

Rentabilidad Legitimidad Resiliencia



Con nuevos líderes arranca 86 Congreso Nacional de Cafeteros

En lo que constituye un hito en la historia democrática de la Federación, tres mujeres fueron nominadas para presidir el 86 Congreso Nacional de Cafeteros que tiene lugar esta semana en Bogotá. Martha Cecilia Redondo Rodríguez, representante por el Comité Departamental del Tolima, es la Presidenta; Teresa Torres Agudelo, del Valle, será la Vicepresidenta; y Flor Matilde Sacristán de Osorio, por Cundinamarca, será la Segunda Vicepresidenta. El Congreso Nacional de Cafeteros es la máxima autoridad e instancia de decisión de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), y se reúne cada año para analizar la gestión de la institución y fijar su hoja de ruta.

www.federaciondecafeteros.org

[Twitter](#) [Facebook](#) @fedecafeteros

EDITORIAL Rentabilidad, legitimidad y resiliencia

La rentabilidad sostenible es el rumbo que el gremio se ha trazado, y para hacer frente a los retos, legitimidad y resiliencia son dos de sus mayores fortalezas.

PÁG. 2

RENTABILIDAD DEL CULTIVO

'Más agronomía, más productividad'

En busca de la rentabilidad cafetera, esta estrategia agronómica ha rendido frutos.

PÁG. 10-11

COMERCIALIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO

Valor agregado para el productor

Oficinas en el exterior han obtenido primas de calidad por USD 19,8 millones y recursos de cooperación por USD 15 millones.

PÁG. 16-17

GOBERNANZA Un FoNC estable garantiza bienes públicos cafeteros

Las finanzas del Fondo Nacional del Café son sanas para beneficio de los productores.

PÁG. 51

Rentabilidad, legitimidad y resiliencia

Este año 2018 ha puesto a prueba a los caficultores colombianos y a su organización gremial, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC). Y con la cabeza en alto podemos afirmar que hemos salido adelante.

En efecto, la caída del precio del café en la bolsa de Nueva York, explicada por las noticias de una cosecha récord en el Brasil para el año cafetero 2018/19 y una devaluación extraordinaria del real frente al dólar, amplificada por ventas masivas de contratos por parte de fondos especulativos, llevó el precio de los cafés suaves por debajo del dólar en septiembre pasado. Pese a que el diferencial del café colombiano se ha mantenido en el rango de 15-21 centavos por libra y a que la tasa de cambio peso-dólar se ha estabilizado entre \$2.800 y \$3.200, el precio interno llegó a estar por debajo de \$700.000/carga, precio que, de mantenerse el resto del año, generaría importantes pérdidas a los caficultores colombianos que salen a vender su cosecha principal.

Ante esta situación, fue urgente desplegar todos los esfuerzos de la Gerencia General de la FNC a nivel internacional, haciendo un llamado a la corresponsabilidad de los demás actores de la cadena global. Internamente, se desarrolló un diálogo respetuoso y constructivo con el Gobierno nacional en el seno del Comité Nacional de Cafeteros, para contar con un apoyo coyuntural al precio interno. Así las cosas, el

Gobierno, por medio de los Ministerios de Hacienda y de Agricultura y Desarrollo Rural, destinó \$100.000 millones para ejecutar en 2018 y apoyar el precio interno, siempre y cuando éste estuviese por debajo de los \$700.000/carga.

Afortunadamente, el precio del café en la bolsa de NY se ha recuperado a niveles de USD 1,10-1,20 una vez se despejó la incertidumbre política en Brasil y el real empezó a apreciarse.

Hoy en día, el precio interno está alrededor de \$800.000/carga, que no es para hacer fiesta pero sí evita incurrir en cuantiosas pérdidas y sobre todo desanimar a los caficultores.

Entre tanto, la FNC no ha perdido el foco y sigue trabajando intensamente en la estrategia que se ha trazado desde hace 3 años para elevar la **Rentabilidad** de la caficultura. Al de noviembre, bajo la campaña “Más agronomía, más productividad”, los caficultores renovaron más de 80 mil hectáreas, de las cuales 90% con variedades resistentes a la roya, la densidad aumentó a 5.201 árboles/ha y la productividad a 18,6 cargas/ha.

Bajo la orientación de la Gerencia Técnica y el apoyo de Cenicafé, se han venido haciendo pruebas de campo para el uso de mallas en el piso y la “derribadora” adaptada a las características de la caficultura colombiana, innovaciones promisorias que harían mucho más eficiente la recolección del grano, reduciendo costos de mano de obra sin sacrificar la calidad del café.



Roberto Vélez Vallejo
Gerente General

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

Twitter: @robertovelezv

“La rentabilidad es el rumbo que este gremio se ha trazado, y para hacer frente a los retos, la legitimidad y la resiliencia son dos de sus mayores fortalezas”.

Por su parte, la Gerencia Comercial sigue enfocada en exportar y apoyar la comercialización de cafés de valor agregado, que se traducen en primas para los caficultores. A la fecha, 54% del café exportado por la FNC es especial, lo que incluye sostenibles (certificados y/o verificados),

con primas importantes sobre el precio estándar. Las ventas de microlotes a octubre alcanzan 3.900 sacos de 60 kg. Y las diversas labores de promoción, incluidas deliciosas cataciones, y la participación de Colombia en ferias internacionales, llevando los mejores cafés producidos en nuestras montañas, son un camino muy efectivo hacia la rentabilidad.

También quiero destacar el ejercicio democrático más importante que esta organización realizó en septiembre, con la elección de los nuevos representantes a los 383 Comités Municipales y 15 Departamentales de Cafeteros.

Con una participación del 57% con respecto al censo, fueron elegidos 4.776 miembros de estos cuerpos gremiales. Es una excelente noticia que prácticamente se haya duplicado a 15% la participación de las mujeres en los Comités Departamentales y aumentado a 24% en los Municipales, y que 20% de los miembros departamentales y 34% en los municipales sean menores de 45 años.

No solo se ha renovado la dirigencia cafetera, ratificando la **Legitimidad** del gremio, sino que lo ha hecho con un cambio significativo en su composición, con más mujeres y jóvenes, lo que sin duda dará nuevo aire a la organización.

Termino estas palabras destacando la característica más importante de este gremio que ya cumplió 91 años de existencia: **Resiliencia**. Según el diccionario de la Real Academia

de la Lengua, resiliencia es “la capacidad de un ser vivo –en este caso los cafeteros, sus familias y su Federación– de adaptación frente a un agente perturbador o un estado o situación adversos”. Esa adaptabilidad ante situaciones adversas, como la caída coyuntural del precio del café o un fenómeno climático que pueda afectar el volumen o la calidad de la cosecha, implica superar la adversidad. Por eso, esta Federación sigue trabajando intensamente en contar con un mecanismo que ayude a estabilizar el precio cuando se producen caídas abruptas y en desarrollar nuevas variedades adaptadas al cambio climático.

En otros frentes, la Federación viene empujando la aprobación en el Congreso de la República de un Piso Mínimo de Protección para que los trabajadores rurales accedan a una seguridad social completa, y sigue buscando recursos de cooperación y cofinanciación para desarrollar proyectos que mejoren el bienestar de las familias caficultoras en armonía con el medio ambiente.

De modo que la rentabilidad es el rumbo que este gremio se ha trazado, y para hacer frente a los retos, la legitimidad y la resiliencia son dos de sus mayores fortalezas.

Avances en la gestión de la Estrategia de Valor

La misión de la FNC de procurar el bienestar del caficultor está sustentada en generar acciones dirigidas a desarrollar una caficultura sostenible. Esto significa definir un modelo de negocio próspero para la organización, enfocado en propuestas de valor efectivas y eficientes que le generen valor al caficultor, que le permitan trabajar en alianza con el gobierno, aliados y cooperantes.

Para esto, durante 2015 y 2016 la organización trabajó en el ajuste de los conceptos básicos de la gestión de una estrategia y en forma abierta y participativa se llegó a la primera propuesta de mapa de la estrategia. En 2017 se trabajó en el desdoble de la estrategia a nivel departamental aplicando sus conceptos generales a las realidades regionales. En 2018 se ha venido trabajando en la etapa de implementación y control generando los primeros reportes de cumplimiento de la estrategia que serán compartidos en el 86 Congreso Cafetero.

Para el financiamiento y ejecución de los diferentes proyectos de sostenibilidad, la Federación gestiona alianzas estratégicas con diferentes actores a nivel nacional e internacional, que basados en la confianza y nivel de ejecución de la institución ejecuta proyectos de gran impacto que benefician a los caficultores.

Adicionalmente, para gestionar la estrategia de valor, se han planteado objetivos en las perspectivas financiera, de proceso y estructura:

Financiera: lograr la prosperidad de la FNC entendida como recursos excedentes para ser reinvertidos en nuevas capacidades de la empresa.
Procesos: garantizar

La sostenibilidad como propuesta de valor para el caficultor está desarrollada bajo cuatro ejes basados en principios económicos, sociales, ambientales y de gobernanza, en los cuales se han determinado las áreas de acción con impacto directo. La implementación de la estrategia de valor se logra a través de acciones específicas que permiten mover los objetivos de cada uno de los ejes hacia las metas propuestas.



Económico
Contribuir a la rentabilidad del caficultor

1. Productividad: Busca la adopción por parte del caficultor de las mejores prácticas agrícolas a través del programa "Más agromonía, más productividad" y la adopción de nuevas variedades.

2. Costos de producción: Dirigida a reducir los costos, teniendo en cuenta sus efectos en los ingresos netos del caficultor mediante el manejo eficiente de la finca y nuevas tecnologías en la recolección.

3. Costos logísticos en la comercialización: Cuya reducción permite transferirle al caficultor un mejor precio y aumentar la competitividad del café colombiano.

4. Precio: Cuenta con dos enfoques i) el posicionamiento y diferenciación de cafés especiales en nichos de mercado; y ii) mecanismos que ayuden a mitigar el impacto de la volatilidad de los precios del café a través del desarrollo de productos bajo estándares de sostenibilidad, protección del precio en negociaciones futuras y el mecanismo de estabilización de precios.



Social
Apoyar el desarrollo social de las familias y comunidades cafeteras

1. Educación: Apoyo a procesos de formación permanentes para el caficultor y su familia a través de programas como Escuela y café y Universidad en el campo.

2. Infraestructura: Obras en las zonas cafeteras, principalmente construcción y mantenimiento de vías terciarias y vivienda rural.

3. Protección social: Incidir en las políticas públicas y la legislación para fomentar la formalización laboral y la vinculación al sistema integral de seguridad social de caficultores y trabajadores del sector cafetero.

4. Participación comunitaria y asociatividad: Apoyo hacia la participación comunitaria, la asociatividad y el trabajo con las Cooperativas de Caficultores.



Ambiental
Fomentar el cuidado de los recursos naturales y la adaptación de la caficultura a la variabilidad climática por medio de dos áreas de acción:

1. Gestión de los recursos naturales: Capacitación en tecnologías para reducir el uso de agua y descontaminar el agua utilizada en los procesos productivos y adopción de prácticas que hagan del Café de Colombia 100% sostenible.

2. Adaptación a la variabilidad climática: Manejo del sombrero, reforestación y protección de fuentes hídricas y de suelos.



Gobernanza
Fortalecer la unidad gremial como soporte de la identidad, legitimidad y liderazgo de la institucionalidad cafetera por medio de tres áreas de acción:

1. Participación y democracia:

Promoción de la participación efectiva de los cafeteros en las decisiones más importantes del gremio.

2. Liderazgo:

Desarrollo de programas para empoderar al productor con herramientas para el liderazgo gremial y la toma de decisiones asertivas.

3. Comunicación:

Desarrollo de mecanismos de comunicación eficaces y de doble vía entre el caficultor y la institucionalidad, haciendo uso de tecnologías de la información.

Acciones lideradas por el área de Estrategia:

- Afinar en reuniones sucesivas de control de la estrategia, los indicadores por objetivo y las iniciativas asociadas.
- Formular la estrategia comercial: con el equipo de la Gerencia Comercial se ha venido trabajando en la etapa de formulación de la estrategia, para encontrar nuevas propuestas de valor para el cliente proveedor (caficultor) y para el cliente comprador.
- Realizar una propuesta de reestructuración organizacional con la Gerencia Administrativa, alineada con la estrategia.
- Alinear el presupuesto de la FNC con la estrategia de valor en conjunto con la Gerencia Financiera.

Acciones asociadas a la innovación:

- Movilizadores de innovación: ejercicio colaborativo entre los equipos de Innovación de Bancolombia y el equipo de FNC, para responder a un reto propuesto: ¿Cómo puede el caficultor mejorar la sostenibilidad económica de su actividad a través de acciones individuales y en forma asociada?
- Concurso de innovación: Se inició con el diseño del torneo de innovación que busca:
- Solucionar un reto Organizacional.
- Descubrir talento de innovación y creatividad en los colaboradores.
- Desarrollo de Modelos de Negocio - Oxelerator: El propósito de este proyecto es el desarrollo de modelos de negocio de los productos de investigación, que deriven en ingresos y en impactos sociales.
- Propiciar una cultura de innovación en la organización.

Visión: para el 2027 la FNC será un gremio próspero y efectivo, que trabaja para un CAFICULTOR empoderado que toma las mejores decisiones para su desarrollo económico y social respetando el medio ambiente.

procesos efectivos que le permitan a la FNC entregar proyectos con excelencia y buscando ser innovadores.
Estructura: soportar la implementación de la estrategia de valor a través de Talento Humano con las competencias necesarias enmarcadas en una cultura de innovación y resultados, y utilizando las tecnologías de información y comunicaciones como herramientas para lograr la competitividad.

FNC ejecuta 1.173 proyectos por más de 530 mil millones de pesos

*Por su eficacia y transparencia en la ejecución de proyectos, cooperantes nacionales e internacionales ven a la FNC como un aliado clave en la materia, canalizando importantes recursos para proyectos que impactan los cuatro ejes de la estrategia de valor institucional...
¡Una verdadera Fábrica de Proyectos!*

Gracias al avance del modelo para una cultura de gestión de proyectos, la FNC ha consolidado y fortalecido su capacidad de gestión de proyectos, dotándola de herramientas que le permiten una organización y planeación más eficiente de los mismos. Cada proyecto gestionado dentro de la institucionalidad cafetera está alineado con los objetivos y la estrategia de valor de la Federación y por tanto con los intereses de los caficultores de Colombia.

A partir de 2018 el equipo de Gestión de Proyectos de la FNC se ha fortalecido y transformado en la Fábrica de Proyectos, que cuenta con un equipo humano con capacidades en innovación, estructuración de proyectos y gestión de alianzas con terceros para financiar iniciativas y proyectos que contribuyan a la estrategia de valor de la FNC.

La gestión de alianzas se da en el ámbito nacional e internacional con organizaciones públicas y privadas, no solo para

gestionar recursos, sino para acceder a intangibles como conocimiento nuevo y capacidad de incidir en asuntos claves para el sector cafetero.

Debe subrayarse que todas las dependencias y áreas de la FNC tienen a su disposición esta Fábrica de Proyectos para desarrollar iniciativas que les permitan avanzar en el logro de sus objetivos.

A partir de la información que la Fábrica de Proyectos ha sistematizado, la FNC ha gestionado en los últimos ocho años 1.173 proyectos en el país que impactan los ejes de la sostenibilidad, de los cuales 83,7% están en ejecución con un presupuesto de \$259 mil millones para 2018.

De estos, 58 proyectos han concluido y 466 ya llevan un avance de más de 50%. La Federación ha apalancado los recursos del FoNC con los recursos gestionados en una proporción de 1 a \$3,3, es decir, que por cada peso aportado por el FoNC, se gestionaron \$3,3 provenientes de fuentes adicionales.

PARTICIPACIÓN EN EL VALOR DE LOS PROYECTOS POR TIPO DE APORTANTE 2018



PARTICIPACIÓN DE CADA EJE SOBRE EL VALOR DE LOS PROYECTOS 2018



Fuente: FNC, Dirección de Proyectos

La Federación ha apalancado los recursos del FoNC con los recursos gestionados en una proporción de 1 a 3,3. Es decir, que por cada peso aportado por el FoNC, se gestionaron \$3,3 provenientes de fuentes adicionales.

PRINCIPALES FUENTES NACIONALES E INTERNACIONALES DE FINANCIACIÓN



GOBIERNO DE COLOMBIA



FONDOPAZ

THE HOWARD G. BUFFETT FOUNDATION

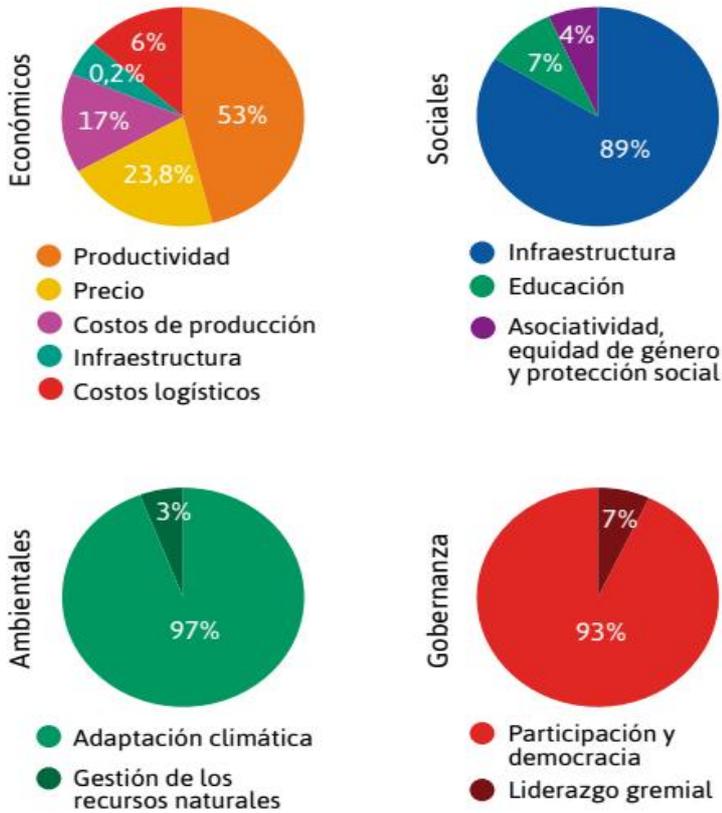
Fintrac

LAVAZZA

Microsoft



RUBROS DE INVERSIÓN EN PROYECTOS SEGÚN LOS EJES DE LA ESTRATEGIA



Y ALIADOS DE LA FNC EN 2018 SE ENCUENTRAN:



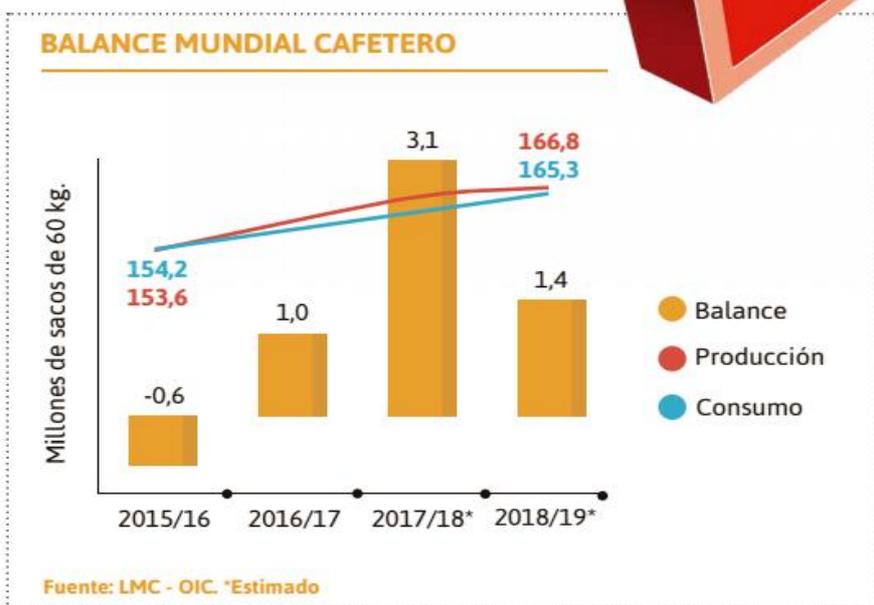
Año cafetero arroja excedente mundial de 3,1 millones de sacos

Esto se tradujo en un incremento de los inventarios mundiales de café de 2,2%, para un inventario final de 46,8 millones de sacos.



La producción mundial de café en el año cafetero 2017/18 aumentó 3,6% respecto al año inmediatamente anterior, al alcanzar 164,8 millones de sacos. Este incremento obedeció principalmente a la mayor producción de Brasil, que estaba en año bienal alto y las buenas condiciones climáticas, y a la recuperación de la producción de Vietnam. Según la consultora LMC, la producción de Brasil creció 20%, equivalente a 61,9 millones de sacos, de los cuales 43,9 millones correspondieron a café arábica (12% más) y 18 millones a sacos de café robusta, 44% más que el año anterior. En Vietnam la producción se calcula en 29,5 millones de sacos, 13,5% más que el año anterior. En contraste, Colombia y Honduras disminuyeron su producción en 5,7% y 2,6% respecto al periodo anterior.

Por su parte, el consumo mundial fue de 161,7 millones de sacos, 2,3% más que el año anterior. Este crecimiento fue impulsado por la demanda en países productores como Brasil, Indonesia y Colombia. Así, el consumo en países productores creció en el último año cafetero 2,8%, y alcanzó una demanda de 48,4 millones de sacos, mientras que en los países importadores el crecimiento fue de 2,1%, con 113,2 millones



de sacos para el periodo 2017/18.

Como resultado, para el año cafetero 2017/18 hay un balance superavitario de 3,1 millones de sacos, un incremento de los inventarios mundiales de café de 2,2%, para un stock final de 46,8 millones de sacos.

Según las proyecciones de LMC y la Organización Internacional del Café (OIC), se espera que para el periodo 2018/19 la producción mundial de café crezca 1,2% y alcance los 166,8 millones de sacos, de los cuales Brasil aportaría 57,7 millones de sacos, Vietnam 30,5 millones y Colombia 14 millones de sacos. En contraste, se estima un aumento del 2,7% en el consumo de los países productores, mientras que el consumo en los países

importadores crecería 2,1% frente a los niveles de 2017/18, un crecimiento del consumo mundial del 2,2%.

Así las cosas, el consumo mundial alcanzaría 165,3 millones de sacos. En consecuencia el balance entre producción y consumo sería 1,4 millones de sacos y los inventarios totales llegarían a 47,7 millones de sacos incrementándose en 2% al finalizar el año 2018/19.

Por su parte, el consumo mundial fue de 161,7 millones de sacos, 2,3% más que el año anterior.

Exportaciones mundiales de café crecen 1,6%

Pasaron de 110,7 a 112,5 millones de sacos en 2017/18, de los cuales 63% corresponde a café arábigo (70,5 millones de sacos).

Las exportaciones mundiales mantuvieron su dinámica al crecer 1,6% en el acumulado entre octubre de 2017 y agosto de 2018. Según la OIC, en este periodo las exportaciones pasaron de 110,7 millones de sacos a 112,5 millones de sacos en 2017/18, de los cuales 63% corresponde a café arábigo (70,5 millones de sacos), a pesar de la disminución en exportaciones de países como Colombia y Brasil, volumen que fue compensado con mayores exportaciones de los

La producción mundial de café en el año cafetero 2017/18 aumentó 3,6% respecto al año inmediatamente anterior, al alcanzar 164,8 millones de sacos.

países centroamericanos, en particular Honduras. En contraste, las exportaciones de café robusta (con una participación de 37%) fueron 42 millones de sacos, un incremento de 4% por la recuperación de la producción de Vietnam y Brasil.

Por tipo de café, en el periodo de referencia las exportaciones de arábigos de Brasil representaron 28% del total de exportaciones mundiales, seguidas de 23,3% de "otros suaves" y 11,3% de suaves colombianos; los cafés robustas alcanzaron una participación de 37%.

Precio interno resiente volatilidad internacional

En octubre se presentó una importante recuperación, debido tanto al mejor precio internacional como al tipo de cambio peso-dólar. Con alta volatilidad, ha oscilado entre \$643.000 y \$845.000 por carga.

Entre enero y octubre de 2018, el precio interno de café ha registrado una tendencia a la baja, con una importante recuperación en octubre, dando un promedio de \$733.925 por carga de 125 kg, lo que significa una caída del 10,3% respecto al precio promedio del año anterior (\$818 mil/carga). Esta tendencia a la baja se presenta desde noviembre de 2016, cuando se ajustaron las expectativas de una mayor oferta del grano debido a la mejora de las perspectivas meteorológicas en Brasil para la cosecha 2017/18 y la recuperación de la cosecha en Vietnam.

Ante este panorama y la volatilidad del peso colombiano con respecto al dólar en lo corrido del año, el precio interno del café presentó niveles de volatilidad que oscilan entre \$643.000 y \$845.000 por carga, con una volatilidad media de 5%, es decir que en promedio

los precios diarios varían 5% respecto al precio promedio. En lo corrido del año, el precio internacional de café para los arábigos, que es transado en la Bolsa de Nueva York, ha registrado una caída sistemática, tocando niveles máximos

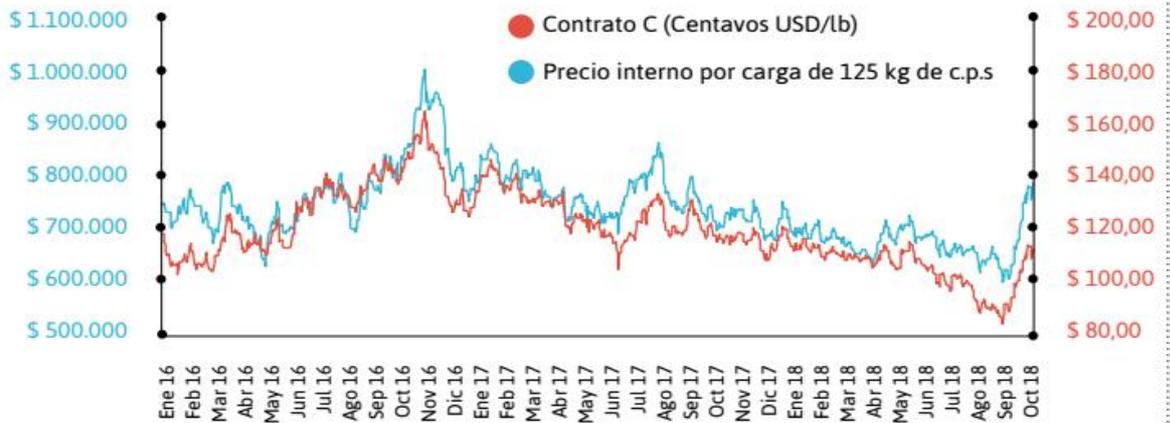
de 130,2 centavos de dólar por libra (¢/lb) a principios del año, para luego caer en septiembre al nivel más bajo desde 2006, de 92 ¢/lb, lo que significa que en promedio se redujo 9% entre enero y octubre de 2018.

En el primer trimestre

de 2018, el precio del café arábigo marcó una tendencia a la baja influido por el panorama técnico, la depreciación del real y el aumento en las estimaciones de algunos actores sobre las exportaciones de Brasil. Sin embargo, para finales

de mayo el Contrato C reaccionó hasta llegar a los 123,7 ¢/lb como consecuencia de la huelga de transportadores en Brasil, la cual generó escasez de alimentos básicos y retrasos en el envío de las exportaciones. A partir de junio, el precio

PRECIO INTERNO DE REFERENCIA



Fuente: FNC

PRECIO PRIMERA POSICIÓN CONTRATO C



Fuente: ICE y Superfinanciera

Dada la vocación exportadora del café, el comportamiento del precio interno obedece a tres factores: el precio internacional del café para arábigos, la tasa de cambio y el diferencial de calidad para el café de Colombia.

del café aceleró esta tendencia bajista hasta llegar a niveles de 92 ¢/lb a mediados de septiembre, generada por la depreciación del real, dada la incertidumbre política en Brasil por las elecciones presidenciales de octubre. Además, el aumento en los pronósticos de la cosecha para Brasil y la ola especulativa que generó la mayor posición neta corta de la historia (133.412 contratos) de la bolsa de café en NY por cuenta de los especuladores que apostaron a una mayor caída del precio en los siguientes meses.

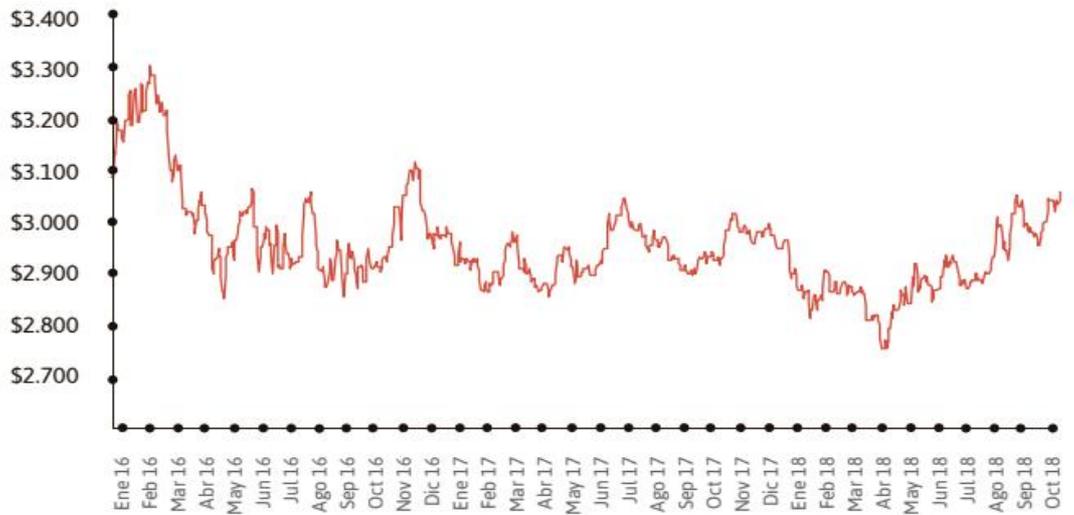
A finales de octubre, los futuros de café arábica presentaron una recuperación por el repunte del real brasileño a causa del triunfo de Bolsonaro en las elecciones presidenciales en Brasil. Ello frenó las ventas internas de café en ese país, presionando al alza el Contrato C.

El segundo componente del precio interno corresponde a la Tasa de Cambio, que a octubre fluctuó entre los \$2.700 y \$3.150, en una clara tendencia a la devaluación.

Durante los primeros meses del año se mantuvo sobre los \$2.850, influida por el comportamiento de los precios del petróleo por cuenta de las tensiones geopolíticas en Medio Oriente, que suponen un riesgo en la oferta del crudo y las expectativas de posibles sanciones estadounidenses a Irán. Esta alta correlación con los precios del petróleo llevó a que el peso se apreciara hasta niveles de \$2.705 en abril, los más bajos desde mediados de 2015.

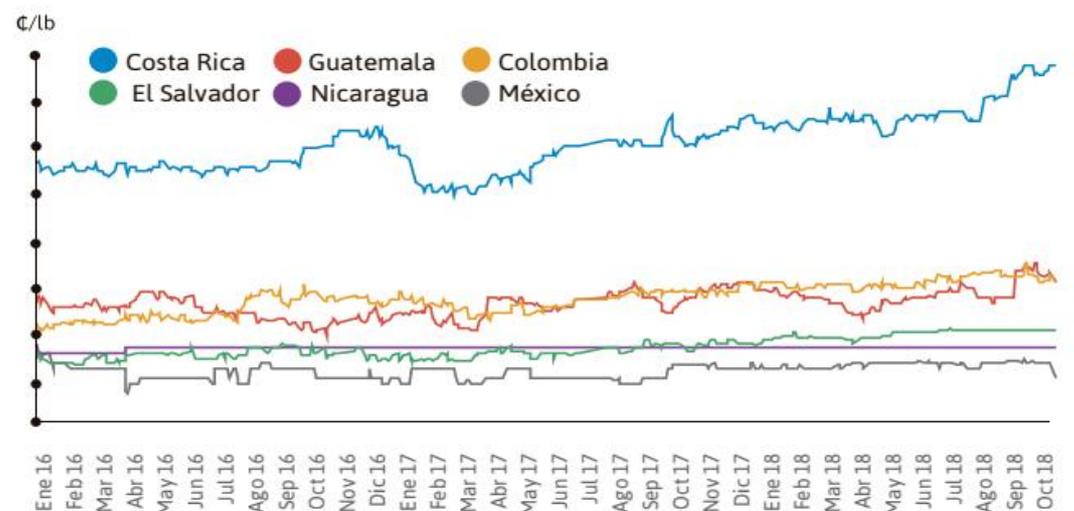
A finales de octubre, los futuros de café arábica presentaron una recuperación por el repunte del real brasileño.

TASA REPRESENTATIVA DEL MERCADO



Fuente: Superfinanciera

COMPORTAMIENTO DIFERENCIALES COLOMBIA Y OTROS ORIGENES



Fuente: Complete Coffee Coverage

En mayo se acentuó la devaluación del peso colombiano, impactado por tensiones económicas globales como la guerra comercial entre Estados Unidos y China, la incertidumbre de los mercados emergentes ante la crisis financiera de Turquía y las dificultades de Argentina de tener un programa de estabilización de su economía creíble. Así, la tasa de cambio peso-dólar superó en octubre los 3.100 por dólar.

El diferencial del café colombiano (UGQ) tuvo una menor incidencia en el precio interno del café con respecto a las otras dos variables mencionadas, oscilando entre los 14,5 ¢/lb y 22 ¢/lb, según el reporte Complete Coffee Coverage.

En el primer semestre, el diferencial colombiano tuvo un comportamiento estable alrededor de los 16-17 ¢/lb por cuenta de especulaciones en torno a la oferta de café,

pues algunos reportes exponían su preocupación por la disminución del 20% en la cosecha del Eje cafetero y Antioquia y retraso en la mitaca. Para el segundo semestre, el diferencial ha fluctuado alrededor de 17-22 ¢/lb. Este incremento para finales de septiembre fue sobre todo consecuencia de la retención de café por los productores ante la fuerte caída en el precio internacional y la expectativa de que

el gobierno nacional estableciera un apoyo monetario que compensara el menor precio.

En el primer semestre, el diferencial colombiano tuvo un comportamiento estable alrededor de los 16-17 ¢/lb.

Arbitraje entre orígenes se reduce

En cuanto a los diferentes tipos de café, los precios publicados por la OIC para las variedades arábicas muestran un comportamiento muy similar al precio de referencia que se negocia en el mercado de Nueva York. Y la brecha entre los "suaves colombianos" y "otros suaves" se ha reducido considerablemente debido a la recuperación de la producción de cafés centroamericanos y al incremento en la producción de Colombia.

PRECIO EXTERNO DE CAFÉ SEGÚN ORIGEN



Fuente: OIC

Valor de cosecha cafetera alcanza 6,47 billones de pesos

La cifra es 19% inferior a la del año anterior, debido a la caída del precio internacional y a la reducción de 5,6% en la producción. Consumo interno de café fue de 1,79 millones de sacos, un aumento de 3,2% en el último año.

La cosecha cafetera para el año 2017/18 alcanzó los 6,47 millones de pesos, 19% menos que el año anterior, debido a la caída del precio internacional y a la reducción de la producción en 5,6%.

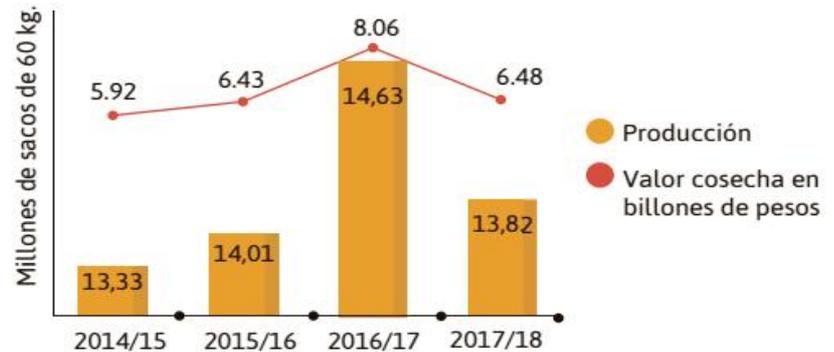
El volumen producido en el año cafetero 2017/18 cerró en 13,8 millones de sacos, resultado de un desarrollo tardío de frutos. Sin embargo, pese a la menor producción, gracias a las favorables condiciones climáticas, la calidad del grano se vio favorecida, manteniendo el factor de rendimiento en trilla en 76,9, lo que se tradujo en una menor oferta de café de calidades inferiores.

Esta menor disponibilidad de cafés de menor calidad en el mercado nacional estimuló el ingreso de otros orígenes: las im-

portaciones aumentaron 126%, a 698 mil sacos en 2017/18 desde 308 mil sacos en 2016/17, de los cuales 48% es café de Perú, 29% de Honduras, 10% de Ecuador y el restante de otros orígenes. Estas importaciones se destinaron en su mayoría a abastecer el consumo interno de café, de 1,79 millones de sacos, un aumento de 3,2% en el último año.

La menor producción nacional tuvo efectos sobre las exportaciones, que alcanzaron 12,7 millones de sacos, una caída de 5,9% frente a los 13,5 millones de sacos exportados en el mismo periodo anterior. Parte de la demanda externa tuvo que ser satisfecha recurriendo a inventarios, que disminuyeron 8% para cerrar el año cafetero en 1,05 millones.

VALOR Y VOLUMEN DE LA COSECHA CAFETERA COLOMBIANA



Fuente: LMC - OIC. *Estimado

BALANCE CAFETERO COLOMBIANO 2014/15 - 2017/18

Año	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
PROD. - IMP.	13.53	14.25	14.94	14.51
Producción	13.33	14.01	14.63	13.82
Importación	0.20	0.24	0.31	0.70
EXP. - CONS.	13.94	14.04	15.22	14.48
Exportaciones	12.28	12.32	13.49	12.68
Consumo interno	1.67	1.72	1.74	1.79
BALANCE	-0.41	0.22	-0.28	0.04
Prod. 1 - menos uso 2				
INV. FINALES	1.14	1.33	1.14	1.05

1,79 millones de sacos es el consumo interno de café.

Estrategia 'Más agronomía, más productividad' rinde importantes frutos

Edad promedio de cafetales baja a 6,87 años, densidad alcanza 5.196 árboles por hectárea, 84% de la caficultura es tecnificada joven, 80% está sembrada en variedades resistentes y la productividad es de 18,6 sacos de 60 kg de café verde por hectárea.

La FNC, por medio de la Gerencia Técnica y el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), viene desarrollando la estrategia "Más agronomía, más productividad" que consiste en promover, mediante el Servicio de Extensión, las mejores prácticas agronómicas para cada lote o cultivo de café.

La estrategia abarca ocho prácticas claves para lograr sistemas productivos resistentes, resilientes y rentables:

Como resultado de la estrategia integral, se ha dinamizado la renovación anual de los cafetales, cuya edad promedio se redujo a 6,87 años, mientras que en 2010 era de 10,82 años, una reducción de 35% (3,95 años).

La densidad de siembra es de 5.196 árboles por hectárea en promedio, mientras que en 2010 era de 4.789 árboles, un aumento neto de 407 árboles por hectárea (8,5% más), logro fundamental dado que la densidad es la variable más determinante en la productividad del café.

Los esfuerzos institucionales, derivados de las directrices de los Congresos Cafeteros, han dinamizado la investigación, transferencia y fomento de la adopción de variedades resistentes a la roya, acciones que dan por resultado más áreas sembradas con estas variedades: 80% de los cafetales están sembrados con variedades resistentes, un aumento constante en los últimos años.

Con una productividad de 18,6 sacos de 60 kg de café verde por hectárea, entre 2011 y septiembre de 2018 este indicador aumentó 7,8 sacos (72%) gracias a todos estos esfuerzos agronómicos.

A septiembre, la caficultura colombiana supera los 4.600 millones de árboles de café en más de 884 mil hectáreas, en 600 municipios del país, área distribuida entre 540 mil productores (660 mil fincas). Así, el tamaño promedio de cada finca es de 1,3 hectáreas en café y cada caficultor, en promedio, cultiva 1,6 hectáreas, lo que confirma que la caficultura colombiana sigue siendo de pequeños productores. Del área cultivada en café, 84% corresponde a cafetales tecnificados jóvenes, 14% a tecnificados envejecidos y sólo 2% a caficultura tradicional, gracias en buena medida al esfuerzo en los últimos años de los propios caficultores, con el apoyo del Servicio de Extensión de la FNC.

Cafeteros, comprometidos con la renovación de cafetales

La renovación de cafetales ha sido siempre una tarea prioritaria tanto para el caficultor como para la Federación de Cafeteros, pues gracias a una adecuada planeación y oportuna implementación de las labores de renovación, es que los cafeteros pueden recuperar aquellos lotes que por haber cumplido su ciclo productivo tienen una baja productividad.

Vale la pena recordar que la renovación puede hacerse por siembra o zoca a lotes tecnificados, o por siembra a lotes tecnificados envejecidos o tradicionales. La renovación también se da por nuevas siembras.

La dinámica mostrada en esta actividad en los últimos años, le permitió a Colombia tener la caficultura potencialmente más productiva de su historia, gracias a la implementación de prácticas como la renovación de cafetales

con variedades resistentes, la disminución de la edad promedio de la caficultura y el incremento en la densidad de siembra.

A noviembre 30, se reportaron 80 mil hectáreas renovadas en el país, cifra 16,7% superior al periodo enero-noviembre del año anterior, 11.000 hectáreas corresponden a nuevas siembras (13,7%), renovaciones por siembra y por zoca suman 69.000, 5 hectáreas, de las cuales han sido renovadas por siembra el 33,3% y por zoca el 66,7%. La FNC estima que al cierre del 2018 se habrán renovado 80 mil hectáreas a nivel nacional.

De esta forma, en los últimos cinco años se han renovado 374.688 hectáreas, el 42,3% del parque cafetero, con un promedio anual de 76 mil hectáreas. El efecto de una adecuada renovación no solamente es estabilizar la producción sino también los ingresos de la familia cafetera en el largo plazo.



1. Sembrar variedades con resistencia durable a la roya del cafeto.



2. Utilizar colinos de café de origen conocido.



3. Sembrar o renovar los cultivos en las épocas correctas.



4. Establecer la densidad de siembra óptima.



5. Definir ciclos de renovación para mantener el cultivo joven.



6. Adecuar la luminosidad del cultivo a las condiciones de la zona.



7. Corregir la acidez del suelo ajustándola al cultivo de café.



8. Fertilizar adecuadamente los cafetales.

Toda esta dinámica agronómica, que incluye renovación de cafetales con variedades resistentes, menor edad promedio y mayor densidad de siembra, permite a Colombia tener la caficultura potencialmente más productiva de su historia.

80 mil

hectáreas renovadas al 30 de nov.

11 mil

hectáreas de nuevas siembras.

76 mil

hectáreas anuales se han renovado en promedio en los últimos cinco años.



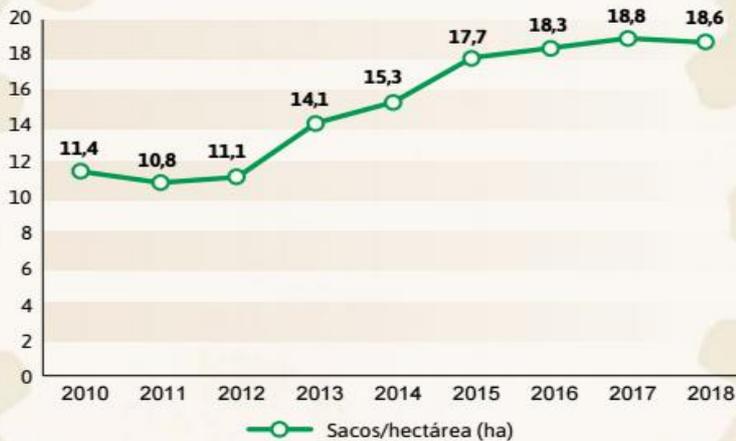
Edad:
6,87
años

Densidad
5.196
árboles/ha

18,6
sacos por hectáreas es la productividad.

80%
de cafetales sembrados con variedades resistentes.

Aumento de la productividad



Renovación de cafetales
Miles de hectáreas



Fuente: FNC, Gerencia Técnica

Casi un millón de contactos tuvo el Servicio de Extensión

Manejo de sombrío, BPAs, cafés especiales y gestión empresarial son otros aspectos de la labor formativa y de asistencia técnica de los extensionistas.

Como principal vehículo de transmisión de conocimiento, el Servicio de Extensión es uno de los bienes públicos cafeteros más valorados por los productores. La labor de los extensionistas va más allá de la pura asistencia técnica: con su acompañamiento constante, son verdaderos mentores que educan para la productividad.

A septiembre, la labor formativa de los extensionistas alcanzó una cobertura de 439.925 cafeteros atendidos de forma individual, lo que incluyó 276.707 visitas a finca y 163.218 visitas recibidas en oficina. Este contacto directo con el productor busca solucionar y atender sus problemas y necesidades particulares.

En cuanto a metodologías grupales, el Servicio de Extensión reportó 39.222 eventos con 533.980 cafeteros atendidos (13,6 participantes por actividad). El método grupal más utilizado fue la reunión, con 21.718 eventos y 263.162 cafeteros atendidos (12,1 participantes por actividad).

Las metodologías grupales buscan llegar al ma-

yor número posible de cafeteros con un marcado propósito formativo: brindar información, motivar la adopción de innovaciones tecnológicas, permitir la adquisición de destrezas y/o competencias, y brindar conocimientos sobre prácticas y labores del cultivo.

En los dos últimos años se han caracterizado beneficiaderos para conocer el estado de su infraestructura. Con la meta de visitar 42.000 fincas para 2018, a la fecha se han caracterizado los beneficiaderos de 37.551 fincas.

El Servicio de Extensión sigue acompañando y asesorando a los caficultores que hacen parte de los diferentes sellos o códigos de conducta en la categoría de cafés sostenibles. De cara a eventuales auditorías externas, los caficultores reciben instrucción sobre las acciones necesarias para cumplir con los diferentes estándares.

A septiembre, el SE atendió, tanto individual como grupalmente, a 111.046 cafeteros en materia de cafés especiales.

Gestión Empresarial fortalece fincas

El Programa de Gestión Empresarial de la FNC fortalece la capacidad empresarial de los caficultores en el manejo eficiente de la finca, para que puedan autogestionar sus empresas, ser viables económicamente y permanecer en el negocio cafetero. En 2018 se brindó capaci-

tación grupal a 65.136 caficultores en tres acciones formativas (diagnóstico finca, plan de renovación e ITECS), mediante cuatro visitas al año, para fortalecer la información de costos de la empresa y que el caficultor se referencie competitivamente con otros similares.

Créditos y subsidios dinamizan inversión en caficultura

Desembolsos de diferentes instituciones financieras en condiciones preferenciales y apoyos en especie son una ayuda importante para los productores.

En lo corrido del año y en el marco del convenio suscrito con el Banco Agrario para financiar proyectos de caficultores, se han presentado ante las oficinas del banco más de 3.600 solicitudes de crédito por valor de 18.837 millones de pesos.

Finagro asigna recursos por \$3.232 millones para LEC

En 2018, mediante la Línea Especial de Crédito (LEC) de renovación por zoca, se asignaron recursos para subsidiar la tasa de interés por 3.232 millones de pesos. A septiembre, se ha ejecutado 30% de los recursos, quedando un saldo de \$2.250 millones que se podrá utilizar antes del 31 de diciembre de 2018.

Otras líneas de Finagro acumulan créditos por \$259.076 millones

Proyectos productivos son financiados con recursos de Finagro como cartera

agropecuaria, sustitutiva y de redescuento con tasas preferenciales y plazos acordes a cada actividad cafetera. A septiembre, hay 33.317 créditos vigentes por \$259.076 millones mediante diferentes líneas.

Programa PSF otorga créditos por \$123.723 millones

El programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF) acumula 80.630 créditos al día por \$109.217 millones y 9.243 créditos en mora por \$14.506 millones de pesos.

El Índice de Cartera Vencida (ICV) de los créditos colocados por la FNC en el marco del PSF a septiembre es de apenas 11,5%. Los bancos han buscado diferentes acuerdos, como ajustar las cuotas de pago a las épocas de cosecha, normalizaciones, reestructuraciones e incluso condonación de intereses moratorios y gastos judiciales en beneficio de los caficultores.

CONSOLIDADO POR LÍNEA DE CRÉDITO BANCO AGRARIO

Línea de crédito	Cantidad	Área	Valor en millones
Beneficiadero	455		\$ 4.142
Renovación por siembra	1.272	970,79	\$ 8.453
Renovación por zoca	471	381,08	\$ 1.504
Sostenimiento	1.448		\$ 4.738
Total			\$ 18.837

NÚMERO DE CRÉDITOS Y VALOR POR LÍNEA DE CRÉDITO DE FINAGRO

Destino de crédito	Cantidad	Valor en millones
Sostenimiento	9.705	\$ 44.710
Renovación por siembra	3.460	\$ 34.727
Renovación por zoca	1.924	\$ 22.196
Beneficiaderos de café	3.897	\$ 40.879
Nuevas siembras	14.331	\$ 116.563
Total		\$ 259.076

ESTADO ACTUAL DEL PROGRAMA PSF (\$ MILLONES)

Banco	Obligaciones al día		Obligaciones en mora		ICV
	n°. de créditos	Valor saldo	n°. de créditos	Valor saldo	
Davivienda	2.568	\$ 1.150	75	\$ 63	2.92%
Agrario	67.590	\$ 101.444	5.433	\$ 11.750	8.04%
Bogotá	10.472	\$ 6.223	3.735	\$ 2.693	35.67%
Total	80.630	\$ 109.217	9.243	\$ 14.506	11.46%

Fuente: FNC, Gerencia Técnica

Apoyo a la renovación de cafetales ha ejecutado \$22.381 millones

Para mantener la productividad de la caficultura es necesario renovar unas 90 mil hectáreas al año, ya que el café envejece y va perdiendo su capacidad de formar ramas y nudos nuevos.

El Programa nacional de Apoyo a la Renovación de Cafetales incentiva esta práctica vía apoyo en especie (fertilizantes) para los caficultores. Con este programa se podría alcanzar 253 millones de

árboles renovados por siembra o zoca durante su vigencia.

Bajo el programa, se entrega un apoyo para compra de fertilizante de \$150 pesos por cada sitio de café renovado por siembra o zoca una vez el caficultor lo demuestre. A septiembre se han invertido \$22.381 millones para compra de fertilizante, cubriendo la renovación de 26 mil hectáreas (149 millones de árboles) en 40.792 fincas.

RECURSOS ASIGNADOS AL PROGRAMA DE REACTIVACIÓN CAFETERA (MILLONES DE PESOS)

Rubro	Ley 863	FoNC	MADR	Total
Apoyo Fertilizante	\$7.697	\$7.017	\$23.306	\$38.021
Auditoría y otros	\$0	\$850	\$0	\$850
GMF	\$31	\$32	\$94	\$156
Total recursos	\$7.728	\$7.899	\$23.400	\$39.027

Fuente: FNC, Gerencia Técnica



Plataforma Agroclimática ayuda al productor a planear mejor

La Plataforma Agroclimática permite a los caficultores tomar decisiones ante la variabilidad climática. Este desarrollo de Cenicafé cuenta con información actualizada de las condiciones meteorológicas y geográficas de cada región, con indicadores del estado del tiempo como humedad relativa, temperatura del aire, niveles de lluvia, radiación solar y presión atmosférica, y permite conocer la probabilidad de que se presenten fe-

nómenos como La Niña, El Niño o si la condición climática es neutra. Toda esta información es divulgada directamente en la plataforma (agroclima.cenicafe.com), en los boletines meteorológicos diarios y en los boletines agrometeorológicos mensuales. También se publicó el Anuario Meteorológico Cafetero 2017.

En 2018 se realizaron actividades e investigaciones dirigidas a continuar el registro y control de calidad de información histó-

rica recopilada por medio de la red meteorológica cafetera (205 estaciones convencionales y 137 automáticas); se consolidó, estructuró y normalizó la fuente de información asociada al criterio de Zonificación Agroecológica cafetera (ZAE) en escenarios de variabilidad para el Huila; y se desarrolló una aplicación que combina procesos automáticos y verificación experta para el control de calidad de la información diaria.

Roya y broca controladas, pero se mantiene la alerta

Roya por debajo de 5%: Los niveles de infección por roya se mantienen en promedio por debajo de 5%, según el sondeo realizado en julio: 83,9% de los lotes con variedades resistentes tienen una infección menor a 5%, fluctuando en los departamentos entre 72,8% y 100% de lotes.

Llama la atención que 8,8% de los lotes de variedades resistentes evaluados en Antioquia y 4,4% en el Quindío tienen porcentajes de incidencia de roya superiores a 15%, niveles que sugieren que debe revisarse el origen del material de siembra, su composición en el campo y el manejo agronómico. El resultado es importante para estos dos departamentos considerando que sus picos de cosecha se dan entre octubre y noviembre, y en algunas zonas hasta diciembre.

Por lo anterior, se hace un llamado a los caficultores a estar atentos, dado que la incidencia de roya puede aumentar según la fisiología de la planta y

el clima favorable para la enfermedad; se requiere un manejo oportuno, sobre todo en cultivos de entre 5 y 7 años que han sido deficientes en manejo y fertilización y con densidades altas, donde la enfermedad es más severa.

Broca bajo control, pero persiste amenaza: Los niveles de infestación de broca en Colombia están bajo control, según la última evaluación de campo realizada en julio: 1,8% en promedio; 68,6% de los lotes tienen una infestación menor a 2%; 19,3% de los lotes entre el 2% y 5% de infestación; 8,5% de los lotes entre 5,1 y 10,0% de infestación, y apenas 3,6% de los lotes con más de 10% de infestación.

Sin embargo, las condiciones actuales requieren alertar al Servicio de Extensión Rural y a los caficultores frente a la amenaza de la broca en Colombia. Los mayores esfuerzos de control deben dirigirse a las zonas cafeteras de menor altitud y

mayor temperatura, especialmente en Caquetá, Quindío y Valle del Cauca. Por los registros históricos de ataques en otros departamentos, Caldas, Antioquia, Tolima y Risaralda también deberán estar atentos.

Sistema de Alertas Tempranas

Como su nombre lo indica, el Sistema de Alertas Tempranas busca alertar a los caficultores sobre todo lo relacionado con el cultivo del café, incluidas las épocas oportunas para labores agronómicas de cosecha y poscosecha según la zona cafetera de la finca y la manera más adecuada y económica de realizarlas. Además informa al cafi-

cultor sobre la evolución de los problemas fitosanitarios que muestren incrementos en sus niveles de ataque, lo que le permite estar atento a la presencia de plagas y enfermedades en sus cafetales, y si estas llegasen a presentarse pueda hacer los controles adecuados al inicio del ataque para que no se presenten niveles de daño económico con sus consecuentes sobrecostos.

Para ello se monitorea constantemente el comportamiento de plagas y enfermedades del café, fenómenos climáticos y se dan recomendaciones sobre los periodos óptimos para las respectivas labores de cultivo. Entre enero y septiembre, se emitieron 19 alertas tempranas, enviadas al correo electrónico de los caficultores y al Servicio de Extensión, con información sobre los nueve boletines men-

suales agrometeorológicos, mensajes alertando de la dinámica de broca y roya, el estado sanitario de la caficultura, el comportamiento de la "gotera" en fincas del piedemonte llanero, y recomendaciones sobre residuos de plaguicidas y sustratos, entre otros.

Según la Alerta Temprana No. 66, para el trimestre agosto-octubre se prevé el desarrollo del evento El Niño con una probabilidad de 51%, y para el trimestre abril-junio de 2019 podría elevarse a una probabilidad de 70%.

Para 2019 se ampliará la base de datos de correos de caficultores que querrán recibir la información emitida por el Sistema de Alertas Tempranas, para lo cual pueden solicitar ser incluidos a través del Servicio de Extensión de su Comité Municipal.



El manejo de plagas y enfermedades del café debe ser preventivo e integral.

FNC presenta máquina que aumenta 50% la eficiencia en recolección de café

La DSC18 es la primera Derribadora Selectiva de Café en el mundo. Está diseñada específicamente para la caficultura colombiana.

Resultado de varios años de estudio y de rigurosas pruebas y ensayos en diferentes zonas cafeteras del país, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), por medio de su brazo científico, el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), presentó ante un grupo de más de 300 cafeteros de todo el país la derribadora Brudden DSC-18, que optimiza sustancialmente la recolección del grano.

Este desarrollo tecnológico, un hito en el sector cafetero mundial, es resultado del incansable trabajo de la Federación

para reducir costos de recolección por kilogramo de café cereza, requerir menos mano de obra y así mejorar la rentabilidad de los productores.

Con base en cálculos preliminares y rigurosas mediciones, incluida la optimización de tiempos, con la derribadora Brudden DSC-18 el caficultor puede recolectar en promedio 50% más café que por el método tradicional de cocos, lo que significará un menor costo por kilogramo de café cereza recolectado. Este incremento varía dependiendo de la habilidad del operador de la máquina.

Requerir menos mano de obra, algo clave sobre todo en épocas de escasez, es una gran ventaja de la derribadora para el productor.

Al igual que con el uso de lonas en el piso presentadas recientemente, los innovadores métodos de recolección puestos a disposición de los productores por Cenicafé requieren nuevas prácticas y cultura laboral para sacarles el máximo provecho, lo que incluye retención de pases de cosecha y trabajo de los recolectores en equipo, las llamadas "pachas".



Ciencia y tecnología en beneficio de los productores

La derribadora Brudden DSC-18 es fruto del trabajo conjunto del equipo científico de Cenicafé, especialmente de la disciplina de poscosecha (quienes por años se han dedicado a optimizar métodos de recolección), y el equipo de la empresa Brudden de Brasil, con más de 35 años de experiencia en la fabricación de equipos agrícolas del más alto nivel.

En los dos últimos años, miembros de Cenicafé y Brudden dedicaron horas de trabajo, ensayo y error, y adecuaciones a la topografía colombiana y a la fisiología del cafeto arábigo hasta lograr entregar a satisfacción un equipo óptimo que reducirá los cos-



tos de producción del café, donde la mano de obra es la variable de más peso.

El costo aproximado del nuevo equipo es

\$1.600.000 y se ofrecerá inicialmente a través de Agrocafé. Tomando en cuenta el ciclo de vida del equipo, los ahorros en

mano de obra y los menores costos de recolección compensarán ampliamente la inversión inicial que haga el caficultor.

Lonas en el piso y derribadora multiplican volumen de recolección

En la misma línea de reducir los costos de producción y elevar la rentabilidad del caficultor, en agosto la FNC entregó otra de las innovaciones desarrolladas por Cenicafé, las lonas en el piso, que aumentan la recolección de café entre 23% y 45%.

En la caficultura colombiana (cuyos inicios se remontan a más de 200 años), la herramienta más usada para recolectar café han sido los "cocos", pero la escasez de mano de obra y la necesidad de mejorar la rentabilidad del productor han hecho que Cenicafé haya direccionado sus investigaciones a este sentido.

‘Con microlotes, FNC me ha ayudado a elevar mi rentabilidad’

Óscar Hernández

En 2018, el Programa de Microlotes ha dado acceso a más de 250 productores de 19 departamentos a mercados de alto valor mediante la comercialización de 222 microlotes, quienes han recibido en promedio \$2.388.000 por cada carga de café pergamino vendida.

A sus 32 años de edad, y como entusiasta empresario cafetero, Óscar Hernández ha tenido el coraje y el empuje de continuar el legado de su padre.

Su finca Los Nogales, en Pitalito, Huila, está ubicada a 1750 m sobre el nivel del mar, y en ella produce sobre todo café variedad Castillo y Colombia: alrededor de 22 cargas por hectárea al año.

Apostando por la producción de café de la más alta calidad, con el respaldo de la Federación, su café llega a importantes clientes en Japón, y por iniciativa propia también a Suiza.

Y lo que este joven cafetero más valora de trabajar con Federación es la transparencia y honestidad con que le liquidan su café, lo que a su vez le permite elevar su rentabilidad. “Los números lo dicen”, redondea.

“Con Federación lo que me ha gustado es la transparencia en la comercialización: nos hace entrega de los recursos a partir de la información del precio de venta y de los costos en



Óscar Hernández, joven empresario cafetero del Huila.

los que incurrió en la exportación”, cuenta.

“Por otro lado la logística, la posibilidad de entregar el café en las cooperativas, en el mismo Almacafé, facilita mucho las cosas”, anota.

Óscar reconoce que apostar por la calidad requiere inversión, tanto en tiempo como en mano de obra, pero estos costos adicionales se ven recompensados con mejores ingresos, además de que se puede alcanzar estabilidad frente a la volatilidad del precio del café estándar, lo que a su vez permite planear mejor a futuro en la

finca y la empresa cafetera.

En 2018, el Programa de Microlotes de la Federación se ha fortalecido como canal de negocio al servicio de los caficultores para acceder a mercados diferenciados de alto valor soportados en la calidad del café.

Si bien en términos de volumen la participación es baja en comparación con el total de exportaciones de la FNC, estos volúmenes están creciendo. La diversificación tanto de clientes como de nichos de mercado diferenciados que atiende el área de cafés especiales hace de este

Programa de Microlotes un eje estratégico para la actividad exportadora de la FNC y el posicionamiento del café de Colombia a nivel mundial como origen de calidad superior.

El Programa de Microlotes se apalanca en un modelo de negocio en el que se buscan generar relaciones a largo plazo entre clientes y caficultores, lo que genera mayor rentabilidad al productor. La FNC, al comercializar cafés especiales, conecta a ambas partes, reconociendo al caficultor los márgenes percibidos en la exportación, tomando como

referencia los precios negociados por el café de Colombia en este segmento, de modo que no sólo se garantiza al consumidor el mejor café del mundo, sino también la sostenibilidad de la producción de café de alta calidad.

Desde 2010, como parte del Programa, se han exportado más de 20.000 sacos de café de 60 kg con destino a 25 países, oferta concentrada en más de 100 clientes que hacen parte del nicho de mercado cafetero más especializado y exigente en términos de calidad.

Este año, la dinámica comercial de este canal de negocio ha entregado reliquidaciones directas a los productores que superan los \$1.327 millones. Y desde 2010, el programa ha reliquidado \$6.338 millones. El precio total promedio pagado por carga por los microlotes reliquidados en 2018 ha sido de \$2.388.000.

El Programa de Microlotes trabaja ya con 19 departamentos a nivel nacional, lo que le ha dado mayor diversidad.

Jornadas de compra por perfil de taza, una apuesta innovadora

En una apuesta innovadora, la Gerencia Comercial desarrolla un mecanismo de compra de cafés diferenciados en taza que permita generar un volumen de inventario de cafés especiales de alta calidad. Con esta estrategia, el equipo de

ventas conoce la calidad del café y puede ofrecerlo dependiendo del perfil y las preferencias de cada cliente y mercado.

Para la compra por taza a nivel nacional se emplean dos mecanismos. El primero se da cuando las cooperativas o grupos

asociativos tienen un volumen significativo de inventario que ofrecer. El equipo de cafés especiales, con un analista de calidad de Almacafé, visita el punto de compra para evaluar los cafés y autorizar la compra de los que cumplan con las condiciones de calidad requeridas. Este ejercicio ha permitido un acercamiento con caficultores y reconocer la calidad del café de cada zona, permitiendo identificar otros proyectos

de cafés especiales que busquen un determinado perfil.

El segundo mecanismo de compra se basa en las evaluaciones de Almacafé a nivel nacional: el caficultor, grupo y/o cooperativa interesado en vender su café para el programa de Cafés Especiales envía una muestra del lote a ofertar. Si el café es aceptado, se ofrece un sobrepeso dependiendo de la calidad en taza; a septiembre se

han evaluado muestras en Almacafé Soacha, Tuluá, Popayán, Ibagué y Neiva.

Con esta estrategia, el equipo de ventas conoce la calidad del café y puede ofrecerlo dependiendo del perfil.

Gracias a la labor conjunta de sus oficinas en el exterior en regiones claves como Norteamérica, Europa y Asia, la FNC hace llegar el Café de Colombia, incluidos los cafés especiales y de mayor valor agregado, a más clientes y consumidores en diversos países, consolidando mercados o buscando nuevos nichos, en beneficio de los caficultores colombianos.

Con estos clientes es necesario construir confianza y relaciones de largo plazo para mantener negocios de alto valor. Los equipos de trabajo de estas oficinas, altamente capacitados, están al tanto de nuevas tendencias y establecen lazos estrechos con clientes y consumidores, hablándoles en su idioma, lo que además facilita campañas de promoción en medios tradicionales y redes sociales. En representación de los intereses de los caficultores, las oficinas de la FNC en el exterior, son una extensión de la institucionalidad cafetera en las regiones más remotas y contribuyen en buena medida a la sostenibilidad de la garantía de compra, el bien público por excelencia para los caficultores.

Con la venta de 977.324 sacos de 60 kg de cafés diferenciados (regionales y sostenibles), en lo que va de 2018 estas oficinas han logrado primas de calidad por USD 19,8 millones y gestionado recursos para invertir en el desarrollo en zonas cafeteras por más de USD 15 millones, cifras que confirman el valor que generan.

Norteamérica, principal destino del café colombiano

Por décadas, Estados Unidos ha sido el principal destino del arábigo colombiano y por tanto sitio estratégico para la oficina de la FNC en la ciudad de Nueva York desde 1930. En Norteamérica se

consumen 35 millones de sacos de café de 60 kg (27 millones en EE.UU., 5 en Canadá y 3 en México). El mercado de cafés especiales y sostenibles sigue creciendo, impulsado por cadenas como Tim Hortons, Keurig y otras, tiendas locales de cafés especiales y sellos como orgánico, Comercio Justo (FLO, FT USA) y Rainforest Alliance.

Colombia lidera la percepción de calidad y tiene un poder de mercado importante en EEUU: representa 22% del café importado, superada solo por Brasil, con 23%. Es también aquí donde el Programa 100%, creado en 1982, tiene su mayor desarrollo.

En materia comercial, la oficina de Nueva York mantiene un gran crecimiento y cerrará 2018 con ventas directas record a clientes por más de 915.000 sacos. Los cafés especiales crecieron de 10% en 2012 a 23% en 2017, un segmento de alto valor. En café liofilizado, la Oficina de Nueva York gestionó la venta en Norteamérica de 3.800 toneladas, 33% del total de la producción de Buencafé. Con este fuerte relacionamiento con la industria, se ha logrado unir la comercialización de cafés diferenciados con proyectos de inversión en las zonas cafeteras por más de USD 2 millones.

En el plano gremial, esta oficina lideró el diseño y organización del Primer Foro Mundial de Productores de Café (2017) y –en representación de la FNC y por solicitud de las asociaciones de productores de más de 40 países– coordina a nivel

FNC, actor clave en relevantes del

En 2018 sus oficinas en el exterior han logrado primas de calidad por cafeteras colombianas por más de USD 15 millones, cifras



En 2018 destaca el liderazgo de las oficinas en representar a los caficultores colombianos en foros organizados por FairTrade, la Plataforma Global de Café, la Asociación de Comercializadores de Café en Suiza, entre otros, para posicionar la rentabilidad de los caficultores como tema fundamental para la sostenibilidad en la cadena.

global el Foro, el estudio sobre sostenibilidad económica de los pequeños caficultores a cargo del Profesor Jeffrey D. Sachs con la Universidad de Columbia, y el apoyo a Brasil como sede del Segundo Foro, en julio próximo. También coordina, bajo la dirección de la Gerencia General, todo lo relacionado con la participación de Colombia en la Organización Internacional del Café (OIC).

En cooperación, esta oficina gestionó, negoció y suscribió en Washington DC, en nombre de la FNC, el acuerdo base para la alianza con la Agencia de Desarrollo Internacional (USAID), actual marco de cooperación entre ambas entidades para impulsar la comercialización de cafés especiales, la inversión en infraestructura productiva

y de vías terciarias, y fortalecer asociaciones de productores. Gracias a este acuerdo, la FNC participa hoy en proyectos por más de USD 7 millones en beneficio de los caficultores. También ha gestionado en su totalidad o facilitado proyectos de cooperación con la industria, incluido un piloto para erradicar coca en fincas cafeteras por USD 1 millón, que se espera replicar a nivel nacional, para un total de más de US\$ 10 millones en cooperación.

Por sus profundas implicaciones internacionales de diseño, implementación, validación y financiación, la oficina en Nueva York fue encargada por la Gerencia General de coordinar todo el Plan 100-100 (en Colombia, el trabajo técnico es liderado por la Gerencia Técnica), que aspira a llevar el 100%

de las fincas del país a cumplir con estándares de sostenibilidad económica, social y ambiental (desarrollados por las gerencias Técnica y Comercial con el apoyo de Cenicafé) cuando la FNC cumpla 100 años, en 2027.

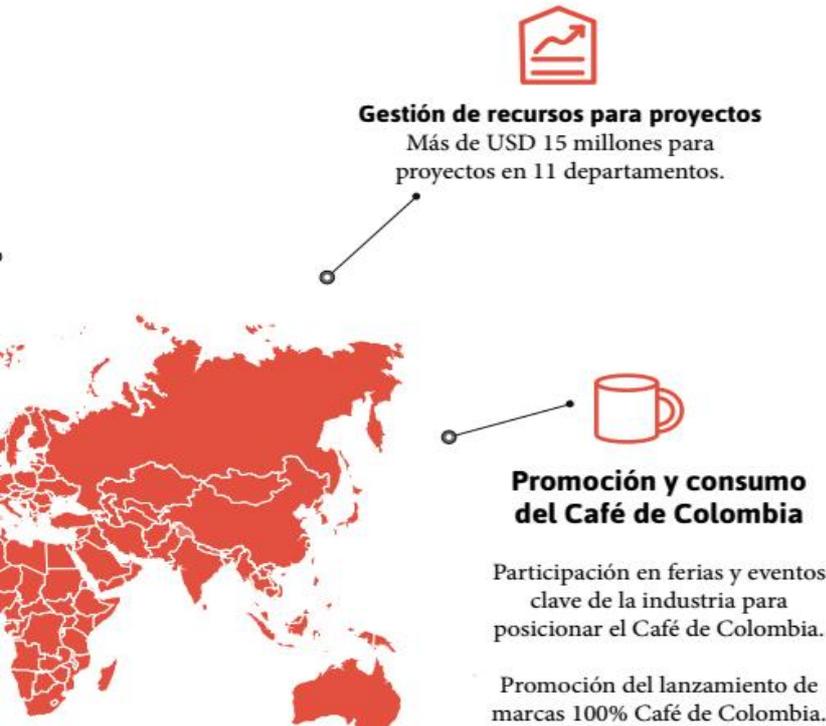
La sólida presencia de la FNC en el exterior contribuye a su liderazgo global: es el interlocutor por excelencia para la tradicional cooperación sur-norte y lidera un proceso sin precedentes de cooperación sur-sur, es decir, entre productores de todo el mundo, para la defensa colectiva de sus intereses.

Europa, el mercado de mayor consumo per cápita

Además de ser el mayor consumidor de café per cápita del mundo, Europa en su conjunto

los mercados más mundo del café

USD 19,8 millones y gestionado recursos para inversión en zonas que confirman la generación de valor para los cafeteros.



es el segundo mercado para el café colombiano (29%), sólo detrás de Norteamérica. En los Países Bajos, sede de la oficina en Europa, el consumo de café per cápita es 5 veces mayor al de Colombia.

Para el café vendido por la FNC, Europa, con clientes cada vez más diversos, tiene 40% de participación. En esta región tienen sus divisiones de compra 9 de los mayores 10 tostadores del mundo así como el top 5 de los comercializadores (traders) de café (entre 60 y 70% de la comercialización tiene lugar en Suiza).

En el último año la oficina diversificó su base de clientes más de 60% y consolidó sus ventas con cinco tostadores líderes (Nestlé, Nespresso, Starbucks, Joh Johansson y Gustav Paulig), que representan 80% de las

ventas al continente. La oficina atiende más de 22 países destino en Europa y Oriente Medio. Entender la cultura de estos mercados también ha permitido a la FNC gestionar recursos de cooperación para proyectos que han mejorado la calidad de vida de las comunidades cafeteras. En el caso de esta oficina, los recursos obtenidos llegarán a 11 departamentos.

Con la participación activa de la FNC en diversos escenarios, los actores de la cadena priorizan cada vez más la sostenibilidad de la cadena. En 2018, esta oficina participó en foros organizados por FairTrade, la Asociación de Comercializadores de Café en Suiza y World of Coffee para posicionar la rentabilidad de los productores como tema clave.

La oficina en Europa contribuyó a que el premio de sostenibilidad SCA, el más importante de la industria del café para proyectos, se otorgara a Manos al Agua, realizado en alianza con Nestlé, Nespresso y los Gobiernos holandés y colombiano.

Gracias a la gestión de la FNC, grandes actores de la industria han volcado sus proyectos a Colombia con inversiones por encima de USD 5 millones. Manejo sostenible del agua para comunidades cafeteras con el auspicio de los tostadores KDE y KDP, entrega de colinos para renovación de cafetales y fertilizantes con apoyo de Starbucks, construcción y mejoramiento de colegios rurales con Costa, o sostenibilidad ambiental con aportes de Lavazza son algunos de los proyectos en curso.

Asia, el segundo mercado de mayor crecimiento en la industria

Las oficinas de la FNC en Asia, ubicadas en Tokio (Japón) y Shanghai (China), juegan un papel crucial en dinamizar mercados en beneficio de los cafeteros, tomando en cuenta que es la segunda región, después de África y Oriente Medio, donde el segundo comprador de café colombiano luego de Estados Unidos. Según la Asociación de Café de

Japón (AJCA), a agosto Colombia se mantuvo como el segundo origen en valor sobre el total de las importaciones de café verde, con USD 148 millones.

Aprovechando que los consumidores japoneses están dispuestos a retribuir la calidad del grano, la FNC se ha enfocado en generar alianzas de largo plazo que han expandido las ventas de cafés diferenciados y especiales con primas para los productores.

También sobresalen las ventas de café instantáneo y extracto de Buencafé en Japón.

Con su presencia en Tokio, la FNC ha aprovechado al máximo el portafolio marcario de los cafeteros: con Emerald Mountain*, en alianza con Coca-Cola, para la bebida de café listo para tomar líder en Japón, y Jazmín* (con Mitsubishi) para el creciente segmento de café preparado en tiendas de conveniencia.

La FNC en Japón tiene

varios canales de redes sociales en japonés para difundir información reciente y relevante sobre el Café de Colombia y sus actividades promocionales.

En cuanto a cooperación, Mitsubishi Corporation ha patrocinado desde 2008 el Programa Familia Guardabosques, ejecutado en 9 departamentos y que busca consolidar la participación de estas regiones en el mercado de cafés especiales, mejorando la gestión ambiental y la productividad, promoviendo modelos asociativos y apoyando la erradicación de cultivos ilícitos.

Otros mercados relevantes en consumo y perspectivas de crecimiento son Filipinas, Indonesia, Vietnam y Corea del Sur, siendo este último uno de los de mayor crecimiento para el café colombiano en el mundo y donde la FNC también es el principal proveedor.

En China, dada su importancia como mercado en pleno desarrollo para el café, con altas tasas de crecimiento, la FNC abrió su oficina de representación en 2006 para replicar el éxito y reconocimiento logrado en Japón con el café colombiano.

La occidentalización de los hábitos de consumo ha abierto las puertas a nichos de café cada vez más sofisticados y diferenciados.

Trabajar de cerca con generadores de tendencias de consumo como líderes de opinión, baristas y jueces, el hecho de que la FNC sea el principal patrocinador del campeonato de baristas de China y participar en ferias en ciudades como Shanghai, Beijing y Guangzhou han resultado en mayor reconocimiento y disponibilidad de café colombiano; como ejemplo, cada vez más tostadores son parte del programa 100% Café de Colombia.



Beneficiarios del proyecto Gestión Comunitaria del Agua en Cauca.



‘Además de proveedor confiable, FNC es nuestro aliado estratégico en sostenibilidad’. - Nespresso

El dedicado trabajo comercial de la FNC y su compromiso en materia de sostenibilidad le han permitido convertirse en aliado estratégico de los más importantes jugadores de la industria. Un buen ejemplo de ello es Nespresso.

“Lo que más valoramos de la FNC es que, además de ser un proveedor confiable de café, es un aliado estratégico en sostenibilidad con el que podemos trabajar de manera integral en la implementación de diversos proyectos. Estamos muy sintonizados en nuestros objetivos”, afirma Paulo Barone, Gerente de Operaciones de Sostenibilidad de Café Verde de la multinacional con sede en Suiza.

“Esto beneficia no sólo a las comunidades cafeteras en materia económica, social y ambiental, pues mejora su rentabilidad y eleva su bienestar cuidando el medio ambiente, sino que nos permite ofrecer a nuestros propios clientes y consumidores café de la más alta calidad que cumple con nuestros estándares de sostenibilidad”, añade.

La Federación, junto con Nespresso, viene ejecutando diversos programas y proyectos

que aportan a la sostenibilidad de las familias caficultoras. El programa más importante es el de Calidad Sostenible AAA, que a su vez abarca diferentes actividades o proyectos como la certificación FT USA (por medio de la cual se potabilizan acueductos veredales) y agroforestería (implementada por Pur Projet). Además, el esquema LH es una forma innovadora de comprar café.

Programa Nespresso AAA

Este programa brinda apoyo integral a la implementación de buenas prácticas de cultivo y producción en las fincas que garanticen niveles de productividad adecuados, mejores ecosistemas y calidad de vida de las familias, y un café de alta calidad con las características requeridas por Nespresso.

Este año destaca la incorporación de Caquetá, por lo que el trabajo conjunto con FNC ya abarca cuatro clústeres (de los siete que Nespresso tiene en Colombia), incluidos Cauca, Nariño y Santander, con 21.210 cafeteros en el Programa AAA, de los cuales 2.707 están certificados como Rainforest y

7.385 vinculados a dos pilotos de certificación con el estándar de Pequeños Productores Independientes de FTUSA. Para 2018 el programa cuenta con el apoyo de 93 colaboradores técnicos.

Proyecto de certificación de Comercio Justo (FairTrade USA)

En el marco del proyecto estratégico de certificación de Comercio Justo, este año inició el proyecto Gestión Comunitaria del Agua Potable en las regiones cafeteras FNC Nespresso AAA-FairTrade USA, que genera un alto impacto para los caficultores Nespresso, sus familias y sus comunidades en municipios de Cauca y Nariño.

Los representantes de 11 Comités Municipales en ambos departamentos lideran dos organizaciones de comercio justo del Programa AAA, que decidieron invertir los más de \$3.300 millones de la prima social obtenida por la venta de su café a Nespresso en potabilizar el agua de los acueductos veredales, para que más de 18.000 familias rurales (cafeteras y no cafeteras) reciban agua potable y segura.

El proyecto busca implementar 200 plantas

de tratamiento de agua en igual número de acueductos de 15 municipios del Macizo Caucaño y de la ronda del volcán Galeras en Nariño. En lo corrido del año se han intervenido 30 acueductos y beneficiado con agua potable a más de 2.500 familias rurales.

Pur Projet

En el marco del programa Nespresso, desde 2014 se desarrolla en Cauca y Nariño el proyecto de agroforestería con Pur Projet, empresa especializada en implementar, coordinar y certificar proyectos forestales comunitarios que pueden generar certificados de servicios ambientales. Cuenta con un equipo de 24 personas en campo. Desde el inicio del proyecto, se han entregado 1.297.440 árboles, de los cuales 204.300 este año. En 2018 se han pagado unos 193 millones de pesos en incentivos y están pendientes de pago otros 40 millones.

LH Nespresso

Con esta innovadora modalidad de compra en Cauca y Nariño se aprovecha y potencia la cosecha tardía (Late Harvest, LH), que recolecta

frutos sobremaduros complementados con un excelente beneficio para producir la nueva cápsula de Nespresso “Master Origins Colombia”, 100% colombiana.

En los puntos de compra, este año se implementó un modelo con prueba de taza del café de cada productor para confirmar el perfil requerido.

Esta estrategia requirió una serie de procedimientos encaminados al recibo, calificación, perfilación (análisis sensorial y físico en laboratorios instalados para tal fin) y envío a conservación del café LH, en cuatro puntos de compra de ambos departamentos.

El café se compra en los puntos habilitados con los nuevos laboratorios de las cooperativas, donde Almacafé realiza las pruebas físicas y de taza. De acertar el perfil LH, se paga un sobreprecio directo al caficultor de \$200.000 por carga de 125 kg de cps.

Entre marzo y septiembre la compra bajo esta modalidad en Cauca y Nariño ha beneficiado a 3.226 productores con sobrepuestos por \$1.776 millones, lo que fortalece la sostenibilidad económica de las familias beneficiarias.

Más de 237.000 fincas son sostenibles

El Programa Nespresso AAA se enmarca en el programa de cafés sostenibles iniciado por la Federación en 2002, año desde el cual la FNC ha facilitado la certificación y/o verificación de 237.095 fincas con al menos un estándar de sostenibilidad, las cuales permiten ofrecer

un amplio portafolio de productos. En 2018, esta sostenibilidad, sumada a la calidad, ha permitido generar más de USD12 millones adicionales sobre el precio de venta del café colombiano.

Este año se ampliaron las áreas de C.A.F.E Practices en el norte del

Cauca, en Quindío y en Norte de Santander, y se certificaron 725 hectáreas UTZ en Santander, y 6.828 hectáreas Rainforest en Huila.

La producción de cafés sostenibles es un componente clave en la estrategia de la FNC para elevar la rentabilidad de los productores, una alternativa viable para que los caficultores participantes escalen en la cadena de valor.

La FNC apoya a caficultores organizados en asociaciones y/o cooperativas en la adopción de estándares de sostenibilidad, de modo que una vez verificados y/o certificados por un organismo auditor, su café pueda acceder a mercados internacionales donde estos estándares son un requisito, lo cual va de la mano con los altos estándares de calidad que esperan los clientes del café de Colombia.

La FNC trabaja en aumentar la presencia de café colombiano en mercados y nichos de mayor valor.

En las diferentes regiones del país, identifica grupos de productores que puedan cumplir con estándares de sostenibilidad para brindarles el apoyo necesario en la implementación y verificación/certificación.

‘Apostar por la calidad rinde grandes frutos’ Santos Vizcaya

En el concurso ‘Colombia, Tierra de Diversidad’, además del jugoso reconocimiento a los ganadores, los productores de los cafés subastados recibirán en promedio \$3.400.000 por carga de cps.

El productor Santos Vizcaya Hernández, de la finca La Habana, en el municipio de San Antonio, Tolima, reconoce que apostar por la calidad rinde grandes frutos. “Si uno trabaja con entusiasmo, ahí se ven los resultados”, afirma.

Y qué mejores resultados que haberse convertido este año en triple ganador, en la categoría de pequeños lotes, del tercer Concurso Nacional de Calidad de Café-Colombia, Tierra de Diversidad para los atributos de balance, cuerpo y acidez, por los cuales obtuvo en total un reconocimiento de 75 millones de pesos (25 millones por cada uno), además de haber vendido su café en la subasta en vivo a 20 dólares por libra a un comprador de Shanghai, China.

En la subasta en vivo ante más de 40 compradores internacionales fueron ofertados los 31 mejores cafés del concurso, incluidos los ganadores, en el marco de Cafés de Colombia Expo; el valor promedio de venta fue 8,3 dólares por libra.

Al concurso, que busca reconocer y resaltar la gran diversidad de cafés colombianos, se presentaron 1.171 lotes de 12 departamentos (Antioquia, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño, Norte



Santos Vizcaya, caficultor del Tolima.

de Santander, Risaralda, Santander, Quindío, Tolima y Valle del Cauca), de los cuales primero fueron seleccionados 69 finalistas y por último los 31 lotes que fueron subastados.

Además del productor del Tolima, en el concurso resultaron ganadores productores de Antioquia y Nariño. En el atributo de suavidad, el ganador fue Jorge Antonio Arboleda, de la finca Los Pinos, en Urrao, Antioquia, quien también resultó ganador para el café más exótico, por lo que se llevó en total un reconocimiento de 50 millones de pesos.

Y en la categoría de grandes lotes, el ganador fue Carlos Alberto Erazo, de La Unión, Nariño. “El éxito es la punta del iceberg, detrás hay todo un inmenso trabajo”, dijo Erazo al recibir el reconocimiento.

Concursos regionales complementan oferta

Organizado por la FNC, el Concurso Nacional de Calidad-Colombia, Tierra de Diversidad busca unificar en una sola competencia el amplio abanico de cafés especiales colombianos que las diversas regiones tienen para ofrecer, pero la oferta es tan amplia y diversa, que el esfuerzo se complementa con ayuda de concursos regionales.

Concurso La mejor taza de Antioquia: Se acopiaron los 250 mejores lotes de café del departamento hasta finales de enero. En la categoría de jóvenes, el ganador fue Daniel Hernández, de Urrao, y en la categoría de adultos, Diego Luis Agudelo. En la subasta se comercializaron 19 microlotes ante más de 30 clientes. El mayor precio

lo obtuvo el ganador de la categoría de mayores, 17 USD/lb; el segundo mejor precio fue el café de Daniel Hernández, 8,50 USD/lb. El precio promedio fue de 5,72 USD/lb.

Concurso La mejor taza de Santander 2018: Participaron 96 lotes de Santander. Se invitó a 10 expertos en calidad de empresas tostadoras o exportadoras nacionales a seleccionar los mejores cafés. La ronda final tuvo lugar en Socorro, en el marco del V Festival del Café, donde se anunció al ganador, Ramiro Rey, de Tona. Su café se vendió a la cadena Amor Perfecto, que lanzó una edición especial con lote. Tras el concurso, se comercializó el top 5 de los microlotes a un promedio de 3,66 USD/lb, y sus productores recibieron una reliquidación adicional al precio de compra de \$13 millones.

Concurso de calidad de café de Boyacá: Se acopiaron 49 microlotes de 14 municipios. La ganadora fue Luzmila Lizarazo Vargas, de Zetaquirá, cuyo lote se vendió a un cliente de Italia, con una reliquidación de \$1,7 millones por 264 kg de café verde.

Concurso El mejor café del Cauca: Se acopiaron cafés lavados, naturales y semilavados. En la categoría de cafés lavados, el mejor fue el de Israel Moncayo Salazar, de Sotará. Para la categoría semilavados, el ganador fue Diego Samuel Bermúdez, de Piendamó, y el mejor café en secado natural fue el de Santiago Andrés Bermúdez, de Popayán. En total 18 lotes fueron subastados ante clientes nacionales e internacionales, a un precio promedio de 5,70 USD/lb. El mayor precio en subasta fue 21 USD/lb, seguido por 6,50 USD/lb.

Concurso de Calidad de Café del Huila-VII Feria de Cafés Especiales: En el marco de la VII Feria de Cafés Especiales del Huila, el 16 y 17 de noviembre se realizó la última sesión de catación del Concurso de Calidad de Café del Huila, en el que se acopiaron lotes por medio de la Cooperativa de Caficultores Coocentral y la FNC. En la selección y compra de los mejores lotes participaron clientes nacionales e internacionales.



Participe en el Concurso de Calidad: Colombia Tierra de Diversidad

4^{to}

Del 15 de noviembre de 2018 al 15 de enero de 2019:

Presente su lote de café pergamino seco en el punto de compra de la cooperativa más cercano a su finca y participe en alguna de estas categorías:

Categoría de pequeños lotes:

(acopio de un café por finca o productor)

500 Kg -2.000 Kg.

Atributos a evaluar: acidez, cuerpo, suavidad, balance, exótico.

Reconocimiento: \$ 25.000.000* por cada atributo.

Requisitos de calidad física: 1% de defectos del primer grupo, 1% de broca y máximo factor de rendimiento entre 90 y 11.5% de humedad.

Categoría de grandes lotes:

(acopio de un café por productor o asociación de productores)

25.000 Kg hasta 27.500 Kg.

Reconocimiento: \$ 25.000.000* por café de finca /Estate

Requisitos de calidad física: 1.5% de defectos del primer grupo, 2% de broca y máximo factor de rendimiento ente el 93.33 y 11,5% de humedad.



Consulte términos y condiciones del concurso en:
página www.federaciondecafeteros.org
Escriba al correo:
concurso.calidad@cafedecolombia.com

*Reeliquidación por la compra del lote de café sujeto a términos y condiciones.





Exportación de pequeñas cantidades aumenta 57%

Tras más de dos años de la puesta en marcha del mecanismo de exportación de café en pequeñas cantidades, se han exportado 40.753 kilos de café tostado y 14.623 kilos de verde, mediante 4.606 operaciones, realizadas por al menos 58 exportadores.

A septiembre, se exportaron 15.474 kilos de café tostado, 57% más, mientras que las de café verde se redujeron 6%, con 4.639 kilos, para lo cual se realizaron 1.518 operaciones (26% más

que en 2017).

Este mecanismo ha elevado el registro de exportadores ante la Federación, tarea que fue delegada desde 2009 por el gobierno. A septiembre de 2018, se contabilizaron 240 exportadores de café, aumento considerable dado que tradicionalmente el número de exportadores en el país era de unos 100. Un exportador de pequeñas cantidades también puede exportar altos volúmenes, solo que en este caso debe hacerlo por el mecanismo regular.

El mecanismo de exportación de pequeñas cantidades fue diseñado por la FNC con el apoyo de la Presidencia de la República y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en mayo de 2016 para fomentar las exportaciones directas de café, especialmente para que los pequeños productores participen en el mercado mundial con mejores precios y satisfacer las necesidades de clientes en el exterior.

Se han exportado 40.753 kilos de café tostado y 14.623 kilos de verde, mediante 4.606 operaciones, realizadas por al menos 58 exportadores.

Gobierno destina \$100 mil millones a incentivo IGEC ante bajos precios

A partir del 2 de octubre el precio interno empezó a recuperarse por encima de los \$700.000 y este apoyo solo aplicó durante cuatro días.



Ante la caída de los precios internacionales, incluso por debajo de USD 1 por libra de café verde en septiembre, que llevaron el precio base de compra por debajo de los \$700.000 por carga, el Gobierno nacional, como medida para proteger el ingreso de las familias cafeteras y garantizar la sostenibilidad del sector, destinó \$100.000 millones para apoyar a los caficultores bajo el programa Incentivo Gubernamental para la Equidad Cafetera (IGEC), un incentivo directo al precio interno del grano.

Con base en lo acordado en el Comité Nacional de Cafeteros, el incentivo, que se pagaría

del 28 de septiembre al 31 de diciembre o hasta agotar los recursos asignados, sería de hasta \$25.000 por carga, siempre y cuando el precio interno de referencia, publicado por la Federación, estuviera por debajo de los \$700.000. Su pago debía hacerse efectivo en orden de registro en el sistema de las facturas o documentos equivalentes por parte de los compradores autorizados.

Para recibir el apoyo, los productores debían estar registrados en el SICA al 31 de agosto. Una vez verificada la información, el incentivo sería depositado en la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente o en una

cuenta bancaria a nombre del caficultor.

Al 28 de noviembre se han registrado 93 compradores autorizados, con 967 puntos de compra, quienes cumplen con los requisitos establecidos por el Ministerio de Agricultura en la Resolución 376 de 2018 y están acreditados por la Federación.

Cabe destacar que a partir del 2 de octubre el precio interno empezó a recuperarse por encima de los \$700.000 y este apoyo solo aplicó durante cuatro días, de los cuales se han registrado 22 mil facturas, de las que se han pagado 12.982 facturas por valor de \$144 millones.



Almacafé inaugura Complejo Logístico e Industrial de Café

El nuevo complejo en Soacha integra en un solo lugar compra directa al caficultor, trilla, almacenamiento, centro de distribución y tostión.



Para generar valor a los caficultores, en junio se inauguró el Complejo Logístico e Industrial del Café en Soacha, que ofrece en un solo lugar una solución integral.

Este complejo unifica servicios como la compra directa al caficultor, trilla (20.000 sacos/mes en dos trilladoras, incluida una línea para microlotes), almacenamiento (200.000 sacos/mes), centro de distribución (4.400 m² con sistema de estantería) y la nueva planta torrefactora, que aumenta significativamente la capacidad de tostión de Almacafé para producir 1.000 kg/h y una molienda de 2000 a 3.200 kg/h, lo que equivale a 6.400 sacos.

Esta apuesta consolida a Almacafé como una empresa a la vanguardia en tecnologías de procesamiento de café y en tendencias de consumo de café tostado y molido. El complejo permite cumplir con exigencias normativas de proceso y producto, de tal forma que los clientes puedan acceder a mayores mercados y nuevas culturas de consumo en el mundo.

En este complejo, Almacafé soporta, además de la operación logística para las exportaciones del FoNC, toda la operación logística de Procafecol en

el centro de distribución, donde se realizaron más de 24.000 entregas entre enero y septiembre, con un indicador de cumplimiento en el nivel de servicio de 98,1. Así, se espera seguir prestando un servicio oportuno a Procafecol en su estrategia de apertura de tiendas y franquicias en Colombia y el exterior.

Eficiente gestión de trillas mejora ingreso del productor

Como operador logístico de la FNC para la comercialización interna y externa de grano, Almacafé soporta toda la cadena de suministro, incluyendo compra directa en algunos puntos, recibo y calificación y almacenamiento de todo el café para cumplir compromisos de la Federación, Buencafé y Procafecol.

A septiembre, se recibieron más de 1,6 millones de sacos de 60 kg entre café pergamino estándar, cafés especiales y coproductos, estos últimos con una participación de 17,9%.

Para atender los compromisos de la Federación, y como responsable de transformar el café pergamino en verde, Almacafé aplica desde hace varios años el programa de Gestión de Trillas (planeación, programación, ejecución y control de todo el proceso productivo), que permite aprovechar al máximo el café pergamino, con altos estándares de calidad de los excelsos y coproductos y cumplir en la entrega al menor costo posible.

El indicador para medir la Gestión de Trillas es la diferencia entre el factor de rendimiento en la compra del café pergamino, que en promedio fue de 90,34 kg, y el factor de rendimiento en la trilla, de 91,08 kg, indicador que en 2018 fue de 0,74 kg, el nivel más bajo en los últimos tres años. Este mejor aprovechamiento de la materia prima y la mejor calidad del grano han permitido que a septiembre el porcentaje de excelsos obtenido en trilla se mantuviera en 76,9%.

Y con la Gerencia Comercial, Almacafé sigue investigando y desarrollando nuevos productos, procesos y estrategias comerciales que permitan agregar valor a los cafeteros colombianos.

Se ha logrado aprovechar al máximo la materia prima.

Medalla de bronce en París confirma a Almacafé como maestro tostador

Este año, Almacafé recibió la medalla de bronce con un café del Huila y el reconocimiento de café gourmet con un café del Cauca en el concurso

“Cafés tostados al origen”, organizado cada año por la Agencia para la Valorización de Productos Agrícolas (AVPA).

Como gran vitrina, los concursantes presentan

café tostados en sus países de origen para que los consumidores perciban sus cualidades organolépticas excepcionales, buscando destacar las mejores características del grano

con la tostión adecuada para cada perfil.

Almacafé participó en el concurso con tres cafés, tostados en el nuevo complejo de Soacha, para preparación en prensa francesa, procedentes de los siguientes municipios:

1. Santa María, Huila.
2. Inzá, Cauca.
3. Toledo/Labateca, Norte de Santander.

Se resaltan las mejores características del grano con la tostión adecuada para cada perfil.

almacafé . Su logística, nuestra alma

Nuestros Sectores



Café



Agroindustrial



Industrial



Comercial

Almacafé es el primer
operador logístico integral
4PL en Colombia.

Ofrecemos servicios de
optimización en todos los
eslabones de la cadena de
abastecimiento

Contamos con 23 puntos
estratégicos a nivel
nacional y presencia en los
principales puertos.

Gestión de Compras



Agenciamiento
Aduanero



Almacenamiento



Gestión de Transporte

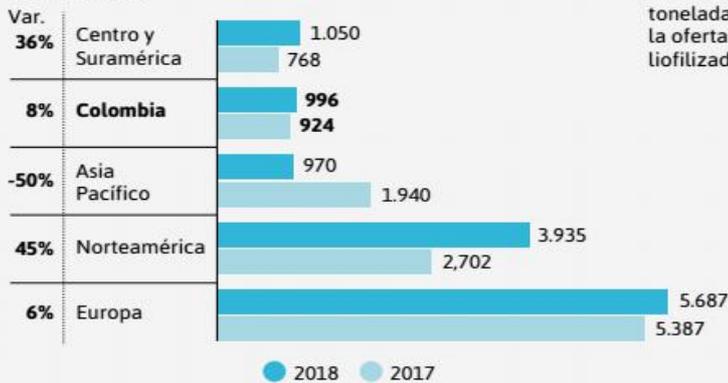


Servicios
Especializados en Café



Distribución y Despachos

Ventas y variación de volúmenes por mercado
(En toneladas)



20.000

toneladas adicionales es la oferta de productos liofilizados en el mundo

Participación de Buencafé en el mercado mundial
(En porcentaje)

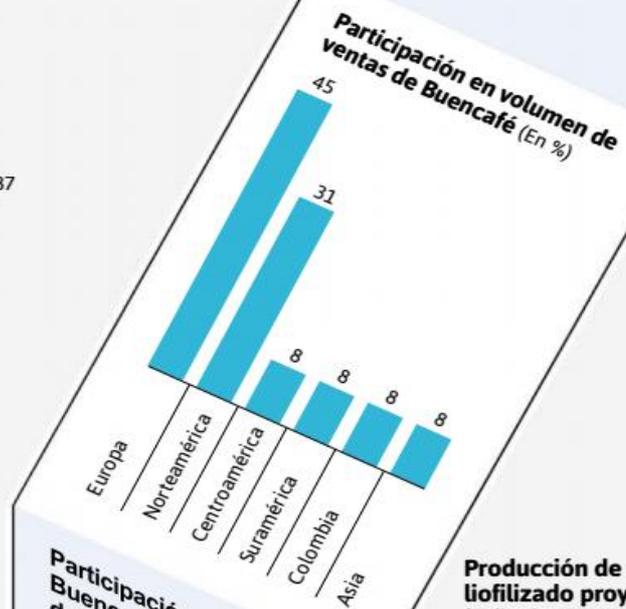


12.638

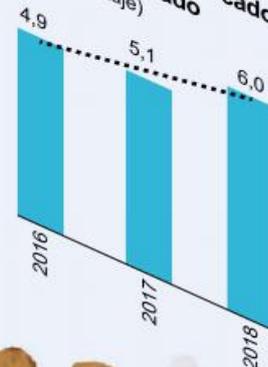
toneladas serían las ventas al cierre de 2018 de Buencafé

7,7%

más con respecto a 2017 y 15% más que en 2016.



Participación mundial de Buencafé en el mercado de café liofilizado
(En porcentaje)



Producción de café liofilizado proyectada
(A dic. de 2018. En toneladas)



12%

en valor, posicionan a Buendía como la segunda marca de mayor crecimiento en el canal de cadenas de supermercados



10%

es el aumento en el costo de café liofilizado en 2018 frente al año previo

USD 0,90

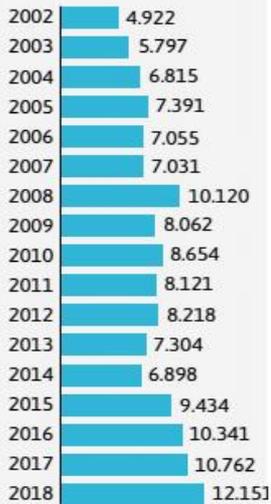
por kg, de los cuales 60% ha sido por mayor precio de la materia prima.

Buencafé alcanza ventas récord estimadas en 12.638 toneladas

La fábrica de café liofilizado sigue consolidándose como una de las empresas que más valor agregado genera para los caficultores colombianos. Su participación en el mercado mundial aumenta a 6% y sus ingresos cerrarían el año en USD 153 millones.

Producción de café liofilizado

(2002 a 2018. En toneladas)



11%

es el crecimiento proyectado en ventas de la marca Buendía al cierre de 2018

360

toneladas más con respecto al año anterior, sería el crecimiento en ventas de esta marca al cierre del 2018

Al cierre de 2018, se estiman ventas de 12.638 toneladas, 7,7% más con respecto a 2017 y 15% más que en 2016. Este crecimiento de ventas supera por mucho la tendencia de crecimiento mundial en producción y consumo de café liofilizado, de 1,4% anual.

Europa es el mercado más representativo en volumen de ventas con 45%, seguido por Norteamérica, que pasó de 23% en 2017 a 31% en 2018. A estos mercados le siguen Centro y Suramérica, Colombia y Asia, con el 8% de participación.

Buencafé sigue así cumpliendo su propósito de generar una comercialización sostenible y de valor agregado, pese a la mayor oferta de productos liofilizados en el mundo, que se calcula puede alcanzar las 20.000 toneladas adicionales, y a

que las buenas cosechas en Brasil, Vietnam y Centroamérica han hecho caer el precio del café.

Este crecimiento en ventas hace que la participación de Buencafé en el mercado mundial de café liofilizado haya aumentado de 4,9% en 2017 a 6% al cierre de 2018, siendo cada vez más reconocido como uno de los proveedores más relevantes en el segmento *premium* de los cafés solubles liofilizados.

Con el fin de ampliar el portafolio de la empresa, blindarse ante la escasez de materia prima nacional y hacer frente a un mercado competido (con una creciente oferta de productos), a mediados de año el Comité Nacional de Cafeteros aprobó la importación de café verde e industrializado de otros orígenes con algunos recursos del Fondo Nacional del Café.

Buendía crece 11% en Colombia

La marca Buendía en el mercado colombiano ha tenido excelentes resultados: el estimado de cierre de ventas para 2018 es de unas 360 toneladas, 11% más que el año anterior. Buendía se posiciona así como la segunda marca de mayor crecimiento en el canal de cadenas de supermercados, con una participación de 12% en valor.

Los significativos resultados se deben a las estrategias comerciales planeadas, las cuales contemplaron actividades focalizadas en incrementar la codificación en supermercados, actividades de apoyo y promoción en mayoristas, y el incremento en cobertura en el canal tradicional.

La producción de café liofilizado proyectada a diciembre de 2018 es de 12.151 toneladas, 1.389

toneladas o 13% más que en 2017, un nuevo récord en Buencafé.

Estos buenos resultados se deben a que desde octubre de 2017 se dispone de nuevos recursos para aumentar la capacidad de producción, como: clarificadora, evaporador, sistema de limpieza in situ y tanques de almacenamiento de extracto, lo que a su vez ha permitido satisfacer la demanda.

En lo financiero, los ingresos han sido de USD 107 millones, 9% más con respecto al año anterior. Se estima que al cierre de 2018 alcancen USD 153 millones, 16% más frente a 2017. Sin embargo, 2018 muestra un aumento de 10% en el costo de producción de café liofilizado frente al año previo, o USD 0,90 por kg, de los cuales 60% ha sido por mayor precio de la materia prima.

Ingresos

(En millones de dólares)



*16% más frente a 2017



Ventas de Procafecol crecen 15,6% en los últimos 5 años

Desde su creación, la empresa que opera la marca y cadena de tiendas Juan Valdez ha transferido regalías por más de 100 mil millones de pesos al FoNC, que financia bienes y servicios públicos que benefician al conjunto de los productores. La cadena llegó a 292 tiendas en Colombia y 124 en el exterior.

Los ingresos operacionales de Procafecol registran una tasa de crecimiento anual compuesto de 15,6% en los últimos 5 años, producto de los esfuerzos por aumentar y consolidar las ventas en los diferentes canales tanto en el mercado local como en el internacional.

Este crecimiento sostenido, sumado a una optimización de costos, ha permitido un aumento exponencial de las regalías transferidas a los caficultores en los últimos cinco años. Desde su creación en 2002, Procafecol ha transferido regalías por más de 100 mil millones de pesos al FoNC, que financia bienes y servicios públicos que benefician al conjunto de los productores.

Además de las nuevas tiendas, al crecimiento de los ingresos han contribuido acciones innovadoras como la apertura de nuevos mercados institucionales, como con la cadena de cruceros Pullmantour (Royal Caribbean

International), desarrollar la primera zona de experiencia Juan Valdez en un supermercado y comercializar bebidas a base de café en máquinas expendedoras de autoservicio.

La compañía sigue posicionando su propuesta de valor con nuevas experiencias de consumo de café premium colombiano.

Siguiendo el plan de expansión, en 2018 se abrieron 33 nuevas tiendas en el país (Barranquilla, Pereira, Bogotá, Medellín, Santa Marta, CC San Diego, San Gil, Cartagena, Manizales, Cali y Tunja), un crecimiento de 4,9%, para alcanzar 292 establecimientos. Las nuevas tiendas buscan fortalecer la marca y acercarla a nuevos consumidores.

Al cierre de año, las ventas en el canal de grandes superficies habrán crecido 11,1% y en el institucional 16% frente al año anterior.

En el plano internacional, se han abierto nuevos mercados

para la marca en España, Guyana, Argentina, Polonia y Puerto Rico. Con 12 nuevas aperturas se alcanzan 124 tiendas en 13 países, y se logra presencia vía los diferentes canales en 30 países.

En el canal de tiendas se tiene una recordación de marca de 63%. La experiencia se ha fortalecido con más de 17 proyectos de innovación, hasta alcanzar ventas por más de \$2.000 millones. El 51% de las ventas en tiendas en Colombia son fidelizadas y 51% de bebidas a base de espresso se preparan con café de origen, pilar en el que se seguirá trabajando para dar mayor valor a los caficultores.

En supermercados se tiene una participación de 9% en ventas en la categoría de café molido y 46,4% en la categoría premium.

En materia de comunicación, se han logrado 238 notas periodísticas, y las 25 cuentas en redes sociales tienen más de 4,7 millones de seguidores,

lo que contribuye a un reconocimiento de marca en Latinoamérica de 78%.

En cuanto a reconocimientos, este año Procafecol se convirtió en una de las primeras empresas en obtener el sello "empresa incluyente" otorgado por la ANDI, que reconoce el compromiso por apostar a modelos sostenibles que generen impactos positivos en la sociedad. Y en el canal de supermercados ha sido nominada como proveedor del año de Grupo Éxito gracias a su excelente gestión.

Nuevo café liofilizado micromolido y nuevo sistema Amigos

Para agregar valor a la marca y a los caficultores, se lanzó el nuevo café liofilizado micromolido –que acentúa el aroma y sabor de la bebida–, presente hoy en supermercados de Colombia, y se desarrolló una nueva plataforma Amigos, para fidelización de los clientes la cual crece cada vez más.

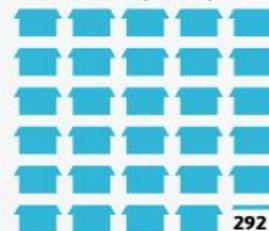
\$100

mil millones ha transferido en regalías la cadena de tiendas Juan Valdez al FoNC desde su creación

Número de tiendas

Igual a 10

En Colombia (a 2018)



Se abrieron en 2018

33

(Barranquilla, Pereira, Bogotá, Medellín, Santa Marta, CC San Diego, San Gil, Cartagena, Manizales, Cali y Tunja)

En el exterior



13

es el número de países donde tienen presencia las tiendas Juan Valdez

15,6%

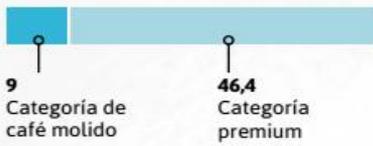
es la tasa de crecimiento de los ingresos operacionales de Procafecol en los últimos 5 años

\$2.000

millones son las ventas en el canal tiendas con más de 17 proyectos de innovación



Participación en supermercados
(Porcentaje de ventas)



238

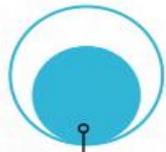
notas periodísticas se han logrado en materia de comunicación

25

cuentas en redes sociales tienen más de 4,7 millones de seguidores



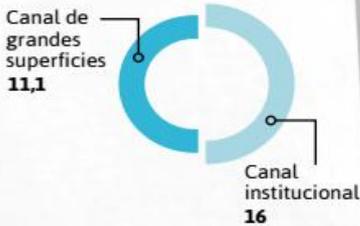
78% es el reconocimiento de marca en Latinoamérica



51% de las ventas en tiendas en Colombia son fidelizadas

Crecimiento de ventas al cierre de 2018
(En % frente al año anterior)

(En % frente al año anterior)

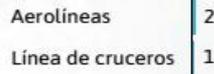


63%

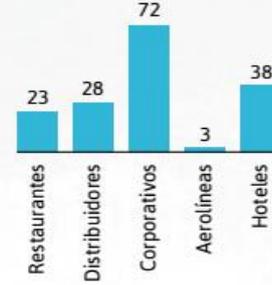
es la recordación de marca en el canal de tiendas de Juan Valdez®

Panorama de los canales comerciales A nivel institucional

En el exterior

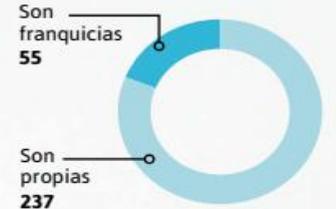


En Colombia



Tiendas

De las 292 en Colombia



71%

es la participación en ventas de las tiendas Juan Valdez en el país

4%

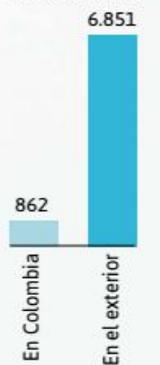
es la participación en ventas de las tiendas en el exterior

Retail

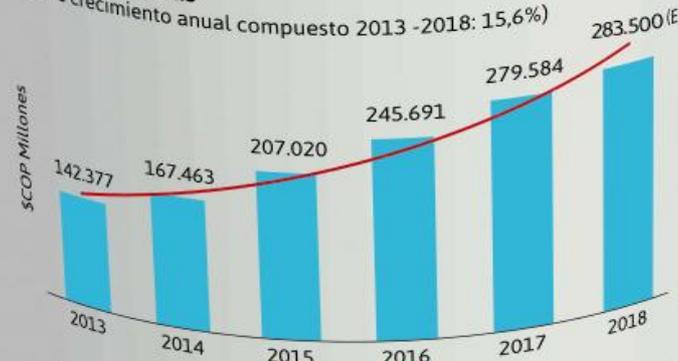
La participación en ventas de este canal es **11%** en Colombia



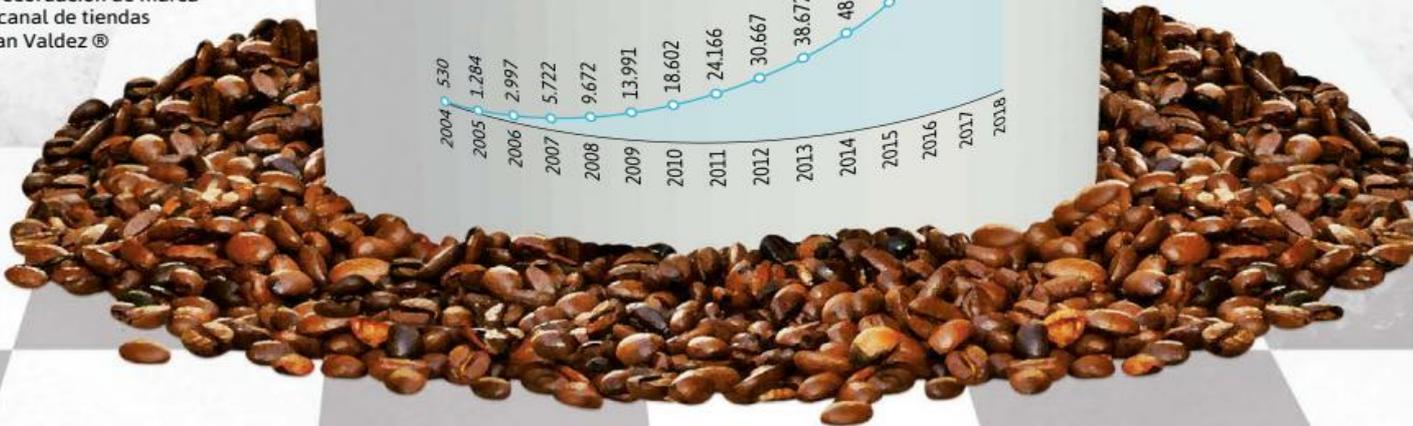
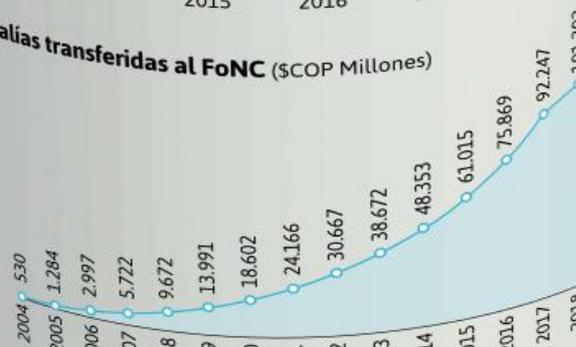
Los puntos de venta



Evolución en ventas
(Tasa de crecimiento anual compuesto 2013 -2018: 15,6%)



Regalías transferidas al FoNC (\$COPI Millones)



Cafés de Colombia Expo recibe 17 mil asistentes

Esta feria, la más importante de América Latina y el Caribe en su tipo, se ha convertido en la principal vitrina para mostrar la gran diversidad de cafés especiales colombianos.

Consolidada como la feria de cafés especiales más importante en América Latina y el Caribe, del 3 al 6 de octubre en Corferias se llevó a cabo la 11 edición de Cafés de Colombia Expo, con la asistencia de 17 mil personas (la segunda mayor de su historia), 108 expositores (28% más que el año pasado) y más de 80 compradores nacionales e internacionales.

La agenda académica incluyó temas sobre tendencias e innovaciones en el cultivo de café para reducir los costos de producción y mejorar la rentabilidad de los productores.

Con una amplia muestra comercial y una enriquecedora agenda académica, Cafés de Colombia Expo 2018 reúne cada año en un solo lugar toda la cadena de valor del grano, desde la semilla hasta la taza.

La institucionalidad cafetera dispuso de un stand para mostrar la gran diversidad del café de Colombia, los resultados de las elecciones cafeteras y los logros de la FNC en procura del bienestar del caficultor y su familia.

Como ya es tradición, la feria fue también sede de los dos campeonatos más importantes de la industria:

XIII Campeonato Colombiano de Baristas

Organizado por Café de Colombia y avalado por la World Coffee Events, reunió a los mejores baristas del país para elegir a quien



representará a Colombia en el campeonato mundial 2019.

La gran novedad en esta edición fue la realización de tres eliminatorias regionales, en Armenia, Tunja y Popayán. Este año el ganador fue Joanni Largo, de Juan Valdez Café.

VIII Campeonato Colombiano de Catadores

Organizada por la Café de Colombia y avalada por la World Coffee Events, esta competencia evalúa la velocidad, habilidad y precisión de los contendores para identificar, con ayuda del olfato y el gusto, el café distinto en un grupo de tres tazas (dos con cafés idénticos).

El ganador de este año, el joven nariñense Harol Lasso, de apenas 19 años, representará a Colombia en el Campeonato Mundial de Catadores 2019.



Café x 2

En una de las principales novedades de la edición de este año, se llevó a cabo el concurso Café x 2, pensado para aficionados y amantes del café. Y la pareja padre-hijo ganadora, Juan Pablo y Wilmar Segura, de Topaipí, Cundinamarca, es el mejor ejemplo de empalme generacional en torno al café. Como reconocimiento, la pareja obtuvo un viaje al origen para conocer el mágico mundo del café desde la semilla hasta la taza y visitar lugares representativos como el Parque del Café.

En el marco de la Feria, los 31 mejores lotes del Tercer Concurso Nacional de Calidad "Colombia, Tierra de Diversidad" (incluidos los ganadores) participaron en una emocionante subasta en vivo ante compradores en su mayoría internacionales.



FNC, Café de Colombia y Juan Valdez asisten a 14 ferias internacionales

Esta participación, la presencia en medios especializados y comunicación más cercana con jóvenes consolidan el renombre de la marca y atraen a nuevos consumidores.

La FNC, Café de Colombia y el icónico Juan Valdez también participaron, a lo largo del año, en otras importantes ferias y eventos de la industria, que contribuyen a posicionar el producto insignia del país como el origen más importante en la mente de los consumidores.

La convención anual de la Asociación Nacional de Café de Estados Unidos (NCA); la feria SCA (el evento de cafés especiales más grande del mundo) en Seattle; el Festival de Alimentos de las Américas organizado por la OEA en Washington DC; el New York Coffee Festival (primera participación); la feria de la Asociación de Cafés Especiales de Japón (SCAJ), en Tokio, a la que asistieron unas 34.500 personas; Coffee Expo y Café Show en Seúl; Hotelex en Shanghái, Beijing y Guangzhou, y Café Show China en Beijing; Coffee Festival y World of Coffee (como invitado especial) en Ámsterdam; Milano Coffee Festival, la feria de marcas propias PLMA y el encuentro de la Asociación de Comercializadores de Café de Suiza fueron algunas de las ferias y eventos en los que la FNC y Café de Colombia se hicieron presentes.

Estas participaciones dan continuidad a la estrategia de unificación de mensaje e imagen para que la marca Café de Colombia sea percibida

como activa y consistente. Mención aparte en Colombia merece el I Encuentro Nacional de Jueces, organizado por la Café de Colombia con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), que fue un espacio donde los jueces de concursos de barismo ampliaron sus conocimientos sobre café más allá del barismo, con temáticas de cosecha, post cosecha y calidades.

Juan Valdez asiste a 70 eventos nacionales e internacionales

El personaje Juan Valdez no sólo es abanderado de los cafeteros, sino de Colombia: sigue siendo un ícono a nivel nacional e internacional de vital importancia para la estrategia de relacionamiento directo y posicionamiento del Café de Colombia. En 2018, estuvo presente en más de 44 eventos y ferias nacionales e internacionales, y se espera que al cierre del año haya asistido a unos 70 eventos.

Entre los eventos destacados a los que asistió Juan Valdez este año están la feria SCAJ y el lanzamiento de la campaña con Kentucky Fried Chicken en Tokio, Japón; la feria SCA en Seattle, EEUU; World of Coffee en Ámsterdam y Cafés de Colombia Expo en Bogotá (Corferias).

Café de Colombia, presente en reconocidos medios de la industria

En línea con el objetivo de posicionar la marca y el café colombiano en el imaginario de los consumidores y la industria, Café de Colombia ocupó espacios importantes en los medios impresos más reconocidos del sector, entre ellos Roast, Tea&Coffee, Barista, Coffee Talk y GCR.

Esta presencia no solo ayuda a crear y mantener reconocimiento de marca para Café de Colombia, sino a explicar por qué el café colombiano es un producto diverso, único en perfiles y orígenes, y respaldado por una cultura cafetera de más de 90 años.

En cuanto a presencia en redes sociales, este año la estrategia abarcó, además de contenido sobre orígenes, métodos de preparación y novedades que mejoran la experiencia del consumidor, lo que incentivó la interacción de la marca en Facebook, Twitter e Instagram. Este año Café de Colombia se volvió una marca más cercana a sus seguidores, al ayudarlos a entender la importancia del café, conocer a las comunidades que lo cultivan y resolver dudas sobre el producto y la industria.

Licenciarios del Programa 100% aumentan 15%

Este programa es una alianza entre los cafeteros colombianos y

toastadores que permite a sus miembros usar las marcas Café de Colombia y Paisaje Cultural Cafetero en sus empaques, como una forma de resaltar la calidad ligada al origen y la diferenciación.

El programa es único en el mundo por su dimensión y capacidad de comunicación: los miembros aceptan cumplir códigos éticos, de conducta y respetan el origen del grano. Cumpliendo estas condiciones, usan el logo Café de Colombia como distintivo y símbolo de una comunidad de intereses y valores: arduo trabajo, calidad, esfuerzo, voluntad de hacer las cosas bien y llevar al mercado un producto de calidad superior.

Gracias a la gestión de la FNC para un mejor posicionamiento, se pasó de 138 licenciarios en 2017 a 160 en 2018, un aumento de 15%. Las marcas participantes aumentaron de 425 en 2017 a 488 en 2018, 12,9% más.

Una comunicación más cercana con los más jóvenes

#Traíganlecafé es una iniciativa de comunicación lanzada en 2018 para conectar a los centenarios (Generación Z o posmileniales, nacidos entre 1994 y 2010) y mileniales (nacidos entre 1981 y 1994) con el café colombiano. El objetivo es impactar a 70% de la población de entre 15 y 24

años que navega en la red y aumentar el número de seguidores en redes sociales de Café de Colombia con acciones de comunicación relevantes en su día a día, buscando hacer del café un tema de conversación para la audiencia en redes sociales, universidades, eventos de entretenimiento, etc.

Con medios digitales, cuñas radiales y tomas en la calle se invita a jóvenes a comprar café. Por compras iguales o superiores a 50 mil pesos, al registrar las facturas en la página, los jóvenes recibieron tres boletas para un concierto el 17 de noviembre, en Bogotá, con los artistas Martina La Peligrosa, Alkilados y Kevin Florez.

Como resultado de esta campaña, la página de Facebook de Café de Colombia pasó de 328.041 seguidores a 351.928 a finales de agosto, 7% más en solo tres meses. En mayo había 203 usuarios interactuando con la marca en Facebook y a finales de agosto estas interacciones aumentaron a 2.632 usuarios diarios.

En Japón, la FNC tiene varios canales (blog, páginas propias) y redes sociales (Twitter, Facebook, Blog, YouTube, Instagram) en japonés con información relevante sobre Café de Colombia, productos y actividades. También hay nuevos contenidos en coreano para redes sociales y la página web de Café de Colombia.



Más de \$42 mil millones destinan las cooperativas de caficultores a inversión social

Las 33 cooperativas de caficultores del país juegan un rol fundamental en la sostenibilidad del sector cafetero, pues además de aplicar la garantía de compra (el bien público más valorado por los productores), destinan importantes recursos a inversión social.

En junio pasado se dio a conocer que el año anterior las cooperativas destinaron 42 mil 117 millones de pesos a inversión social en sus asociados (suma equivalente al pago de un sobreprecio de \$14.859/carga).

“Las cooperativas de caficultores son el gran aliado de la institucionalidad cafetera en la aplicación de la garantía de compra, que beneficia al conjunto de los productores, y en contribuir a mejorar

su ingreso. En muchos casos, por su gran aporte social, son el gran colchón que ellos tienen para salir adelante”, destaca el Gerente General de la FNC, Roberto Vélez.

Por otro lado, en 2017 los almacenes de las cooperativas vendieron 4,8 millones de sacos de 50 kg de fertilizantes, cumpliendo con su papel de facilitar la adquisición de insumos productivos a los caficultores.

Han comprado 2,6 millones de sacos a septiembre

Garantizando la compra de café a los productores, entre enero y septiembre las 33 cooperativas de caficultores, a través de una red de 508 puntos de compra, adquirieron 2,6 millones de sacos de café de 60 kilos, lo que representa

\$10.459

millones a otros programas de inversión social (Solidaridad, salud, retorno cooperativo, revalorización de aportes y descuento en fertilizantes).

\$1.852

millones en apoyos para educación formal.

\$3.554

millones invertidos en educación no formal.

\$1.357

millones de aportes para jubilación BEPS.

\$24.895

millones a la inversión en los componentes social, productivo y laboral de la prima de sostenibilidad del estándar de Comercio Justo FLO.

una participación de 26% en la compra de la cosecha. Del total de café comercializado por las cooperativas, 38% (1,2 millones de sacos) fue negociado con Almacafé, con destino al FoNC, tres puntos porcentuales menos frente al 41% de 2017; 32% (978 mil sacos) se destinó a la exportación a través de Expocafé, y 30% (883 mil sacos) se vendieron a particulares.

Cabe recordar que un alto porcentaje de la cosecha se concentra en el último trimestre del año.

Para aplicar la garantía de compra, las cooperativas usaron recursos de la línea de crédito del FoNC para financiar 28% del volumen adquirido por ellas en lo corrido del año.

A septiembre, los Comités

Departamentales de Cafeteros mantuvieron avales a las cooperativas por más de \$159 mil millones, lo que permitió suministrarles recursos por la Línea de Financiamiento de Café por \$364.561 millones y por la Línea de Financiamiento para compra de Insumos Agrícolas por \$78.582 millones. También se han mantenido créditos vía el Fondo de Financiamiento Cooperativo por \$ 347 millones.

En el consolidado, las 33 cooperativas arrojaron excedentes netos al 31 de agosto por \$5.917 millones, que les han permitido fortalecer su patrimonio, que asciende a \$477.850 millones, con un capital de trabajo de \$202.144 millones.

Entrega a futuro, alternativa para gestionar el precio de venta del café

Es importante recordar que la Federación de Cafeteros no establece el precio del café. El precio internacional en la Bolsa de Nueva York y la tasa de cambio son las dos principales variables que lo determinan.

En la búsqueda por la rentabilidad del caficultor, la FNC, a través de la extensa red de Cooperativas de Caficultores del país, pone a disposición de los productores del país, la venta de café con entrega a futuro, herramienta que le permitirá gestionar el precio de venta de su café.

¿Cómo funciona esta herramienta?

Le permite al caficultor anticipar la venta de su café hasta 24 meses antes de su cosecha, definiendo el precio con entrega a futuro y comprometiéndose a entregarlo en una fecha específica.

¿Cuándo se hace efectiva?

El café debe ser entregado con la calidad acordada y en la fecha pactada en el contrato establecido con cada cooperativa. El precio que recibe el caficultor en el momento de la entrega del café es el acordado al inicio del contrato.

PASOS PARA VENDER

- 

1. El productor escoge el mes de entrega del café de acuerdo a su ciclo de cosecha y define el precio futuro al que quiere vender.
- 

2. Si las condiciones de mercado alcanzan el precio definido, la cooperativa confirma al caficultor la negociación donde se acuerdan: el mes de entrega, volumen, condiciones de calidad y precio.
- 

3. Estas condiciones se confirman por escrito a través de un documento entregado por la cooperativa al caficultor y se convierten en las reglas de cumplimiento entre ambas partes.
- 

4. El pago final del café será el inicialmente acordado en la negociación, el cual se hará efectivo en el mes de entrega física del café escogido por el caficultor.



RECUERDE QUE:



- Las condiciones de negociación quedan definidas y se pactan con anticipación a la entrega del café.
- El volumen mínimo de venta es de 200 kilos de café pergamino.
- Este mecanismo de venta no tiene ningún costo para el caficultor.
- El precio de referencia vigente del día, en el momento de la entrega.
- El volumen máximo a comprometer por esta modalidad debe ser inferior al estimado de producción. Se recomienda que sea máximo el 50%.
- El caficultor se compromete y debe cumplir con las condiciones de entrega del café pactadas con la cooperativa, independientemente del

‘Lo hicimos bien en un año muy complejo’

Roberto Vélez Vallejo,
Gerente General

Las Elecciones Cafeteras con mayor participación de mujeres y jóvenes; aprovechar la coyuntura de bajos precios para captar la atención de la industria global sobre la necesidad de retribuir mejor a los productores; la relación con el nuevo Gobierno; innovaciones tecnológicas que elevan la productividad y la rentabilidad, y una sólida unión gremial son frutos que marcan la gestión institucional este año.

¿Qué hechos fundamentales marcaron el 2018?

En rentabilidad, ha sido un año complicado para la caficultura, uno que terminó menos mal que lo que llegamos a pensar. Los precios tuvieron más de 20 meses seguidos de baja, algo preocupante; insistí en que era un fenómeno más cargado de especulación que de realidad entre oferta y demanda de café. Aunque sabíamos que iba a haber una mayor oferta por la bienalidad en Brasil (un año de cosecha baja, uno de alta y así), terminó siendo una cosecha muy alta porque tuvieron buenas condiciones de clima, con más de 60 millones de sacos. Vietnam se recuperó, igual Centroamérica, entonces el mercado se sentía bien servido.

Eso hacía prever que el mercado y la bolsa de Nueva York, que habían estado hacia un año en 1,50 dólares, pudieran bajar a niveles de 1,20, pero nadie imaginaba que llegaría a 95 centavos. Esto nos sorprendió a todos y pasamos un gran susto (todos los cafeteros, y no sólo de Colombia, sino del mundo). Insisto: a esos niveles la caficultura no es viable en ningún país.

Tomamos esto como una oportunidad para hablar con la industria, mandarle una nota a nombre de los países productores, originada por nosotros acá en Colombia, para decir a toda la cadena que no podíamos seguir a esos niveles, que el cafetero no puede vender su cosecha por debajo del costo de producción.

Rentabilidad, legitimidad y resiliencia, lema del Congreso Cafetero...

Sí, este lema engloba lo que ha sido el 2018. Resiliencia porque el cafetero no dio su brazo a torcer: a pesar de lo complejo de este año con bajos precios, la gente siguió y siguió animada. Por otra parte, nunca perdimos el foco de la rentabilidad, que pasa por reducir costos, optimizar la recolección, hacerla más eficiente con nuevos métodos y tecnologías. La derribadora es un hito en la caficultura colombiana y mundial.

Y trabajamos en nuevos temas: cómo hacer la fertilización más barata y eficiente, cómo llegar a los mercados de mayor valor. Este año hicimos más de 100 eventos de cafés especiales, pusimos a Colombia en los nichos más altos para recoger mejores precios para los productores. Un productor logró vender su café a 50 dólares por libra, algo impresionante, casi 50 veces el precio estándar. En esa subasta había más de 40 o 50 productores y el que menos recibió alcanzó 2 dólares. Ahí hay un esfuerzo institucional inmenso para que el productor reciba mejores precios. Y este año con las elecciones se renovó la legitimidad del gremio y no solo se renovó la dirigencia cafetera, sino que lo ha hecho con un cambio significativo en su composición, con más mujeres y jóvenes, lo que sin duda dará nuevo aire a la organización.

Gracias al liderazgo de FNC, el reclamo por el bajo precio dejó de ser algo local. ¿En qué consiste la solución que usted plantea?

En esto ya llevamos tres años, lo que yo llevo en la Gerencia, tratando de moldearlo y ponerlo en orden, visibilizándolo. Desde el Foro Mundial de Productores, en julio del 2017 en Medellín, insistimos en que tenemos unos problemas que impactan toda la cadena y necesitamos, desde quien sirve la taza hasta quien produce el grano (y en medio hay quienes tuestan el café, lo venden, los supermercados, quienes lo importan, etc.), sentarnos a buscar soluciones colectivas. En Medellín enunciamos algunos desafíos: cambio climático, empalme generacional, volatilidad de precios. Esto ha sido una constante construcción de conciencia colectiva de la cadena para llegar a la industria y decirle: ‘Mire, tenemos un negocio que sigue creciendo. Cada año hay más demanda, pero debemos buscar respuestas a los problemas comunes porque pueden acarrear desabastecimiento. Si no hay buenos precios, la gente no siembra, no hay relevo.

¿Estaríamos hablando de proponer un modelo similar al acuerdo internacional del café, como el que funcionó hasta 1989?

La diferencia es que ese pacto internacional era político, entre gobiernos; aquí el llamado es a que los actores mismos de la cadena se sienten y logren un acuerdo. Hemos dicho a la industria ‘comprométase a que nunca va a pagar por debajo del costo de producción más una rentabilidad para el caficultor’; de otra forma, es imposible planear y acompañar el creciente consumo. Algunos en la industria empiezan a entender que hay un valor agregado en sentarse con los productores.

En generación de relevo, hemos dicho que si no logramos atraer a los muchachos con alguna garantía de que el negocio del café no va a ser perdedor, es muy difícil continuarlo.

Y en cambio climático, sabemos que va a





ver picos de lluvia y sequía, hemos desarrollado variedades más resilientes, pero el estudio hagámoslo entre toda la cadena.

¿Cómo ha reaccionado la industria a estas propuestas de sostenibilidad y de corresponsabilidad de toda la cadena?

Uno entiende que las empresas afuera busquen hacer plata y si usted compra la materia prima, entre más barato mejor, pero eso se está revaluando. Para valorar una empresa hay muchos parámetros, como ventas y utilidades, pero hay otro clave, la sostenibilidad a futuro.

Y si uno ve que el precio y la producción están tan apretados, puede haber un problema y el valor de la compañía cae, por eso ellas también están interesadas en que esto sea una colaboración conjunta. He dicho a la industria 'Esto no les vale nada', comprometerse con Colombia, por

ejemplo, a pagar la carga a \$950 mil es pagar entre 1,50 y 1,70 dólares, nada respecto de lo que en realidad vale y genera el café.



El próximo año Brasil será sede del Segundo Foro Mundial de Productores de Café. ¿Qué rol debería cumplir ahí la industria global?

Con orgullo digo que nuestro Foro se volvió una cita obligada: ya la gente no espera la reunión de la OIC (que sigue existiendo) o las conferencias, está enfocada en el Foro cafetero. En su segunda edición van a pasar muchas cosas: tendremos las conclusiones del Profesor Jeffrey Sachs que le pedimos desde el foro en Medellín, cómo se distribuye la cadena de valor según alguien independiente. Vamos a conocer la relación entre precio pagado y utilidades para los productores; evidentemente confirmaremos que la utilidad, cuando la hay, es mínima y eso dará pie a que la industria empiece a tomar cartas en el asunto. Luego viene seguir tocando puertas y decir 'Mire, aquí hay una mala distribución de las utilidades', ya no dicho por los productores, sino por una persona con todo el conocimiento, y todo esto enmarcado en la sostenibilidad.

Y allí hay muchas de las propuestas hechas al principio del milenio, los objetivos de desarrollo sostenible con los cuales los países se comprometieron, muchos sacados al aire superficialmente. Uno puede empezar a trabajar con gobiernos y decirles 'Mire, nosotros estamos cumpliendo, pero como que la industria no le jala mucho a esto'.

Un actor clave es el consumidor, ¿qué puede hacer este para motivar a la industria?

Hemos empezado a involucrarlo y es, digamos, la gran arma para cerrar el círculo virtuoso al que queremos llegar: un consumidor más consciente. En las conversaciones con la industria hemos dicho 'Comprométase conmigo, con toda la cadena y salimos todos a decir al consumidor "Mire, aquí tiene un producto de toda la cadena comprometida con la sostenibilidad, pague un poco más"'. A ese consumidor no le importaría pagar 10, 15 centavos más

por una taza, pero que lleguen al caficultor y con eso arreglamos parte del problema.

El consumidor ya paga la buena calidad del café, pero no conoce qué hay detrás, quiénes lo producen...

Así es, el consumidor no sabe de ese desbalance, que al productor no llegan tres o cuatro dólares por libra de la taza, sino a duras penas tres centavos, eso no lo tiene tan claro, y una vez que eso se pone al descubierto, tiene reacciones complicadas. Por eso hay que ser cuidadosos. Uno no quiere que el consumidor diga 'Desde ahora ya no tomo café'. Hay que ser estratégicos en el mensaje; a eso sí le teme la industria, una mala reputación, que digan tal o cual empresa comete una injusticia con los productores. Cada que hablo de este tema (resaltándolo con periodistas internacionales) y explico esa repartición en la cadena, siempre surge un 'esto es injusto' y lo es, un producto con el que muchos hacen mucha plata, pero no la comparten.

... toda una estrategia diplomática de la FNC, de ahí el importante apoyo de sus oficinas en el exterior...

Es cierto. Nuestra oficina en Nueva York ha sido el pivote encargado de coordinar todo este esquema con los países productores, la que organiza los encuentros, las conversaciones, la que va dando cuerpo a las ideas, porque el Foro dejó de ser un grupo de países ad hoc para volverse algo más formal. Si no hubiera oficina en Nueva York esto no andaría como va. Hoy todo mundo mira para dónde vamos, retomamos el liderazgo internacional.

Esto en efecto se volvió diplomacia, incluso de país, porque hablé con el Canciller Holmes y con el Presidente Duque y lo van a incorporar en la estrategia diplomática; ya nuestras embajadas, así como el Canciller y el Presidente cuando salen, hablarán de la necesidad de coordinación entre industria y países productores.

Es un tema crucial, porque los acuerdos no se logran de un día para otro...

Sin duda. A la gente le da un poco de desespero. Dicen: '¿Esto para cuándo o esto empieza ya?' Y no, tiene una maduración pero la bola corre y toma impulso, y si llegamos a lo que apuntamos, tendremos un mundo del café distinto, con un cafetero que pueda hacer tranquilo lo que le gusta, producir café a sabiendas de que será remunerado de forma justa y tendrá al menos una utilidad. Con esto cambiaríamos la historia del café, pero invitaría a otros gremios a hacer lo mismo, que sus productores también reciban un precio justo, que nunca esté por debajo del costo de producción... Sería un nuevo relacionamiento entre países desarrollados y en vías de desarrollo.

Toma fuerza el tema de un fondo de estabilización de precios, ¿qué está haciendo la FNC al respecto?

Desde que recorrí los diferentes Comités como candidato a la Gerencia, la gente hablaba del fondo de estabilización, y desde el día uno que llegué aquí una de las órdenes fue 'Empecemos a trabajar en ese fondo'. Llevamos tres años de trabajo continuo, a veces con los congresistas (como iniciativa legislativa), otras nosotros mismos con académicos del exterior para mirar qué es un fondo de estabilización

y la mejor forma de montarlo. Esto luego se volvió una promesa de campaña del Presidente Duque y ha tomado dimensión para terminar como un mecanismo que apoye a los cafeteros cuando los precios estén muy bajos. Esto hay que refinarlo, es una aspiración justa de los cafeteros, y estoy seguro de que va a materializarse con recursos del Estado, porque los cafeteros no tenemos plata para poner en un fondo de ese tipo.

¿Qué herramientas para comercializar café a futuro ha diseñado la Federación?

Con respecto a otros gremios, vamos muy adelantados; en la venta a futuro, los precios siempre están más altos que los actuales. Si uno vende el café hacia delante, obtiene mejor cotización que la actual. Hay que tener muy claro cuánto me vale producir y cuánto voy a ganar, si mi costo son \$760.000 (lo que hemos hallado en promedio) y mañana pido una cotización para vender parte de mi cosecha a 2019 o 2020 y los precios son \$850.000 o \$900.000, pues obtengo una rentabilidad. Si llamo a mi cooperativa y digo que quiero vender el 30% o 40% de mi cosecha, garantizo que ese 40% ya tiene una utilidad decente. La gente cree que es mejor esperar y ese es un juego muy complicado, porque quien espera puede tener mejores precios, pero qué tal que caiga, que baje; entonces hay una

herramienta importante. Uno tiene que probar cómo le va, cómo se siente y de ahí en adelante evolucionar para que sea el esquema de estabilización de uno mismo como productor. Si la bolsa a futuro me da buenos precios, pues vendo a esos precios.

En lo gremial, ¿qué hay acerca de los nuevos integrantes de los Comités de Cafeteros?

Hay una legitimidad renovada en el gremio que pasó por unas elecciones cafeteras que nos dejaron muy complacidos. Bajó un poco el porcentaje de participación, pero estábamos en el punto más bajo de desánimo cafetero por los precios y atraer gente no era fácil. Pero 57% de participación es más alto que cualquiera de las votaciones en Colombia.

Tuvimos una renovación importante, mayor participación femenina: 15% de los cargos en los Comités Departamentales los ocupan mujeres, y 24% en los municipales. Hace poco en Boyacá se me acercó una jovencita y me dijo: 'Soy parte de ese grupo de jóvenes que ustedes invitaron y hoy soy parte del Comité Municipal'. Y uno dice qué orgullo, hemos atraído jóvenes y mujeres a la caficultura. Habrá nuevos participantes en el Comité Directivo, nueva sangre, que invitamos a que hagan parte de este acompañamiento a la administración.



Llegué a una cifra de la que me siento orgulloso. Haber estado cara a cara con más de 20 mil caficultores, quienes han podido hablar con el Gerente, compartir y conversar con él y transmitirle inquietudes. Y he tenido el gusto y honor de recoger eso y tratar de convertirlo en acciones de la Federación, porque con esa cantidad de insumos vamos programando la dirección en la que se mueve. Cuando llegué estaba la angustia de qué hacer con la recolección, con la formalización en el campo, cómo hacemos que el Gobierno entienda que pagamos unos trabajadores y nos deje descontar eso como costo de producción. Hemos venido recogiendo todos esos temas y trabajándolos todos.

Qué bueno es hablar siempre cara a cara con los caficultores...

Es de las actividades que más disfruto. Cuando salgo a zona cafetera y converso con ellos, siempre digo y me hago la reflexión 'Esto es mejor que estar en la oficina'. Ambas actividades son importantes, pero disfruto más hablar con los productores.

¿Qué sigue en innovación con los 80 años de experiencia de Cenicafé?

Antes de contestar, aprovecho para resaltar la visión que tuvieron los líderes que hace ocho décadas decidieron crear su centro de investigaciones, hoy es un referente mun-

dial y un motivo de orgullo para los cafeteros y todos los colombianos.

En cuanto a qué viene, muchas cosas. Uno, continuar su trabajo por la rentabilidad del caficultor y dos, por ejemplo, las centrales de beneficio. Allí debe haber un trabajo más enfocado, sacar centrales para producir café de forma sostenible y limpia, que el productor entregue sus frutos y alguien más beneficie el grano. El trabajo de Cenicafé debe ayudar a obtener cafés aún de mayor calidad y mejores precios.

¿Cómo va el plan 100/100, clave en la sostenibilidad de nuestra caficultura?

Ese plan es de largo vuelo y alcance. Cuando la Federación cumpla 100 años, en 2027, toda la caficultura colombiana debe tener un manto de sostenibilidad. Una nueva encuesta de campo nos permitirá saber dónde estamos, cuál es el punto de partida para esa meta. Allí el café colombiano tendrá las dos cualidades que pide cualquier consumidor: calidad y sostenibilidad.

¿Cómo trabaja Colombia para reducir la presencia de trazas o residuos químicos en el café que exporta?

Hemos hecho un gran trabajo. En mercados tan complejos como el japonés hicimos muestreos de embarques previos para saber si había trazas de agroquímicos prohibidos

en niveles que impidan el ingreso del café. También tratamos de que el cafetero tenga claro qué elementos puede o no aplicar. Y lo más importante, cuándo poner agroquímicos o pesticidas, pues debe pasar un tiempo para que esas sustancias actúen y desaparezcan del café.

Se trabaja en todos los frentes... Esta es una institución que no para.

¿Qué resultados hay en renovación de cafetales (variable estratégica de la caficultura)?

Aún no llegamos al número glorioso de las 90 mil hectáreas anuales, pero este año vamos a cerrar, aspiro, en 80 mil, 82 mil hectáreas, y eso me deja tranquilo y satisfecho porque se hace el trabajo; pero no podemos aflojar: esto sí es la columna vertebral de la producción de café a futuro.

¿Cuál es la salud financiera y comercial de las tiendas Juan Valdez?

Procafecol se consolida. Ha habido cambios en su dirección, en su visión estratégica, pero sigue avanzando. En Colombia se ha logrado una gran revolución: uno ve más tiendas, no digo competencia, más colegas en este crecimiento del consumo interno. Y aprovecho para invitar a los caficultores a que consuman café de buena calidad, ojalá de sus mismas fincas.

¿Cuál es la estrategia para aumentar el consumo interno de café?

Debemos hacer un gran revolcón y está ocurriendo, estamos en una 'revolución silenciosa' de consumo de café de alta calidad; en toda visita que hago (puede ser a la población o al grupo de cafeteros más pequeño), siempre sale una bolsita de café producida allí o por una asociación o por mujeres, esto es emprendimiento. Y son cafés de magnífica calidad. En los pueblos y zonas cafeteras se toma café de buena calidad.

En un anaquel de supermercado, además de los tradicionales, uno ve cafés de diversas regiones con características particulares. El consumidor está expuesto a eso: una vez toma cafés de alta calidad, no regresa a los de baja, y hay mucha mayor propensión a elevar el consumo.

¿Una propuesta para elevar el consumo es que los niños tomen café?

Lo es, y tenemos con el nuevo Gobierno la oportunidad de una promoción importante para las formulaciones que se dan a los niños en las escuelas, ojalá un café con leche, de alta propiedades. Tenemos todas las pruebas de que el café mejora la memoria, ayuda a que los niños se concentren más, dispersa a la juventud de irse por el lado de las drogas. Hay muchos beneficios que, teniendo el mejor café del mundo, debemos aprovechar.

¿Cómo va la relación con el nuevo Gobierno?

Muy bien, hemos encontrado mucha receptividad en el Gobierno del Presidente Duque. Su compromiso lo demostró cuando, recién empezando, nos asignó \$100 mil millones para ayudarnos en ese momento tan angustiante de precios, que prácticamente no usamos, solo una mínima parte porque por fortuna el mercado repuntó y nos sacó de esa olla tan dura donde estábamos.

Las diferentes expresiones del Gobierno en

voz de sus Ministros de Agricultura y Hacienda, del mismo Presidente, del Canciller, son de acompañamiento a los caficultores y a la caficultura.

En otro frente, ¿se trabaja con proyectos de ley concretos?

Sí, uno ya salió, el de costo presuntivo, 40%, de lo que uno puede deducir como costo en facturación, y ese es un gran empujón que dimos a la caficultura. Por otro lado, trabajamos el proyecto de ley de formalización laboral, que una persona que no gane el mínimo pueda participar del esquema de salud, seguridad y pensión, cosas que angustiaban al cafetero.

En resumen, ¿cuáles fueron los puntos trascendentales en 2018 para la caficultura colombiana?

Uno, las Elecciones Cafeteras, los cambios, la participación de mujeres y jóvenes. Dos, ante los bajos precios, haber captado la atención internacional sobre la producción de café y el estado de los caficultores. Tres, la relación con el nuevo Gobierno, algo fundamental. Y cuatro, una unión gremial que hace rato no veía.

¿Continuará con las visitas a los productores?

Sí, lo seguiremos haciendo. Me falta tiempo para poder ir adonde todos, me dicen 'Gerente, lo queremos tener en tal vereda, venga a tal municipio'. Uno entiende esa generosidad de los cafeteros, pero voy a seguir visitando a los productores.

Su mensaje final de cara a 2019...

Un agradecimiento a los productores por darnos la oportunidad de servirles, de comandar este barco llamado Federación. Y una palmada de ánimo en la espalda para todos, lo hicimos bien en un 2018 muy complejo.

Aspiro a que 2019 sea menos enredado y que a finales del próximo año podamos tener muchas cosas nuevas para los cafeteros de Colombia.



Fundación Manuel Mejía, líder en capacitación rural

Caficultores, sus familias y extensionistas han potenciado su conocimiento y habilidades gracias a los programas y talleres, tanto presenciales como virtuales, de la Fundación Manuel Mejía. Es tal su experiencia, que otros sectores piden su colaboración.

Con 57 años de experiencia, la Fundación Manuel Mejía (FMM), brazo académico de la Federación Nacional de Cafeteros, lidera procesos educativos que promueven el bienestar de los cafeteros, sus familias y demás comunidades rurales y urbanas, mediante el diseño, desarrollo e implementación de programas de capacitación.

En 2018, la FMM, en su sede educativa de Chinchiná, Caldas, formó 501 caficultores en programas enfocados a caficultura joven y productiva; institucionalidad cafetera; manejo de sistemas productivos con sostenibilidad social, ambiental y técnico-económica; buenas prácticas de cultivo y beneficio; negocio cafetero; mantenimiento de motores a gasolina, estacionarias y principios de electricidad, así como los talleres El caficultor, un empresario en el negocio del café; La mujer, líder en el contexto cafetero, y Jóvenes caficultores.

Dando continuidad al programa que inició en 2016, la FMM formó la tercera cohorte de Niños Pilos del Café, que busca promover el empalme generacional, haciendo que las niñas y niños conozcan la importancia de la caficultura y sus instituciones, así como su contribución al desarrollo socio-económico de la familia y las comunidades. Para este programa, la Federación, vía los Comités Departamentales, Cenicafe, Buencafé, Procafecol, la FMM y el Parque Nacional del Café, integra esfuerzos y coordina acciones forma-

tivas para los niños en reconocimiento de su buen desempeño académico y sus habilidades de liderazgo. En esta edición participaron 391 niñas y niños pilos, de 139 municipios, 229 veredas y 203 escuelas.

Dando continuidad al programa que inició en 2016, la FMM formó la tercera cohorte de Niños Pilos del Café, que busca promover el empalme generacional, haciendo que las niñas y niños conozcan la importancia de la caficultura y sus instituciones, así como su contribución al desarrollo socio-económico de la familia y las comunidades. Para este programa, la Federación, vía los Comités Departamentales, Cenicafe, Buencafé, Procafecol, la FMM y el Parque Nacional del Café, integra esfuerzos y coordina acciones formativas para los niños en reconocimiento de su buen desempeño académico y sus habilidades de liderazgo. En esta edición participaron 391 niñas y niños pilos, de 139 municipios, 229 veredas y 203 escuelas.

Encuentro Nacional de Mujeres Caficultoras

Realizado del 16 al 18 de mayo, espacio de participación, representación y construcción de propuestas con enfoque de equidad de género integral para cada eje de la estrategia de la FNC, la Fundación asumió el diseño participativo del encuentro, la facilitación pedagógica de las actividades grupales y la logística.

En el Encuentro Nacional de Mujeres Caficultoras, participaron 94 mujeres de 19 departamentos en la construcción de propuestas de equidad de género.

Técnico laboral en trabajador agrícola café

Es un programa de la FMM que forma a jóvenes como trabajadores agrícolas para la producción sostenible y rentable del grano. Consta de ocho módulos de 720 horas en total, con 15 créditos y encuentros bimensuales de 15 días continuos, para una duración de 11 meses. A septiembre, el programa benefició a 24 jóvenes de Magdalena, Cesar y Guajira.

Programas para al Servicio de Extensión

Otro grupo objetivo de la formación y capacitaciones ofrecidas por la FMM es el Servicio de Extensión, lo que incluye:

Capacitación virtual: En el marco del proyecto Aula Virtual Cafetera, cuatro cursos estuvieron orientados a fortalecer el desempeño tanto técnico como social de los participantes. En

lo técnico, se definió el curso virtual Manejo Integrado de Arvenses y el de Tratamiento de Aguas Residuales. En la social, se abordó asociatividad, derechos humanos, equidad de género y relevo generacional (en el curso de asociatividad participaron 1.136 extensionistas, en el de derechos humanos 1.196 y en el de manejo integrado de arvenses 1.169, para 3.501 extensionistas capacitados en total).

Diplomado en Tecnología del café y extensión rural

Desde 2015 la FMM imparte este curso para los nuevos técnicos que cada año ingresan al Servicio de Extensión y actualizar a aquellos ya vinculados a los Comités. En 2018 fueron capacitados 31 extensionistas de distintos Comités en tecnología del cultivo del café y beneficio, extensión rural e institucionalidad cafetera.

Además se impartió el taller "Actualización en Tecnología del Café y Extensión Rural", por cinco días, a 395 extensionistas de todas las regiones cafeteras.

Otros sectores se apoyan en la FMM

Desde 2016, la Fundación Luker se ha apoyado en la FMM para fortalecer las capacidades de los productores de cacao. Inicialmente solicitó a la FMM el diseño de 15 módulos impresos con sus respectivas guías

de aprendizaje sobre establecimiento del cultivo de cacao, BAPs, manejo integrado de plagas y enfermedades, podas y cosecha, y beneficio. Para 2018, la Fundación amplió el alcance del programa y solicitó a la FMM realizar tres acciones relevantes para que el plan de formación cumpliera con los objetivos de aprendizaje.

FMM e ICBF capacitan a 840 familias del Huila

Con el Programa Comunidades Rurales, la FMM, como operador del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y por tercer año consecutivo, formó y acompañó a familias y comunidades del Huila que tradicionalmente han sido vulnerables. Se fortalecieron 840 familias rurales, incluidos líderes comunitarios; procesos de organización y participación comunitaria mejoraron espacios deportivos y de encuentro para las comunidades.

Florece familias en paz con Fundación Bolívar y FMM

Florece familias en paz: Este proyecto surgió del interés de la Fundación Bolívar Davivienda, brazo social del Grupo Empresarial Bolívar, en conectar organizaciones sociales para generar transformaciones que fortalezcan las capacidades de las personas y comunidades para lograr una sociedad justa,



equitativa e innovadora. La FMM fue seleccionada para el proyecto, cuyo objetivo es fortalecer y generar relaciones pacíficas y de solidaridad en 100 participantes de las veredas El Reposo y Quiebra de Naranjal, colindantes a la Sede Educativa de la FMM.

Talleres para Coltabaco

Por solicitud de la Compañía Colombiana de Tabaco, Coltabaco, en 2018 la FMM trabajó en proyectos para fortalecer conocimientos y mejorar

las competencias de productores de tabaco en gestión del cambio; comunicación efectiva en gestión y reestructuración de paradigmas; y manejo y resolución de conflictos en el contexto de la extensión rural. La FMM caracterizó y describió los tipos de acuerdos comerciales que establecen los productores con terceros para la producción del tabaco.

FMM operó proyecto ICBF Regional Quindío con 1.440 familias

Como operador del ICBF

Regional Quindío para el programa Familias con Bienestar para la Paz, la FMM implementa con 1.440 familias actividades de educación mediante el desarrollo de encuentros grupales para construir vínculos de cuidado mutuo y transformación de las formas de convivencia familiar y comunitaria. producción del tabaco.

Pasadía ambiental: Vivamos una travesía ambiental por el Paisaje Cultural Cafetero.

Este programa despierta el interés, la imaginación y creatividad de los

participantes en el diseño de estrategias que los ayuden a vivir de manera sostenible y respetuosa del medio ambiente en el Paisaje Cultural Cafetero. Está dirigido a niños y jóvenes de escuelas y familias interesadas en este proceso lúdico. En 2018 se capacitaron 81 estudiantes de ingeniería industrial de la Corporación Universitaria del Huila (CorHuila).

Otros proyectos

El Comité de Cafeteros César-Guajira contrató a la FMM para un diagnóstico

participativo del estado actual de las asociaciones y sus asociados en el municipio de La Jagua de Ibirico, Cesar. En 2018, la FMM participó en otros programas y proyectos que contribuyen a la gestión de la FNC, entre los que destacan:

- Curso virtual sobre elecciones cafeteras.
- Camino a la excelencia en la gestión de proyectos para la FNC.
- Apoyo al proceso de inducción a la FNC.

FNC promueve piso de protección social, entre otras iniciativas claves para el sector cafetero

La Federación Nacional de Cafeteros, junto con otros gremios asociados a la SAC, Asocajas, Fasesolda y el Gobierno nacional, en particular los Ministerios de Hacienda y Trabajo, ha venido empujando el Proyecto de Ley 193 de 2018 del Senado y el 123 de 2017 de la Cámara de Representantes para establecer un piso mínimo de protección social (vejez, salud y aseguramiento ante riesgos laborales) que dignifique a los trabajadores agropecuarios con ingresos inferiores a un SM-MLV, sin importar el tipo de contratación.

Ya está radicado el informe de ponencia para primer debate del Proyecto de Ley 193 de 2018 (tercer debate legislativo) ante la Comisión Séptima del Senado, que propone ajustar, respecto del texto aprobado en la Cámara de Representantes, lo siguiente:

1 La población objetivo, en el sentido de eliminar la expresión “habitante del sector rural” y dejar únicamente como beneficiarios de la ley a “quienes desarrollen actividades agropecuarias”.

2 Se introduce la propuesta de establecer un ahorro mínimo obligatorio para los trabajadores dependientes e independientes, así como para los independientes por cuenta propia vinculados al piso mínimo de protección social. Su fundamento es promover un ahorro efectivo para cubrir los riesgos de vejez y accidente de la población rural.

3 Se introduce una restricción para quienes en el último año hubieren estado vinculados al Sistema General de Seguridad Social en Salud, Pensión y Riesgos Laborales para que no puedan trasladarse al piso mínimo de protección social.

FNC capacita a más productores en seguridad y salud en el trabajo

Tras la expedición de la Resolución 1111 de 2017 “por la cual se definen los estándares mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para empleadores y contratistas” y ante la sugerencia planteada por el Ministerio del Trabajo, la FNC se registró y fue autorizada para ofrecer el programa de capacitación virtual gratuita, con intensidad de 50 horas, sobre Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo y expedir las certificaciones respectivas.

Para ello se contrató a la FMM para elaborar el curso virtual y el “Manual del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) de la finca cafetera”, que incluye los estándares mínimos que deben cumplir las fincas según los términos previstos en la resolución. En 2018 la FMM ha capacitado a 200 caficultores adicionales a los 1.500 de 2017, repartidos en 19 departamentos y 309 municipios.

La FNC realiza el empalme con el nuevo Gobierno para llevar esta iniciativa a feliz término, es decir, que los caficultores puedan tener un SGSST acorde con las condiciones propias de las fincas cafeteras.

BEPs y estímulo al consumo interno también avanzan

Programa de Beneficios Económicos Periódicos (BEPs) y Programa Adulto Mayor: El 26 de febrero el Ministerio del Trabajo expidió el Decreto 378 de 2018 que regula la posibilidad de que quienes han sido beneficiarios del Programa de Subsidio al Aporte para Pensión (PSAP) puedan vincularse a BEPs y solicitar el traslado

del subsidio otorgado por el Fondo de Solidaridad Pensional (FSP) junto con los aportes realizados por el interesado durante el tiempo que fue beneficiario.

Este cambio es posible siempre y cuando:

1. No tenga posibilidad de hacerse acreedor al reconocimiento de pensión de vejez.
2. Los aportes no hayan sido devueltos al FSP (el artículo 29 de la Ley 100 establece que cuando el afiliado que haya recibido el subsidio del FSP exceda los 65 años y no cumpla requisitos para acceder a pensión, se devolverá el monto de los aportes y rendimientos al fondo).
3. No se haya otorgado y pagado la indemnización sustitutiva.

Los interesados en trasladar el subsidio deben cumplir las siguientes condiciones:

1. Diligenciar el formulario que la Administradora Colombiana de Pensiones defina para tal fin.
2. Presentar ante la administradora de BEPs, Colpensiones, la certificación de las cotizaciones al Régimen de Ahorro Individual con Solidaridad, cuya vigencia no podrá ser superior a un mes.

El plazo para el traslado del subsidio a BEPs es de un año a partir de la finalización de los 6 meses que otorga el decreto a Colpensiones para realizar los ajustes técnicos que permitan el traslado, solicitar vinculación a BEPs y trasladar el 100% del subsidio. Pasado el año y en el año siguiente, se autoriza el traslado del 50% del subsidio. Superados los plazos NO se realizará traslado de subsidios.

Teniendo en cuenta el plazo perentorio que

prevé el Decreto 378 para el traslado, la Federación gestiona ya la suscripción de un Acuerdo de Confidencialidad con Colpensiones para identificar a los caficultores que puedan beneficiarse del traslado del programa PSAP al programa BEPs.

Proyecto de Ley para declarar el café de Colombia como bebida nacional

La Dirección Jurídica de la FNC ha trabajado en el estudio y análisis de la posible declaratoria del café como bebida nacional para incentivar y aumentar el consumo. Para ello aprovechó el Proyecto de Ley 100 de 2017 que ya estaba en curso y sugirió modificaciones. Ya está radicado el informe de ponencia para segundo debate ante la Comisión Séptima del Senado, adecuando el Proyecto en 10 artículos referentes a:

1. Creación del programa de donación voluntaria “Quiero a los cafeteros”, cuyo propósito es el recaudo organizado de aportes voluntarios hasta por 10% del valor de la compra de café o productos de café y especificando que los recursos recaudados por este programa se destinarán exclusivamente a financiar programas orientados a mitigar y atender los riesgos de vejez de los pequeños productores y recolectores de café.
2. Creación del Fondo Social Cafetero para administrar los recursos recaudados por el Programa “Quiero a los Cafeteros”.
3. Declaratoria del café como bebida nacional, en razón de su relevancia histórica, social, económica y cultural.
4. Promoción del consumo interno de café, para lo cual el Ministerio de Agricultura, en coordinación con el de Industria y Comercio,

diseñará e implementará, estrategias de promoción del consumo de café colombiano.

5. Estímulo a compras de café colombiano por parte de entidades públicas o de economía mixta.

6. Inclusión del café en programas de alimentación financiados con recursos públicos (adultos mayores, cárceles, colegios, etc.).

7. Concientización de la realidad del campo colombiano, reconociendo que el recolector puede considerarse trabajador dependiente, contratista o independiente por cuenta propia.

De aprobarse la iniciativa, generará importantes beneficios para los caficultores y el sector cafetero. “Una vez se apruebe este proyecto de ley, podemos decir a los cafeteros que les cumplimos en la declaratoria del café como bebida nacional, en los incentivos en las compras públicas, no solo para niños sino para cárceles y adultos mayores de nivel nacional y territorial, la visibilización de la mano de obra de recolección y la creación del fondo social para la vejez”, afirma el Gerente General, Roberto Vélez.

Empalme generacional acorde con la realidad del campo

En septiembre de 2017, la Federación firmó un memorando de entendimiento con la organización Partners of the Americas para que ambas propusieran un proyecto cuyo objetivo fuera trabajar en erradicar el trabajo infantil, que fue presentado ante el Departamento de Trabajo de Estados Unidos (USDOL), el cual lo aceptó en diciembre de 2017. Partners firmó entonces un convenio de cooperación para

implementar el Proyecto "Colombia Avanza", cuyo objetivo es mejorar la capacidad de la sociedad civil para comprender y abordar el trabajo infantil y las condiciones aceptables de trabajo en la industria cafetera de Colombia.

Este proyecto arrancará en 2019, por tres años, en Tolima y Huila, con acciones encaminadas a:

1. Mejorar la capacidad de la sociedad para identificar la naturaleza y el alcance del trabajo

infantil en el sector cafetero.

2. Mejorar la capacidad de la sociedad civil para generar conciencia sobre el trabajo infantil y las violaciones de los derechos laborales.

3. Mejorar la capacidad de la sociedad civil para implementar acciones que enfrenten el trabajo infantil y las violaciones de las condiciones laborales.

La tarea de la FNC será

brindar su experiencia y conocimiento para lograr un entendimiento de la comunidad cafetera respecto de la participación de los menores de edad en actividades de la caficultura, así como prevenir y erradicar el trabajo peligroso y forzoso infantil (esclavitud), el trabajo infantil cafetero que sin ser peligroso no obedezca a un entorno familiar y cultural, y aquel que no corresponda a trabajo adolescente dependiente y protegido.

Este proyecto es importante para el sector cafetero y la Federación, que desde hace tiempo ha enfocado sus esfuerzos en lograr la aceptación de ciertas actividades de menores en las fincas en un entorno familiar y cultural, que facilite el empalme generacional, la enseñanza de un arte u oficio que les permita una actividad económica para su futura subsistencia y contribuya a la permanencia de la tradición cafetera en la economía colombiana.

Además de FNC y US-DOL, "Colombia Avanza" tiene como socios estratégicos a los Ministerios del Trabajo y Justicia, Pacto Global Colombia, Colpensiones, Universidades de Ibagué y Surcolombiana, Alta Consejería para el Postconflicto, Colombianos Apoyando Colombianos (CAC) y la Central Unitaria de Trabajadores (CUT). Ya se gestiona la firma del convenio con Partners of the Americas para iniciar el proyecto en 2019.

Por cada peso aportado por el FoNC, la FNC gestiona \$5 para inversión social

Entre todos los proyectos que ejecuta en los ejes económico, social, ambiental y de gobernanza, en el social se han gestionado 493 proyectos por \$172.832 mil millones para ser ejecutados en varios años.

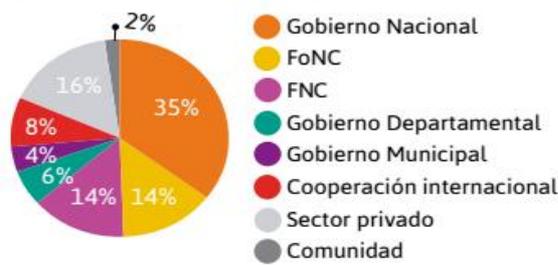
De estos recursos, 88% corresponden a proyectos de infraestructura (vías, escuelas, vivienda, electrificación y saneamiento básico), 7,2% a proyectos educativos, 4% a proyectos de asociatividad y 0,2% a programas de equidad de género y protección social.

Los recursos provienen principalmente de entidades público-privadas nacionales e internacionales para el desarrollo de programas en las zonas cafeteras en beneficio del productor y su familia, con impactos positivos en las comunidades.

La FNC, apoyada en activos institucionales intangibles como su capacidad de gestión y la transparencia en la ejecución, ha logrado apalancar los recursos del FoNC en una proporción de 1 a 5, es decir que por cada peso aportado por el FoNC se gestionaron \$5 provenientes de fuentes adicionales.

Del total, en 2018 la FNC avanzó en la ejecución de 396 proyectos, con recursos por \$116.721 millones distribuidos en

INVERSIÓN SOCIAL POR APORTANTE



cinco grandes categorías: infraestructura (89%), educación (8,4%), asociatividad (2,5%), y equidad de género y protección social (0,3%).

De los proyectos en infraestructura, 64,2% corresponden a vías, 26,2% a infraestructura social, 6,4% a saneamiento básico y 3,3% a vivienda.

Los proyectos educativos están dirigidos a apoyar a los caficultores y sus familias mediante auxilios estudiantiles, acceso a programas educativos y formación de caficultores líderes. Destaca el proyecto Niños Pilos Parque del Café, cuyo propósito

es contribuir al empalme generacional mediante el reconocimiento, por su liderazgo y desempeño académico, a los niños de escuelas rurales cafeteras. Este proyecto fue realizado en Nariño y benefició a 38 niños hijos de caficultores.

Los proyectos de asociatividad buscan apoyar a las asociaciones de productores con acompañamiento técnico y empresarial para el desarrollo de sus proyectos productivos. A 2018 se realizaron tres proyectos en Nariño y Valle del Cauca, en beneficio de más de 24 mil productores.

Los proyectos de equidad de género promueven el empoderamiento de las mujeres y los jóvenes caficultores, destacando el proyecto de mujeres cafeteras en Chinchiná (Caldas), en el que participan 500 mujeres.

Los proyectos de protección social corresponden a programas como Healing the Children, mediante el cual se interviene quirúrgicamente a niños con patologías como labio leporino, paladar hendido y pie Chaplin, donde se beneficiaron 35 niños del Huila.

Por último, los proyectos de infraestructura comprenden acciones dirigidas al mejoramiento de vías terciarias (vías, puentes, cables y alcantarillas), obras de saneamiento básico (acueductos, baterías sanitarias y pozos sépticos, entre otros), vivienda (construcción, mejoramiento y adecuación) e infraestructura social (obras en colegios, acueductos, electrificación, puestos de salud y centros comunitarios, entre otros).

De las 259 obras en vías terciarias, destacan cinco convenios con el Inviés valorados en \$33.000 millones, cuyo objetivo es mejorar 658 km de vías rurales en 28 municipios cafeteros del Cauca, Valle del Cauca, Quindío, Risaralda y Caldas.

En obras de saneamiento básico están en ejecución 52 proyectos, entre los que destacan obras de construcción de tres acueductos en An-

tiocquia en alianza con los municipios, los cuales beneficiarían a más de 300 familias.

Dentro de las labores de construcción y mejoramiento de viviendas rurales, la FNC ejecuta 27 proyectos, de los cuales 9 son de construcción y mejoramiento de vivienda rural por \$1.900 millones. Lo anterior beneficiará a más de 700 caficultores en Antioquia, Cauca, Caldas, Nariño, Valle y Putumayo.

La FNC también ejecuta 75 proyectos de infraestructura social, incluido el convenio con la Agencia de Renovación del Territorio para estructurar, diseñar y ejecutar acciones para la implementación de la Estrategia de Proyectos de Pequeña Infraestructura Social y Comunitaria "PIC" que incluye proyectos sociales, infraestructura vial y provisión de servicios públicos. Este proyecto impactará en los caficultores de Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

Adicionalmente, están en ejecución dos proyectos de energización: el primero para optimizar la línea primaria de energía eléctrica de las veredas Vista Nieves y La Tagua, en el departamento del Magdalena, por \$20,5 millones y que beneficiará a 1.670 cafeteros. El segundo, en el Cesar, por \$45.000 millones para mejorar la conectividad de la zona cafetera, en beneficio de 312 caficultores.

Equidad de género y empalme generacional, prioridad de FNC

Mujeres y jóvenes más empoderados, formados y participativos en el gremio, mejor comunicados y con proyectos productivos son el fruto de un trabajo institucional interdisciplinario.

Equidad de Género: empoderamiento transversal

Este año el Programa de Equidad de Género (PEG) ha seguido fortaleciendo a la FNC como agente de cambio y referente de la equidad de género a nivel gremial, organizacional y nacional.

El programa ha trabajado en dos estrategias: 1) el empoderamiento para fortalecer las capacidades de las mujeres en la toma de decisiones hacia la realización de sus metas, y 2) la transversalización de la equidad de género, que busca que todas las necesidades, intereses y experiencias de mujeres y hombres sean parte integral del diseño, ejecución, monitoreo y evaluación de las políticas, programas y proyectos de la institución, lo que significa la apropiación del enfoque de género por parte de todos los colaboradores.

Dentro de la gestión del PEG en 2018 destacan:

Visibilidad y comunicación para fomentar el liderazgo: En 2018 el sector cafetero estuvo marcado por las elecciones cafeteras, oportunidad para fortalecer la participación y el empoderamiento gremial femenino y de los jóvenes. Desde comienzos de año el Programa participó en el diseño de la estrategia de promoción de los comicios para introducir en ella el enfoque de género. Directores Ejecutivos, coordinadores gremiales y comunicadores de los Comités, entre otros, definieron metas de participación de las mujeres por departamento y activida-



des para alcanzarlas.

Se usaron comunicaciones escritas y audiovisuales con enfoque de equidad de género en la campaña, incluyendo piezas dirigidas exclusivamente a las mujeres. Gracias a este esfuerzo, 27 mujeres serán miembros de los Comités Departamentales, casi duplicándose la representación a 15% desde el 8% anterior, y 1.094 mujeres serán miembros de los Comités Municipales, 24% del total, frente a 16% en 2014-2018.

Encuentro Nacional de Mujeres Cafecultoras: Bajo el eslogan "Liderazgo que transforma", la Dirección Social realizó del 16 al 18 de mayo el Encuentro Nacional de Mujeres Cafecultoras en la Fundación Manuel Mejía, en Chinchiná, con participación de 96 líderes de 19 departamentos.

El objetivo de este gran encuentro fue intercambiar experiencias y capacitarlas en temas de interés, con el fin de fortalecer su liderazgo y propiciar que sean multiplicadoras de lo aprendido en sus regiones. Esta formación en cascada

dio como resultado 4.018 personas formadas por las participantes en sus regiones en alguno de los temas que apropiaron en el encuentro.

Participantes del Encuentro Nacional de Mujeres Cafecultoras, Fundación Manuel Mejía, mayo de 2018.

12 proyectos con enfoque de equidad: El PEG ha formulado 12 proyectos para 28.500 beneficiarios en 19 departamentos, dirigidos a empoderar a la mujer y así mejorar las condiciones de vida de la familia cafetera. De estos, 2 han sido ejecutados, 4 aprobados y están en trámites para su ejecución y 2 están pendientes de aprobación. Y en los 4 departamentos de Caldas, Risaralda, Santander y Valle del Cauca, destaca el proyecto de Empoderamiento de Mujeres Cafeteras con Coca Cola y Technoserve por \$1.200 millones, que beneficiará a 26.791 personas.

Abriendo más puertas al café producido por mujeres: En el primer semestre se articuló con Procafé la edición especial de

café de mujeres de cara a la celebración del día de la madre. Se seleccionó a la Asociación de Mujeres Cafeteras de Ocamonte, con 100 cafecultoras, quienes aportaron la materia prima para 1.500 libras de café tostado y empacado con publicidad especial. Ellas recibieron, además de un precio remunerativo, 20 toneladas de abono orgánico y cinco cafeteras de goteo para atender eventos.

1.278 colaboradores de FNC formados en enfoque de género: Como agente de cambio en equidad de género, la FNC ha transversalizado este enfoque mediante la formación de 1.278 colaboradores en el curso virtual "Derechos Humanos: equidad de género y relevo generacional".

Trabajo con ONU Mujeres: La Federación trabaja en conjunto con ONU Mujeres para aplicar la herramienta de análisis de brechas de los Principios para el Empoderamiento de la Mujer (WEP en inglés), que permitirá identificar fortalezas, avances

y oportunidades de mejora en el desempeño de la institución en equidad de género.

Múltiples iniciativas atienden y entusiasman a jóvenes cafeteros

El enfoque que la Federación ha venido dando al empalme generacional se ha centrado en identificar los intereses de jóvenes rurales para su reconocimiento, y acercarlos a la institucionalidad cafetera y a la gestión de oportunidades para su permanencia en el campo.

Para lograr estos objetivos se han desarrollado las siguientes actividades:

Encuentros nacionales: El área de Desarrollo Social de la FNC participó en 2018 en el Foro Nacional de Jóvenes Cafecultores "Participando Construimos el Camino para Incidir", liderado por el Comité de Cafeteros del Cauca. Además de escuchar los intereses y desafíos de los jóvenes de las diferentes regiones, este escenario propició intercambios de experiencias y conocimiento hacia la participación activa de los jóvenes en espacios de incidencia, decisión y liderazgo, dentro y fuera del gremio cafetero.

Encuentros departamentales: Los Comités Departamentales de Cafeteros (Cesar-Guajira, Santander, Cundinamarca, Valle del Cauca, Huila, Cauca) han desarrollado encuentros regionales de jóvenes para compartir conocimiento y experiencias, dejar capacidad instalada en la institu-

cionalidad cafetera y promover la estrategia "Más agronomía, más productividad", entre otros.

Redes sociales facilitan relacionamiento con FNC: A partir del encuentro nacional de jóvenes caficultores (JOCA) en 2017, se consolidó una red social whatsapp, con los participantes del encuentro, que ha permitido intercambiar contenidos y que se espera seguir dinamizando con mensajes de utilidad, actualidad, motivación y que permitan a la FNC reconocer las metas

y aspiraciones de la juventud rural.

Por otro lado, se creó la "Red de Jóvenes Caucaños", en la cual han resignificado la identidad y el liderazgo juvenil. Esta iniciativa departamental busca replicarse en otras regiones.

Edición especial Renacer-Juan Valdez*: En alianza con las tiendas Juan Valdez* y la Fundación ANDI se desarrolló el proyecto de edición especial Renacer-Juan Valdez* con café de jóvenes productores, visibilizando

historias de esperanza y reconstrucción en regiones afectadas por el conflicto y fortaleciéndolos. Cinco jóvenes son protagonistas de la edición especial, que sería lanzada en el Cauca en el marco de la intervención de "Vamos Colombia", de la Fundación ANDI.

Los jóvenes seleccionados pertenecen a Antioquia (Abejorral), Risaralda (La Celia), Huila (Santa María), Guajira (Urumita) y Cauca (Rosas). En articulación con la ANDI, durante una semana de formación se fortaleció el

Plan de vida de estos jóvenes y habilidades empresariales.

Piloto de formación en gestión de proyectos: En articulación con la oficina de Gestión de Proyectos de la FNC y respondiendo a las necesidades expresadas por los jóvenes en el evento Renacer, se viene formulando un piloto para formar jóvenes líderes en cinco territorios del país en la metodología del Instituto de Gestión de Proyectos (PMI en inglés) para la formulación y gestión de los mismos. El

público objetivo serán 150 jóvenes caficultores.

Proyecto de turismo cafetero en Tunía, Cauca: En el marco de un proyecto piloto de turismo cafetero, se realizó el primer taller "Producto Turístico: Experiencias de Café" con jóvenes caficultores en el corregimiento de Tunía, Cauca, espacio de formación que les permitió conocer conceptos relacionados y diseñar sus rutas turísticas en el contexto de su territorio.

Cédula Cafetera Inteligente ha bancarizado a 75% de los productores

A septiembre, 388 mil cafeteros contaban con CCI, medio al cual se han abonado en promedio \$20.114 millones al mes, 17% más que el año anterior. Además de documento de identificación gremial, sigue consolidándose como uno de los medios de bancarización rural más importantes en el mundo.



Además de documento de identificación gremial, la Cédula Cafetera Inteligente (CCI) sigue consolidándose como uno de los medios de bancarización rural más importantes en el mundo.

A septiembre, 388 mil cafeteros contaban con CCI, es decir, 75% de los productores activos en el Sistema de Información Cafetera (SICA), medio al cual se han abonado en promedio \$20.114 millones al mes, 17% más que el año anterior.

Consignaciones, compras de café y transferencias son los principales tipos de abonos, que han crecido de manera sostenida. Este año sólo las consignaciones han alcanzado un valor cercano a los \$132 mil millones, 22,6% más que en 2017.

Este año se siguió ofreciendo la Cédula Cafetera (sin cuenta

bancaria) como una opción para los cafeteros que cumplen los requisitos de los estatutos de la FNC para ser federados y no desean la cuenta bancaria asociada; 750 productores cuentan con este tipo de identificación gremial.

En el proceso de cedulación ya aplica la reforma a los estatutos por la cual el productor federado, previa renuncia como titular, puede autorizar que la Cédula Cafetera se otorgue en favor de su cónyuge o compañero(a) permanente o a uno de sus hijos.

Programa de Reactivación entrega \$16.264 millones vía la CCI

Al 15 de octubre, se entregaron \$16.264 millones a través de la CCI por concepto del Programa de Reactivación de la Caficultura, distribuidos así:

\$1.610 millones del FoNC, \$5.572 millones por Ley 863, y \$9.081 millones del MADR. Los porcentajes de uso del programa son 77%, 70% y 43%, respectivamente.

Con oficinas itinerantes, el banco se acerca a los caficultores: Para llegar a los municipios cafeteros que no cuentan con oficinas del Banco de Bogotá, se inició el piloto de oficinas itinerantes. Con visitas mensuales programadas de asesores del banco, los caficultores en estas zonas pueden solucionar sus dudas sobre su cuenta de ahorros (tarifas, servicios, canales, etc.) y acceder a otros productos o servicios. Los asesores se ubican en las instalaciones del Comité Municipal los sábados.

Entre marzo y julio se realizó la primera fase, con 17 asesores bancarios que visitaron 23 municipios y prestaron

asistencia a unos 800 caficultores. En la segunda fase, que inició en agosto, los asesores han hecho presencia en 17 Comités en cuyos municipios no hay sucursal del Banco de Bogotá.

Primera Extensión de Caja en Belén de Umbria, Risaralda: El 1 de junio se inauguró en el municipio de Belén de Umbria, Risaralda, la primera Extensión de Caja del Banco de Bogotá. Con un contrato de comodato a cinco años, la Federación presta al banco las instalaciones del Comité para que más de 2.000 caficultores bancarizados de la zona puedan hacer consignaciones, retiros, consultas y activación de tarjetas. El éxito de esta iniciativa permitirá replicar el modelo en otros municipios cafeteros del país.

Cenicafé 80 años generando valor al caficultor

Avances en investigación dirigida a mejorar la productividad, sostenibilidad y rentabilidad de la caficultura

Cenicafé genera nuevos conocimientos y tecnologías, para lo cual en 2018 adelantó su plan operativo que incluye 144 investigaciones y proyectos dirigidos a aumentar la rentabilidad, productividad y eficiencia en el uso de insumos y mano de obra.



Líneas de Investigación

Desarrollo de variedades: sustentado en torno a la Colección Colombiana de Café (CCC) y el desarrollo de variedades. La CCC es diversa en producción, calidad de la bebida, resistencia a enfermedades y adaptabilidad, que constituye la materia prima para desarrollar variedades mejoradas. Se obtuvieron los genomas de *Coffea arabica* var. Caturra y *C. eugenioides* y dos borradores de genomas de *C. liberica* y del Híbrido de Timor. Se obtuvieron los derechos de obtentor de variedad para 9 progenies de las variedades Castillo y una de Cenicafé y la solicitud de dos progenies de las Castillo Zonales.

Sanidad vegetal: dirigida a investigación y monitoreo de enfermedades en: 1. manejo químico de roya, mancha de hierro y mal rosado; 2. monitoreo de roya en genotipos con resistencia incompleta; 3. epidemiología y desarrollo de alertas para roya y muerte descendente; 4. inductores de resistencia en la planta para manejo de enfermedades en almacigo; 5. biorregulación de patógenos aéreos del café causantes de mancha de hierro, antracnosis y muerte descendente con controladores biológicos y bionutrición usando bacterias fijadoras; y 6. biología, patogenicidad y epidemiología de la gotera. En cuanto a plagas, se obtuvo el ensamble completo del genoma de la broca. Resultados de residuos de pesticidas, sin detectar trazas si se siguen las recomendaciones de Cenicafé y se respeta período de carencia. Se identificaron más de 23 especies de cochinillas de raíces del café.

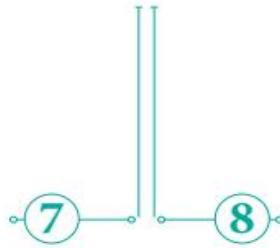
Adaptación a la variabilidad climática: bajo la premisa de entender comportamiento del clima y su efecto en la caficultura, mejor información de red meteorológica, con 205 estaciones convencionales y 137 automáticas. Aplicación desarrollada para control de calidad de información diaria; se implementó rutina de balance hídrico cada 10 días para cultivo en producción, y se obtuvieron los valores de disponibilidad hídrica para generar alertas tempranas al respecto.

Sistemas productivos: orientado a evaluar y validar prácticas agronómicas relacionadas con fortalecimiento de sistemas de producción bajo sombra y a libre exposición solar, con aplicaciones prácticas que aumenten la producción.

Cosecha y poscosecha: para optimizar la recolección selectiva se lanzaron las lonas en el piso y en conjunto con una empresa brasileña se entregó la **derribadora Brudden DSC-18**. Se lanzó tecnología **Ecomill® LH-300** para beneficio ecológico por pequeños caficultores; 7 beneficiaderos comunitarios 100% ecológicos construidos, avance en fermentación y tratamiento de aguas mieles, con identificación de floculantes químicos y naturales de bajo costo y uso de filtros verdes para que cafeteros puedan cumplir con legislación.

Agregación de valor, calidad y origen: para mejorar la calidad del café hubo proyectos en evaluación de calidad en fincas, influencia de la temperatura de tostación en calidad sensorial y sobre características físico-químicas del defecto reposo. Se formularon investigaciones sobre tostación de variedades, actividad del agua del grano y detección indirecta de composición química del grano mediante espectrofotometría de infrarrojo cercano para café verde y tostado. Se consolidó grupo interno de catación certificado como Q-grader para apoyar caracterización en taza de defectos y atributos asociados a experimentos del Centro.

Gestión de recursos naturales: se determinó vulnerabilidad del suelo al cambio climático, obteniéndose modelo sobre susceptibilidad a movimientos en masa ante eventos La Niña. Culminaron intervenciones para restaurar predios afectados por erosión y movimientos masales. Se caracterizó fertilidad del suelo de algunos deptos., y se determinó capacidad de almacenamiento de agua de algunas unidades cartográficas. En biodiversidad, se identificaron microorganismos asociados al ciclo de nitrógeno y su relación con la fertilización química y orgánica, utilizando biología molecular; se determinó el efecto de herbicidas en el control de arvenses, se avanzó en los requerimientos de cal (dosis y fuentes) en la siembra y producción. Se evaluaron dos equipos para aplicación de fertilizantes granulados en etapa de levante y producción de café.



Divulgación y transferencia: para transferir conocimiento, a septiembre Cenicafé publicó: Avances Técnicos 479 al 486, Revista Cenicafé 68 y 69, Anuario Meteorológico 2017, Informe Anual de Actividades 2017, 16 libros del Proyecto GIA y los libros “La adopción de tecnologías agrícolas, bases para su comprensión” y “Clima de la caficultura en Colombia” como parte de los 80 años de Cenicafé, disponibles en www.cenicafe.org o en los Comités Municipales; 47 actividades de capacitación para el Servicio de Extensión, cuatro días de campo a los caficultores en temas de “Más agronomía, más productividad”, “Cosecha con lonas”, “Energía solar en la finca cafetera” y el “Encuentro de Corporaciones Autónomas Regionales”. Cenicafé participó en Cafés de Colombia Expo 2018 con las presentaciones de cosecha con lonas, Ecomill y Más agronomía más productividad, con el apoyo del Profesor Yarumo.

Mejoras en la recolección

Caficultura más resiliente y nuevas variedades



77.873 kg de semilla entregada
 50% Castillo*
 29% Castillo Regional
 9% Castillo zonales
 6% Cenicafé 1

208 progenies bajo evaluación que son resistentes a la roya
 Más productivas
 Buena taza
 De porte bajo

Reducción en costos de fertilizantes y mano de obra



Con Lonas y en parejas
 50% más eficiente

Con Derribadora Selectiva
 100% eficiente en cereza y más selectiva.

Reducción en costos de mano de obra

Nuevas opciones para el manejo de la roya



2 herramientas para el control de la roya en variedades susceptibles

Información oportuna de cuándo aplicar los fungicidas, según clima. Nueva mezcla flutriafol y azoxystrobin (Authority 250SC).

Más opciones en la compra de insumos



Cero contaminación en el beneficio



Nuevo equipo Ecomill LH300
 Para pequeños productores
 0,7 l/kg de café pergamino menor daño de granos (max 0,2%)
 70% y 92% menos en consumo eléctrico
 Permite el uso de energía solar

Reducción en contaminación y consumo eléctrico

Secadores solares más duraderos



Nuevo diseño tipo túnel

Materiales más duraderos (tubos metálicos y plástico reforzado)

Mantiene la eficiencia del secado

Reducción en costos de infraestructura y combustible

Nuevas formulaciones en fertilizantes



2 nuevas formulaciones generales
 26-4-22
 23-4-20-3

Ahorro hasta \$1 millón/ha al año. Mejor respuesta en productividad, sin análisis de suelos.

Reducción en costos de fertilizantes

Cultivo del café en Colombia captura 5,2 veces más carbono del que emite

La Acción de Mitigación Nacionalmente Apropiada (NAMA las siglas en inglés) para el café de Colombia define las medidas y acciones de mitigación al cambio climático en la producción de café, particularmente en los procesos llevados a cabo en las fincas (cultivo y poscosecha) hasta obtener el café pergamino seco.

También identifica y cuantifica las potenciales reducciones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y de los co-beneficios ambientales, económicos y sociales asociados, que contribuyen a los objetivos de desarrollo sostenible del país.

Adicionalmente, plantea los mecanismos de financiamiento de las medidas y acciones propuestas, establece un sistema de Monitoreo, Reporte y Verificación (MRV) para el seguimiento, y lineamientos para la implementación.

Actualmente la NAMA Café de Colombia se en-

cuentra en fase de desarrollo, es decir, ya se tienen definidas las acciones de mitigación, las metas, los potenciales de reducción, pero aún no cuenta con los recursos para la implementación.

Objetivo General

Proponer e implementar estrategias para la mitigación de Gases Efecto Invernadero generados en las etapas de producción, cosecha y poscosecha del café de Colombia a nivel de finca.

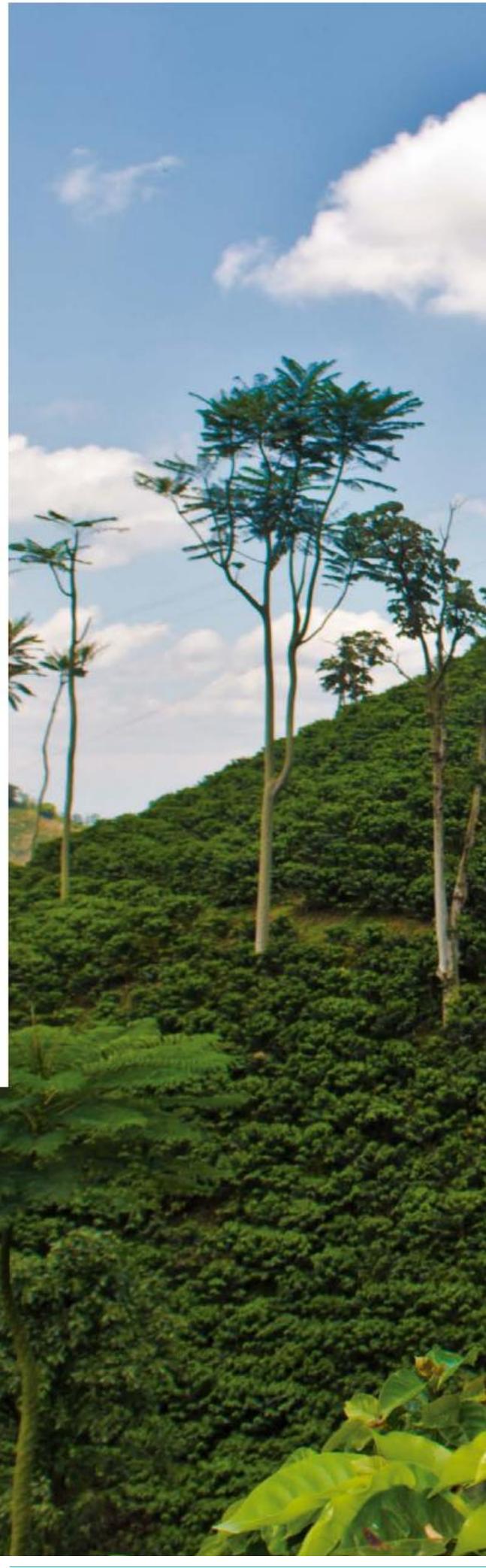
Objetivos específicos:

- Manejar eficientemente los fertilizantes nitrogenados.
- Implementar sistemas agroforestales en los predios donde se cultiva el café.
- Optimizar las prácticas en el proceso de poscosecha del café.
- Implementación de sistemas de tratamiento de aguas residuales domésticas con quemadores de metano.

Para el cálculo de las fijaciones de carbono se utilizaron los datos de la distribución de hectáreas de café de acuerdo al tipo de sistema productivo: libre exposición, semisombra y sombra, estos dos últimos considerados como sistemas agroforestales.

Los anteriores datos se relacionaron con las tasas de fijación de carbono obtenidas para sistemas de monocultivo (libre exposición) y agroforestales (arreglos de café con nogal y caucho), y se compararon con las tasas de emisión producto de la fertilización beneficio, secado del café y aguas residuales domésticas.

El resultado indica que el cultivo del café en Colombia captura 5,2 veces más carbono que el que emite.



FNC ejecuta \$1.334 millones en programa forestal y de conservación de biodiversidad

Este programa es uno de los más emblemáticos de la FNC en materia de sostenibilidad ambiental (lo que incluye protección de bosques, del recurso hídrico y corredores de conservación de biodiversidad), con aportes claves también en lo económico y social.

En 2018 se ejecutaron \$1.334 millones en el programa forestal y de biodiversidad, que contribuye al cuidado de los ecosistemas y la adaptación de los sistemas productivos a la variabilidad climática mediante el manejo integral de cuencas hidrográficas.

Este programa, desarrollado desde 2005 en

alianza con los Gobiernos colombiano y alemán, impacta a 59 municipios en 8 departamentos cafeteros.

Ha implementado acciones para un adecuado uso de suelo, combinando el cultivo del café con arreglos agroforestales, plantaciones forestales y cercos vivos, acompañado de acciones en conservación y cuidado de los bosques naturales, con un enfoque

de gestión y planificación que favorece la conectividad del hábitat de la biodiversidad en la zona cafetera, junto con prácticas de producción sostenibles que usen y contaminen menos agua, racionalicen el uso de agroquímicos, reduzcan los desechos orgánicos e inorgánicos y conserven el suelo.

Principales resultados

8.883 ha

de plantaciones forestales y sistemas agroforestales con pequeños agricultores (producción de madera) acompañadas de incentivos y asistencia técnica.

4.417 ha

de conservación y protección de cuencas hidrográficas (nacimientos de agua y cauces de quebradas) acompañadas de asistencia técnica.

3.052 ha

de corredores de conservación de biodiversidad en zona cafetera acompañadas de incentivos económicos y asistencia técnica.

119.305 árboles

de especies nativas entregados para reforestación en corredores de conservación de biodiversidad.

2.882 personas

capacitadas en manejo de sombrero, podas y aprovechamiento forestal.

192 fincas

con inversiones en beneficio ecológico y/o tratamiento de aguas residuales (reducción y descontaminación de agua).

4.205 personas

sensibilizadas y capacitadas en gestión y cuidado de los recursos naturales.

7 empresas

asociativas de pequeños reforestadores han recibido acompañamiento para la transformación y comercialización de madera.



Manos al Agua-Gestión Inteligente del Agua (GIA)

Este proyecto de la Federación buscó enfrentar los desafíos del desbalance hídrico para el sector cafetero en Colombia, invirtió durante los cinco años de gestión (2013-2018) más de 25 millones de euros mediante una Alianza Público-Privada (APP) y logró impactar a más de 11.600 familias cafeteras en 25 microcuencas de Antioquia, Caldas, Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

La FNC y su brazo científico Cenicafé, en alianza con Nestlé, Nespresso, la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional APC-Colombia, la Universidad de Wageningen (WUR) y la Netherlands Enterprise Agency (RVO), en 2013 iniciaron el proyecto como una iniciativa innovadora que actuó en el territorio con un enfoque de manejo de microcuencas cafeteras, buscando mejorar la gestión del agua para apoyar la industria del café en Colombia.

Tres elementos fueron fundamentales para una implementación más eficaz y lograr resultados a nivel de finca y región, y potencializar el trabajo con la comunidad como elementos de cohesión:

- El concepto del territorio, la microcuenca como sistema.
- El agua como elemento fundamental para la vida, la producción, la integración, la toma de decisiones y la gestión del territorio.
- La generación de identidad con la iniciativa Manos al Agua.

Se establecieron criterios importantes de selección y priorización de los recursos para soportar las necesidades de cada región.

Se involucró la totalidad de los productores y sus familias en las diferentes actividades para el manejo de las microcuencas y la gestión integral del agua para fortalecer el sector cafetero y su cadena de valor. Las fincas y toda el área de intervención evidencian mejoras en la gestión del agua y mayor capacidad de sus habitantes para tomar decisiones frente a la variabilidad climática.

“Lo más gratificante es ver que nosotros podemos hacer la diferencia, este proyecto nos ha dado el impulso para atrevernos a hacer cosas diferentes”, afirma Nancy Arias, beneficiaria del proyecto en Salamina, Caldas.

En Colombia el agua disponible apta para consumo humano y desarrollo de actividades productivas se ha reducido en tres cuartas partes en las últimas dos décadas.

El 54% de la zona rural tiene problemas de uso del agua por escasez o falta de infraestructura, y los costos asociados al agua y clima alcanzan 36% del presupuesto anual de una finca cafetera promedio.

Con base en esto, el proyecto se desarrolló con 24 planes de trabajo (actividades ambientales, técnico-económicas, sociales y de buen gobierno).

Se adoptaron tecnologías para descontaminar, potabilizar y ahorrar agua (no siempre de fácil acceso), y se realizaron actividades complementarias como manejo forestal en función del paisaje, estabilizar taludes, evitar erosión, prácticas agrícolas responsables, monitoreo climático y de calidad de agua, mayor gestión local, involucrar a la comunidad en siembras forestales, manejo y disposición de residuos, articulando a familias cafeteras, comunidades y diferentes actores locales para el éxito del proyecto.

Este también apuntó a reducir la pobreza e impulsar la convivencia pacífica y el desarrollo sostenible en la zona rural colombiana.

Para favorecer la adopción, con cambios de comportamiento, se generaron capacidades de cooperación intersectorial, participación comunitaria y mejores sistemas de cultivo y gestión de fincas, hacia una producción sostenible que protege el medio ambiente.

Tanto los caficultores participantes como los socios fundadores quedaron muy satisfechos con el proyecto, que ha recibido una docena de reconocimientos.

92%

de las 25 microcuencas muestran signos positivos de mejora en la calidad del agua, de las cuales el 40% alcanzaron "buena" calidad aguas abajo de las zonas de intervención.

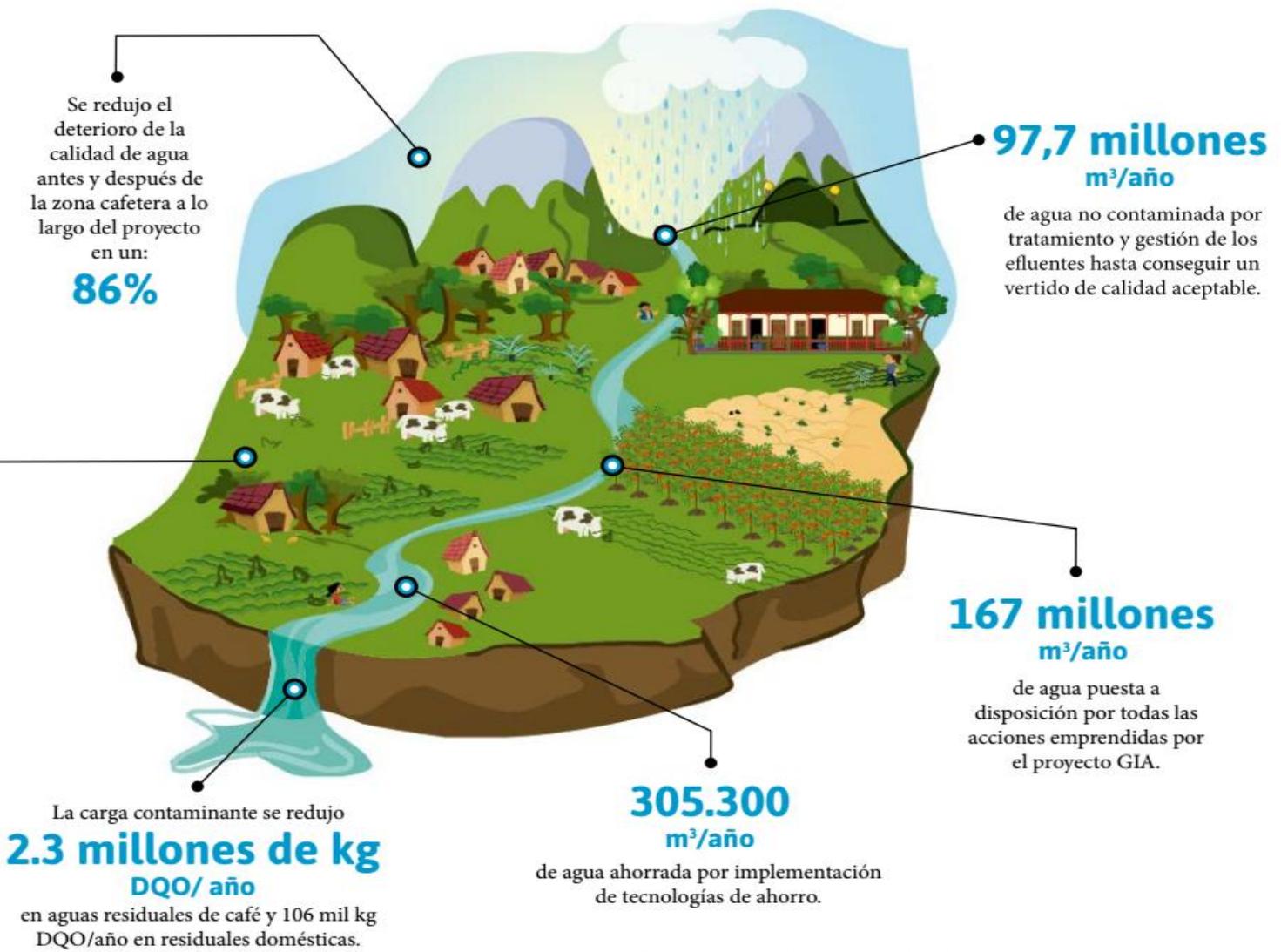


Premio Sostenibilidad SCA 2018

La Asociación de Cafés Especiales (SCA) impulsa la sostenibilidad y espera de sus miembros un rol de liderazgo en prácticas sostenibles dentro de la industria del café. Con esto en mente, el Premio a la Sostenibilidad fue creado en 2004 para promover, alentar y honrar los esfuerzos de quienes sirven como modelos a seguir con proyectos sostenibles en el sector cafetero.

Cada año, el Consejo de Sostenibilidad revisa docenas de candidaturas de todo el mundo.

Este premio tiene dos categorías: de Sostenibilidad para Proyecto (en la cual GIA resultó ganador) y a la Sostenibilidad para Modelo de Negocio. La premiación este año fue en abril en la Feriazz SCA de Seattle.



Principales resultados GIA

El agua es responsabilidad de todos:

- 58 nuevos aliados de 7 diferentes sectores participando.
- 29 grupos locales Manos al Agua con 645 miembros. Comunidades liderando la gestión de su territorio.
- 50 proyectos adicionales gestionados por las comunidades y aliados de GIA (valorados en €1 millón).
- 240 usuarios de 15 instituciones y organizaciones involucradas.
- 18 eventos online y 6 eventos presenciales con más de 900 personas involucradas.

Agua para una caficultura sostenible:

- 5.614 intervenciones en soluciones de agua (ahorro de agua,

descontaminación y potabilización de agua).

- 2.243 fincas con beneficio ecológico del café y ahorradores sanitarios.
- 1.730 fincas con tratamientos de aguas residuales del beneficio del café y de las viviendas implementados.
- 7 beneficiaderos ecológicos comunitarios con Ecomill.
- 800 filtros familiares de purificación de agua.
- 78 filtros comunitarios instalados en Escuelas Rurales; 4.619 niños beneficiados.
- 115.000 participantes en formación. 1.500 técnicos y profesionales formados de manera virtual.

Ecosistemas hídricos estratégicos:

- 437 hectáreas reforestadas y 313,812 árboles

nativos sembrados. 60% de las siembras realizadas de manera voluntaria por la comunidad.

- 5.56 millones de árboles de café de variedad resistente sembrados. Establecimiento de sistemas agroforestales con café.
- 50 acciones de restauración ecológica y de conservación de suelos con obras de bioingeniería.
- PSA de conservación desarrollado en la microcuenca La Chaparrala en Andes, Antioquia, para favorecer zonas de protección y abastecimiento de agua de su acueducto municipal.

Decisiones responsables frente al agua

- 25 microcuencas cafeteras con una mejor información de clima.
- 30% de fincas con reco-

mendaciones de alerta temprana.

- Los caficultores tienen una guía para mejorar la gestión del agua en sus fincas.
- Desarrollo de una metodología de monitoreo de la calidad del agua en microcuencas cafeteras.
- 7 campañas de monitoreo que demuestran una mejor calidad del agua en GIA.

Administración del proyecto, buen gobierno, género, manejo de riesgos y responsabilidad social

- Más de 840 actividades de equidad de género con más de 21,000 participantes.
- 46% de participantes en todas las actividades del Proyecto fueron mujeres.
- 800 actividades de

● Responsabilidad Social con más de 20.000 participantes.

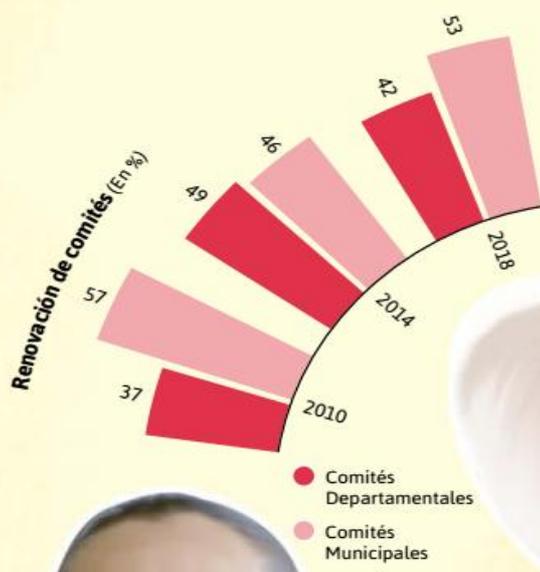
● Más de 2.000 fincas cafeteras con acciones en política de Responsabilidad Social.

● 88 riesgos identificados y monitoreados. 8% de riesgos materializados y manejados con medidas de mitigación.

● Aplicación de buenas prácticas de administración y gestión de Proyectos.

● El promedio de la tasa de desempeño en las cuencas hidrográficas fue del 95%.



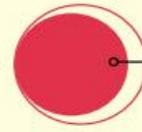


Por tipo de miembros elegidos

Los caficultores pequeños siguen siendo los de mayor representación



92%
en Los Comités Municipales



74%
en los Departamentales



200

noticias se registraron durante las elecciones en medios de comunicación nacionales y regionales.



Elecciones llevan a más mujeres y jóvenes a cargos gremiales

La representación femenina aumentó de 8% a 15% en los Comités Departamentales (27 mujeres elegidas) y de 16% a 24% en los Municipales (1.024 mujeres elegidas) para el periodo 2018-22.

Mesas instaladas



8.091

jurados participaron en el proceso desde instalación de mesas hasta conteo de votos, en su mayoría aprendices del SENA.

Número de candidatas en las elecciones



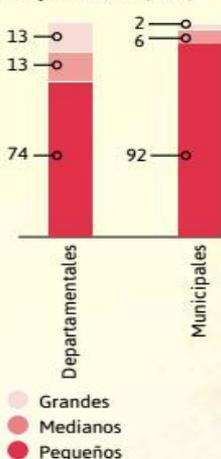
42%

de los cargos en los Comités Departamentales se renovaron.

53%

de los cargos en los Comités Municipales se renovaron.

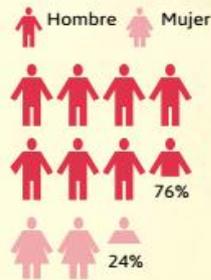
Comités por tipo de productor (en %)



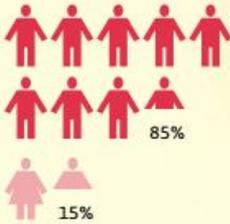
2.750

personas asistieron a 22 talleres y charlas dirigidos a miembros de Comités y líderes cafeteros para tomar las mejores decisiones a la hora de elegir y ser elegidos.

Comité Municipal (En porcentaje)



Comité Departamental



20%

de los miembros de los Comités Departamentales son menores de 45 años.

34%

de los miembros de los Comités Municipales son menores de 45 años.

Mujeres elegidas por comités

(Período 2018-22)

Departamentales

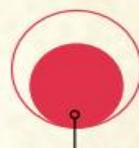
27

Municipales

1.024

204.423

caficultores ejercieron su derecho al voto en las pasadas Elecciones Cafeteras del 8 y 9 de septiembre



57% fue la participación en dichas elecciones

En las pasadas Elecciones Cafeteras del 8 y 9 de septiembre, cita que los caficultores federados tienen cada cuatro años para elegir a sus representantes y reelegir al gremio, 204.423 caficultores ejercieron su derecho al voto, una participación del 57%.

Al interior de la FNC se conformó un equipo interdisciplinario, liderado por el Gerente General como Gerente de las elecciones y el Comité Directivo como ente direccionador y máxima autoridad de los comicios. La Misión de Observación Electoral (MOE) acompañó el proceso para servir a candidatos y cafeteros como enlace independiente de información sobre hechos que pudieran atentar contra la honestidad y transparencia de las elecciones, para así generar un espacio de confianza.

Se instalaron 2.697 mesas de votación, 309 más que en 2014, las cuales fueron de tres tipos: 1) fijas, en lugares determinados del municipio, 2) móviles, que recorrían las veredas en vehículos, y 3) múltiples, para que los caficultores pudieran sufragar en un municipio colindante.

Fueron habilitadas 262 mesas móviles, 27% más que en 2014, modalidad calificada por la MOE como "el mayor ejemplo en el país de la búsqueda del acercamiento de la democracia a todos los ciudadanos, especialmente de quienes habitan en los lugares más lejanos."

Participaron 8.091 jurados, en su mayoría aprendices del SENA, todos capacitados y quienes apoyaron el proceso desde instalación de mesas hasta conteo de votos.

Para brindar a los productores información y herramientas para tomar las mejores decisiones a la hora de elegir y ser elegidos, y motivarlos a participar, desde agosto de 2017 se realizaron 22 talleres y charlas dirigidos a miembros de Comités y líderes cafeteros, fomentando la participación de mujeres y jóvenes, con un total de 2.750 asistentes. Y para impulsar la participación femenina en particular, hubo cuatro talleres para cafeteras líderes en diferentes regiones y un Encuentro Nacional de Mujeres Cafeteras.

Con los candidatos, hubo talleres presenciales para capacitarlos sobre la institucionalidad y las elecciones y darles herramientas para sus campañas, con la asistencia de unos 500 caficultores de todo el país.

En los comicios fueron elegidos 4.776 miembros de los 15 Comités Departamentales y 383 Comités Municipales entre 16.140 candidatos; se renovaron 42% de los cargos en los Comités Departamentales y 53% en los Municipales.

Gracias a diversas estrategias institucionales, las mujeres siguen aumentando su representación gremial: pasó de 8% a 15% en los Comités Departamentales (27 mujeres elegidas) y de 16% a 24%

en los Municipales (1.024 mujeres elegidas) para el periodo 2018-22.

En cuanto al empalme generacional y la permanencia de los jóvenes en el campo (otro de los grandes retos del sector cafetero), 20% de los representantes en los Comités Departamentales y 34% en los Municipales son menores de 45 años.

Por tipo de miembros elegidos, los caficultores pequeños siguen siendo los de mayor representación: 92% en los Comités Municipales y 74% en los Departamentales.

Las elecciones fueron ampliamente cubiertas por los medios de comunicación: durante toda la campaña de comunicaciones, se registraron más de 200 noticias en medios nacionales y regionales, equivalentes a un Retorno sobre la Inversión (ROI) de más de \$4.000 millones.

Para brindar información a los diferentes actores del proceso, facilitando la consulta de datos relevantes, se implementó un sistema de Respuesta de Voz Interactiva (IVR en inglés), que recibió unas 8.200 llamadas.

Concluidas las elecciones, se evaluaron y documentaron las lecciones aprendidas, destacando la importancia del apoyo de la MOE y la fuerza pública, la participación e inscripción de mujeres, el incentivo de las mesas móviles de votación y la publicación de las actas de preconteo y escrutinios en la página web de la Federación.

En sus recorridos por todo el país, Gerente General escucha a más de 20 mil caficultores

Ha recorrido todos los departamentos cafeteros; sólo en lo corrido de 2018 ha habido 37 Conversemos con el Gerente, con la asistencia de más de 6.000 cafeteros, actividad que se enriquece con la visita a la finca de productores para conocer de primera mano sus familias, costumbres y cultivos de café.

Desde su posesión, el Gerente se trazó como objetivo central ampliar los mecanismos de participación de los caficultores en la implementación de la nueva estrategia institucional, pues un mayor acercamiento con las bases optimiza el accionar de la institución y fortalece la unidad gremial para mejorar la rentabilidad cafetera.

Bajo esta premisa, en septiembre de 2015 se puso en marcha la estrategia **Conversemos con el Gerente**, espacio de diálogo directo con la base cafetera y los representantes gremiales, buscando entender los problemas de cada región para encontrar soluciones conjuntas a los retos de los productores.

Tras las pasadas elecciones cafeteras, y con el ánimo de conocerlos, darles la bienvenida al gremio y dialogar sobre el reto que asumen, el Gerente tuvo un encuentro con los representantes gremiales elegidos a los Comités Departamentales para el periodo 2018-2022.

Por otra parte, enmarcados en la misma dinámica, se destacan los seis Conversemos Cooperativos con asociados de 20 Cooperativas de Caficultores para escuchar, conocer la percepción que tiene la base social de sus cooperativas y construir un nuevo relacionamiento con un actor clave en la comercialización del café de Colombia.



Una institución más cercana a los más jóvenes

Para generar cercanía con la FNC y motivarlos a participar en las pasadas elecciones cafeteras, se realizó un taller para jóvenes caficultores del Cesar, La Guajira, Magdalena y Norte de Santander. Con metodologías lúdicas y dinámicas se trataron temas como la institucionalidad cafetera y su importancia, sus órganos de gobierno y las funciones de los representantes gremiales.

Por otro lado, en

alianza con la Fundación Manuel Mejía y el Parque del Café, se implementó el programa Niños Pilos Parque del Café, cuyo objeto fue reconocer, por su liderazgo y desempeño académico, a infantes de escuelas rurales, buscando generar un mayor sentido de pertenencia, identificación hacia la actividad cafetera y empalme generacional. La Fundación Manuel Mejía recibió a 420 niños y niñas de 23 departamentos por cinco días, donde se desarrolló una agenda académica en torno al café (proceso productivo, instituciones del gremio, etc.) que además los acercó

a la institucionalidad desde pequeños.

Estructura y liderazgo gremiales se fortalecen

En cumplimiento de la recomendación del Congreso Cafetero 2017 de consolidar una estructura gremial, se fortaleció el equipo de colaboradores dedicados a estos temas tanto en los Comités Departamentales como en la Oficina Central. En desarrollo del proyecto Elecciones Cafeteras, estos equipos fortalecieron el liderazgo de representantes

gremiales y candidatos y desarrollaron la logística requerida para que el proceso fuera un éxito.

Tras las elecciones cafeteras, un taller con los coordinadores gremiales de 10 departamentos fijó pautas para el fortalecimiento gremial el próximo año, incluida la necesidad de tener un equipo dedicado exclusivamente a trabajar en planes de educación y capacitación a líderes gremiales, acercamiento del caficultor a la institucionalidad y apoyo a los Comités Municipales y Departamentales para el cumplimiento de sus funciones.



Estabilidad financiera del FoNC garantiza bienes públicos

Al evaluar los resultados del Fondo Nacional del Café (FoNC), que financia los bienes y servicios públicos cafeteros que benefician al conjunto de los productores, es importante recordar que este opera en tres diferentes tipos de actividades: industrial, institucional y comercial.

En cabeza de Buencafé, la actividad industrial registra un resultado neto de USD 18,9 millones a septiembre, en línea con el presupuesto de los primeros nueve meses del año, lo que compensa el déficit de la actividad institucional y da continuidad a la reinversión en bienes públicos. En este periodo, Buencafé alcanzó ventas por USD 106,8 millones, superando el estimativo al tercer trimestre en más de USD 1,1 millones.

Con la optimización en marcha de la planta desde 2017, se proyecta que la producción llegue a 13.500 toneladas/año,

con un portafolio más amplio de productos y mayor participación de Buencafé en el mercado mundial de solubles, para así fortalecer la prosperidad financiera del FoNC.

Estos resultados han permitido que la deuda del FoNC disminuya de USD 191,7 millones en 2017 a USD 170,3 millones a septiembre.

El FoNC busca brindar el máximo bienestar a los caficultores colombianos y asegurar la rentabilidad de su cultivo. Los recursos destinados a los bienes y servicios públicos cafeteros propician un mercado interno de café competitivo y favorecen el posicionamiento del grano en el exterior, además de mejorar las condiciones de vida en las zonas cafeteras. De modo que la prosperidad financiera del FoNC es indispensable para garantizar su estabilidad y la continuidad de estos bienes públicos.

Indicadores financieros:

A septiembre, los indicadores financieros son favorables:

Apalancamiento: mide la razón entre pasivo y patrimonio; pasó de 80% al cierre de 2017 a 76% en septiembre, gracias a la disminución en USD 21,4 millones de la deuda financiera del FoNC.

Fortaleza patrimonial: representa la posibilidad de financiación del FoNC con capital propio; pasó de 56% al cierre de 2017 a 57% en septiembre.

Líneas de crédito: Los anteriores indicadores sustentan la estabilidad de los cupos de las líneas de crédito, que a septiembre ascienden a USD 1.059 millones. Esto garantiza recursos disponibles por más de \$3 billones, suficientes para que el FoNC pueda aplicar la garantía de compra, comercializar café verde y liofilizado, y llevar oportunas inversiones en bienes públicos en las zonas cafeteras. La actividad institucio-

nal es la que provee como tales los bienes públicos prioritarios a los caficultores. Para ello, el FNC obtiene ingresos principalmente vía la contribución cafetera, que a septiembre fue de USD 67,5 millones, que depende de las exportaciones de café del país (más de 9,1 millones de sacos de 60 kg, con el tercer año más alto en volumen de los últimos 25 años).

El FoNC también obtiene ingresos por USD 4,7 millones vía regalías por uso de marcas. Ambas fuentes de ingresos se complementan con estrategias de cobertura de tasa de cambio para mitigar el impacto de esta variable en los ingresos por contribución cafetera. Gracias a las operaciones de cobertura, se han recibido compensaciones a favor por USD 4,6 millones al tercer trimestre.

A septiembre se destinaron más de USD 93,2 millones a financiar los bienes y servicios públi-

cos, 18% más frente al mismo periodo de 2017, lo que confirma el compromiso del FoNC con el bienestar de los caficultores y sus familias.

Destaca este año la asignación de USD 11,5 millones al Programa de Renovación de Cafetales. También se modificó el gasto en gestión institucional y de garantía de compra del FoNC, con un presupuesto asignado en 2018 de USD 38,1 millones, 8% más que en 2017. Todo esto explica con creces que la actividad institucional sea deficitaria en USD 18,8 millones a septiembre.

La actividad comercial, encargada de comercializar café verde con creciente valor agregado (para pagar mejores reliquidaciones a los productores), registra un resultado neto de USD -5.381 a septiembre. Esta actividad creció 3% en la facturación de cafés especiales frente al mismo periodo del 2017.

FNC actualiza SICA y robustece seguridad de cadena de suministro

El Sistema de Información Cafetera (SICA) es una base de datos dinámica y georreferenciada de cobertura nacional que contiene la información única y válida de los productores de café y sus fincas.

Entre septiembre de 2017 y junio de 2018 se actualizó la información de fincas cafeteras en 37 municipios y 19 departamentos mediante la aplicación SICA Móvil (en dispositivos con GPS autónomo incorporado) e imágenes aéreas digitales a color de alta resolución de la zona cafetera, lo

que ha permitido marcar linderos de los lotes y obtener mayor precisión del área.

FNC logra recertificación BASC en versión 5.0: En un proceso multidisciplinario liderado por el área de Seguridad Corporativa de la Federación, se logró para la Oficina Central la recertificación bajo la norma y estándares internacionales BASC (Business Anti-Smuggling Coalition o Coalición Empresarial Anticontrabando), programa de cooperación entre el sector privado y organismos nacionales y

extranjeros creado para fomentar un comercio internacional seguro.

Esto convierte a la FNC en la primera empresa cafetera del país en obtener este reconocimiento en su versión 5 - 2017, recientemente aprobada y publicada por la Organización Mundial BASC (WBO).

Este logro resalta el fortalecimiento de los procesos administrativos y comerciales de la FNC, marco general para la implementación del Sistema de Gestión y

Control y Seguridad BASC con un enfoque basado en procesos, gestión de riesgos y mejora continua.

Avanza certificación como Operador Económico Autorizado (OEA): En 2018, la Federación siguió consolidando el ambicioso plan de trabajo para lograr la certificación como Operador Económico Autorizado (OEA), que otorga la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) bajo las disposiciones exigidas en el Decreto 3586 de 2011.

El cumplimiento de los requisitos de seguridad

en toda la cadena de suministro beneficiará sus operaciones de comercio exterior y la acreditarán como una empresa segura y confiable tanto para sus socios de negocio como para las autoridades de control.

Dentro del alcance de la certificación se incluyeron las actividades de comercialización de café verde e industrializado desarrolladas por las distintas unidades de negocio que intervienen en el proceso de exportación, tales como Oficina Central, Buencafé, Almacafé y las Inspecciones Cafeteras.

A 2019 se tiene previsto presentar la solicitud de certificación, que estará sujeta a los procesos de verificación del cumplimiento de los requisitos de la norma.

FNC, el gremio agrícola con la mayor presencia en medios de comunicación del país

Los más de 8.200 registros sobre temas como Elecciones Cafeteras, innovaciones tecnológicas para optimizar la recolección de café y el liderazgo de la FNC en reclamar corresponsabilidad de todos los actores de la cadena para garantizar la sostenibilidad del productor así lo confirman.

Con más de 8.200 mil registros sobre el sector en medios nacionales entre enero y septiembre, la FNC se consolidó como el gremio agrícola con la mayor exposición mediática del país, que se traduce en un Retorno sobre la Inversión (ROI) de \$58.086 millones (o USD 18,7 millones).

Este año las Elecciones Cafeteras, las innovaciones tecnológicas para optimizar la recolección de café y el liderazgo de la FNC para hacer frente a la volatilidad del precio internacional y reclamar corresponsabilidad de todos los actores de la industria para garantizar la sosteni-

bilidad de los productores fueron algunos temas a los que se dio amplio despliegue.

Como la cita más importante que los cafeteros federados tienen cada cuatro años con la democracia para elegir a sus representantes gremiales, la información divulgada sobre los comicios contribuyó a una elevada participación pese a la coyuntura de bajos precios del grano. Durante la campaña de comunicaciones de estas Elecciones Cafeteras se registraron más de 200 noticias en medios nacionales y regionales, lo que equivale a un ROI de más de \$4.000 millones.

Las propuestas de la FNC en la industria global para que el eslabón más vulnerable, los productores, puedan mejorar su rentabilidad y no estén expuestos a los altibajos de los precios internacionales también tuvieron eco.

El Encuentro Nacional de Mujeres Cafeteras y Cafés de Colombia Expo fueron otros hitos en los cuales la Dirección de Comunicaciones, cumpliendo su misión, trabajó en visibilizarlos ante todas las audiencias de interés en el país y el resto del mundo.

En el caso de Cafés de Colombia Expo, se logró un total de 96 notas en los principales medios de co-

municación del país, con un ROI de cerca de \$1.000 millones.

El sector cafetero en su conjunto, que incluye todas las empresas del sector, registró más de 23.200 notas, equivalentes a un ROI de \$247.197 millones (USD 80 millones).

Panorama Cafetero y Las Aventuras del Profesor Yarumo fortalecen Red Radial Cafetera de la FNC

Siguiendo la estrategia de llevar a más zonas rurales del país la información relevante que las familias

productoras requieren para estar al día con las acciones de la FNC, el 15 de febrero, por medio de la red de emisoras del Ejército Nacional, salió al aire el programa institucional Panorama Cafetero, espacio donde todos los jueves, de 6:30 a 6:45 am, los oyentes se enteran de la actualidad cafetera y se resaltan los logros e historias de vida de los caficultores.

Panorama Cafetero es transmitido desde la emisora matriz del Ejército "Colombia Estéreo", ubicada en Bogotá, y desde allí se encadena con 39 emisoras del resto del país.

Federación, comprometida con el buen gobierno corporativo

Compromiso, responsabilidad, liderazgo y honestidad son los pilares sobre los cuales trabaja la FNC por los caficultores, pilares que a la vez soportan el plan estratégico y el correcto desarrollo de las actividades por medio del Control Interno y la Gestión de Riesgos Corporativos.

Control Interno independiente y objetivo

La cultura organizacional de la Federación está enmarcada en valores y principios éticos, con una estructura organizacional definida, donde las políticas, normas y procedimientos permiten implementar medidas de control para el logro de sus objetivos y salvaguarda de sus activos. Asimismo, los sistemas de información garantizan la seguridad y calidad de la misma y permiten que la comunicación fluya a través de toda la empresa.

Bajo estas premisas se desarrollan actividades de Auditoría Interna de forma independiente y objetiva en los Comités Departamentales de Cafeteros, Oficina Central, Buencafé

y Cenicafé, lo que contribuye a fortalecer el control interno y mejorar los procesos de la organización.

En 2018 el plan de auditoría estuvo orientado a evaluar los procesos de elecciones cafeteras, transformación tecnológica SAP, contribución cafetera, inventarios de café y mercancías, y se atendieron quejas y reclamos de caficultores, sobre los cuales se han emitido más de 80 informes dirigidos a la administración y se suscribieron planes de mejoramiento, que son objeto de seguimiento.

La Auditoría Interna además trabaja coordinadamente con las evaluaciones realizadas por la Revisoría Fiscal para supervisar los recursos de la FNC y con la Contraloría General de la República para lo referente a las fi-

nanzas del Fondo Nacional del Café (FoNC); en esta última realizó dos auditorías: una de desempeño y otra de cumplimiento, dentro de su nuevo enfoque de control fiscal.

Gestión de riesgo corporativo se fortalece

La gestión integral de riesgos es un componente clave en el Sistema de Control Interno de la empresa que permite manejar la incertidumbre en el cumplimiento de objetivos estratégicos, de operación, información y de normas legales. Esta gestión de riesgos es transversal a todos los procesos de la empresa y busca soportar la misión y visión de la FNC, alcanzables con su modelo de estrategia orientada a la rentabilidad del caficultor.

Con este mismo propósito y reforzando los temas técnicos, económicos, ambientales y culturales estructurados bajo la estrategia “Más Agronomía, más Productividad”, salió al aire el 13 de febrero el programa Las Aventuras del Profesor Yarumo, que se transmite todos los martes de 3:30 a 4:00 pm por la Radio Nacional de Colombia.

Estos dos nuevos programas se suman a los 67 programas radiales de los Comités de Cafeteros, consolidando así la Red Radial Cafetera de la FNC como instrumento clave de comunicación con todos los cafeteros de Colombia.

Comunicaciones internas refuerzan sentido de pertenencia en la FNC

En 2018 se siguió trabajando en los objetivos de generar orgullo y sentido de pertenencia entre los colaboradores, acercar al equipo directivo a la base de la organización, destacar el liderazgo basado

en el ejemplo y facilitar el aprendizaje sobre el café en la audiencia interna.

Dentro de los medios destacados a nivel nacional para mantener informados a todos los colaboradores está Prensa Al Día, espacio para reconocer la labor del equipo humano, exaltar la labor del Servicio de Extensión y visibilizar el trabajo diario de los comités departamentales y municipales, las oficinas en el exterior y las empresas del gremio.

Con más de 350 ediciones, Prensa Al Día se ha consolidado como el medio de comunicación interna por excelencia.

Otro de los espacios de comunicación con los colaboradores es Al Día con el Gerente, espacio donde el Gerente General, en un ambiente cercano e informal, se reúne con todo el equipo de trabajo de la FNC a nivel nacional para escuchar inquietudes y entregar de primera mano información de interés.

Al cierre de octubre se habían realizado siete encuentros, los cuales son muy valorados y comprometen al equipo de trabajo con el bienestar de las familias cafeteras del país.

23.200

notas registra el sector cafetero.

39

emisoras del país se enlazan con Panorama Cafetero.

350

ediciones de Prensa Al Día.



Una adecuada gestión de riesgos previene la exposición de la empresa a incumplimientos legales, reputacionales (corrupción, soborno), actividades ilícitas (lavado de activos, contaminación de mercancía), fraude, deterioro de instalaciones y afectación de personas, que de una u otra manera impactan al gremio.

Por ello el Comité Directivo en 2017 autorizó crear la Dirección de Riesgo Corporativo, con el fin de diseñar y acompañar la implementación de políticas y procedimientos relacionados con la gestión de riesgos, seguridad de la información, seguridad física y cumplimiento.

Acciones lideradas por la Dirección de Riesgo Corporativo en 2018

Gestión de Riesgos:

- Acompañamiento a los procesos de la cadena de suministro para la exportación de café, en la identificación y valoración de riesgos en el marco del Sistema de Gestión Integral (ISO 9001), Seguridad en la cadena de suministro internacional para café (BASC y OEA) y el incentivo IGEC.
- Diseño de un Plan de Continuidad de las operaciones.
- Configuración del Programa de Seguros en Gestión de Riesgos Asegurables, para Oficina Central, Buencafé, Cenicafé y algunos Comités de Cafeteros, con el cual se busca eficiencia en la gestión, reducción de costos y cubrimiento razonable.

Seguridad de la Información:

- Enfocado en preservar la confidencialidad, integridad, disponibilidad y privacidad de la información requerida para el desarrollo de las actividades y cumplimiento de los objetivos de la estrategia de valor.
- Diagnóstico para identificar las brechas en seguridad de la información con sus respectivos planes de acción, con base en la ISO 27000.
- Acompañamiento a los procesos relacionados con la seguridad de la información con ISO 9001, certificación BASC, proyecto OEA (Operador Económico Autorizado) e incentivo IGEC.
- Creación de una metodología para identificar

y clasificar la información de la empresa con el fin de asignarle un valor frente a los criterios de seguridad.

- Acompañamiento en procesos de manejo y clasificación de información personal. Cultura de protección de información personal. Habeas Data.
- Elaboración del Manual de Protección de Datos Personales.

Función de Cumplimiento:

- Dirigido a establecer procedimientos que aseguren el cumplimiento normativo interno y externo de la empresa; minimizando riesgos con efecto económicos y reputacionales.
- Seguimiento al cumplimiento de los procesos de

la empresa en la identificación de normas externas e internas aplicables a la FNC.

- Diseño e implementación de mecanismos que prevengan riesgos de lavado de activos y financiación del terrorismo (LAFT) en desarrollo de proyectos como OEA y BASC.

Seguridad Física

Enfocado en fortalecer procedimientos y controles de protección de seguridad física a las instalaciones de la empresa y del café.

Región Norte

Ubicada por arriba de los 7° latitud norte, esta región abarca los departamentos cafeteros de La Guajira, Magdalena, Cesar, (sur de) Bolívar, Norte de Santander y Santander; presenta periodos secos pronunciados entre diciembre y marzo y uno húmedo entre mayo y noviembre, por lo que la cosecha se concentra en un 90% entre noviembre y enero. El café de esta región tiene una acidez media, un cuerpo alto con toque de nuez y chocolate.

Comité de Cafeteros del Cesar-La Guajira y Bolívar

Los departamentos del Cesar, La Guajira y Bolívar cuentan con 33 mil ha de café con una edad promedio de 13,5 años, una densidad de 4.221 árboles por hectárea, de las cuales 67% está en variedades resistentes, 66% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre de 2018 se renovaron 1.932 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- Para garantizar la sostenibilidad de la caficultura se invirtieron \$180 millones en los programas de renovación y fertilización basados en análisis de suelos, que se logró adopten 445 caficultores.

- Bajo el Programa de Crédito se tramitaron y desembolsaron 23 solicitudes de crédito por \$207 millones.

Desarrollo Social

- La FMM, Sede Pueblo Bello, obtuvo la licencia de funcionamiento por parte de la Secretaría de Educación del Cesar, dando inicio a la formación de 24 jóvenes como técnicos profesionales en trabajo agrícola del café.

- Se implementó el Programa Escuela y Café en cinco instituciones

educativas, cuatro en el Cesar y una en La Guajira.

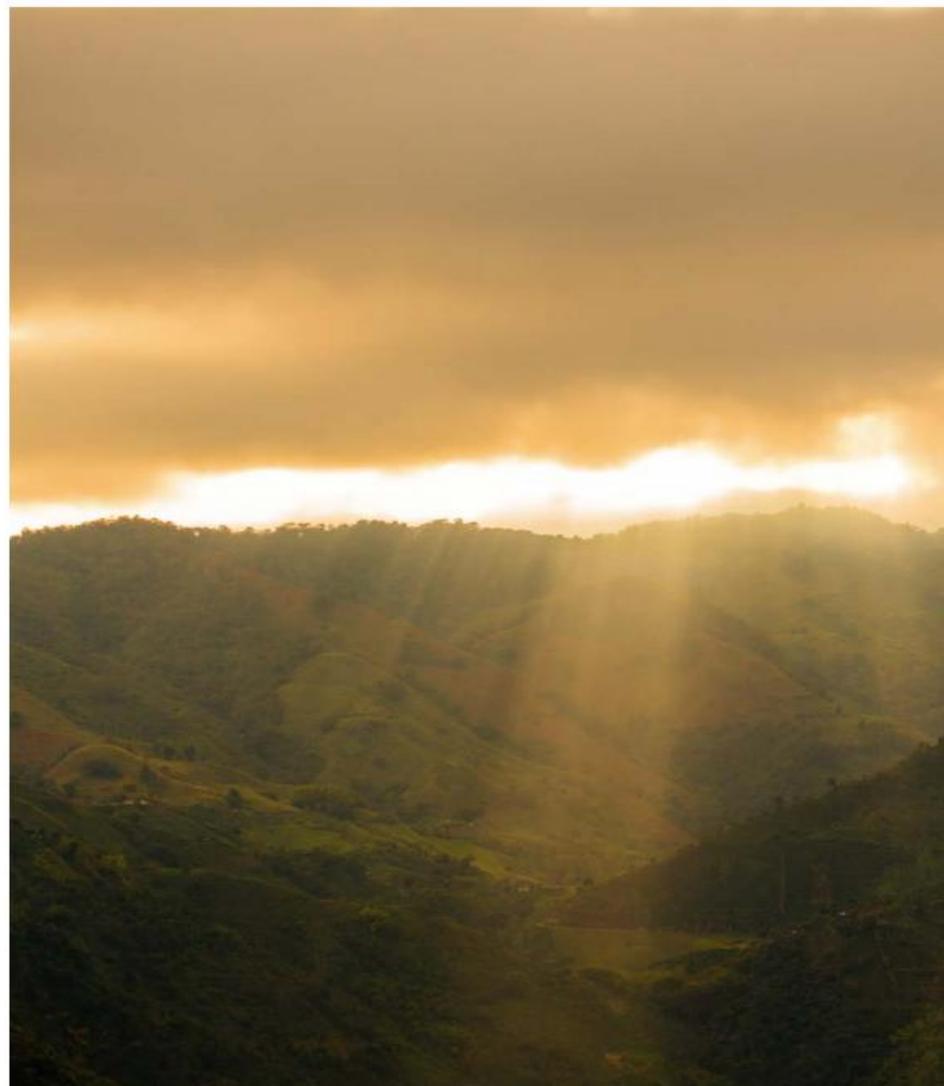
- 60 jóvenes caficultores formados como técnicos en producción de cafés especiales y administración de fincas: 30 en Agustín Codazzi y 30 de la etnia indígena kankuama, gracias a la alianza con el SENA.

Fortalecimiento gremial

- En el Segundo Encuentro de Comités Departamentales del Norte Colombiano, líderes cafeteros recibieron capacitación en fortalecimiento gremial, plan estratégico y gestión de proyectos.

- 59 caficultoras participaron en el Segundo Encuentro de Mujeres.

- 59 jóvenes caficultores participaron en el Segundo Encuentro de Jóvenes.





Comité de Cafeteros del Magdalena

El Magdalena cuenta con 19,4 mil ha de café con una edad promedio de 12 años, una densidad de 4.441 árboles por hectárea, de las cuales 64% está en variedades resistentes, 70% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre de 2018 se renovaron 1.150 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- 2.984 caficultores fueron atendidos por el Servicio de Extensión (65% de la población), a través de 3.007 visitas a fincas y se capacitaron 220 caficultores en costos de producción y en calidad y beneficio del café, empoderándolos en el negocio cafetero.
- Para contar con espacios que facilitan el aprendizaje y la adopción de tecnologías, los caficultores de la región cuentan con 4 parcelas demostrativas.
- \$32 millones se invirtieron en la compra de semillas de café para iniciar la construcción de germinadores, lo cual garantizará las renovaciones del próximo año.

Comercialización y posicionamiento

- Tres caficultores finalistas del II Concurso de Ca-

lidad Colombia, Tierra de Diversidad recibieron re-liquidaciones por la venta de sus microlotes, dada su alta calidad y perfil de taza.

- Magdalena continúa avanzando en el programa de cafés sostenibles, logrando 4.994 hectáreas bajo la verificación 4C, 4.807 hectáreas con FLO-Fairtrade, 1.892 hectáreas con Orgánico y 519 hectáreas con Rainforest Alliance.

- Se inauguró la tienda Café del Lago, ubicada en la Universidad del Magdalena, buscando fortalecer el fondo de becas para el estudio superior de los caficultores de la región. Actualmente se cuenta con dos Tiendas de Café.

Desarrollo Social

- 25 caficultores se capacitaron por la FMM en Técnico Laboral en Auxiliar de Extensión y Producción Sostenible de Café,

programas realizados en la Estación de Cenicafé en Pueblo Bello, Cesar.

- En alianza con la Universidad Sergio Arboleda (Santa Marta), se capacitó a jóvenes y caficultores en unidades de negocios dirigidas al turismo amigable con el medio ambiente y en negocios afines a la empresa cafetera.

- 27 jóvenes caficultores cursan estudios superiores en la Universidad del Magdalena con una inversión de \$28 millones.

- \$19 millones se invirtieron en mejorar la infraestructura eléctrica en la zona cafetera de Santa Marta.

Sostenibilidad ambiental

- \$181 millones invertidos en estufas ecológicas para 72 hogares cafeteros de Ciénaga y Fundación, en alianza con la Corporación Autónoma Regional del Magdalena.

- \$43 millones invertidos en mantenimiento de vías terciarias en convenio con la Alcaldía de Fundación y \$119 millones destinados por la Federación al mantenimiento de 205 kilómetros de vías terciarias.

Fortalecimiento gremial

- Para mantener informada a la comunidad cafetera del departamento se realizaron 36 programas de Radio “Café con aroma de Mar” con una inversión de \$9,5 millones.

- 5 mujeres cafeteras del Magdalena participaron en el Encuentro Nacional de Mujeres Caficultoras realizado en la FMM.

- 2 jóvenes cafeteros del Magdalena participaron en el Encuentro Nacional de Jóvenes en el Cauca.

- 20 niños hijos de caficultores hicieron parte del Programa Niños Pilos, realizado en la FMM.



Comité de Cafeteros de Norte de Santander

N. de Santander cuenta con 23,5 mil ha de café con una edad promedio de 12,7 años, una densidad de 5.107 árboles por hectárea, de las cuales 75% en variedades resistentes, 68% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 1.613 hectáreas

Rentabilidad del cultivo

- Se efectuaron 447 análisis de suelos y se financió la fertilización de cafetales para 895 familias, con crédito en especie del Fondo Rotatorio Departamental.
- 9.840 caficultores fueron atendidos por el Servicio de Extensión, brindando asistencia técnica y asesoría en los programas de Renovación de Cafetales, Cafés Especiales, Créditos, Transferencia de Tecnología, SICA, Manos a la Obra, Semilla Certificada, Análisis de Suelos, Infraestructura para el Beneficio del Café y Fondo Rotatorio para la Fertilización de Cafetales.

Mejoraron los ingresos de los productores con la entrega al FoNC de 3,3 millones de kg de c.p.s., de los cuales 2 millones corresponden a cafés especiales (62% de lo comercializado).



Comercialización y posicionamiento

- Mejoraron los ingresos de los productores con la entrega al FoNC de 3,3 millones de kg de c.p.s., de los cuales 2 millones corresponden a cafés especiales (62% de lo comercializado).

Desarrollo Social

- 4.600 caficultores fueron beneficiados mediante obras de drenaje, placas-huella y mantenimiento periódico y rutinario de vías terciarias.

Sostenibilidad Ambiental

- 9.397 caficultores fueron certificados/verificados bajo estándares de sostenibilidad, 60% de la población cafetera del departamento.

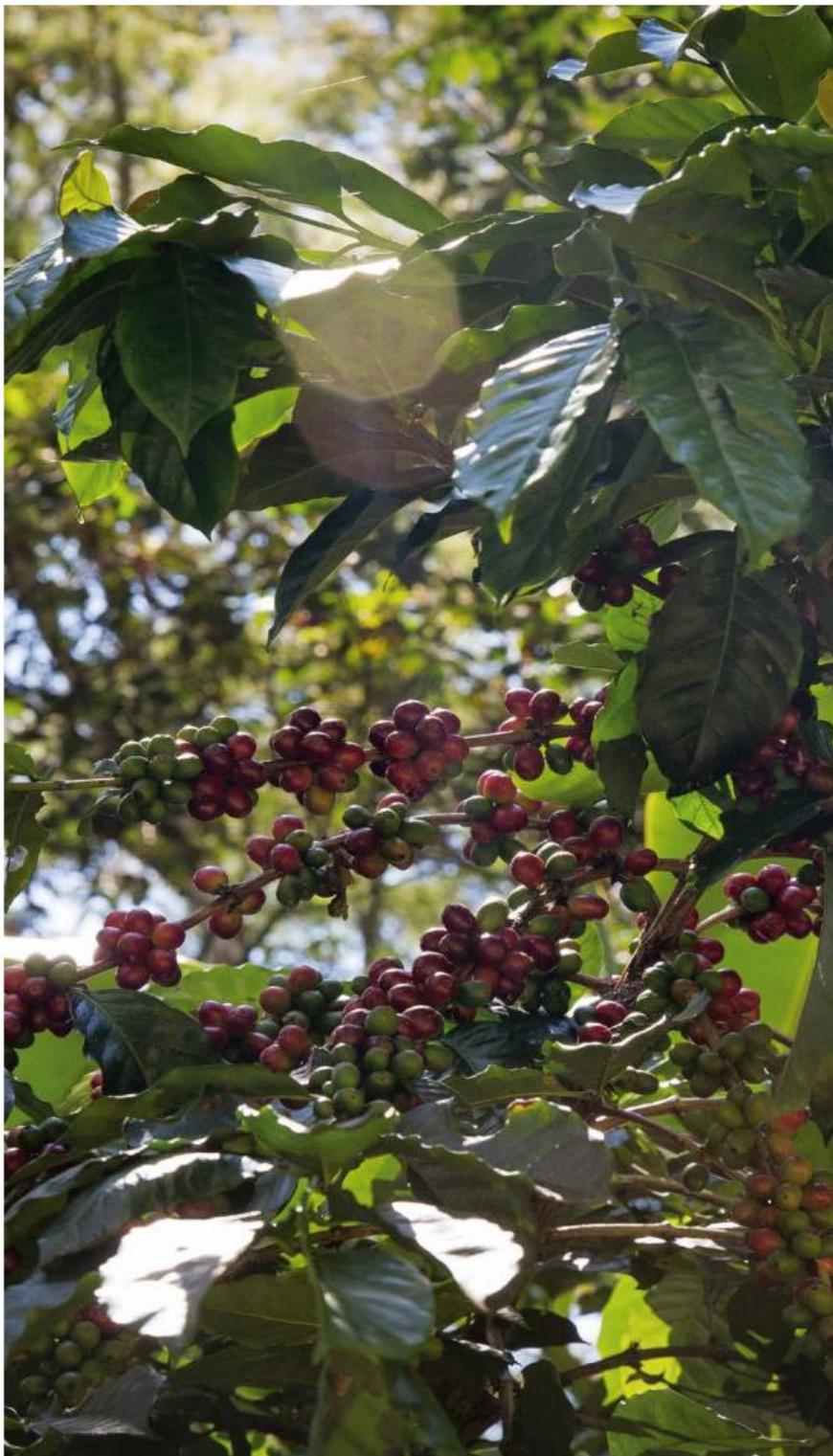
4.600 caficultores beneficiados mediante obras de drenaje, placas-huella y mantenimiento periódico y rutinario de vías terciarias.

Comité de Cafeteros de Santander

Santander cuenta con 50,4 mil ha de café con una edad promedio de 6 años, una densidad de 5.278 árboles por hectárea, de las cuales 96% está en variedades resistentes, 91% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 4.452 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- \$1.441 millones fueron destinados al programa Plan Café 2018, que entrega apoyo económico redimible en fertilizante e insumos para la producción de chapolas, para la renovación de 3.600 hectáreas
- \$190 millones fueron invertidos en dotaciones de tanques para agua, plásticos y tanques de fermentación, con destino al beneficio del café (1.600 beneficiarios).
- \$1.445 millones fueron invertidos en convenio con la Gobernación de Santander para apoyar el beneficio en finca de 320 caficultores en 20 municipios.
- \$1.372 millones fueron aportados por la Fundación EFICO, 13 municipios y el Comité para mejorar la productividad y competitividad con re-



— — — — —
\$123 millones invertidos en mejor manejo de aguas, mejores prácticas ambientales e infraestructura del café.

novación y aumento de la cobertura del Servicio de Extensión.

- Se destinaron \$1.372 millones a ejecutar en alianza con la Gobernación, para renovar 1.350 hectáreas en 50 municipios.

Desarrollo Social

- \$786 millones fueron invertidos en actividades educativas con jóvenes en las posprimarias, apoyo estudiantil a hijos de cafeteros, campañas divulgativas radiales y cursos de mantenimiento y reparación de maquinaria agrícola, para promover competencias y conexión laboral. Realización de dos campamentos de jóvenes cafeteros.

Sostenibilidad ambiental

- \$123 millones fueron invertidos en mejor manejo de aguas, mejores prácticas ambientales e infraestructura del café.

Fortalecimiento gremial

- Se desarrollaron encuentros y capacitación de mujeres cafeteras; encuentro anual de Jóvenes Cafeteros, de empresarios (en el que participaron 350 cafeteros) y encuentro de líderes gremiales municipales (con 420 cafeteros).

Región Centro-Norte

Entre los 4° y 7° latitud norte, esta región abarca los departamentos cafeteros de Antioquia, Boyacá, Caldas, Cundinamarca y Risaralda; presenta dos periodos lluviosos: marzo-junio y septiembre-diciembre, por lo que la cosecha se recoge en un 75% a 85% entre septiembre y diciembre y el resto de abril a junio. El café de esta región tiene un buen balance con toques frutales y herbales.

Comité de Cafeteros de Antioquia

Antioquia cuenta con 111,8 mil ha de café con una edad promedio de 7,3 años, una densidad de 5.062 árboles por hectárea, de las cuales 78% en variedades resistentes, 79% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 12.476 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- 35 mil caficultores fueron atendidos individualmente por el Servicio de Extensión y hubo 89.131 contactos con caficultores en 6.109 actividades grupales.
- Con el programa “Plan 2000 Fincas” diseñado para conocer los costos de producción, se trabajó en Antioquia en 254 fincas, con las cuales se construyó una base de datos en la materia.
- 27 parcelas hacen parte del modelo de investigación participativa (IPA), de las cuales 12 son con variedad Cenicafé 1 y el resto con Castillo Regional Rosario.
- El Programa de Crédito Cafetero brindó asistencia técnica a 1.838 caficultores interesados en adquirir un crédito para su actividad: 1.061 solicitudes de crédito ante el Banco Agrario fueron tramitadas.

- Para preservar la calidad del café y en alianza con las cooperativas, se capacitaron 7 mil caficultores en prevención del defecto fenol y en uso de plaguicidas.

Comercialización y posicionamiento

- 6 mil caficultores con 32 mil hectáreas de café fueron atendidos vía los programas de cafés sostenibles como FLO, CAFE Practices, Rainforest Alliance y 4C.
- En alianza con la Unidad de Gestión de Proyectos se logró cofinanciar el VI concurso departamental de calidad de café, “Taza de Antioquia”, en la cual se subastaron 29 lotes de alta calidad, alcanzando USD 17 dólares/libra.

Desarrollo social

- \$17.476 millones se comprometieron en convenios

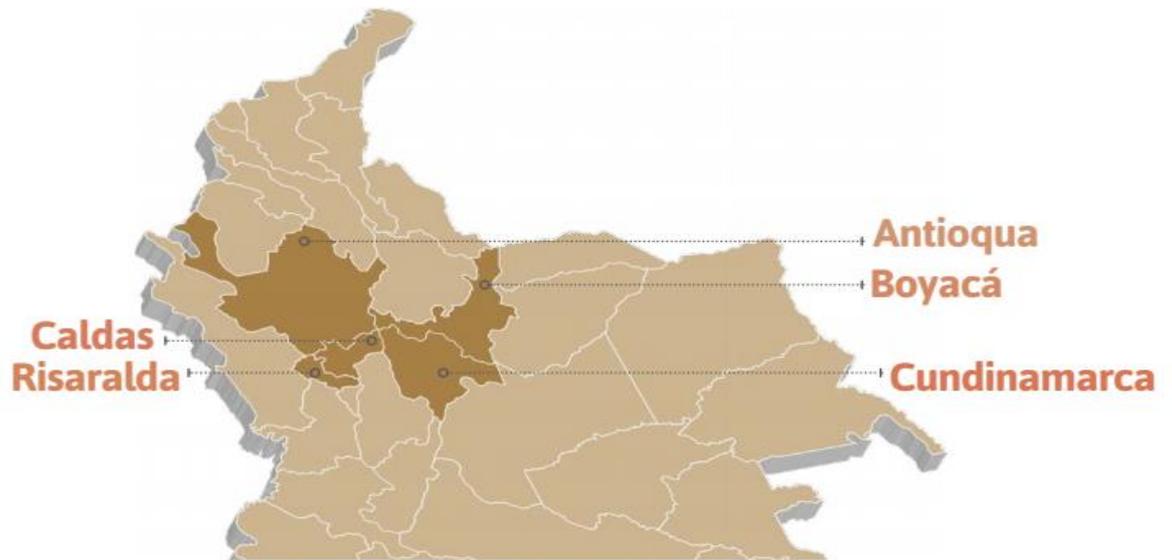
para ejecutar 268 proyectos de infraestructura, productivos y educativos dirigidos a mejorar el bienestar de las familias cafeteras.

- \$10.184 millones se invirtieron en programas de educación y obras de desarrollo y bienestar social.

Fortalecimiento gremial

- Para un contacto permanente con los caficultores, se emitieron 30 mil ejemplares del periódico Café Paisa y 260 ediciones del boletín El Cafetín, 150 mil mensajes de texto con temas de actualidad, 80 vallas nuevas para mejorar la visibilidad institucional en los municipios cafeteros, cuñas radiales y se renovó el sitio web con información diaria (www.fncantioquia.org)





Comité de Cafeteros de Boyacá

Boyacá cuenta con 10,5 mil ha de café con una edad promedio de 10,3 años, una densidad de 4.354 árboles por hectárea, de las cuales 71% en variedades resistentes, 75% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 380 hectáreas.



Rentabilidad del cultivo

- En 2018 se compraron 2.000 kilos de semilla certificada proveniente de Cenicafé, se dispuso el material necesario para la instalación de germinadores comunitarios en más de 30 municipios y se adquirió con la Fundación Ecológica Cafetera cerca de 300 mil chapolas de café listas para llevar a los almácigos, junto con sus bolsas, invirtiendo \$175 millones.

- Se subsidió 50% del valor de los análisis de suelo y se entregó un incentivo por planta de \$200 en fertilizante para nuevas siembras.

- Con el apoyo de Cenicafé, se brindó incentivo de 30% para la adquisición de productos químicos para el control de la gotera u ojo de gallo, generada por el exceso de precipitaciones en los últimos tres años.

- Para asegurar la calidad del café, se gestionaron recursos con 13 municipios y sus productores por \$373 millones para la adquisición e instalación de equipos de beneficio del café.

Comercialización y posicionamiento

- En 2018 se realizaron los concursos de calidad "Aroma de Libertad" y "Colombia, Tierra de Diversidad" que contaron con la participación de más de 90 microlotes.

Desarrollo social

- \$399 millones fueron invertidos en el municipio de Togüí para conectar a 175 familias a la red de gas rural domiciliaria.
- 60 productores e hijos fueron capacitados en catación de café mediante el convenio con el SENA valorado en \$25 millones.

Comité de Cafeteros de Caldas

Caldas cuenta con 66,6 mil ha de café con una edad promedio de 5 años, una densidad de 5.594 árboles por hectárea, de las cuales 86% está en variedades resistentes, 90% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 8.077 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- 4.600 caficultores fueron beneficiados con el Proyecto de Fortalecimiento de la Caficultura con la entrega de 8,7 millones de chapolas.
- 2.288 caficultores fueron capacitados en gestión empresarial, 150 participan en el Plan 2000 fincas, y en los talleres de referenciación de costos han participado 200 caficultores de economía campesina y 70 empresariales.
- 100 caficultores recibieron capacitación en buenas prácticas de poscosecha y se han entregado 628 equipos como despulpadoras, tanques-tina y silos para secado de café.
- 898 muestras fueron realizadas en el Laboratorio de Análisis de Calidad del Café-Ritual del Café, el cual cuenta con certificación campus SCA.
- Se logró el 100% de cumplimiento del Programa Nacional de Renovación, alcanzando la meta de renovar 8.018 hectáreas.

Comercialización y posicionamiento

- 19 mil fincas fueron certificadas/verificadas con 48.357 hectáreas bajo el programa de cafés especiales, lo que beneficia a 13.363 caficultores.

Desarrollo social

- \$14.356 millones fueron invertidos en programas de desarrollo social, de los cuales \$10.590 millones corresponden a recursos de terceros, \$2.970 millones a recursos del FoNC y \$796 millones a recursos propios.
- 563 mujeres que conforman 18 Consejos Partici-

pativos se han beneficiado de los proyectos Mujeres Cafeteras, Caficultura Sostenible con Enfoque de Género y Mujeres Cafeteras, Sembrando Sostenibilidad.

- Hay 6.816 estudiantes matriculados en la Universidad en el Campo, de los cuales 5.597 corresponden a técnicos profesionales y 1.219 a tecnólogos.
- Como parte del proyecto de Abastos Rurales se continuó con el acompañamiento a las asociaciones de usuarios que operan en 160 acueductos rurales del departamento.
- 1.100 jóvenes vinculados laboralmente en activi-

dades asociadas al sector agropecuario y cafetero y se avanza en promover el empalme generacional en la caficultura.

- Se realizó mantenimiento de 1.105 km de vías terciarias y se construyeron 8.500 metros de placa-huella bajo el Proyecto Mantenimiento de Vías Rurales.

Sostenibilidad ambiental

- En el Programa Forestal del Río Magdalena-KfW se acumula una cobertura de 18.650 hectáreas incentivadas que benefician a 2.321 agricultores.
- En el Proyecto Saneamiento Básico Ambiental

se construyeron 250 sistemas sépticos individuales, 120 casetas sanitarias y mantenimiento a 400 sistemas sépticos individuales, lo que beneficia a más de 650 familias.

Fortalecimiento gremial

- 16.581 federados participaron en las elecciones cafeteras, 74,4% del potencial electoral del departamento, en las que se renovó 53% de los representantes de los 24 Comités Municipales, de los cuales el 22% corresponde a mujeres.
- 94% de los caficultores (22.280) cuentan con Cédula Cafetera Inteligente.

94% de los
caficultores
(22.280)
cuentan con
Cédula Cafetera
Inteligente.



Comité de Cafeteros de Cundinamarca

Cundinamarca tiene 32,7 mil ha de café con una edad promedio de 9,1 años, una densidad de 4.103 árboles por hectárea, de las cuales 83% en variedades resistentes, 71% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 1.970 hectáreas.



Rentabilidad del cultivo

- Se entregaron incentivos para la renovación de 8,4 millones de árboles, de los cuales el MADR da un apoyo de \$150/planta renovada y FoNC de \$100/planta renovada.
- En alianza con 30 alcaldías municipales, se gestionaron recursos del Sistema General de Regalías por \$6.245 millones para programas de renovación, fertilización en etapa productiva, la construcción de 324 silos de secado y apoyo para un laboratorio de catación en

el municipio de Pacho.

- Se brindó apoyo a 8 asociaciones de productores mediante la adecuación y dotación de equipos para microcentrales de beneficio de café cereza en el mismo número de municipios, gracias a la alianza con la Gobernación de Cundinamarca, Grupo Enel-Emgesa y Socodevi.

Comercialización y posicionamiento

- Se participó en el tercer concurso “Colombia, Tierra de Diversidad” con la entrega de 172 lotes, de los cuales 5 de 31 llegaron a la subasta final.

Desarrollo social

- En alianza con la fundación Costa Coffee se desarrolla el proyecto para mejoramiento de infraestructura física y nutrición infantil en la escuela departamental Santa Teresa, en San Juan de Rioseco, donde se beneficiarán 411 estudiantes y 22 profesores.
- Se invirtieron recursos para mejorar vías terciarias y acueductos, que han beneficiado a 500 familias cafecultoras de Viotá, El Colegio, La Mesa y Paime.

Comité de Cafeteros de Risaralda

Risaralda tiene 46,8 mil ha de café con una edad promedio de 5 años, una densidad de 4.103 árboles por hectárea, de las cuales 84% en variedades resistentes, 91% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre de 2018 se renovaron 5.582 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- \$12.352 millones fueron invertidos en programas dirigidos a elevar la productividad y asegurar la calidad, mediante mejor infraestructura en beneficio húmedo y seco del café, en favor de 5.650 familias cafeteras.
- Se promovió la renovación del parque cafetero, entregando más de un millón de chapolas resistentes a la roya, 1.500.000 colinos, 207 muestras de análisis de suelos y la en-

trega de incentivo como apoyo a la renovación de cafetales envejecidos (mayores o iguales a 8 años), para unas 700 hectáreas.

- Se entregaron 155 máquinas despulpadoras, 75 módulos para despulpado, 382 secaderos solares parabólicos, 20 tanques-tina de fermentación, 7 secaderos mecánicos, 16 tolvas para cereza, 11 sistemas para tratamiento de lixiviados del beneficio de café y 6 sistemas sépticos.
- \$250 millones fueron invertidos en la instalación

de sistemas de carga por cable aéreo para beneficiar a 263 caficultores.

- \$700 millones fueron entregados a los caficultores vía el Programa Nescafé-Plan, mediante entrega de 2.440.000 colinos, subsidios para análisis de suelos, fortalecimiento técnico y acompañamiento de promotores de desarrollo.
- 40 mil contactos por el Servicio de Extensión en 19 mil visitas a finca u oficina y 21 mil contactos en 1.770 actividades grupales, donde se abordó la mejora de productividad

y rentabilidad de las empresas cafeteras.

Desarrollo social

- \$3.000 millones fueron invertidos en la construcción de 2.500 metros de placa huella en beneficio de la comunidad rural.
- El programa Universidad en el Campo, en convenio con la CHEC y la Gobernación de Risaralda, ha permitido tener más de 350 jóvenes estudiando en 4 programas técnicos profesionales con la Universidad de Caldas

y graduar en programas técnicos y tecnológicos a 152 jóvenes en 2018.

Sostenibilidad ambiental

- Se ejecuta el programa KFW-Carder para afrontar la variabilidad climática y fortalecer los sistemas de producción, en beneficio de 1.446 productores por valor de \$290 millones.

Región Centro-Sur

Entre los 3° y 4° latitud norte, abarca Quindío, Tolima y Valle del Cauca; presenta dos periodos lluviosos: de marzo a junio y de septiembre a diciembre, por lo que la cosecha se recoge en un 60% entre septiembre y diciembre y el 40% entre abril y junio. El café de esta región tiene un buen balance con toques frutales y herbales.

Comité de Cafeteros del Tolima

El Tolima cuenta con 111,8 mil ha de café, con una edad promedio de 7,3 años y una densidad de 5.062 árboles por hectárea, 78% en variedades resistentes, 79% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre de 2018 se renovaron 9.327 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- \$7.000 millones fueron ejecutados para renovación de cafetales, aportados por el FoNC y otros aliados, en beneficio de 12.980 caficultores.
- \$2.835 millones fueron ejecutados bajo el programa de Reactivación de la Caficultura, con recursos del FoNC y MADR para la renovación de 19 millones de árboles.

Comercialización y posicionamiento

- Para mejorar la calidad del café se realizaron 920 análisis físicos y sensoriales de muestras de café y se brindó acompañamiento a 6.635 caficultores, 52 asociaciones y grupos de caficultores en la promoción, desarrollo y sostenimiento del programa de cafés especiales.

Desarrollo social

- \$2.600 millones fueron invertidos en 22 municipios

en mantenimiento y mejoramiento de vías terciarias y polideportivos, en beneficio de 21.675 familias cafeteras.

- \$80 millones fueron invertidos en el Proyecto Escuela y Café en todo el Tolima para el establecimiento de pequeños lotes tecnificados de café y productos de pancoger como maíz en las instituciones educativas y fincas cafeteras de estudiantes.

Sostenibilidad ambiental

- \$132 millones fueron invertidos en el proyecto Silvicultura como una Alternativa de Producción en la Zona Marginal Cafetera y en actividades grupales en temas de: Produciendo Café Sostenible y de Calidad en Nuestro corredor, Plan de Manejo Mi Finca Soñada, Manejo Silvicultural y Valoración de Plantaciones, donde participaron 870 caficultores de Fresno, Herveo y Mariquita.

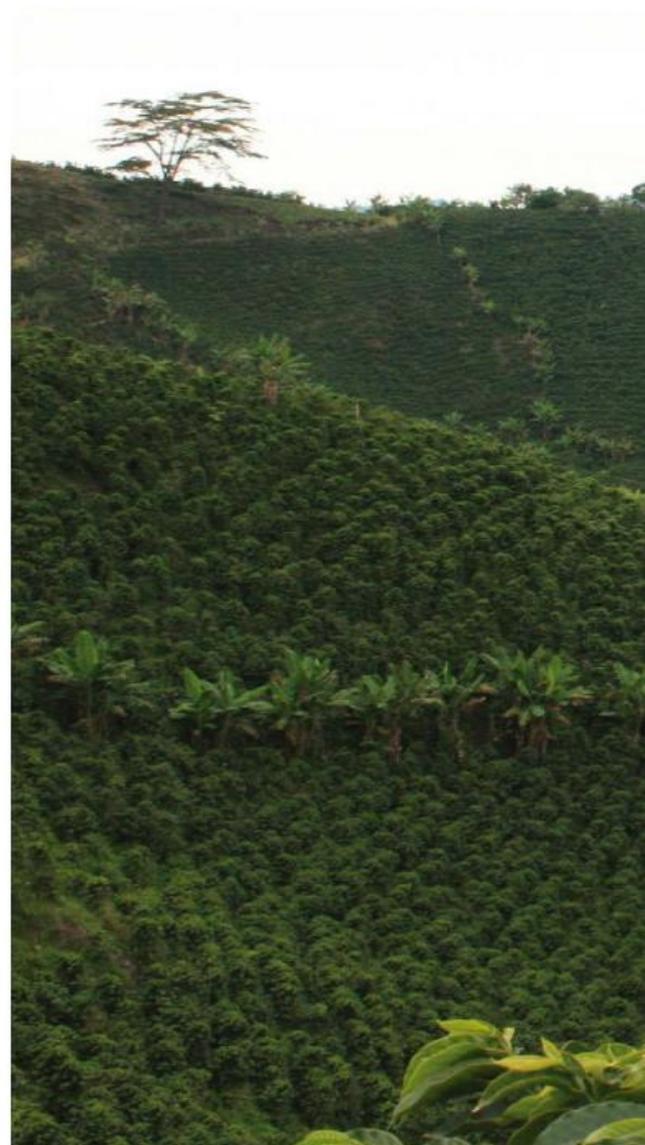
- Se construyeron seis ca-setas, 12 fosas para trata-

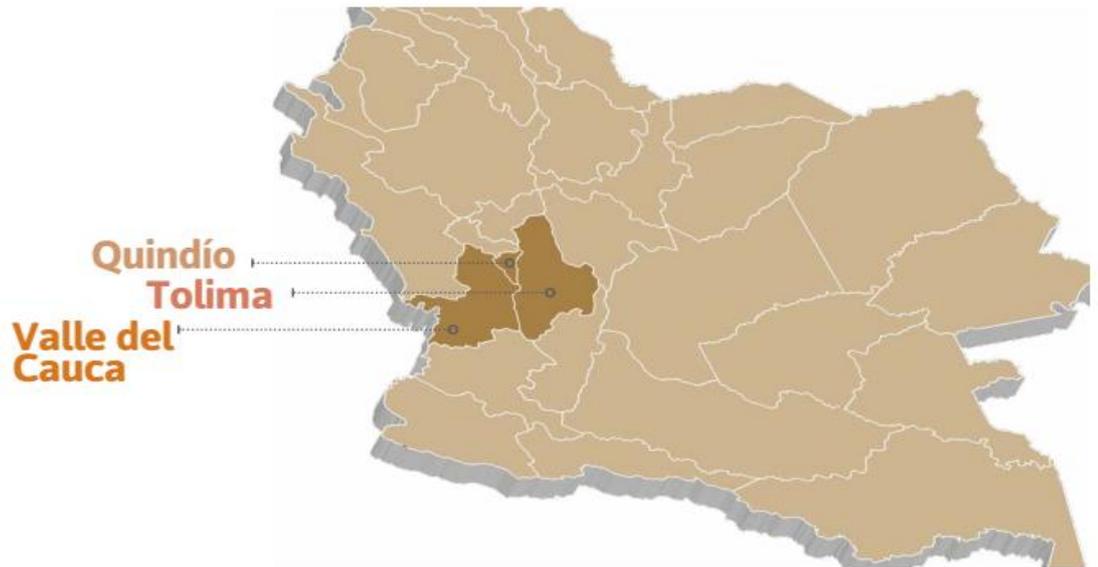
miento de pulpa de café y 13 sistemas primarios para tratamiento de aguas residuales del café.

Fortalecimiento gremial

- En el marco de las elecciones cafeteras se realizaron siete fiestas de la democracia en todo el departamento, que reunieron a 3.500 caficultores. Se inscribieron 150 listas y 12 planchas, para un total de 1.824 candidatos y se obtuvo una participación de 53% del censo electoral del departamento.

Se realizaron siete fiestas de la democracia en todo el departamento, que reunieron a 3.500 caficultores.





Comité de Cafeteros del Valle del Cauca

El Valle del Cauca cuenta con 56 mil ha de café con una edad promedio de 7 años y una densidad de 4.825 árboles por hectárea, de las cuales 78% en variedades resistentes, 85% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 4.961 hectáreas.



Rentabilidad del cultivo

- En alianza con entidades público-privadas se establecieron proyectos para germinadores comunitarios, apoyo a nutrición de los cafetales y acceso a material vegetal.

Desarrollo social

- \$12.469 millones fueron ejecutados por el Comité en programas de inversión social en beneficio de los caficultores.

Comercialización y posicionamiento

- 13.396 productores certificados/verificados bajo los sellos 4C, Rainforest Alliance, UTZ, y C.A.F.E. Practices; 67% del café entregado por las cooperativas a Almacafé está bajo algún estándar de sostenibilidad.

Fortalecimiento gremial

- Se realizaron 14 talleres de líderes formadores con 284 caficultores en temas de institucionalidad cafetera, transformación de problemas en oportunidades, liderazgo transformador, comunicación asertiva y el decálogo del líder cafetero.

- El Comité continuó trabajando en la torrefacción de cafés de origen, facilitando a los pequeños productores el acceso a la industrialización de calidad.
- En alianza con las cooperativas de caficultores, Cafexcoop S. A. y Almacafé, el Comité realizó el 14º Concurso de Calidad.

Comité de Cafeteros del Quindío

El Quindío cuenta con 21,6 mil ha de café con una edad promedio de 4,6 años y una densidad de 5.609 árboles por hectárea, de las cuales 71% está en variedades resistentes, 92% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 2.735 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- 5.172 productores fueron atendidos por el Servicio de Extensión mediante actividades individuales y grupales para capacitar en “Más Agronomía, más productividad”.

- Se entregaron 4 millones de chapolas, 2 millones de bolsas, 170 bultos de micorriza y 334 mil colinos de café para el cuidado y mantenimiento del almá-

cigo por valor de \$248 millones.

- \$149 millones fueron invertidos en mejoramiento de infraestructura de beneficio (289 caficultores).

Comercialización y posicionamiento

- El Centro de Análisis y Catación de Café “El Agrado” verificó 641 muestras y realizó 35 cursos de calidad con 544 caficultores.

Desarrollo social

- \$692 millones fueron invertidos en seis proyectos ejecutados en alianza con otras instituciones, dirigidos mejorar las condiciones de vida de la comunidad cafetera.

- Se ejecutaron 128 km con obras de mantenimiento vial en 34 veredas, en beneficio de 7.744 personas.
- \$43 millones fueron in-

vertidos en la construcción de fogones ecológicos, en beneficio de 33 caficultores de los municipios de Filandia, Córdoba y Génova.

- 4.000 kits escolares distribuidos en 207 instituciones educativas para estudiantes de preescolar y básica primaria, por un valor de \$50 millones.

- 21 becas fueron entregadas a hijos de caficultores

para que realicen estudios universitarios, por valor de \$21 millones.

- 867 kilos de frijol, maíz amarillo y blanco fueron entregados a 390 caficultores como parte del programa de seguridad alimentaria.

- 101 caficultoras participaron en el Primer Día de Campo en la Finca “El Agrado”, en el cual se brindó acompañamiento

\$692 millones invertidos en seis proyectos ejecutados en alianza con otras instituciones, dirigidos mejorar las condiciones de vida de la comunidad cafetera.

21 becas entregadas a hijos de caficultores para que realicen estudios universitarios, por valor de \$21 millones.



y orientación a las asociaciones de mujeres de los municipios de Montenegro, Filandia, Pijao, Génova y Salento, y se ayudó con la instalación de las tiendas Café Mujer en Pijao y Filandia.

- El Comité continuó con su labor de llevar agua al campo a través de sus 17 abastos de agua para uso agrícola a 8.628 familias de la zona rural.

- \$1.783 millones fueron invertidos en obras de infraestructura para mejorar la prestación del servicio de agua en el campo.

Sostenibilidad ambiental

- Se continuó el manejo sostenible de más de 2.300 hectáreas de protección en 9 microcuencas que abastecen acueductos rurales cafeteros.

- Para implementar estrategias de adaptación al cambio climático y contribuir a la regulación hídrica, se utilizaron 114.5 hectáreas para siembra de 14.000 árboles.

— — — — —

Se continuó el manejo sostenible de más de 2.300 hectáreas de protección en 9 microcuencas que abastecen acueductos rurales cafeteros.

— — — — —



Región Sur

Por debajo de los 3° de latitud norte, abarca los departamentos de Huila, Cauca y Nariño. Presenta un periodo seco muy definido de mediados junio a mediados de septiembre y uno húmedo de octubre a junio, por lo que la cosecha se concentra en un 90% entre abril y junio. El café de esta región tiene una acidez alta, un cuerpo medio y toques suaves, cítricos y dulce.

Comité de Cafeteros del Cauca

El Cauca cuenta con 92,6 mil ha de café con una edad promedio de 7,3 años, una densidad de 5.046 árboles por hectárea, de las cuales 82% está en variedades resistentes, 85% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 6.930 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- En 2018 se aumentó el número de extensionistas en 15, para un total de 99 profesionales al servicio del caficultor.
- En convenio con la FAO se inició el proyecto para Caldon, cuyo objetivo es construir un laboratorio de calidades en el corregimiento de Siberia, dos centros de acopio (uno en la vereda El Pital y otro en la cabecera municipal), la construcción de 16 prototipos educativos y el seguimiento de la construcción de 452 módulos de beneficio por los mismos beneficiarios.

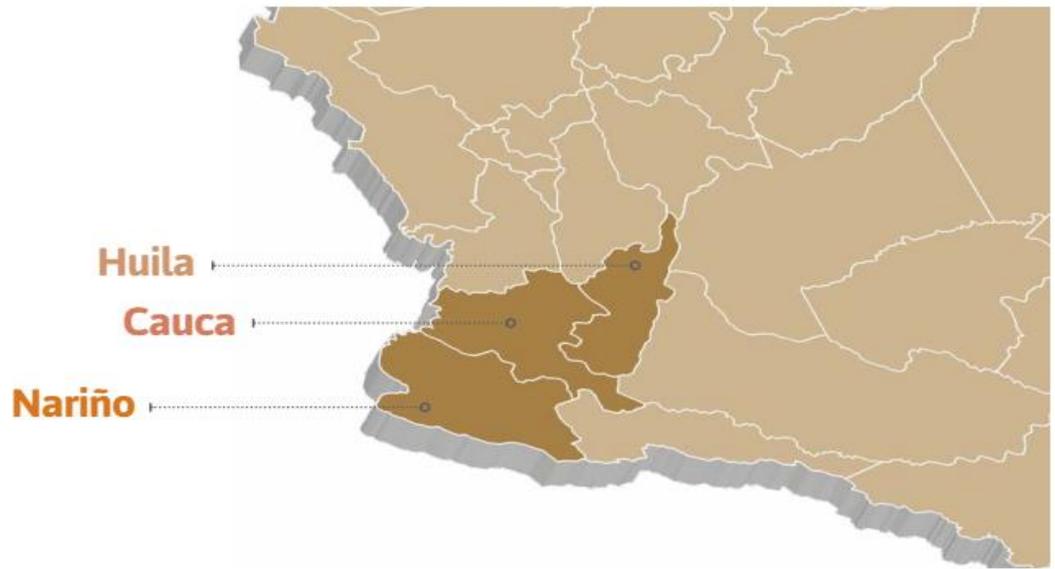
Comercialización y posicionamiento

- En febrero se inició el proyecto 'Café Orgánico para la Paz' con un costo de \$4.000 millones financiados por Ecosia y administrado por la empresa Pur Projet, que busca instalar 960 hectáreas como caficultura orgánica y 240

hectáreas de conservación.

- Se incrementaron las misiones internacionales al Cauca para conocer café, lo que ha permitido establecer acuerdos de promoción a través de Boot Coffee, USAID –Fintrac y de comercialización con Trabocca.
- Para incrementar el consumo de café en la región, el Comité desarrolló actividades de promoción y formación de las que participaron la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco) y la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres) y se avanzó en consolidar el clúster de café de alta calidad con la Cámara de Comercio.
- Se realizó el Campeonato Regional de Barismo (Sur), el primer Concurso de Arte Latte y la jornada de catación 'Los sabores del mundo'.





Desarrollo social

• Se culminó el proyecto ‘Caficultura, una oportunidad en el pacto social por el Cauca’, financiado con recursos del SGR, la gobernación y 30 alcaldías municipales, el cual superó los \$40.000 millones. Se aprobó

la iniciativa ‘Fortalecimiento de la caficultura familiar como un modelo para la construcción de paz estable y duradera’, que con los mismos financiadores plantea ejecutar más de \$24 mil millones en 33 municipios cafeteros para la renovación y/o siembra de 5.000 ha bajo sistemas agroforestales

biodiversos; la construcción de 5.400 módulos de infraestructura productiva y apoyo a emprendimientos productivos de 4.700 jóvenes caficultores.

• Continuaron dos proyectos financiados por el Gobierno de Canadá bajo la supervisión de la OIM en

9 municipios del Cauca, valorados en \$4.000 millones, dirigidos a empoderar 25 organizaciones en temas productivos, asociativos, sociales y económicos, en beneficio de más de 1.200 caficultores, en su mayoría mujeres.

• Con \$2.700 millones provenientes de EE.UU a través de USAID se dio continuidad al proyecto ‘Operación de gobernabilidad regional en el norte del Cauca’ y con recursos de la comunidad indígena, el proyecto en Pueblo Nuevo (Caldono).

• Comprometidos con la paz, la tostadora Illy Caffè y ex combatientes de las FARC, en alianza con el Comité, construyen un modelo nacional de reincorporación productiva para la paz.

• Se realizaron obras de mejoramiento de 137 km de red terciaria, pavimentación tipo placa-huella de 7 km y construcción de 144 obras de drenaje y contención. Así mismo, se estructuraron cinco proyectos de mejora y ampliación de acueductos rurales con sistemas de potabilización.

• Para mejorar las condiciones de vida de las familias cafeteras, el Comité apoyó la formulación de proyectos ante el Banco Agrario, dirigidos a acceso a vivienda de 700 familias, instalación de 125 cocinas, construcción de obras (aulas, baterías sanitarias y polideportivos)

en 10 escuelas rurales y seis proyectos para 25 obras de infraestructura comunitaria (salones comunales, polideportivos, centros de acopio y centrales de beneficio).

• Se aprobaron dos proyectos valorados en \$18.000 millones financiados con recursos del SGR: i) ‘Vías para la paz’ y ii) Pequeñas infraestructuras comunitarias (PIC).

• Se dio continuidad al programa ‘Escuela y café’ en 60 instituciones educativas con más 16.000 estudiantes y se apoyó la construcción y dotación de laboratorios de calidades, para que los jóvenes desarrollen actividades de barismo y catación (formación de futuros empresarios).

Fortalecimiento gremial

• El Comité descentralizó sus actividades y sesionó desde los municipios de El Bordo y Suárez, para que los representantes gremiales expresaran sus inquietudes.

• El Parque Tecnológico de Innovación del Café (Tecnicafé) incrementó la oferta de formación, destacando el Q Processing Professional, nivel I y II, avalados por el CQI.



Comité de Cafeteros de Nariño

Nariño cuenta con 37,5 mil ha de café, con una edad promedio de 6,4 años, una densidad de 5.374 árboles por hectárea, de las cuales 81% en variedades resistentes, 88% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 2.563 hectáreas.

Comercialización y posicionamiento

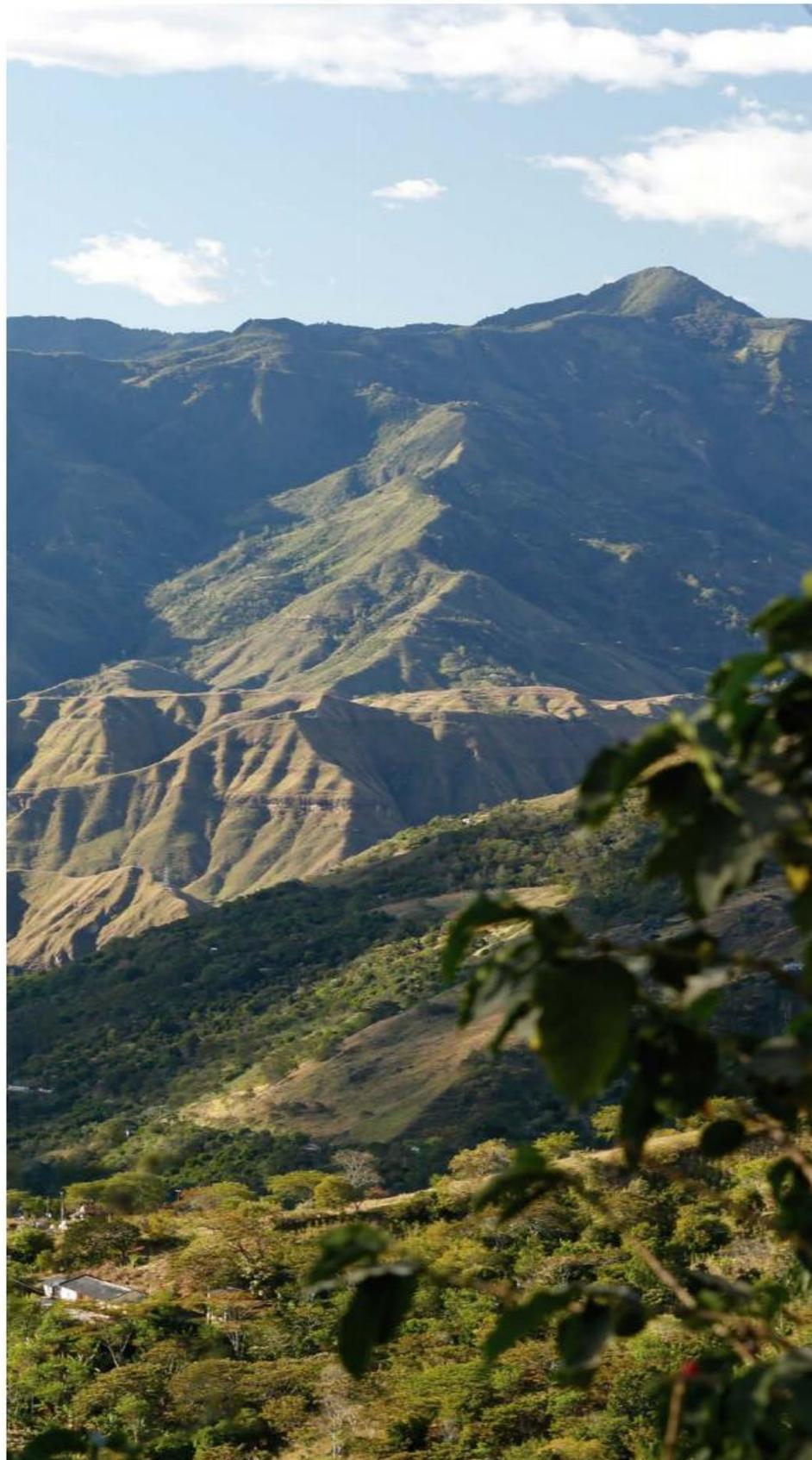
- Se suscribió un convenio con la Gobernación por \$4.000 millones para ejecutar el proyecto "Incremento de los Ingresos de Pequeños Productores que Hacen Parte de las Organizaciones Dedicadas a la Producción de Cafés Especiales en la Sub Región del Río Mayo" que beneficiará a 1.096 caficultores.
- 24.459 caficultores son parte del programa de cafés especiales con 35.667 fincas (28.638 hectáreas en café) en 38 municipios, bajo sellos sostenibles como Nespresso AAA, Rainforest Alliance, 4C, Fair Trade e Illy Caffè.
- Para promover el café de Nariño se realizaron ferias municipales como la Tercera Semana del Café, en San José de Albán, y concursos de calidad en Arboleda, La Unión y Colón.

Desarrollo social

- Gracias a la donación de la Fundación Howard Buffett (HGBF) a Colombian Relief Fund (CRF), fondo administrado por la Oficina de Nueva York, se formuló un piloto de sustitución de cultivos ilícitos, se construyó bodega para acopio y comercialización de café en El Rosario, el cual beneficiará a 100 caficultores.
- El Comité suscribió acuerdos con UNODC y ART mediante los cuales

brindó acompañamiento técnico, capacitaciones, dotó de insumos, herramientas y equipos necesarios para impulsar actividades lícitas de 1.379 beneficiarios denominados Nuevas Familias Guardabosques.

- \$772 millones fueron invertidos en obras en vías terciarias y caminos veredales en alianza con los gobiernos municipales, en beneficio de 32 mil personas.
- \$108 millones fueron invertidos en mejorar infraestructura educativa (aulas y comedores) y dotación de mobiliario en beneficio de 4.216 estudiantes.
- \$33 millones fueron invertidos en mejoramiento de acueductos veredales, con ampliación de cobertura y servicio continuo de agua en las viviendas, en beneficio de 3.500 personas.
- \$103 millones fueron invertidos en 10 municipios en obras de construcción y mejoramiento y dotación de salones comunitarios, en beneficio de 2.894 personas.
- \$21 millones fueron invertidos en mantenimiento de infraestructura y dotación de un puesto de salud, en beneficio de 5.700 personas.
- \$108 millones fueron invertidos en mejoramiento de techos y saneamiento básico en las viviendas cafeteras, en beneficio de 1.200 personas.



Comité de Cafeteros del Huila

El Huila cuenta con 147,5 mil ha con una edad promedio de 5,4 años, una densidad de 5.321 árboles por hectárea, 70% en variedades resistentes, 90% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre se renovaron 14.854 hectáreas.



Rentabilidad del cultivo

- \$11.000 millones fueron ejecutados en 8 proyectos financiados por municipios, comunidad y la Gobernación, orientados a 129 secaderos solares, material vegetal para renovación con variedades resistentes, construcción de 4 viveros, 77.510 almácigos, 435.000 chapolas, 217 despulpadoras y asistencia técnica.
- En alianza con el programa Nescafé Plan y los grupos de mujeres cafeteras, se renuevan y reconvierten 226 ha resistentes a la roya en Acevedo, Pitalito, San Agustín y La Plata.
- 3.957 cafeteros fueron capacitados en gestión empresarial para manejo eficiente de la finca, mediante implementación de registros de costos de producción usando herramientas administrativas y técnicas.

Comercialización y posicionamiento

- 11.000 kg de c.p.s., producidos por la asociación de mujeres cafeteras Asomuprisma del municipio de Tello, fueron vendidos a la empresa Pact Coffee de Inglaterra.
- En reconocimiento a la calidad del café se pagaron \$437 millones en reliqui-

daciones para 33 micro-lotes presentados directamente a Federación.

- 1.452 fincas fueron certificadas en Rainforest Alliance, 1.976 en UTZ, 7.617 en FLO y 18.422 en 4C, lo que demuestra el compromiso social y ambiental del Huila.
- Para mostrar los atributos y posicionar el café del departamento, se realizaron 5 ferias nacionales y se participó en dos internacionales.
- Se realizaron actividades educativas para asegurar la calidad del café, catación y barismo en el laboratorio de calidades de la Concentración Jorge Villamil Ortega, en Gigante.
- 10 empresas japonesas y 5 europeas visitaron fincas del departamento con miras a entablar negocios.

Desarrollo social

- \$8.417 millones fueron invertidos en 52 proyectos para construcción de 14.418 m en vías con placa huella, 4 muros de contención, 3 drenajes de caja, 11 puentes peatonales, 19 alcantarillas, una batea, un centro comunitario y 103 hornillas ecológicas. Se realizó mantenimiento de 108 km de vías terciarias.
- \$394 millones fueron invertidos en 5 proyectos

educativos para mejoramiento de cuatro instituciones educativas y el programa Niños Pilos que promueve el empalme generacional.

- \$149 millones fueron invertidos en proyectos de fortalecimiento del modelo de asociatividad a jóvenes y líderes, y capacitación del Encuentro de Mujeres Cafeteras.
- \$17 millones fueron invertidos en apoyo a la XXVI jornada de salud Healing the Children 2018 y la jornada de salud visual familias cafeteras.

Sostenibilidad ambiental

- \$1.276 millones fueron ejecutados en 5 proyectos de protección y preservación del medio ambiente, mediante construcción de 347 fosas para manejo de pulpa del café, 114 sistemas de tratamiento anaerobio de aguas residuales, en beneficio de 504 familias.
- En convenio con el Banco Alemán KfW y el MADR para conservación de bosque natural y de la microcuenca El Burro (El Pital), se plantaron 560 hectáreas con árboles nativos.
- Se plantaron 690 ha de árboles en Garzón, Gigante, El Pital, El Agrado y La Plata.

• \$1.049 millones se destinaron para reforestación de 35 ha y construcción de 3 micro centrales de beneficio en Tello, Garzón y La Plata, bajo el proyecto "Café: un modelo de prosperidad y paz en Huila" en alianza con la Fundación Lavazza.

Fortalecimiento gremial

• En las elecciones cafeteras, con participación de 53%, se eligieron 12 caficultores al Comité Departamental y 408 representantes (entre principales y suplentes) para los 34 Comités Municipales.

• Se inauguró la primera fase del Parque Temático Agroturístico del Café en San Agustín.

• Se efectuaron siete programas radiales Voces del Café, cuyo objetivo es informar a los caficultores de las actividades de la Federación.

• Para aumentar los puntos de atención al caficultor y fortalecer la cadena de comercialización, el Comité adquirió predios en Tarqui y Palestina.

• Se desarrollaron proyectos productivos demostrativos en Gigante y San Agustín para obtener recursos por venta de cosecha, colinos, chapolas y otros servicios, que incrementen los recursos propios.

En las elecciones cafeteras, con participación de 53%, se eligieron 12 caficultores al Comité Departamental y 408 representantes (entre principales y suplentes) para los 34 Comités Municipales.

Otros Territorios

Oficinas Coordinadoras

Caquetá, Casanare y Meta cuentan con 8 mil ha de café con una edad promedio de 7,1 años, una densidad de 4.385 árboles por hectárea, de las cuales 81% en variedades resistentes, 84% de los cafetales son jóvenes (hasta 8 años) y a noviembre de 2018 se renovaron 709 hectáreas.

Rentabilidad del cultivo

- \$1.170 millones fueron invertidos en programas de renovación, fertilización, asistencia técnica y mejoramiento de infraestructura de beneficio y secado.
- Se incorporaron al SICA dos nuevos municipios cafeteros en el Meta: La Uribe y Acacias, con 230 cafeteros y 400 hectáreas en café.

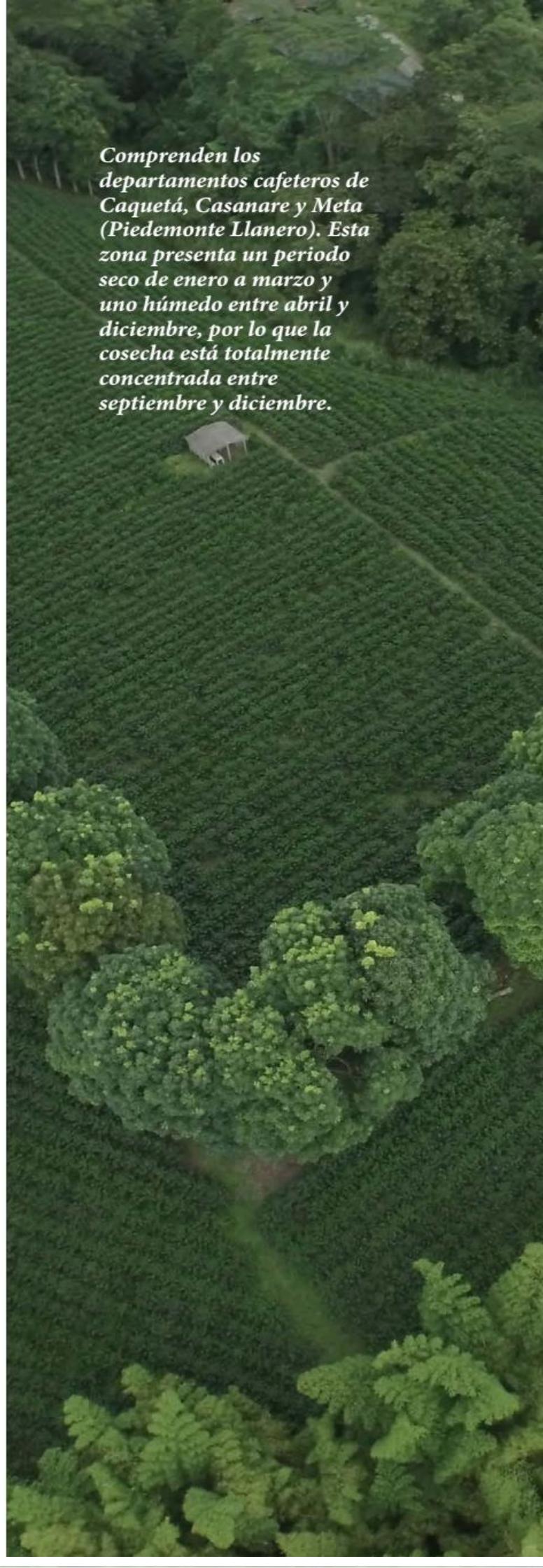
Desarrollo social

- \$503 millones fueron invertidos en proyectos de mejoramiento de vivienda y construcción de placas-huella.

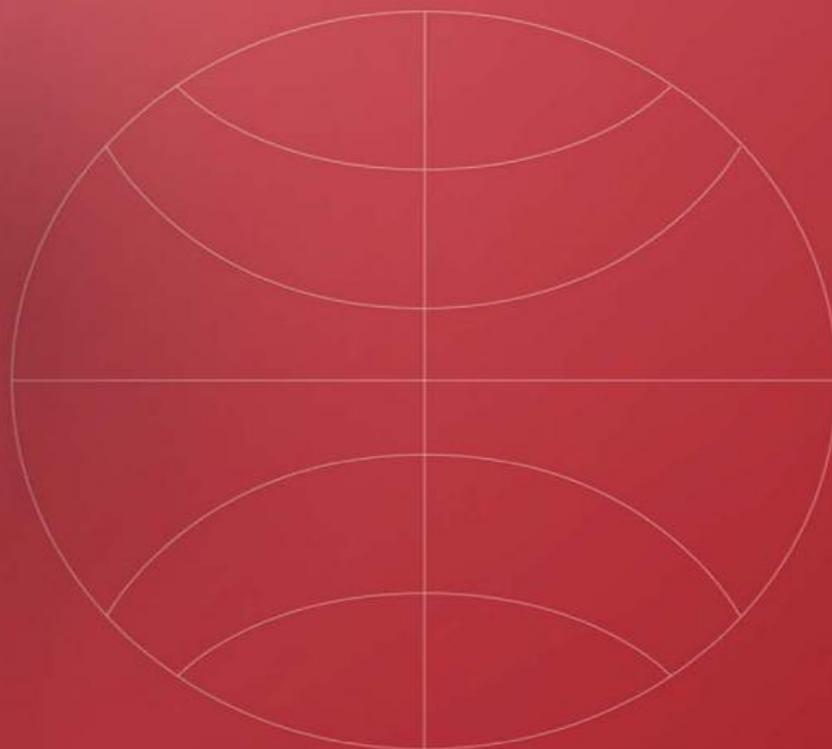
Sostenibilidad Ambiental

- \$585 millones fueron invertidos en instalación de sistemas de tratamiento de aguas residuales del café y programas de reforestación.

Comprenden los departamentos cafeteros de Caquetá, Casanare y Meta (Piedemonte Llanero). Esta zona presenta un periodo seco de enero a marzo y uno húmedo entre abril y diciembre, por lo que la cosecha está totalmente concentrada entre septiembre y diciembre.





**FEDERACIÓN NACIONAL DE
CAFETEROS DE COLOMBIA****Ensayos sobre
ECONOMÍA CAFETERA**

No. 32

Ya está disponible en línea la edición 32 de la revista *Ensayos sobre Economía Cafetera*, publicación anual de la Federación Nacional de Cafeteros.

Con seis artículos de gran interés sobre la actualidad y economía cafetera colombiana: una reseña del libro *90 años, Vivir el café y sembrar el futuro*, y artículos sobre el **Primer Foro Mundial de Países Productores**; la recolección de café en Colombia (caracterización del mercado laboral); pobreza y vulnerabilidad de los hogares cafeteros; un análisis de política pública hacia la sostenibilidad cafetera, y cambio tecnológico y mejoras en el bienestar de los caficultores en Colombia: el caso de las variedades resistentes a la roya.

**Encuéntrela en www.federaciondecafeteros.com,
sección Informes de gestión.**