso de estructuración y consolidación del Fondo de Estabilización de Precios del Café (FEPC). En línea con los cinco objetivos estratégicos trazados en 2020, la Secretaría Técnica avanzó **en la realización de estudios y propuestas asociadas al diseño de mecanismos de estabilización tanto de ingreso como de precio, así como en la elaboración de un plan estratégico para la gestión de recursos** que nutran al FEPC a partir del desarrollo e implementación de los siguientes mecanismos:

Gestionar el aseguramiento productivo

Se estructuró y reglamentó el proyecto piloto del mecanismo Café a Futuro Seguro (CFS), que integra los seguros climáticos y de cumplimiento para fortalecer el uso de contratos de venta de café con entrega futura, de tal forma que se brinden mayores garantías y confianza tanto al productor como al comprador. El proyecto piloto de CFS comenzará a operar en 2022 en cinco departamentos focalizados (Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda y Huila) para probarse antes de ampliarse a otras zonas productivas. Para la implementación de este piloto se dispondrán de recursos del FEPC y del Ministerio de Agricultura, vía el Incentivo al Seguro Agropecuario (ISA).

Gestionar el riesgo financiero de precio

Se hicieron estudios para un diseño metodológico que permita al productor establecer un precio piso para la venta de su cosecha mediante un sistema de coberturas financieras construidas sobre el contrato C y la tasa de cambio. La propuesta técnica está en proceso de validación para ser presentada ante el Comité Nacional del FEPC.

Gestionar costos de producción

Conforme a la reglamentación del FEPC, los mecanismos de estabilización de precios son estrategias para compensar al productor cuando el precio interno del café alcance valores extremos por debajo de los costos de producción. Para ello resulta determinante fijar un parámetro de referencia que actúe como disparador. En 2021 inició un estudio para determinar la metodología idónea a la hora de establecer un referente de costos de producción de la caficultura, con representatividad estadística nacional, para ser usado en mecanismos de estabilización. Se espera tener los resultados en 2022 para implementar la metodología y actualizar los datos de forma periódica.

Gestionar educación financiera

Una parte importante y transversal a la implementación de mecanismos de estabilización es generar capacidades financieras en los cafeteros. En 2021 se avanzó en estructurar una propuesta de comunicación y capacitación para los productores, que será aplicada a la par de la implementación de los mecanismos para que los productores entiendan mejor los instrumentos y gestionen mejor tres tipos de riesgos importantes en la caficultura: climático y de mercado, este último con su doble componente de precio externo y tasa de cambio.

Gestionar prosperidad financiera del FEPC

Contar con el marco normativo del FEPC es un avance esencial para garantizar la sostenibilidad económica de la caficultura. Sin embargo, los recursos siempre parecen escasos a la hora de enfrentar eventuales crisis de precios, dada la magnitud de la producción colombiana de café (14 millones de sacos anuales en promedio en los últimos 6 años), lo que genera restricciones presupuestales importantes para cubrir todos los riesgos productivos y de precio de tal volumen de cosecha.

Finalmente, en 2021 el Comité Nacional del FEPC aprobó la metodología de estructuración del mecanismo Protección Anticipada del Ingreso (PAI) cafetero. Con recursos de los rendimientos financieros del FEPC, el PAI busca incentivar el ahorro en los productores destinando un porcentaje muy bajo de su ingreso actual para invertirlo en un fondo de inversión colectiva.

Estos recursos serán usados para financiar mecanismos de estabilización que el productor podrá escoger en el futuro, voluntariamente, para estabilizar su propio ingreso. Este instrumento está en proceso de reglamentación para empezar a implementarse en 2022.



La comunicación: aliada estratégica en el liderazgo de la FNC en Colombia y el mundo

Comunicaciones estratégicas y nuevos canales contribuyen a la mejor reputación y el liderazgo de la FNC en Colombia y el mundo.

La Federación Nacional de Cafeteros sigue consolidándose como una organización líder en la industria mundial del café, con un alto reconocimiento como la organización gremial que representa los intereses de los caficultores de Colombia y la de **mayor presencia mediática del país**. Este trabajo impacta directamente la imagen y reputación de toda la institucionalidad cafetera, en un contexto donde cada vez más las comunicaciones orga-

nizacionales juegan un rol fundamental para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

En 2021 las comunicaciones de la FNC se enfocaron en:

Campañas de comunicación **innovadoras** y de impacto alineadas a la estrategia de valor.

Posicionamiento de la marca FNC por medio de las redes sociales.

Nuevos canales de comunicación para

ampliar la cobertura a las familias caficultoras y otros importantes actores de la cadena.

Este año la FNC fortaleció su presencia en las redes sociales de Facebook y Twitter, siguió emitiendo un **pódcast** de gran acogida para familias caficultoras y colaboradores,

continúo con la emisión del programa radial *Panorama Cafetero*, incursionó con acierto en Instagram y LinkedIn, y retomó un exitoso formato de comunicación rural como es la radionovela.

Los buenos resultados son fruto de un

trabajo articulado con los comités departamentales, las empresas de la FNC y las oficinas en el exterior, con quienes se ha construido una exitosa comunicación en red.

En 2021 la FNC subió al puesto

35

(desde el 57 en 2020)

como una de las **organizaciones de mejor reputación en Colombia**, según el índice Merco.



RADIONOVELA

35 capítulos

12 capítulos con temas de **equidad de género, educación y empalme generacional**.

15 capítulos sobre **seguridad y salud en el trabajo** con el apoyo de la OIT y el Ministerio de Trabajo.

8 capítulos sobre prevención del **trabajo infantil y empalme generacional** con el apoyo de Colombia Avanza.

135%

Crecimiento en **SEGUIDORES**



13.650
NUEVOS
seguidores

7,1%

Crecimiento en **SEGUIDORES**



2.278
NUEVOS
seguidores

PÓDCAST

Programa que superó las **200 emisiones**, que siguieron privilegiando el cuidado de la salud de la gran familia cafetera (bioseguridad, vacunación, etc.)

PANORAMA CAFETERO

Las noticias y actualidad del mundo del café están en *Panorama Cafetero*, programa radial que desde 2018 se emite cada miércoles en Radio Nacional de Colombia a través de 67 estaciones en todo el país.



Comunicaciones estratégicas con enfoque de sostenibilidad

Enmarcadas siempre en la sostenibilidad de la caficultura, lo que incluye empoderar a los productores para que tomen mejores decisiones para mejorar la productividad y rentabilidad del negocio, las campañas en 2021 se enfocaron en **soportar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de cada una de las áreas**, con un acompañamiento cercano y manteniendo siempre el foco en contribuir a los ejes de la estrategia de valor de la FNC:

Eje económico

Renovación de cafetales.

Líneas de crédito para el caficultor y promoción de la ley de alivios financieros.

V concurso Colombia, Tierra de Diversidad.

Campaña **¡Yo Cumplo!** (entregas de ventas a futuro).

Herramientas de comercialización.

Campaña **Yo ahorro e invierto para prosperar.**

App del café.

Fondo de Estabilización de Precios del Café (FEPC).

Eje social

Cumbre de Educación Cafetera.

Equidad de género.

Piso de protección social.

Mi finca, un entorno saludable y seguro.

nentes gremial y financiero.

Eje ambiental

Campaña Una caficultura más sostenible, que promueve el cuidado de los recursos naturales mediante mejores prácticas.

FNC Consciente, dirigida a colaboradores.

Gobernanza

Socialización de normas tributarias.

Promoción de la Cédula Cafetera Inteligente y sus compo-

Importancia de la creciente participación de mujeres y jóvenes en el liderazgo gremial.

Así como otros proyectos relevantes para la institucionalidad cafetera como la estrategia de promoción de los **10 años del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia**.

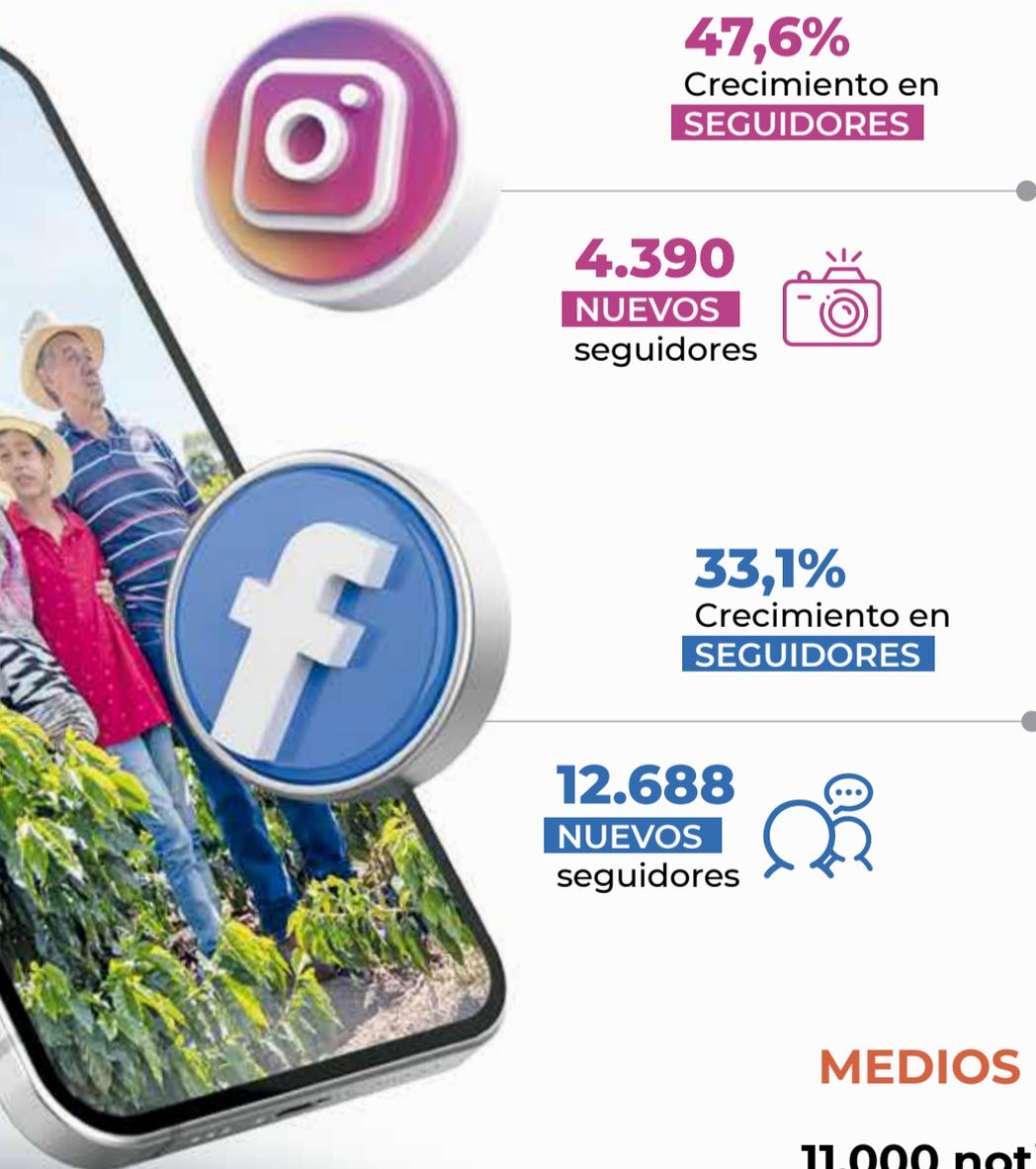
Comunicaciones que fortalecen el orgullo cafetero

Alineados con los atributos de cultura de la FNC, en 2021 se mantuvo una **comunicación de doble vía** por medio de diferentes iniciativas. Una de las más importantes fueron las 4 sesiones de **Al Día con el Gerente**, un espacio de comunicación de los colaboradores con el Gerente General para conocer el acontecer de la Federación y del gremio.

Se desarrolló un nuevo concepto de **marca empleadora**

que además de promover y mantener vivo el **orgullo cafetero** de los colaboradores, permite visibilizar a la FNC como un lugar de trabajo deseable para nuevos talentos.

Esto sumado a una comunicación permanente y cercana para los colaboradores y sus familias, con contenidos pertinentes y oportunos para apalancar la misión de contribuir al bienestar de las familias caficultoras.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

11.000 noticias en medios nacionales y locales.

ROI*: \$100.017.348.790

*Retorno sobre la Inversión.

Fuente: Siglo Data + Hallon (Inteligencia de Medios).

Relacionamiento continuo con una red de **más de 800 periodistas**.

FNC ejecuta proyectos por \$107.378 millones

La cifra es 53,4% superior a la del mismo periodo de 2020. La FNC apalancó recursos del FoNC (cuya participación creció) con los de otras fuentes en una proporción de **1 a 1,8**.

Bajo los principios de organización y eficiencia, la FNC gestiona proyectos alineados con la estrategia de valor que apuntan a la sostenibilidad del sector, la rentabilidad de la caficultura y el bien-

estar de las familias cafeteras.

Estos proyectos son posibles gracias a la gestión de alianzas nacionales e internacionales, con organizaciones públicas y privadas, que

permiten obtener recursos y fortalecer el sector en temas estratégicos como conectividad y transformación digital, accediendo a activos intangibles como el conocimiento.

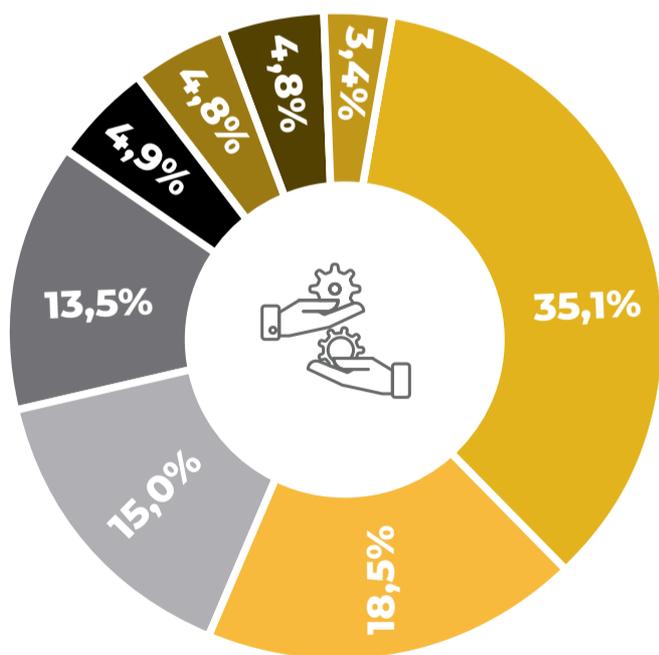
A septiembre, la ejecución de proyectos alcanzó **\$107.378 millones**, cifra **53,4% superior** a la ejecutada en el mismo periodo de 2020, cuando alcanzó \$70,000 millones.

la inversión en la comunidad cafetera.

El Fondo Nacional del Café (FoNC) aportó 35% de los recursos para proyectos de inversión, los cuales se complementan con otras fuentes (gobiernos, entidades público-privadas, comunidad) que aportaron el 65% restante. Así, por cada peso aportado por el FoNC, la FNC ha logrado gestionar **\$1,8 de fuentes adicionales**.

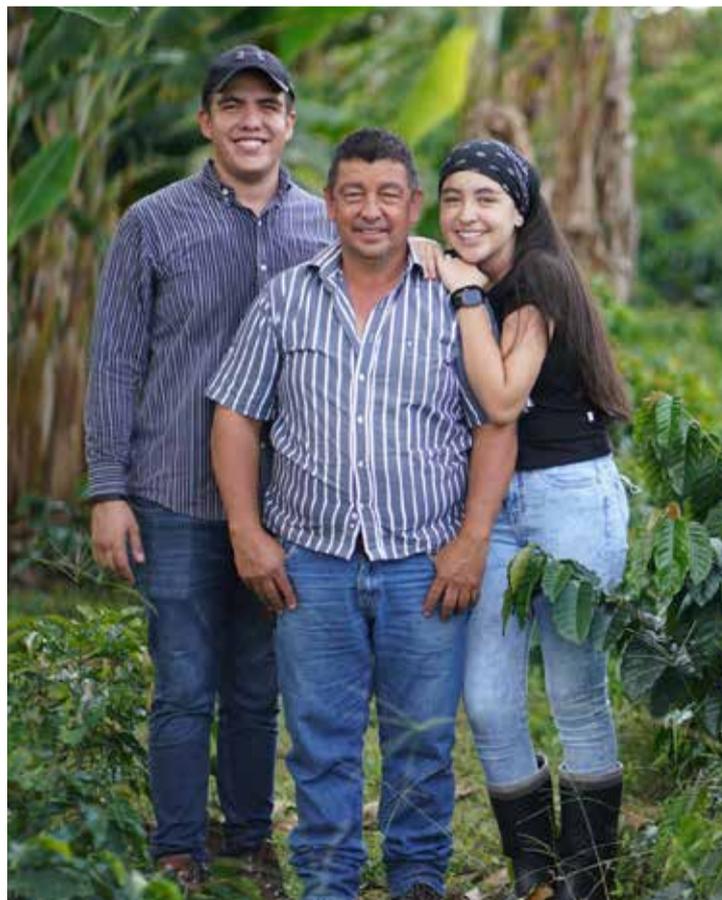
El 62% de los recursos ejecutados son aportes de organizaciones nacionales o internacionales, siendo las alianzas públicas lideradas por los comités municipales y departamentales las principales fuentes de cofinanciación para

Participación en valor por tipo de aportante



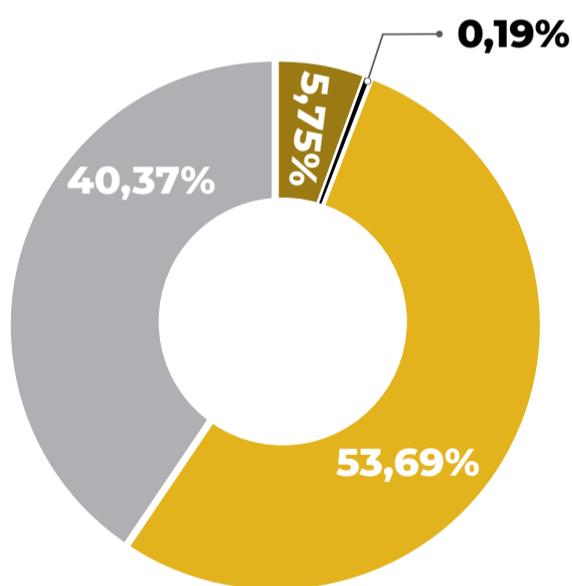
- Fondo Nacional del Café
- Gobierno departamental
- Entidades internacionales
- Gobierno municipal
- Comunidad
- Gobierno nacional
- Entidades privadas
- FNC

Fuente: Oficina de Proyectos FNC.





Participación por componente de la estrategia de valor



- Económico
- Social
- Ambiental
- Gobernanza

Fuente: Oficina de Proyectos FNC.

La mayor parte de los recursos, 53,69%, se destinó al fortalecimiento del eje económico con proyectos que impulsan la productividad

(62,4%), que buscan un mejor precio para el productor (14,3%) y que reducen los costos de producción (22,8%).

La participación del eje social en la distribución de los recursos fue de 40,37%, invertidos en proyectos de infraestructura (85,4%), educación rural (6,6%) y otros proyectos (5,6%).

Para el eje ambiental se destinó 5,75% de los recursos, invertidos en el cuidado de los recursos naturales (51,4%) y en adaptación a la variabilidad climática (48,6%). La inversión en gober-

nanza correspondió a 0,19%, del cual el 100% se destinó a capacitación y liderazgo gremial.

Proyectos con recursos de regalías mejoran calidad sensorial del café

El Sistema General de Regalías (SGR) se ha convertido en una gran oportunidad para financiar proyectos en los territorios. En particular, el Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación (FCTel) ha sido un instrumento de gestión de los comités departamentales para acceder a presupuestos

territoriales y financiar proyectos que mejoren la calidad sensorial del café.

El objetivo general de estos proyectos es promover la transferencia de tecnología mediante la creación de laboratorios de café, estudios de agroclimatología, perfilación de cafés y entrena-

miento de catación. Los proyectos son acompañados por procesos educativos para generar conocimiento sobre la calidad sensorial del café, con enfoque hacia los jóvenes y las mujeres. Y se espera que los comités cuenten con un mapa sensorial de café de su territorio.



A la fecha, se han estructurado y gestionado los siguientes proyectos, que fortalecerán la calidad sensorial del café:

COMITÉ DEPARTAMENTAL	PROYECTO	VALOR (\$ MILLONES)	COMPONENTES	BENEFICIARIOS Y COBERTURAS
CESAR LA GUAJIRA BOLÍVAR	Desarrollo experimental para el mejoramiento de la competitividad del sector cafetero del Cesar	13.790	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroclimatología. 2. Dotación de laboratorios. 3. Entrenamiento en catación. 4. Perfilación. 5. Composición físico-química. 6. Acompañamiento especializado. 7. Transferencia de tecnologías. 	<p>1.600 familias.</p> <p>12 municipios cafeteros.</p>
CUNDINA-MARCA	Traslado de tecnologías innovadoras a caficultores con impacto sobre la calidad del café y la gestión del recurso hídrico durante el proceso de beneficio en zona cafetera de Cundinamarca	13.783	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroclimatología. 2. Dotación de laboratorios. 3. Entrenamiento en catación. 4. Perfilación. 5. Acompañamiento especializado. 6. Transferencia de tecnologías. 	<p>841 familias.</p> <p>42 municipios cafeteros.</p>

GESTIÓN DE PROYECTOS

COMITÉ DEPARTAMENTAL	PROYECTO	VALOR (\$ MILLONES)	COMPONENTES	BENEFICIARIOS Y COBERTURA
QUINDÍO	Desarrollo experimental para el mejoramiento de la competitividad del sector cafetero del Quindío	10.841	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroclimatología 2. Dotación de laboratorios 3. Entrenamiento en catación 4. Perfilación 5. Composición físico-química 6. Acompañamiento especializado 7. Transferencia de tecnologías 	<p>1.600 familias.</p> <p>12 municipios cafeteros.</p>
SANTANDER	Implementación de tecnologías innovadoras a caficultores durante el proceso de beneficio del café con impacto sobre la calidad, en Santander	4.455	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroclimatología 2. Dotación de laboratorios 3. Entrenamiento en catación 4. Perfilación 5. Acompañamiento especializado 6. Transferencia de tecnologías 	<p>996 familias.</p> <p>24 municipios cafeteros.</p>
TOTAL		43.049	5.037 familias cafeteras en 90 municipios.	

Estos proyectos son estructurados de forma integral, ya que involucran al Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), que construye una red de investigación con las universidades regionales para fortalecer la red colaborativa de los comités de cafeteros.

Además de estos proyectos, se gestionan otros cuatro ante el FCTel del SGR para Huila, Nariño, Magdalena y Tolima.





Conectividad rural avanza con MinTIC y operadores

Más localidades cafeteras tienen cobertura. Con Claro, se sumaron 83 este año.

La alianza con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) sigue avanzando para mejorar la conectividad en las áreas rurales.

La FNC fue un actor importante en priorizar las zonas beneficiarias de la subasta pública del espectro, donde solicitó la inclusión de zonas de alta concentración de producción de café.

Y en coordinación con la empresa Claro, 83 nuevas localidades cafeteras tienen mejor conectividad. Según los planes de expansión empresarial de Tigo y Claro, las zonas cafeteras tienen una cobertura 4G de 47% y 36%, respectivamente.

USD 10 millones de aliados internacionales para proyectos

Mejora de vías terciarias, renovación de cafetales, infraestructura productiva, fertilización, seguridad alimentaria y educación son algunas de las destinaciones.

Gracias al trabajo articulado de las oficinas en el exterior, Alianzas Internacionales, la Gerencia Comercial y los comités departamentales, la FNC logró gestionar recursos con organizaciones internacionales por **USD 10 millones** para ejecutar en los próximos años y beneficiar a miles de familias caficultoras.

Las inversiones serán principalmente destinadas al mejoramiento de vías terciarias, renovación de cafetales, infraestructura productiva, fertilización, seguridad alimentaria y educación, entre otros.

El gran porcentaje de estos recursos proviene del sector pri-

vado internacional, pues la FNC ha sido exitosa en alinear las necesidades de las familias caficultoras con las estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social de la industria global.

Y el trabajo con organismos o agencias de cooperación internacional como

USAID, BID, OIM y otras sigue siendo una fuente esencial de recursos y una ventana de grandes oportunidades de trabajo y gestión para los comités departamentales.

A septiembre, los comités departamentales lograron la ejecución efectiva de más de **\$16.000**

millones, distribuidos en un 55% para el eje económico (sobre todo mejora de infraestructura productiva y nuevas siembras); 25% para el social (infraestructura vial, educación, capacitaciones y enfoque en mujeres), y 20% en temas de gestión ambiental (manejo de aguas mieles, etc).

Principales proyectos

A finales del 2020 se aprobó la segunda fase del proyecto de sustitución de cultivos por café con la fundación **Howard G. Buffett** en El Rosario (Nariño), concretada gracias a la gestión de la oficina de Nueva York y Alianzas Internacionales. Este proyecto, que inició ejecución en 2021, invertirá más de **\$26.635 millones** en renovación y nuevas siembras de café, asistencia técnica, seguridad alimentaria, comercialización y mejoramiento de infraestructura productiva en fincas y redes viales terciarias. En paralelo, con el mismo cooperan-

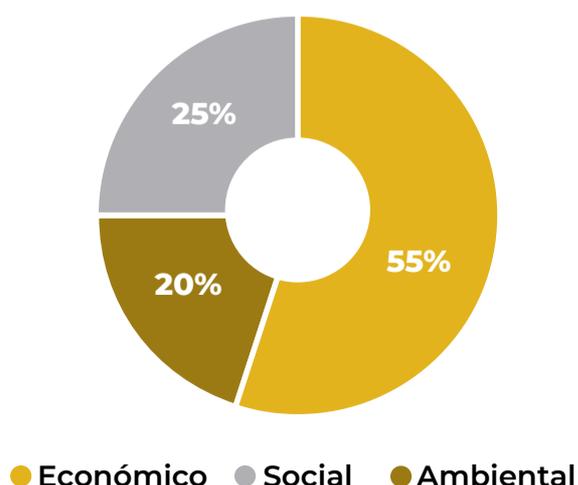
te, se gestiona un proyecto similar para el Catatumbo.

También con el liderazgo de la oficina de Nueva York, se gestionó un proyecto con **Tim Hortons** (uno de los principales clientes de café colombiano en Canadá), que contribuirá a la sostenibilidad de las fincas y por tanto al plan 100/100, con más de 7.000 beneficiarios directos y más de 11,500 indirectos. Tim Hortons aportará **USD 2.040.000** y los beneficiarios USD 864.499.

El proyecto se implementará en los municipios de Garzón (Huila), Bolívar (Antioquia) y Socorro (Santander), que producen café del perfil que ellos compran.

Entre otros proyectos que se concretaron, destacan uno en la Sierra Nevada de Santa Marta con **Luna Coffee Roasters** y **The Coffee Source**, que busca mejorar la infraestructura de la escuela Zikuta, y otro con la tostadora **J.M. Smucker**, en el

Inversión por eje estratégico



Fuente: Oficina de Proyectos FNC.

GESTIÓN DE PROYECTOS

cual se entregaron filtros de agua potable a 10 escuelas en Caldas, para beneficio de más de 800 estudiantes.

Con el liderazgo de la oficina en Europa, Starbucks y Oficina Central ampliaron y extendieron el proyecto Fin-

cas C.A.F.E. Practices Más Productivas en Colombia, que apoya a caficultores de esas cadenas en 12 departamentos. En 2021, Starbucks aumentó su inversión de USD 3 millones a **USD 7,2 millones** para adquirir 45,7 millones de chapolas adicionales, que serán donadas y

distribuidas a 2023. El proyecto incluye entrega directa de fondos a los beneficiarios para apoyar el plan de fertilización durante el levante de los cafetales.

Además, esta oficina, la Dirección de Gestión Ambiental y la Gerencia Comercial

consolidaron los lazos de cooperación entre la FNC y **Nestlé**, que en 2021 firmaron un acuerdo para establecer **188.000 árboles** como parte de un gran plan de reforestación, que proyecta sembrar más de **7,5 millones** de árboles en tres departamentos cafeteros.

La oficina de Japón concretó un proyecto con **Ajinomoto y Mitsui**, dos de sus principales clientes, para contribuir al desarrollo social y productivo de 55 familias caficultoras en proceso de restitución de tierras en el Valle del Cauca.



Proyectos recurrentes de Gerencia Comercial

Con el apoyo de las oficinas en el exterior, la Gerencia Comercial gestionó e implementó directamente proyectos con clientes comerciales (Nespresso,

Nestlé, etc), que en su mayoría se han replicado por varios años y garantizado a los beneficiarios mejores precios, capacitaciones, infraestructura

y acompañamiento. En 2021, estos convenios sumaron **USD 4 millones** e impactarán a casi **32.000 caficultores** de diferentes regiones.

Estos proyectos de enfoque comercial añaden un factor diferencial al café, con rentabilidad y conservación del medio ambiente.

NOMBRE	PROPÓSITO	DEPARTAMENTO	CAFICULTORES
NESPRESSO AAA	Construir una cadena de suministro de café verde de alta calidad que contribuya a la sostenibilidad del sector y mejore la calidad de vida de las comunidades productoras, respetando y protegiendo el medio ambiente	<p>Cauca: Seccional Oriente, Bordo y Macizo</p> <p>Nariño: Seccional La Unión, Juanambú, Occidente y Sandoná</p> <p>Santander: Seccional San Gil y El Socorro</p> <p>Caquetá: Seccional San Vicente y Florencia</p>	19.400
PUR PROJET	Implementar un programa dirigido a la introducción y mantenimiento de árboles dentro y alrededor de las fincas	<p>Cauca: Macizo y Tambo</p> <p>Nariño: Peñol</p>	2.720

NOMBRE	PROPÓSITO	DEPARTAMENTO	CAFICULTORES
NESCAFÉ PLAN COLOMBIA	Asegurar a largo plazo la sostenibilidad en la cadena de suministro del sector cafetero y fortalecer la posición económica de los caficultores, aumentando sus ingresos, mejorando su productividad y por ende la calidad del café de forma que se respeten las personas y el medio ambiente	Risaralda: Apía, Balboa, Belén de Umbría, La Celia, Santuario Huila: Pitalito, San Agustín, Acevedo y La Plata Antioquia: Abejorral, Cocorná, El Retiro, Fredonia, Granada, La Ceja, Montebello, San Carlos, San Rafael, Santa Bárbara y Sonsón	4.632
MITSUBISHI	Promover un nivel avanzado de buenas prácticas agrícolas para llegar a un desarrollo económico y social en armonía con la naturaleza entre las nuevas generaciones de cafeteros y las familias de las regiones beneficiadas	Cauca y Huila	1.000
PROGRAMA DE ALIANZAS COMERCIALES USAID	Alianza comercial sostenible en San Vicente del Caguán y Florencia, Caquetá, con 876 familias caficultoras vinculadas al Programa de Calidad Sostenible AAA de Nespresso	Caquetá: Florencia y San Vicente	430
STARBUCKS	Contribuir al aumento de las oportunidades comerciales, mejorando los ingresos de las familias caficultoras C.A.F.E. Practicas a partir de la venta de café de buena calidad, obtenido de sistemas de producción de café jóvenes y productivos con prácticas agrícolas sostenibles	Cauca, N. Santander, Valle del Cauca, Tolima, C/marca, Santander y Quindío	3.217
4C DEVELOPPP	Establecer sistemas de agricultura sostenibles (BPA) para contribuir a la viabilidad económica y ecológica de los caficultores a largo plazo	Magdalena	500 (200 jóvenes)
TOTAL			31.899

Ejecución de proyectos en las regiones se sobrepone a pandemia y bloqueos

Las restricciones sanitarias se fueron aliviando, pero los bloqueos de vías representaron un desafío que los comités departamentales, con su experiencia, lograron superar para seguir ejecutando proyectos de gran impacto económico, social y ambiental.

En esta sección se presentan los proyectos más importantes de cada comité.



COMITÉ /
COOPERANTE

PROYECTO

INVERSIÓN
(\$ MILLONES)

PRINCIPALES LOGROS

ANTIOQUIA

Expocafé
RGC - Farmer Brothers
Cooperativas de caficultores de Andes, Antioquia, Occidente y Salgar
Continental Gold
Fintrac
EPM
DEVIMED
Celsia
Nescafé
Corantioquia
Corpourabá
Gobernación de Antioquia
Municipios
Comunidad

Fortalecimiento y **sostenibilidad** de la caficultura en Antioquia

11.502

- **17.140 caficultores** beneficiados.
- **240.000 chapolas**, 2 millones de **almácigos** y 8.000 kg de semilla para renovación de cafetales.
- **Fertilización** para 14,5 millones de árboles y **535 análisis de suelos**.
- **717 marquesinas** para secado de café al sol y **89 módulos de beneficio** integrados para proceso de beneficio húmedo.
- **21 composteras** y **36 sistemas de tratamiento de aguas mieles** que aportan al cuidado de los recursos naturales.
- **Seguridad alimentaria** gracias a 1.300 kits de hortalizas y semillas de maíz y frijol.

GESTIÓN DE PROYECTOS

COMITÉ /COOPERANTE	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	PRINCIPALES LOGROS
BOYACÁ			
15 administraciones municipales	Fortalecimiento de la caficultura y competitividad del departamento	1.274	<ul style="list-style-type: none"> • 1.188 caficultores beneficiados con acciones integrales en renovación, entrega de material vegetal y elaboración de germinadores comunitarios. • 226 caficultores con subsidio de 30% para compra de fungicida para el control de la gotera, plástico Agrolene para secaderos de café, hongo para control biológico de la broca y lonas para recolección de café. • 111 estudios de suelo. Fertilización para 610.000 árboles de café. • 498 ha de café renovadas. • 1.500 kg de semilla certificada para renovación. • 897 beneficiados mejorados mediante entrega de secaderos parabólicos, módulos semi integrados, despulpadoras y tanques-tina para fermentación del café.
CALDAS			
Gobernación (Sistema General de Regalías)	Implementación del programa de seguridad alimentaria y nutricional “Merque en su finca, le conviene”	1.650	<ul style="list-style-type: none"> • 2.400 familias beneficiadas con producción para autoconsumo. • 542 familias cafeteras beneficiadas con siembra de cultivos pancoger (maíz o frijol) intercalados con el café. • 268 jóvenes rurales adquieren competencias para seguridad alimentaria y nutricional para ser autosuficientes en producción de alimentos.
CAUCA			
Comité de Cafeteros del Cauca Nespresso AAA Fair Trade USA Comercio Justo Macizo Caucano	Gestión comunitaria del agua potable en las regiones cafeteras	2.380	<ul style="list-style-type: none"> • 25 plantas de tratamiento de agua potable (tecnología SAB) en igual número de acueductos rurales de 6 municipios AAA del Macizo Caucano. • Modelo comunitario de sostenibilidad del proceso de potabilización mediante dos estrategias: acompañamiento social y sensibilización, y fortalecimiento de la red de acueductos. • Implementación del uso de la prima en la emergencia de covid-19 (fallecimiento, hospitalización, alimentación, prevención) para participantes del proyecto.

GESTIÓN DE PROYECTOS

COMITÉ /COOPERANTE	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	PRINCIPALES LOGROS
--------------------	----------	-------------------------	--------------------

CESAR - LA GUAJIRA - BOLÍVAR

<p>Gobernación del Cesar</p> <p>Cenicafé</p> <p>Universidad de Santander</p> <p>Almacafé</p> <p>Caficosta y 7 asociaciones de cafés especiales</p>	<p>Desarrollo experimental para el mejoramiento de la competitividad del sector cafetero del Cesar</p>	<p>13.970</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1.600 caficultores capacitados en procesos de producción para desarrollar cafés de alta calidad. • 1 laboratorio de calidad de café dotado con equipos y 1 plataforma tecnológica de captura de información. • Perfilación de 1.600 muestras de café del departamento. • 20 capas para mapa dinámico con información climática, topográfica y de suelos de la zona cafetera del Cesar. • 733 tecnologías para el proceso de producción (beneficiaderos) y secado (marquesinas). • 4 encuentros subregionales de mujeres y 4 de jóvenes. • 1 protocolo para la producción de café diferenciado con atributos sensoriales, 4 artículos científicos y 1 publicación técnica científica.
--	---	----------------------	---

CUNDINAMARCA

<p>FNC - Comité Cundinamarca</p> <p>Fundación Bancolombia</p> <p>Fundación Solidaria Latinoamericana</p> <p>Procafecol</p>	<p>Inclusión y reconocimiento de la mujer cafetera como dinamizadora de procesos de desarrollo social y productivo en las zonas rurales cafeteras de Viotá / Edición mujeres cafeteras Juan Valdez</p>	<p>176</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento del beneficio de café en 21 fincas con tecnología de tanque-tina y tolva seca. • 21 procesadoras de pulpa con sistema de recirculación de aguas mieles. • 21 caficultoras beneficiarias en educación financiera. • 30 mujeres formadas en taller “Depende de mí”. • 80 beneficiarios de las capacitaciones en equidad de género y estrategias de reforestación y reducción de contaminación. • 24 extensionistas formados en equidad de género. • 1 mapa temático del diagnóstico ambiental de la asociación Asomucavit.
--	---	-------------------	--

GESTIÓN DE PROYECTOS

COMITÉ /COOPERANTE	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	PRINCIPALES LOGROS
FNC - Comité Cundinamarca. Fundación Bancolombia, Fundación Solidaria Latinoamericana, Procafecol	Inclusión y reconocimiento de la mujer cafetera como dinamizadora de procesos de desarrollo social y productivo en las zonas rurales cafeteras de Viotá / Edición mujeres cafeteras Juan Valdez	176	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de un 1 Ecomill para la asociación Asomucavit. 23.126 árboles apoyados en renovación por siembra o nueva siembra en la asociación Asomucavit.

HUILA

2 administraciones municipales	Construcción de placa-huella y mejoramiento de red vial en el municipio de San Agustín	2.677	<ul style="list-style-type: none"> 13.000 caficultores beneficiados. 2.000 m lineales de placa-huella. Mantenimiento de 4.5 km de vía. Construcción puente vehicular, 2 cajas culvert y mantenimiento puentes peatonales.
--------------------------------	--	--------------	---

MAGDALENA

4C Services, Mellitas y KfW DEG	Mejorando las condiciones de vida de los pequeños caficultores en Colombia	368	<ul style="list-style-type: none"> 500 familias caficultoras y 250 jóvenes caficultores de Ciénaga, Santa Marta, Fundación y Aracataca. 500 caficultores implementan y se capacitan en BPA. 250 jóvenes mejoran sus condiciones de vida y su relación con el negocio. 500 caficultores aumentan oportunidades comerciales en el mercado europeo.
--	---	------------	---

GESTIÓN DE PROYECTOS

COMITÉ /COOPERANTE	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	PRINCIPALES LOGROS
--------------------	----------	-------------------------	--------------------

NARIÑO

<p>The Howard G. Buffet Foundation</p>	<p>Buffett Fase 2 Intervención integral para las familias del municipio de El Rosario</p>	<p>6,96 millones de dólares</p>	<p>Metas a 2021</p> <ul style="list-style-type: none"> • 300 caficultores con capacitación y acompañamiento técnico. • 300 caficultores y sus familias apoyadas en seguridad alimentaria. • 300 estudios de suelo. • 75.04 ha de coca erradicadas. <p>Metas a 2023</p> <ul style="list-style-type: none"> • 300 beneficiarios mejoran su infraestructura productiva y cultivo de café. • 1 laboratorio de taza construido y en funcionamiento. • 81 ha de café (entre renovación por siembra y nuevas áreas) apoyadas. • 6.766 árboles nativos establecidos. • 4,55 km de placa-huella construidos. • 15 bateas construidas. • 48 alcantarillas construidas. • 3 cajas culvert construidas. • 63 muros de contención construidos.
--	--	--	---

NORTE DE SANTANDER

<p>16 alcaldías municipales</p> <p>Cooperativa de Caficultores de Catatumbo</p> <p>Patrimonio Natural Fondo para la Biodiversidad y Parques Nacionales Naturales</p> <p>Agencia alemana de cooperación GIZ</p>	<p>Fortalecimiento de la caficultura y competitividad del departamento</p>	<p>2.269</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 715 caficultores beneficiados con acciones integrales en renovación, entrega de material vegetal, equipos de poscosecha, forestales y seguridad alimentaria. • 1.235 ha renovadas, 209 análisis de suelo, 985 ha de cafetales jóvenes fertilizadas. • 4.556 kg de semilla certificada con variedad resistente a roya entregados. • 65 caficultores con tecnología de secadores parabólicos solares. • 715 caficultores con siembras de maíz y frijol para seguridad alimentaria.
--	---	---------------------	---

GESTIÓN DE PROYECTOS

COMITÉ /COOPERANTE

PROYECTO

INVERSIÓN
(\$ MILLONES)

PRINCIPALES LOGROS

QUINDÍO

Recursos del Fondo
Nacional del Café

Material vegetal

940

- **1200 caficultores** beneficiados.
- Entrega de **3.650.000 plántulas de café, 700.000 chapolas, 2.950.000 colinos, 700.000 bolsas** para almácigo.

RISARALDA

Comité Risaralda
Corp. Autónoma Reg.
(Carder)Ministerio de
Agricultura

Gobernación

Risaralda más
productiva y
sostenible.Risaralda, bosque
modelo para el
mundo

2.692

- **16 ha** reforestadas de áreas de protección y cerramiento de nacimientos de agua.
- **5 iniciativas** de negocios verdes fortalecidas.
- **9 unidades apícolas** para el fomento de polinizadores.
- Establecimiento de **170 ha de sistemas agroforestales** para la mitigación del cambio climático.
- **550 ha para restauración ecológica** y mantenimiento de predios de conservación mediante herramientas de manejo del paisaje.

SANTANDER

Comité de Cafeteros

Efico Foundation

King Baudouin
Foundation

Collibri Foundation

SENA

Comunidad cafetera

Una **nueva generación** de
empresarios
de café

654

- **150 jóvenes cafeteros** con almácigos para establecer **465.000 plantas de café.**
- **150 fincas cafeteras** con análisis de suelo y planes de fertilización.
- **150 familias cafeteras** recibieron apoyo para seguridad alimentaria (gallinas y concentrado).
- **150 kits de bioseguridad** entregados.
- **150 jóvenes cafeteros se capacitan** en manejo agronómico del cultivo.

TOLIMA

Jacobs Douwe
Egberts (JDE)
Keurig

FNC

El **agua** en el
corazón de las
comunidades
cafeteras en
Tolima (y Cauca)

325

- **144 caficultores** beneficiados con filtros de agua y tanques de reserva para uso doméstico.
- **10 caficultores** con unidades sanitarias con sistema séptico.

GESTIÓN DE PROYECTOS

COMITÉ /COOPERANTE	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	PRINCIPALES LOGROS
--------------------	----------	-------------------------	--------------------

TOLIMA

<p>Jacobs Douwe Egberts (JDE) Keurig FNC</p>	<p>El agua en el corazón de las comunidades cafeteras en Tolima (y Cauca)</p>	<p>325</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 28 caficultores recibieron fertilizante como incentivo para 11,65 ha de nuevas siembras o renovación. • 349 familias con fortalecimiento de 14 ha de zonas de ronda hídrica mediante 16.000 árboles nativos incorporados, 10 ha con delimitación y aislamiento protector, y monitoreos de calidad de agua. • 694 caficultores formados en conservación de recursos naturales y agricultura climáticamente inteligente. • 24 caficultores en formación como observadores ambientales.
---	--	-------------------	---

VALLE DEL CAUCA

<p>Gobernación</p>	<p>Mejoramiento de transitabilidad en vías rurales del Valle del Cauca a través del mejoramiento y mantenimiento de la red vial del departamento</p>	<p>14.832</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 160.000 beneficiarios. • 1.800 km de vías intervenidos.
--------------------	--	----------------------	--

OFICINAS COORDINADORAS

<p>ACDI/VOCA (financia USAID) por medio del Programa de Alianzas para la Reconciliación (PAR)</p>	<p>Fortalecimiento técnico y social a 50 familias caficultoras del corregimiento El Danubio, en Florencia, Caquetá, Fase II</p>	<p>349</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 50 caficultores beneficiados con acciones integrales: construcción de 15 secaderos solares y mejoramiento de 35 beneficiaderos. • 50 beneficiarios capacitados en mejores prácticas agrícolas y en la estrategia “Decido ser” del PAR. Contribuyendo a mejorar la convivencia y relaciones interfamiliares, empoderándolos como agentes de cambio, transformando sus narrativas y fomentando reflexiones acerca de las problemáticas asociadas a la violencia y discriminación en el contexto familiar rural.
---	---	-------------------	--

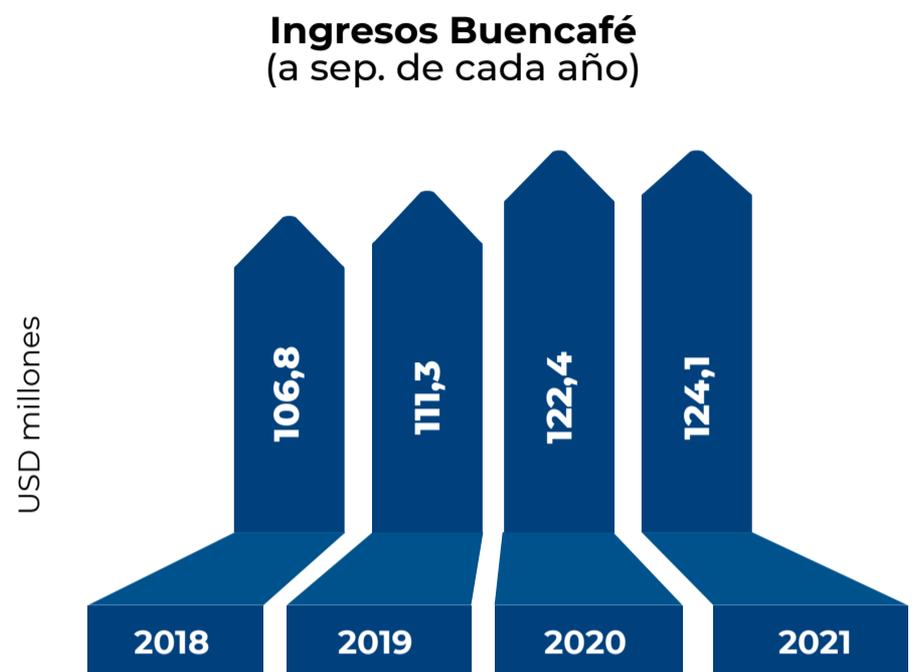
FoNC financia bienes públicos cafeteros por \$299.000 millones

En un año desafiante para la comercialización de café, esta cifra es 5,7% superior a los \$283.000 millones de ene-sep. de 2020.

Los ingresos, por USD 563,5 millones, crecieron 18,6% con respecto a los USD 475 millones del mismo periodo anterior, gracias en buena medida a las actividades comerciales.

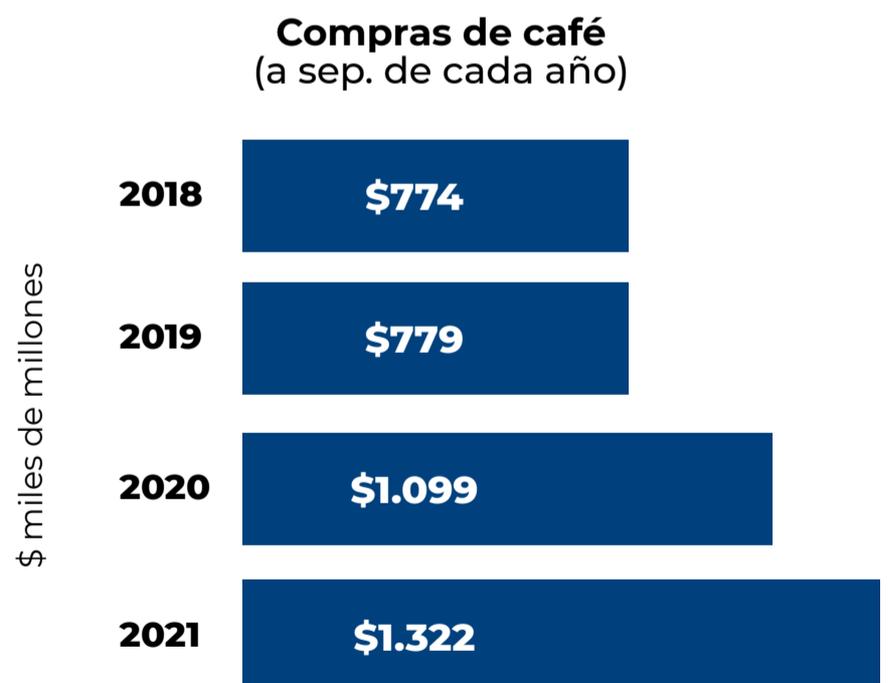
A septiembre, el Fondo Nacional del Café (FoNC) tuvo ingresos por **USD 563,5 millones**, de los cuales **USD 364,8 millones** provienen de la actividad de comercialización (de 1,4 millones de sacos de 60 kg de café verde), **USD 124,1 millones** de Buencafé y **USD 74,6 millones** de la actividad institucional.

Destaca la creciente generación de ingresos para el Fondo tanto de la actividad de comercialización como de la fábrica de café liofilizado.



Fuente: Buencafé.

A septiembre, el FoNC compró café por más de **\$1,3 billones**, 20% más que en el mismo periodo de 2020, debido principalmente al aumento del precio de la carga de café pergamino seco de 125 kg.



Fuente: Gerencia Comercial FNC.

De los ingresos de la actividad institucional por USD 74,6 millones, la principal fuente siguió siendo la **contribución cafetera**, por **USD 67,1 millones**.

Con sus ingresos, el FoNC pudo financiar bienes públicos cafeteros por **USD 81 millones**, que equivalen a **\$299.000 millones**.

Cabe anotar que el FoNC aportó recursos al programa nacional de renovación por **\$25.000 millones**.

Patrimonio del FoNC alcanza USD 458 millones

Cualquier afectación que se presente en el ciclo de comercialización impacta este indicador y la estabilidad financiera del Fondo.

La política de prosperidad financiera del FoNC depende del comportamiento de las actividades comerciales para garantizar la estable y continua prestación de bienes públicos cafeteros: los buenos resultados de Buencafé y de la comercialización de café verde financian

buena parte de la actividad institucional.

A su vez, los resultados comerciales dependen del ciclo de comercialización de toda la cadena, desde la entrega del café por parte de los cafeteros y las cooperativas hasta su venta por parte del FoNC a los clientes

en el exterior.

De presentarse alguna afectación en el ciclo de comercialización, puede impactar la estabilidad financiera del FoNC y ponerse en riesgo el acceso a financiación con la banca nacional e internacional, que financia el capital de trabajo requerido por el FoNC y el ejercicio de la garantía de compra.

En sus resultados financieros, el FoNC **consolida un patrimonio de USD 458 millones** a septiembre (sin incluir la provisión de la Flota Mercante Gran Co-

lombiana).

La rotación de cartera, que mide la eficiencia de gestión de los recursos de capital operativo, se mantiene en **22 días** promedio, lo que genera más recursos de caja para el FoNC.

Gracias a la salud financiera del FoNC, se cuenta con líneas de crédito con el sector financiero por **\$2,9 billones**, que permiten, en caso de requerirse, apalancar el principal bien público, que es la garantía de compra.

Presupuesto central de FNC es superavitario por tercer año

Cero deudas con el sistema financiero desde 2019, creciente respaldo al pasivo pensional y una mayor razón corriente consolidan su prosperidad financiera.

La prosperidad de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) se basa en consolidar su autonomía financiera al identificar y explotar nuevas fuentes de ingresos para entregar

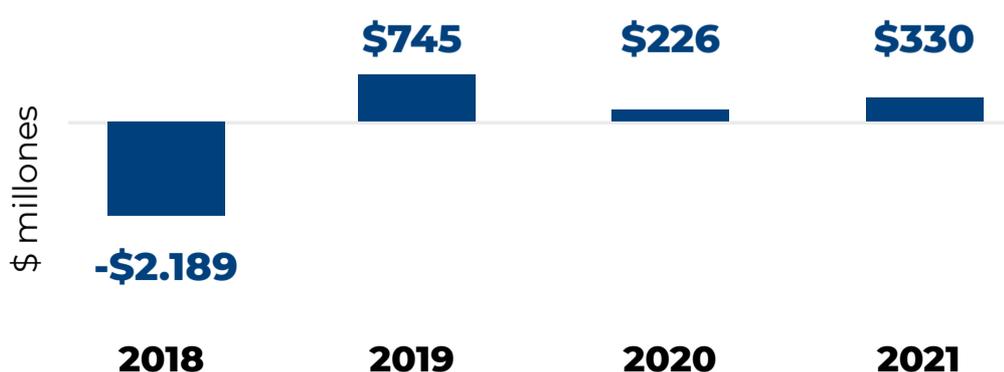
propuestas de valor, garantizar el respaldo de las obligaciones de largo plazo y asegurar su funcionamiento. El reto de esta prosperidad financiera sigue basado en tres objetivos:

prioridad de inversión, reducción de deuda estructural y solidez financiera, los cuales se han cumplido.

La priorización del presupuesto de egre-

sos, junto a la gestión del de ingresos, permitió que por tercer año consecutivo el presupuesto a nivel central se mantenga en superávit.

Presupuesto nivel central



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

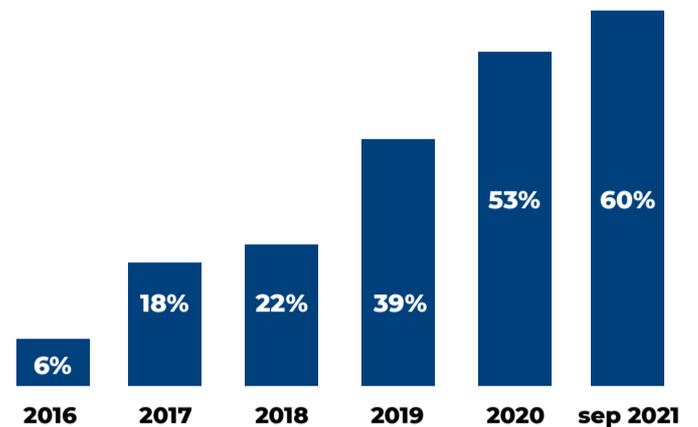




Además, desde 2019 la FNC no tiene deuda con el sistema financiero, pues ese año se liquidó la deuda adquirida tres años antes para financiar el déficit acumulado, que a 2016 alcanzaba \$22.400 millones. El respaldo del pasivo pensional también sigue mejorando. La FNC se ha trazado el objetivo de respaldar en 2027 el 100% de sus obligaciones pensionales. A septiembre, el cumplimiento de la meta va en **60%**, un aumento constante desde 2016.

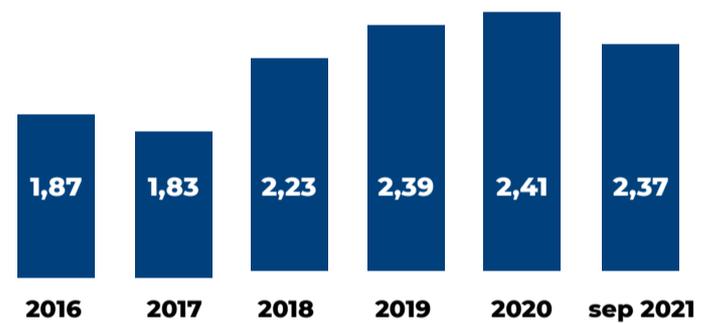
La suma de los resultados anteriores ha permitido una evolución positiva en los indicadores financieros de la FNC, lo cual se ve reflejado en la razón corriente (proporción de activos corrientes vs pasivos de corto plazo), que ha aumentado de 1,87 en 2016 a **2,37 en septiembre**.

Respaldo financiero de obligaciones de largo plazo



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

Razón corriente



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

Rentabilidad de inmuebles crece de 4,2 a 4,6%

Gracias a las gestiones de la FNC, este aumento es destacable por lo golpeado del sector inmobiliario durante la pandemia.

Para contar con otras fuentes de ingreso que contribuyan a la estabilidad financiera del FoNC y de la FNC, en 2017 se adoptó la política de gestión de bienes inmuebles, cuyo objetivo es optimizar su uso y rentabilizarlos.

Teniendo en cuenta la afectación del mercado inmobilia-

rio por la pandemia, los objetivos de la administración han sido mantener los inmuebles arrendados, evitando posibles devoluciones y vacancias por mucho tiempo, y procurar fijar cánones que al menos subsanen los costos asociados.

A septiembre, se renovaron más de 20

contratos de arrendamiento y se consiguieron nuevos.

La rentabilidad de los inmuebles del FoNC y de la FNC gestionados subió a **4,6%** frente al 4,2% del año pasado, para cumplir así la meta establecida.

GESTIÓN HUMANA

Colaboradores cada vez más conectados con el presente y el futuro de la FNC y de la caficultura

Aprobación de la Política de Diversidad, Inclusión y Equidad, desarrollo de competencias alineadas con la estrategia de valor y el regreso gradual y seguro al trabajo en campo y oficinas fueron tres de los grandes retos durante el 2021.

En Gestión Humana, los planes de acción siguen basados en tres pilares fundamentales

Contribución

Implica que los colaboradores se sientan **conectados con un propósito superior** y con quienes trabajan, para trascender y dejar huella, sintiendo cómo sus fortalezas y capacidades contribuyen a objetivos de trabajo significativos y a los retos estratégicos de la organización.

Compromiso

Uno de los retos más importantes desde GH es **lograr esa conexión emocional y sentido de pertenencia** de los colaboradores con su labor diaria, donde dar lo mejor de sí y trabajar con pasión se construya en todas las experiencias que vivan en la empresa.

Competencia

Donde la **formación y desarrollo de los colaboradores** en nuevos conocimientos, metodologías y habilidades son fundamentales tanto para responder a los retos de la estrategia de valor como para atender los cambios en el entorno. Es por esto que dentro del marco de empleabilidad, esta ha sido una prioridad.

Equipo humano

3.098
EMPLEADOS



63%
hombres



37%
mujeres

69% laboran en los comités departamentales



33% son extensionistas



14% laboran en Buencafé



6% laboran en Cenicafé



Nivel de estudios

Doctorado 0,7%

Maestría 5,5%

Especialización 14,6%

Profesionales 50,5 %

Formación técnica 16,1%

Bachilleres 12,5%



Entre los hechos destacables de este año están:

Nuevas masculinidades



La aprobación de la Política de Diversidad, Inclusión y Equidad de la Federación Nacional de Cafeteros.

En el marco de esta política, se han adelantado espacios de sensibilización para todos los colaboradores, entre los cuales están: “Nuevas masculinidades”, “Sesgos inconscientes”, “Muchas voces de una lucha en la que faltan hombres” y “Equidad, diversidad e inclusión”.

Sesgos inconscientes



Muchas voces de una lucha en la que faltan hombres



Equidad, diversidad e Inclusión



En el marco del programa de formación especializada del SENA, la FNC logró cofinanciar más de **\$431 millones** para el desarrollo de 6 acciones de formación relevantes para los retos que tenemos. En estas acciones participaron más de 500 colaboradores.



Financiación y remodelación de vivienda



Estudio universitario

Se lanzó el Fondo Rotatorio para Empleados (FRCE), cuyo objetivo es ofrecer a los colaboradores alternativas de créditos para vivienda y educación para sus hijos.



Se diseñó el concepto de marca empleadora como medio para atraer talento: “Somos la FNC, orgullo de Colombia para el mundo”. Esta marca nos permitirá posicionarnos en redes sociales como LinkedIn y en portales de empleo para comunicar nuestro propósito, misión y logros que tenemos.



SC 6591-1



CO-SA-CER183627



OS-CER 441124



La FNC obtuvo la certificación en la norma internacional ISO 45.001 en Sistemas de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo (SGSST).

Durante 2021, nos preparamos para la transición del estándar británico OHSAS 18.001 a ISO 45001; luego de una auditoría profunda se logró el aval para hacer la transición entre estas normas.

GESTIÓN DE RECURSOS

Se ha logrado con éxito el retorno gradual a la presencialidad, acompañado de la vacunación contra la covid-19.

Se fortalecieron las habilidades y capacidades de los trabajadores para el retorno seguro al trabajo en campo y oficina. Con la campaña institucional “La salud y vida de TODOS, compromisos de TODOS” y bajo el principio de corresponsabilidad, todos los colaboradores asumen el compromiso de retornar gradualmente a la presencialidad.

Con protocolos de bioseguridad, el Servicio de Extensión volvió de lleno a prestar sus servicios desde comienzos de año.

Luego, los colaboradores administrativos comenzaron a asistir a los comités departamentales, municipales y oficina central, apoyado de la cobertura de vacunación y modificaciones en las instalaciones.

93% de los colaboradores tienen al menos una dosis.

65% con esquema completo.

De la mano de la Dirección de Comunicaciones, la institucionalidad mantuvo contacto permanente con los colaboradores y sus hogares. Los contenidos digitales como el boletín Contacto han ganado protagonismo en informar, motivar y acompañar a los trabajadores.



Más cerca de los colaboradores

Otras actividades de apoyo

COMPROMISO

INICIATIVA

OBJETIVOS

RESULTADOS

Construir un propósito superior (PS) inspirador para la FNC

Consultar a los colaboradores de todo el gremio para la construcción del PS.

Encuesta dirigida al 100% de los colaboradores, 10 grupos focales con 180 líderes y 10 entrevistas con cada uno de los miembros del Comité de Gerencia.

Evaluación de competencias

Establecer mecanismos claros de evaluación y retroalimentación entre los colaboradores y sus líderes para fortalecer su aporte a la organización.

- Cumplimiento del 94% de las evaluaciones habilitadas.
- 2374 colaboradores evaluados.

GESTIÓN DE RECURSOS

COMPROMISO

INICIATIVA	OBJETIVOS	RESULTADOS
GH más cerca Charlas ConSentido	Desarrollar espacios para brindar herramientas relacionadas con la salud mental.	<ul style="list-style-type: none"> • 17 charlas realizadas con temáticas como familia, hijos, espacios saludables, gestión de pensamientos y emociones.
Encuesta de clima organizacional y compromiso	Establecer el grado de conexión y compromiso de los colaboradores de la Federación.	<ul style="list-style-type: none"> • 90% de participación • Resultado: 83,5% • Índice de compromiso (<i>engagement</i>): 85,4% • 6 dimensiones
Modernización del plan de inducción	Actualizar los cursos de inducción al entorno digital	<ul style="list-style-type: none"> • Se pasó de documentos de lectura a videos y ejercicios didácticos habilitados en una plataforma web, para que los nuevos colaboradores conozcan la institucionalidad cafetera. Los cursos actualizados son: • Institucionalidad cafetera • Seguridad • Convivencia laboral • Políticas y normatividad

COMPETENCIAS

INICIATIVA	OBJETIVOS	RESULTADOS
Bootcamp en Metodologías Ágiles	Incorporar una mentalidad ágil en la organización, fortaleciendo la capacidad de ejecutar acciones alineadas a la estrategia con velocidad y calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • 408 horas de formación • 24 horas por persona • 17 colaboradores • Convenio SENA
Análisis de datos para toma de decisiones	Desarrollar habilidades de procesamiento y análisis de datos.	<ul style="list-style-type: none"> • 1.680 horas de formación • 21 colaboradores • 80 horas por persona • Convenio SENA
Metodologías Ágiles e Innovación para la Alta Gerencia	Fortalecer capacidades de innovación con metodologías ágiles.	<ul style="list-style-type: none"> • 216 horas de formación • 8 horas por persona • 27 colaboradores • Convenio SENA

GESTIÓN DE RECURSOS

COMPETENCIAS

INICIATIVA

OBJETIVOS

RESULTADOS

Técnicas de Negociación Avanzadas

Fortalecer habilidades de negocio para personas de la Gerencia Comercial.

- 700 horas de formación
- 35 colaboradores de la Gerencia Comercial
- Convenio SENA

Programa Desarrollo de Líderes

Transferir a nuestros líderes los conocimientos y herramientas que les permitan gestionar efectivamente a los equipos humanos en un entorno de nuevos retos y nuevas realidades.

- 9.600 horas de formación
- 400 líderes
- 120 sesiones sincrónicas virtuales
- Convenio SENA

Programas de formación especializada

“Fundamentos y prácticas para el buen beneficio del café”

Gestión del Cambio Work Space

Curso de reinducción del DGI gestión del riesgo

Seguridad y control, Operador Económico Autorizado (OEA) y BASC-SGI

Audidores internos 450001:2018

Taller “Hacia una sana convivencia”

Formación académica

Fortalecer conocimientos técnicos específicos de los colaboradores según el rol que desempeñan y los requerimientos de su puesto de trabajo, incluyendo conocimientos normativos y legales.

- 57.456 horas de formación
- 1.197 colaboradores



HACEMOS UN MUNDO
+ SOSTENIBLE
a través de **LO MEJOR DE COLOMBIA**



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia