

PRENSA AL DÍA



Foto Juan Valdez Café

Noticias destacadas

El gerente general de la FNC consolida relaciones comerciales en Japón. Pág.5

Se define hoja de ruta para las Elecciones Cafeteras 2022. Pág.6



FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS

CELEBRA 60 AÑOS

DE PRESENCIA EN

Japón.



En la foto el gerente general de la Federación de Cafeteros, Roberto Vélez Vallejo y Jiro Muramatsu, Soluble Coffee Manager Asia-Pacific

Con el objetivo de aumentar la presencia del café colombiano en Japón, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) decidió en 1962 abrir una oficina de representación en Tokio, que hoy llega a 60 años con destacados resultados para los caficultores de Colombia.

Dadas las arduas condiciones que atravesaba el país asiático y su marginal consumo del grano, las importaciones de café verde eran incipientes, y la institución se propuso como desafío aumentar la presencia de café colombiano en este mercado que había sido tradicionalmente un consumidor de té.

Las exportaciones de café de Colombia en 1960 eran de 41.000 sacos de 60 kg y gracias al equipo de trabajo de esta oficina, en promedio, en la última década, ascienden a un millón de sacos de café por año.

Esta conmemoración se llevó a cabo en una ceremonia en la Embajada de Colombia en Japón, a la que asistieron los principales clientes y aliados de esta oficina de la FNC, que esta semana llegó a seis décadas de trabajo.

“Cómo todos saben empecé muy joven en esta institución desde la Gerencia Comercial, lo cual me llevó a hacer parte del equipo en Japón hace más de 30 años, por esta razón tengo un profundo amor por este país y hoy sigo trabajando por representar al café y al desarrollo de la cultura, acompañando al país a convertirse en el tercer país consumidor de café en el mundo, un esfuerzo que pertenece a la Federación de Cafeteros y a la industria torrefactora”, expresó Roberto Vélez Vallejo, gerente general de la FNC.



Actualmente, el país del Sol Naciente es el segundo mercado para las ventas directas de la Federación, el quinto destino de las exportaciones de café de Colombia y uno de los principales clientes de la estrategia de valor agregado del gremio y de la Fábrica de Café Liofilizado de Colombia, Buencafé.



Uno de los resultados de estos años de trabajo de la FNC en Japón, fue el lanzamiento del café premium “**Emerald Mountain**” en 1989 comercializado inicialmente por **Miyako Shokuhin Corporation**, actualmente **Capital Corporation**, que hoy continúa generando valor a los cafeteros tanto en el segmento de cafés especiales, como para ingrediente clave del café enlatado más vendido en Japón.

Dentro de las actividades que ha realizado la FNC para mantener y profundizar la relación con la industria japonesa, están los cursos sobre calidad que han recibido más de 200 expertos de varias empresas comercializadoras de bebidas y tostadoras, quienes vienen al país a descubrir vivencialmente qué hay detrás del café de Colombia, ejercicio que actualmente se replica con miembros de la industria del café en China.

Otros logros para destacar

- Lanzamiento del café Georgia Emerald Mountain Blend en 1994** en alianza con Coca Cola Japan y Mitsubishi. Este producto ha sido el número uno en ventas de café enlatado en Japón.
- Creación del Comité Económico Conjunto Japón-Colombia en 1990** con el fin de promover las relaciones comerciales entre ambos países, del cual la FNC siempre ha sido parte activa y hoy preside el gerente general, por parte de Colombia.
- Suministro de café certificado Rainforest para la marca Machi Café de Lawson**, una de las cadenas de tiendas de conveniencia más grande de Japón.
- Suministro de café** para lanzamientos de nuevos productos regionales como **Huila y Valle del Cauca con empresas como Suntory y AGF Ajinomoto**.
- Alianza con Ogawa desde el 2003 para ofrecer extracto de café en Japón para la industria de alimentos y bebidas.** Contrato de suministro de extracto de café por 1.000 toneladas al año.
- Primer suministro de extracto de café Swiss Water descafeinado**, a la empresa de lácteos Maeil Dairies en Corea, para el lanzamiento de bebidas listas para tomar.
- Suministro de café orgánico descafeinado Swiss Water a Japón** a MCAA, Daabon, y el Supermercado Seijo Ishii (cliente directo).

[Leer más](#)





Gracias a la gestión permanente y efectiva de la Federación Nacional de Cafeteros con el sector financiero

Fondo Nacional del Café obtiene financiamiento sostenible de reconocida entidad financiera japonesa



*La deuda de mediano plazo se contrajo con Sumitomo Mitsui Banking Corporation (SMBC) por **USD 40 millones** a tres años.*

El Fondo Nacional del Café (FoNC), que invierte en bienes y servicios públicos cafeteros, incursiona con paso firme en el ámbito del financiamiento sostenible.

Gracias a las gestiones y el compromiso de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) como su administradora, el FoNC contrajo deuda de mediano plazo con el reconocido banco japonés Sumitomo Mitsui Banking Corporation (SMBC) por **USD 40 millones** a tres años.

Esta operación es catalogada como de financiamiento sostenible según los principios de préstamos sociales de la Loan Market Association, Asia Pacific Loan Market Association y Loan Syndications & Trading Association, especializados en la industria de préstamos sindicados.

Dada la relevancia que ha adquirido el financiamiento sostenible en las tendencias globales como una forma de contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), esta operación aporta también al historial y reconocimiento del FoNC como un contrayente responsable de deuda.

Con esta operación, la FNC demuestra su efectiva estrategia de relacionamiento con el mercado financiero a nivel internacional. Al respecto Roberto Vélez Vallejo, gerente general de la FNC, manifestó: “Nos enorgullece avanzar en el relacionamiento con el mercado financiero japonés, no solo por su reconocimiento internacional, sino por ser un complemento ideal a los logros alcanzados en los últimos 60 años en materia de posicionamiento del café colombiano en Japón”.



El gerente general de la FNC consolida relaciones comerciales en Japón



En el marco de su visita a Japón y en un maratónico recorrido, el gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros, Roberto Vélez Vallejo, se reunió esta semana con más de 20 clientes tostadores, conglomerados japoneses, agremiaciones de café e importantes medios de comunicación de este país.

Esta actividad no solo permite avanzar en proyectos que ya se vienen trabajando, sino implementar nuevos acuerdos y fortalecer relaciones de confianza con este mercado que cada vez crece más y que actualmente importa alrededor de 1 millón de sacos de café.

Es de resaltar que la presencia en Japón del representante de esta institución, de alta reputación a nivel internacional, permite concretar con aliados y cooperantes, planes encaminados en los ejes social y ambiental, cómo lo pide el mundo de hoy.





Producto de las difíciles condiciones climáticas

Producción de café de Colombia cae 13% en marzo



Producción

En marzo, la producción de café en Colombia, mayor productor mundial de arábigo suave lavado, fue de 914.000 sacos de 60 kg de café verde, 13% menos frente a los casi 1,1 millones de sacos producidos en el mismo mes de 2021.

Lo anterior producto de las difíciles condiciones climáticas, asociadas a lluvias extremas, y a que históricamente marzo es un mes de cosechas no muy grandes.

En lo que va del año (enero-marzo), la producción superó los 2,7 millones de sacos, 16% menos frente a los 3,2 millones de sacos producidos en igual periodo anterior.

En los últimos 12 meses (abril 2021- marzo 2022), la producción registrada cayó también 16% a poco más de 12 millones de sacos de 60 kg comparados con los casi 14,3 millones de sacos cosechados un año atrás.

Y en el año cafetero (octubre 2021- marzo 2022), la producción superó 6,2 millones de sacos, 18% menos frente a los casi 7,6 millones producidos en el mismo periodo anterior.

Exportaciones

En marzo, las exportaciones de café colombiano cayeron levemente, 1%, a 1.121.000 sacos de café en comparación con 1.128.000 puestos en el exterior en el mismo mes de 2021.

En lo que va del año las exportaciones superaron 3,1 millones de sacos de 60 kg, 10% menos frente a los casi 3,5 millones exportados un año antes.

En los últimos 12 meses (abril 2021- marzo 2022), las exportaciones cayeron 6%, a 12,1 millones de sacos, en comparación con los casi 13 millones de sacos exportados en el mismo lapso anterior.

Y en el año cafetero (octubre 2021-marzo 2022), las exportaciones de café superaron 6,4 millones de sacos de 60 kg, 10% menos frente a los 7,1 millones de sacos exportados en el mismo periodo anterior. [Leer más](#)



Noticias del Mercado de café

Semana del 28 de marzo al 1 de abril del 2022



Durante la semana finalizó uno de los trimestres más volátiles para las materias primas de los que se tiene constancia; el petróleo crudo, los cereales y el complejo de los metales alcanzaron máximos de varios años. La guerra entre Rusia y Ucrania, que ya ha cumplido dos meses, sigue generando incertidumbre macroeconómica a nivel mundial, lo que hace que el índice del dólar se mantenga firme al comenzar el segundo trimestre, mientras que las presiones inflacionistas siguen creciendo.

Los precios del arábica cayeron a principios de la semana, pero encontraron un soporte a la baja justo por encima del mínimo de 4 meses en 210,15 ¢/lb. La reciente venta fue impulsada por la liquidación de los fondos especulativos, pero al parecer los programas de venta se han agotado. El café arábica experimentó una importante reducción del interés abierto, debido a que los fondos multiactivos y operadores de primas de riesgo retiraron su dinero del café y lo dirigieron a otros mercados, esto impulsado por el dinámico entorno macroeconómico y geopolítico.

Durante la semana, las existencias de arábica aumentaron a 1,1 millones de sacos, mientras que las de robusta se aumentaron a 9,5 mil lotes. Se estima que la posición neta de especuladores en arábica es de +19k lotes y la de Robusta es de +18k lotes. El soporte se ubicará en 213,35 ¢/lb, mientras que la resistencia estará en un rango cercano a 228,30 ¢/lb.

En Brasil, a pesar del fortalecimiento del dólar, el BRL ha sido la moneda que se ha comportado, fortaleciéndose un 17% desde principios de año. Esto mantiene los precios internos brasileños elevados, disuadiendo las ventas en origen.

El rebote de los futuros del arábica no ha incentivado a los agricultores a vender grandes volúmenes, ni en las cercanías ni en las entregas a plazo. Los cafés con certificación sostenible siguen teniendo una gran demanda, pero la disponibilidad es limitada. Las primas que cobra el mercado aumentan día a día. En términos climáticos, las lluvias de marzo en las regiones productoras de arábica terminaron ligeramente por debajo de la media, con el riesgo de que persista La Niña.

En Colombia, llegan los primeros cafés de la cosecha y los precios son ligeramente más firmes, a pesar de que los futuros del arábica suben. Las lluvias han permanecido en las regiones cafeteras durante la semana. Se observa una demanda decente para las posiciones cercanas, por lo demás la demanda ha sido más bien escasa.

En Vietnam, se estima que, para el primer trimestre del año, las exportaciones han aumentado 19,4% interanual, hasta 541.000 toneladas; los envíos de marzo se estimaron en 170.000 toneladas. No hay ninguna presión de venta por debajo de 42.000 VND/kg, ya que las existencias de los agricultores se limitan al 20- 25% de la cosecha, cuando faltan 7-8 meses para la nueva cosecha. La cosecha 22/23 de robusta ha completado la floración y se espera que esta sea normal. La mayoría de las regiones cafetaleras de tierras altas recibieron lluvias moderadas y buenas la semana pasada. Los agricultores continúan con la fertilización química, la poda y deshierbe, además de la pulverización de insecticidas contra los daños causados por la cochinilla.

[Leer más](#)



La FNC un referente para los diferentes sectores



Gracias a su trayectoria y reputación la Federación Nacional de Cafeteras (FNC) es un referente no solo en el ámbito caficulator sino, para diferentes empresas y universidades; es así como el pasado lunes recibió la visita de un grupo de aproximadamente 40 estudiantes de MBA de las Universidades de Cornell (Estados Unidos) y Los Andes (Colombia).

Los estudiantes escucharon la conferencia “Mirada del sector caficulator en Colombia”, donde César Cadavid, gerente de Agroinsumos del Café, presentó la importancia de la Derribadora de Café DSC-18 como ejemplo de innovación del sector cafetero para mejorar la rentabilidad y Carlos Armando Uribe, director de asuntos gremiales de la FNC, explicó, el papel institucional que adelanta la organización para el desarrollo rural en las zonas cafeteras.

Lourdes Casanova, directora y profesora del programa de economías emergentes de la Universidad de Cornell, resaltó el trabajo en mercadeo internacional que hace la FNC para la comercialización del café y mejoramiento de la calidad. “La FNC es uno de los ejemplos más valiosos para añadir valor a un producto como lo es el café. La imagen de marca que hace la Federación en el mercado internacional, no es una tarea fácil”.

[Ver testimonio](#)

Finalmente, Roberto Tinoco, estudiante de MBA de la Universidad de los Andes, expresó que siempre había escuchado hablar de la Federación por su familia y sus padres, como una de las empresas más importante de Colombia, pero que estar en la casa de los cafeteros había llenado todas sus expectativas, pues le permitió conocer a fondo la institución, sus cifras y procesos tan relevantes y de gran envergadura como las Elecciones Cafeteras.





Cataríes y turcos podrán disfrutar la mejor experiencia alrededor del café Juan Valdez



Luego de un arduo trabajo y con el claro objetivo de seguir expandiendo la marca a nivel internacional, las tiendas Juan Valdez abrieron oficialmente sus puertas en Turquía y Catar. Lo anterior, representa una oportunidad única para seguir enalteciendo la labor de las más de 540.000 familias caficultoras de Colombia, llevando su café premium 100% colombiano a más rincones en el mundo.

Estas dos tiendas, ubicadas en la región MENA (Medio Oriente y Norte de África), cuentan con el apoyo y la experiencia de algunos baricultores colombianos de la marca, quienes hicieron parte del proceso de apertura y estarán contribuyendo con su conocimiento para entregar la mejor experiencia a los consumidores locales.

“Estar operando en estos mercados es la materialización del esfuerzo de la marca y del gran trabajo en equipo con nuestros franquiciados Honest Holding en Turquía y Ali Bin Holding en Catar. Así mismo, lograr este hito es un orgullo inmenso para Juan Valdez y para Colombia, ya que nos permite continuar visibilizando la experiencia y la tradición cafetera de nuestro país en diferentes culturas a nivel mundial”, comentó Sebastián Mejía, vicepresidente internacional de Juan Valdez.

De igual manera, el franquiciado Cengiz Deveci de Honest Holding, afirma que, “estamos contentos de traer el café premium 100% colombiano de Juan Valdez a Turquía. Tenemos un plan de expansión muy ambicioso para la región y creemos que nuestra estrategia omnicanal será decisiva para aumentar el posicionamiento de la marca en el país».

Las tiendas Juan Valdez de Catar y Turquía, ubicadas en Doha y Estambul respectivamente, serán determinantes para el desarrollo de la estrategia de expansión internacional de la compañía, fortaleciendo la presencia de la marca de los caficultores colombianos en el Medio Oriente.

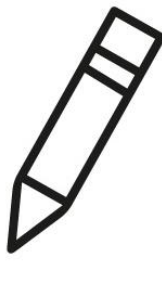
Juan Valdez continúa representando la grandeza del campo colombiano y sigue comprometido con dejar en alto el nombre del territorio nacional a nivel mundial por medio de su café y su inigualable experiencia.

Acerca de la marca Juan Valdez®

La marca Juan Valdez ® es la única marca de café de relevancia internacional que pertenece a productores de café. En 2002 la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, organización sin ánimo de lucro que representa a más de 540.000 familias productoras de café, creó la marca Juan Valdez® para tiendas de café y negocios de valor agregado, nombradas así por el ícono que por más de 50 años ha representado al café colombiano en el mundo. Tras la popularidad y aceptación de la marca en tiendas se inició la distribución de los productos Juan Valdez ® en otros canales del mercado colombiano e internacional. Más información en www.juanvaldezcafe.com



TIPS DE REDACCIÓN

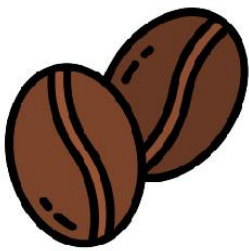


Al escribir

SIGLAS O ACRÓNIMOS, lo correcto es hacerlo entre paréntesis, **no separados por guiones o rayas (estas últimas, en español, abren y cierran)**:



Ejemplos:



- › Federación Nacional de Cafeteros – FNC ✗
- › Federación Nacional de Cafeteros (FNC) ✓
- › Centro Nacional de Investigaciones de Café – Cenicafé ✗
- › Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé) ✓

Algo similar ocurre con las ubicaciones, que van **separadas por coma**:

- › En el municipio de Gigante - Huila. ✗
- › En el municipio de Gigante, Huila. ✓

Los guiones se dejan para alianzas o rutas:

- › La alianza FNC-Nestlé. ✓
- › En la ruta Medellín-Bogotá. ✓



Desde la Federación Nacional de Cafeteros lanzamos la iniciativa “Un millón de razones para sembrar árboles”. Es por esta razón que nuestro Profesor Yarumo nos invita a hacer un aporte a la biodiversidad y a dejar un mejor planeta y mejores personas para el futuro.

¡En la Federación Nacional de Cafeteros trabajamos #PorUnaCaficulturaMásSostenible!



Destacado del día



Podcast FNC



Así florece el café en el municipio de Mistrató, departamento de Risaralda.
"Florece la esperanza"..

Fotos del Comité de Cafeteros de Risaralda





Destacado del día

CHAT FNC

Conéctese con la Federación
Nacional de Cafeteros



Guarde este número en sus contactos,
escribanos por Whatsapp
y siga las instrucciones.



+57 1 3136600

**Desde su
celular acceda a
información y
servicios relevantes**
para los caficultores
colombianos.



A TRAVÉS DE ESTA LÍNEA
**PUEDE ACCEDER A LA
SIGUIENTE INFORMACIÓN:**



INFORME
de calidad de
café, si éste ha
sido analizado
previamente en
el Taza Móvil



INFORMACIÓN
sobre Cédula
o Tarjeta
Cafetera
Inteligente



ÚLTIMAS
noticias de la
Federación
Nacional de
Cafeteros



PODCAST
La salud y
la vida de
TODOS,
compromiso
de TODOS

¡Nos vemos en **WhatsApp!**