



Noticias destacadas

En primer año, Taza Móvil llega a 116 municipios cafeteros. *Pág.2*

Cafés especiales: un tesoro guardado de Colombia que exporta a todo el mundo. *Pág.8*



Lo dijo el Gerente en Twitter



Roberto Vélez Vallejo
[@robertovelezv](#)



En el 2022 nuevamente el café será un protagonista de la vida de los colombianos, no solo como el gran dinamizador de la economía de más de 604 municipios de nuestro país sino también como el producto que llena de placer a todos los que consumen café excelso colombiano. Abrazos!!

Para que productores conozcan calidad de su café y mejoren sus ingresos

En primer año, Taza Móvil llega a 116 municipios cafeteros



[Ver video Taza Móvil](#)

[Más cerca de Taza Móvil](#)

El número de municipios visitados, en 18 departamentos, representa casi una tercera parte del territorio nacional cafetero, donde se han analizado y comprado más de 900.000 kg de cps.

A un año de su lanzamiento, la novedosa estrategia Taza Móvil ha llegado a 116 municipios cafeteros en zonas apartadas del país para ayudar a los productores a conocer la calidad de su café y por esta vía mejorar sus ingresos.

Esto quiere decir que, tan solo en el primer año, Taza Móvil ya ha recorrido casi una tercera parte del territorio nacional cafetero.

Venciendo las barreras geográficas de la distancia en la ruralidad, esta estrategia es implementada por Almacafé como brazo logístico de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) y actualmente cuenta con dos vehículos acondicionados como laboratorios móviles de análisis de taza.

Cada vehículo está asignado a una región cafetera y tiene una ruta de calidad independiente. A la fecha, se han visitado 18 departamentos y atendido a 3.618 productores, con un promedio de 272 kg de café pergamino seco (cps).

Durante el primer año de operación del Taza Móvil se han analizado y comprado 907.000 kg de cps, 99% de los cuales recibido bonificaciones **por calidad de entre \$28.000 y \$250.000 por carga.**

Este volumen incluye 170.000 kg que arrojaron resultados por encima de 84 puntos en la escala de la Asociación de Cafés Especiales de EE.UU. (SCA), lo que confirma su alta calidad y les ha permitido recibir bonificaciones de **entre \$80.000 y \$250.000 por carga**, y pueden a llegar a recibir una reliquidación adicional si posteriormente se venden como microlotes a clientes en el exterior o en Colombia, por alguno de los programas de cafés especiales de la FNC.

“El servicio de Taza Móvil ha sido de gran importancia para mi empresa cafetera, porque he recibido mejores ingresos y he podido conocer la calidad de mi café. Doy gracias a la institucionalidad cafetera por ese apoyo, que nos ayuda a sostener la calidad de nuestro café”, dijo Jairo Cuéllar, caficultor del Huila.

Taza Móvil no sólo retroalimenta a los caficultores sobre la calidad del grano que producen (para así continuar o mejorar sus procesos), sino que identifica cafés altamente diferenciados, sobresalientes y exóticos –tesoros escondidos en la geografía cafetera colombiana– para ofrecerlos a clientes exigentes dispuestos a pagar más por ello.

Exitosa estrategia de laboratorios flexibles

Taza Móvil es una iniciativa que complementa la estrategia de laboratorios flexibles (que ya cumple 3 años), para un total de 17 laboratorios operados por Almacafé, de los cuales, al cierre de 2021, 15 eran fijos (repartidos en 5 regiones cafeteras cada año) y 2 móviles.

Los laboratorios flexibles se instalan directamente en los puntos de compra de las cooperativas, lo que permite transferir de forma inmediata el precio al caficultor dependiendo del resultado del análisis sensorial.

Gracias a ello, se han analizado y comprado cada año más de 14 millones de kg de cps. Desde 2021 se han retroalimentado de forma personalizada, con el reporte de calidad, a más de 7.000 productores que han vendido su café a la FNC.

[Ver infografía a continuación](#)



EN PRIMER AÑO, TAZA MÓVIL ATIENDE
116 MUNICIPIOS CAFETEROS

TAZA MÓVIL

DOS    Ruta de calidad independiente
Vehículos

SE HAN VISITADO
18 departamentos

ATENDIDO A MÁS DE
3.600 caficultores

Se han analizado y comprado

907.000 kg de cps

99% han recibido bonificaciones por calidad entre **\$28.000 y \$250.000** por carga.

170.000 kg con resultados por encima de **84 puntos** en la escala de SCA han recibido bonificaciones de entre **\$80.000 y \$250.000** por carga.

LABORATORIOS FEXIBLES

15 Fijos / **2** Móviles

Se han analizado y comprado cada año más de

14 millones de kg de cps

Más de 7.000 
productores
han vendido su café a la FNC



Por cumplir los más altos estándares de seguridad en su cadena de suministro internacional

FNC, primer gran exportador de café en Colombia acreditado como Operador Económico



Luego de más de tres años de trabajo, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) se convirtió en el primer gran exportador de café en Colombia acreditado como Operador Económico Autorizado (OEA), como Exportador Categoría Seguridad y Facilitación.

Bajo los lineamientos de la Organización Mundial de Aduanas, en Colombia esta autorización es otorgada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) como autoridad aduanera y por la Policía Antinarcóticos a aquellas empresas que cumplen con los más altos estándares de seguridad en toda la cadena de suministro, a lo que se suma un historial satisfactorio de obligaciones aduaneras y fiscales.

El cumplimiento genera una serie de beneficios en las operaciones de comercio exterior de la FNC y el reconocimiento como una empresa segura tanto para sus asociados de negocio como para las autoridades de control.

En su Sistema de Gestión Integral (SGI), para la gestión de riesgo la FNC aborda aspectos operacionales, legales, de reputación o imagen, de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo, seguridad de la información y seguridad física, entre otros.

Y para convertirse en OEA, teniendo como brújula el lema “Seguridad y confianza hasta la taza”, la FNC redobló esfuerzos en materia de seguridad, con la participación de todos sus colaboradores en acciones preventivas que redujeran el posible impacto de situación internas o externas no deseadas.

Para ello, la organización adoptó el componente de Control y Seguridad en su SGI como un elemento clave para la cadena de comercialización de café verde e industrializado, lo que conlleva cumplir con los requisitos y altos estándares internacionales de seguridad. [Leer más](#)

[Conoce aquí la cadena de suministro de FNC](#)





Procafecol anuncia emisión de bonos de segundo mercado con calificación AA



Las calificaciones otorgadas por Fitch reflejan la recuperación exitosa que ha tenido la compañía, después de haberse visto afectada por la pandemia.

Fitch Ratings Colombia S.A., Sociedad Calificadora de Valores, otorgó a Procafecol, compañía con los derechos de uso de la marca Juan Valdez, la calificación A con perspectiva estable, después de un estudio y análisis detallado de sus estados e indicadores financieros, su estrategia y su modelo de negocio. Así mismo, concedió la calificación AA con perspectiva estable para una potencial emisión de bonos ordinarios en el segundo mercado por un valor de hasta 50.000 millones de pesos, los cuales contarán con una garantía parcial por el 70% del capital por parte del Fondo Nacional de Garantías.

Las calificaciones otorgadas por Fitch reflejan la recuperación exitosa que ha tenido la compañía, después de haberse visto afectada por la pandemia. Procafecol viene registrando indicadores económicos mejores que los estimados, a raíz de sus esfuerzos comerciales, financieros y operativos enfocados a la rentabilización del negocio.

La emisión busca la optimización de la estructura de capital de la compañía y la liberación de flujos de caja a través de un reperfilamiento de la deuda de corto plazo que permita incrementar la vida media del endeudamiento.

El flujo de caja liberado será utilizado para financiar los proyectos de crecimiento que tiene la compañía con la apertura de nuevas tiendas e incursión en nuevos países.

«Estamos muy satisfechos con esta calificación, ya que esto refleja la confianza que tiene el mercado en nosotros. Adicionalmente, reafirma nuestra solidez como organización y es sinónimo de respaldo para la construcción de estrategias proactivas que aporten al ecosistema interno de la operación y a un crecimiento de triple impacto», comentó Pedro Antonio García, vicepresidente de Estrategia y Finanzas de Procafecol.

El relevante posicionamiento de la marca Juan Valdez en los países donde opera, la rápida recuperación en tiendas, su participación en canales de consumo masivo y de exportación y la estrategia de rentabilización de su operación, fueron algunos de los factores claves que le permitieron obtener esta importante calificación. [Leer más](#)



Juan Valdez se expande en el mercado estadounidense: abrirá 182 tiendas en Florida



Juan Valdez anunció este martes que se expandirá en el mercado estadounidense con la apertura de 182 nuevas tiendas en los principales mercados del estado de Florida para 2025.

La empresa colombiana tendrá como aliada a Hurd Construction Management, que fue contratada como la firma de desarrollo de programas y gerente de construcción de Juan Valdez, encabezando la expansión de las tiendas en el estado.

En esta función, Hurd desarrollará un programa de construcción estratégica para facilitar una rápida expansión geográfica en todo el Estado del Sol y ofrecer cafeterías recién construidas listas para servir los productos que distinguen a la marca Juan Valdez en todo el mundo. Este es un proyecto de varios años con inversiones de construcción que superan los US\$50 millones.

“La oportunidad de asociarme con una marca icónica como Juan Valdez es muy emocionante”, precisó el presidente de Hurd, Brandon Hurd.

Añadió que “la marca está lista para expandirse en Florida, estamos ansiosos por ser su socio de construcción local. Nuestro compromiso con la calidad, excelencia y enfoque disciplinado que tomamos con todos nuestros proyectos crea una sinergia entre las dos compañías”.

Hurd y su equipo están listos para comenzar la implementación de varias ubicaciones en el sur y el centro de Florida. Para llevar a cabo esta tarea, Hurd Construction Management está implementando las estrategias de gestión de proyectos integrales, progresivas y comprobadas de la compañía, diseñadas para brindar resultados.

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, que desarrolló la marca Juan Valdez, estableció las casas de café Juan Valdez para promover el café de comercio justo.

Las primeras tiendas abrieron en Colombia y se expandieron rápidamente en varios mercados de América Latina, España, Washington DC, Miami y Medio Oriente, mientras crecían rápidamente en muchos más países.



Buencafé en Gulfood, la feria más grande de Oriente Medio



Buencafé Liofilizado de Colombia estará presente en Gulfood, la feria más grande del mundo para la industria de alimentos y bebidas, y la más importante de Oriente Medio. Compartirá este escenario con representantes de más de 185 países, quienes se darán cita en Dubái entre el 13 y el 17 de febrero, para presentar las tendencias y lo mejor de las grandes marcas en el sector de alimentos y bebidas.

Desde allí, Buencafé deleitará a sus visitantes con su oferta de productos de café 100% colombiano, enaltecendo la labor de las más de 540 mil familias productoras que cultivan este grano apreciado mundialmente por su calidad, carácter y fino balance entre notas frutales y suave acidez, propias de la alta montaña.

Buencafé, reconocida por ser la fábrica de los caficultores de Colombia, tendrá un stand en el sector de bebidas con una muestra de sus productos premium: café liofilizado y el extracto de café, muy valorados por estos exigentes mercados.

Con el respaldo de 25 certificaciones con las que cuenta Buencafé, tales como Fairtrade, Halal, Rainforest, UTZ y orgánico, la empresa ofrece productos hechos a la medida. “La participación en este tipo de escenarios hace parte de las acciones de cercanía con los clientes, especialmente en un panorama de crecimiento en ventas del café soluble a nivel mundial”, aseguró Cristina Madriñán Rivas, directora general de Buencafé.

Según Euromonitor, entre el 2016 y el 2021, el mercado de café soluble en volumen creció a una tasa de crecimiento anual del 5% en Oriente Medio, 2% en Asia y 3% en Emiratos Árabes.

En la conquista de nuevos mercados, Buencafé le continuará apuntando a la generación de valor agregado en la transformación del café, el relacionamiento con sus clientes y a la innovación en la gama premium que distingue sus productos. En Buencafé los clientes encuentran variedad, adaptabilidad y calidad para potenciar su oferta de marcas propias.





"Ingreso cafetero puede aumentar hasta 30% este año frente a la facturación de 2021"



Roberto Vélez, gerente de la Federación Nacional de Cafeteros, habló con La República sobre los retos de cara a este año frente a la producción, el comercio y el consumo de café en el país.

¿Cómo analiza la coyuntura del sector con alza en los precios pero baja en la producción?

Desde finales de 2020 ya teníamos cierto grado de claridad que 2021 vendría acompañado de mejores precios por los fenómenos climáticos de Brasil. El otro fenómeno es el dólar, que con su valoración implica una mayor cantidad de pesos por producto exportado.

No obstante, por el lado de la producción venimos experimentando dos Fenómenos de la Niña consecutivos por lo que la cantidad de café que se produce es menor. Seguimos teniendo un parque cafetero con un potencial de hasta 14,5 millones de sacos, pero terminamos con 12,6 millones en 2021.

¿Cómo alcanzar ese potencial de producción?

Llegaremos a ese potencial una vez el clima nos acompañe. Cuando uno tiene un buen clima para las floraciones puede desarrollar todo ese potencial.

Las exportaciones solo se redujeron 1%. ¿Cómo los afectó la crisis de contenedores?

El potencial de exportaciones está mediado por la cantidad de café producido. Íbamos muy bien hasta que el paro nacional impidió exportar café por 43 días y de ahí en adelante tuvimos que acomodar la logística para desatrasarnos.

Por su parte, la crisis surgió porque muchos países cerraron sus puertos y los contenedores dejaron de salir. Para el café de Colombia eso quiere decir que para poder embarcar el grano tiene que pelearse con todo el mundo la disponibilidad del contenedor. Esos son los traumatismos que hemos venido experimentando.

¿Ya se normalizó la entrega a las cooperativas tras los incumplimientos?

No. Ese es un proceso y es hoy el principal dolor de cabeza que tiene la caficultura colombiana. Sigue siendo un problema grande y lo hemos venido enfrentando dándole más plazo al cafetero que está incumpliendo con sus ventas a futuro, tal y como sucede un préstamo bancario. Aquellos que se nieguen a este compromiso se podrían enfrentar a acciones legales.

¿Por qué importamos tanto café en Colombia?

En Colombia no se consume el café colombiano porque lastimosamente no estábamos dispuestos para consumir café de calidad. Esto está cambiando pero para muchos una libra de café a \$25.000 sigue siendo muy costosa.

[Leer entrevista completa](#)

Cafés especiales: un tesoro guardado de Colombia que exporta a todo el mundo



Hace algunos años el país, gracias a la Federación Nacional de Cafeteros y su marca Juan Valdez, se inició un proceso de reconocer las propiedades y perfiles del café dependiendo de sus regiones de producción.

Actualmente en Colombia hay más de dos mil marcas de café, la gran mayoría de los denominados cafés especiales, realidad que no es visible en las estanterías de los principales supermercados y grandes superficies, pero en donde hay un potencial de crecimiento para el sector en el país que puede generar un enorme impacto en el campo colombiano, agregando hasta el 30% del valor a los productores, de acuerdo con la Federación Nacional de Cafeteros.

El mercado de los cafés especiales ha tenido un crecimiento exponencial en los últimos años en nuestro país. Ante una agroindustria que, en su producción, envejece rápidamente sin un relevo generacional claro, la mayoría de las nuevas marcas son iniciativas de jóvenes tostadores que le apuestan a esto como una estrategia que aporta un verdadero diferencial a Colombia como país productor de café.

Aunque esto no pretende ser un artículo especializado, sí espera ayudar a que conozcamos lo que representa para Colombia, el hecho de que sus habitantes consuman más y mejor café, dinamizando así la principal y más emblemática industria de nuestro país.

¿Qué es un café especial?

Algunas personas creen que estos provienen de una variedad especial, pero en los cafés especiales el adjetivo lo ponen una serie de variables que van desde la zona en donde se cultiva, la forma en que se hace y su cuidado, pasando por la selección de los granos, su método de fermentación y lavado, las mezclas de variedades y la tostión.

En cada una de estas variables existen un conjunto de actividades que le agregan valor a un producto que, al final, puede reposicionar a Colombia como país cafetero y como la 'boutique' de los cafés especiales en el mundo.

Esto, principalmente por las condiciones agro climáticas y geográficas del país, gracias a las cuales puede obtener cafés especiales con distintos perfiles de taza.

Y ahí es en donde está gran parte de nuestra riqueza. Las principales categorías de cafés especiales son de origen, que provienen de una región o una finca específica; de preparación, por su calidad, apariencia, sabor, suavidad y aroma; y cafés sostenibles, que involucran procesos de certificaciones que garantizan su compromiso de impacto social y/o ambiental.

Hace algunos años el país, gracias a la Federación Nacional de Cafeteros y su marca Juan Valdez, se inició un proceso de reconocer las propiedades y perfiles del café dependiendo de sus regiones de producción.

Es así como empezamos a ver en nuestras marcas nacionales las denominaciones de origen y a distinguir los sabores dependiendo de la región y las variedades.

El origen geográfico le agrega unas características al café, pero hay otros factores en donde se ha venido sofisticando la producción, gracias principalmente a la entrada de diversos actores que empezaron a generar un mercado diferencial del grano.



Ahora ya no solo importa el origen geográfico sino que, como otros productos de alta especialización como los vinos o el té, hay fincas, lotes e incluso micro lotes en donde se pueden obtener distintas características que hacen que un café, producido en el mismo municipio, incluso en la misma vereda o finca, sea muy distinto a otro y pueda alcanzar, incluso el doble de su valor.

Todo bajo unos detallados procesos de calidad por parte de los campesinos productores y de los clientes.

Asimismo, algunos compradores nacionales e internacionales empezaron a ofrecer un valor adicional por el café, dependiendo del origen y las prácticas de producción, valorando la sostenibilidad, la conservación y la producción limpia u orgánica, dando inicio a otro proceso que, desde entonces, ha tenido un crecimiento exponencial: los cafés sostenibles.

Estos cafés, a través de distintas certificaciones como Rainforest Alliance, Fairtrade o Empresas B certificadas, logran demostrar que su producción genera altos impactos ambientales y sociales, dando así un valor adicional al consumo de la bebida, especialmente para el mercado de las compras conscientes, permanentemente en crecimiento.

Por otro lado, hay marcas que, a manera de ejemplo, más que la valoración del origen geográfico, establecen acuerdos de compra con productores para que cultiven, seleccionen, fermenten y laven los granos de una determinada variedad y de una forma determinada y garanticen, de esta manera, una calidad y unas características especiales.

Esas empresas los mezclan con cafés de otras regiones (incluso variedades distintas) logrando perfiles de cafés (o blends) con sabores únicos, creando diferencial de marca a partir de esto, lo que resulta en los cafés especiales de preparación.

Ahora, para Colombia todo lo anterior es una excelente noticia porque, efectivamente hay un mercado mundial cada vez más consciente del valor de los cafés especiales en donde nuestro país tiene un importante espacio para competir por distintos factores, como precio, la creciente producción en zonas anteriormente afectadas por el conflicto, la creciente dinámica de producción por parte de mujeres o jóvenes en condiciones de vulnerabilidad y la necesidad de proteger los ecosistemas de un país altamente biodiverso.

Pero igual de importante a ser un jugador mundial en la escena de los cafés especiales, es lograr aumentar el consumo interno. **A pesar de ser un país productor de café, al igual que la mayoría de los países productores, no somos un país consumidor.**

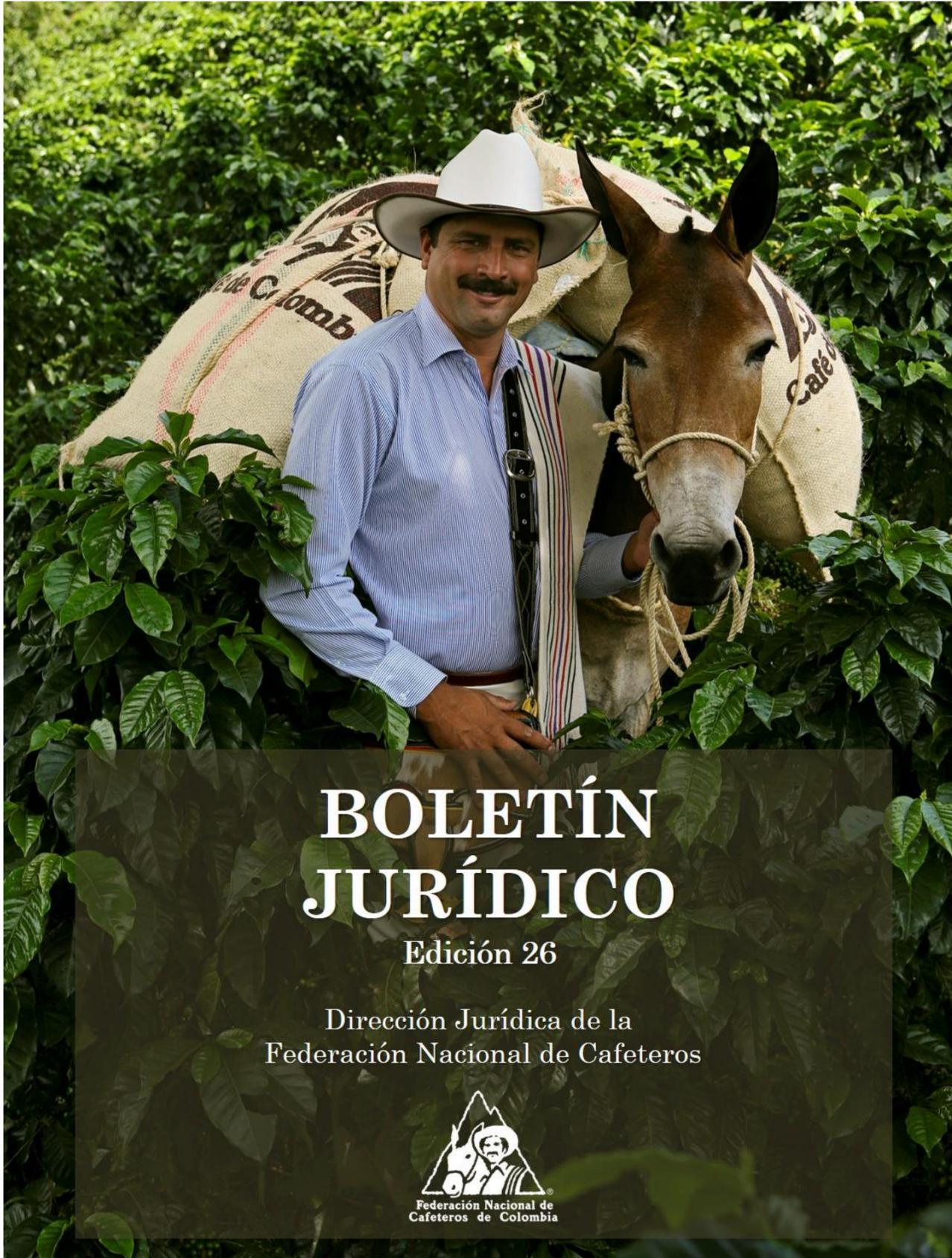
Según la Federación Nacional de Cafeteros, **nuestro consumo anual per cápita de café alcanza los 2,1 kilos, lo que puede representar, a lo sumo, una taza de café al día.**

Solo con beber una taza más de café, estaríamos doblando el consumo interno, incentivando también la producción, **que sería de casi 4 millones de sacos más por año, apostando así al crecimiento de una industria que parece** estar presenciando una nueva oportunidad de renacimiento en la apuesta por los cafés especiales.

No se trata de que ahora todos nos volvamos catadores ni expertos en cafés especiales, pero darle el valor que se merece a nuestra bebida nacional, **aumentando nuestro nivel de conciencia frente al valor que aportamos a nuestros campesinos** cuando apreciamos lo que implica producir un buen café. Así, le estaremos devolviendo el futuro a la agroindustria que ha sido responsable por el crecimiento de nuestro país.

Fuente: Pulzo

Te invitamos a consultar la edición 26 del Boletín Jurídico de la Federación Nacional de Cafeteros



Como un aporte de los abogados de la Federación Nacional de Cafeteros para hacer de nuestra vocación cafetera una realidad, se creó el Boletín Jurídico con el fin de visibilizar las noticias, análisis, doctrinas y píldoras jurídicas de interés para toda la institución cafetera.



Podcast FNC

¡Para el equipo de este programa es un honor volver a estar con ustedes. Gracias por escucharnos!



EN 2022 SEGUIMOS LLEVANDO INFORMACIÓN RELEVANTE Y OPORTUNA PARA LAS FAMILIAS CAFETERAS

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

hace 2 días

#PODCAST-FNC...



Trabajamos con pasión y orgullo por las familias caficultoras



En las instalaciones de la Oficina Central de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia recibimos la especial visita de los caficultores Fabio Hernández y Mayurley Hernández de Chaparral - Tolima, quienes conocieron de cerca las diferentes dependencias y procesos de la institución.

Fue una alegría haberlos atendido. Ellos son por quienes trabajamos día a día.

#OrgulloCafetero