



Noticias destacadas

Juan Valdez anuncia su plan de expansión en España. Pág.6

Noticias del Mercado del Café. Pág.8



FNC realiza lanzamiento oficial de línea de café de mujeres al mercado internacional



Como un impulso adicional a la equidad de género en el sector cafetero y en la ruralidad colombiana, se realizó esta semana el lanzamiento Café de Mujeres: una alianza por la equidad de género. con el objetivo central de promocionar la línea de café producido por mujeres en los mercados internacionales. Este es un reconocimiento al talento y dedicación de caficultoras por producir uno de los cafés de más alta calidad del mundo.

El lanzamiento al más alto nivel, que tuvo lugar en las instalaciones de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) en Bogotá, contó con la asistencia del presidente de la República, Iván Duque Márquez; la vicepresidenta y canciller de Colombia, Marta Lucía Ramírez; la consejera presidencial para la equidad de la mujer, Gheidy Gallo, y representantes de embajadas, que serán todos aliados de esta importante iniciativa.

Con el eslogan **“Empoderando a través de la pasión por el café”**, el objetivo es comercializar en el exterior un portafolio de café de la más alta calidad que contribuya a visibilizar el fruto de la labor de las más de 163.000 caficultoras que hay en Colombia y a mejorar su ingreso.

“Con esta iniciativa queremos empoderar comercial y económicamente a las caficultoras para contribuir a cerrar brechas en el sector y a la sostenibilidad de la caficultura. Estábamos en deuda de darle a las mujeres esa importancia, esa preponderancia que merecen, son las compañeras de todos los días, las protagonistas de este sector y de la Colombia rural. Tenemos que pagarle al género esa deuda que no podremos terminar”, dijo el gerente general de la FNC, Roberto Vélez Vallejo.





Ver aquí el video de café de mujeres colombianas

La mujer en el sector cafetero

Según datos sectoriales, 31% de los productores del grano en Colombia son mujeres y entre 80% y 90% de la comercialización de café verde en los mercados locales es una tarea dominada por hombres.

“Queremos que cada día haya muchas más mujeres cafeteras produciendo, llegando de manera más directa al consumidor, generando riqueza, Producto Interno Bruto, más empleos, más bienestar en el campo y en las ciudades. Este es un hito que va a marcar una historia distinta de nuestro país, una Colombia que crezca mucho más, que aspire a tener un crecimiento estable del 6 por ciento, una Colombia que necesita a todas las mujeres empoderadas”, señaló la vicepresidenta y canciller, Marta Lucía Ramírez.

En alianza con la Cancillería y embajadas en diferentes países, se busca promover esta línea de café de mujeres para abrir nuevos mercados y que sus empresas o emprendimientos prosperen para que mejoren su calidad de vida y la de sus familias.

La consejera afirmó que: “las mujeres rurales han estado en el centro de la política de equidad de género de esta Administración. Hoy celebramos la presentación de la alianza público privada del Gobierno nacional con la Federación para mejorar las condiciones de las mujeres caficultoras que tiene dos grandes pilares: la Política de Equidad de Género para la Mujer Caficultora y el lanzamiento de la línea de café tipo exportación producido por mujeres cafeteras colombianas.”

Este novedoso portafolio reúne el café de mujeres por regiones y asociaciones, y las participantes, además de recibir primas de calidad, acceden a actividades complementarias de bienestar y capacitación en reconocimiento de sus valiosos aportes a la economía del cuidado.

Con este lanzamiento, la FNC y el Gobierno nacional quieren hacer llegar a los más diversos rincones del planeta cafés excepcionales producidos gracias a la tenacidad y esmero que caracterizan a las mujeres colombianas en el sector.





La inscripción va hasta el próximo 15 de agosto

Inicia acopio de café para 7° concurso nacional de calidad Colombia, Tierra de Diversidad



Además del reconocimiento económico que recibirán los ganadores, los mejores cafés del concurso participarán en una subasta ante compradores nacionales y extranjeros.

Para que la calidad del café de Colombia siga siendo reconocida y valorada, y sus productores perciban mejores ingresos, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) realiza la séptima versión del concurso Colombia, Tierra de Diversidad.

La invitación es a que los caficultores inscriban sus lotes hasta el próximo 15 de agosto para seleccionar los mejores cafés de la cosecha del primer semestre de los departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Quindío, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca.

Además de ser un tributo a la dedicación y constancia de los caficultores que apuestan por la más alta calidad, este concurso ayuda a posicionar los mejores cafés de Colombia en nichos diferenciados de alto valor.

Los mejores lotes del concurso tendrán la posibilidad de **participar en una subasta ante compradores nacionales e internacionales.**

El concurso reconoce los cinco mejores atributos sensoriales: **acidez, balance-equilibrio, cuerpo, exótico y suavidad**, con un reconocimiento de 25 millones por cada atributo, para un total de 125 millones de pesos.

Requisitos para participar

Los interesados en participar deben ser personas naturales o jurídicas con fincas cafeteras en Colombia, identificadas en el Sistema de Información Cafetera (Sica), y cuyo café sea producido en su totalidad en territorio colombiano. Solo se permite un lote de café por productor o finca.

Cafés lavados: De 320 a 640 kg de café pergamino seco (cps). Máximo 1% defectos del primer grupo, 1% de broca y máximo factor de rendimiento de 90 y humedad entre el 10 y el 11.5 % (ambas medidas tomadas sobre muestra de cps). El productor será liquidado al precio del día y se le reconocerá una liquidación de \$25.000 por carga o el sobreprecio de la certificación de mayor valor.

Cafés naturales: De 480 a 960 kg de café cereza seca. Máximo 1% defectos del primer grupo, 1% de broca y máximo factor de rendimiento de 150 (medida tomada sobre muestra de café cereza seca) y una humedad de entre 10 y 11.5% (medida tomada sobre muestra de café verde/almendra). [Leer más](#)

‘Busca el Triángulo de la calidad Café de Colombia’

Café de Colombia lanza campaña para que consumidores identifiquen más fácil el café 100% colombiano



El logo triangular es usado por más de 790 marcas en el mundo, un reconocimiento al esfuerzo de 540.000 familias caficultoras colombianas.

La marca Café de Colombia lanzó esta semana una nueva campaña para promover el consumo interno de café 100% colombiano, “Busca el Triángulo de la calidad Café de Colombia”, que ayudará a los potenciales compradores a identificar mejor en los empaques café 100% colombiano, lo que a su vez contribuirá a elevar el consumo interno.

El logo triangular Café de Colombia es un sello que garantiza que el contenido del empaque sea café de origen 100% colombiano, producido con los más altos estándares, y no mezclado con otros orígenes de calidad inferior, de modo que el comprador pueda apreciar mejor los atributos únicos y excepcionales del grano que consume.

“El Triángulo de la calidad Café de Colombia” reúne los valores más importantes de las familias cafeteras, con los cuales el resto de colombianos se identifica fácilmente: disciplina, esfuerzo, constante innovación y amor por la tierra que nos entrega el grano insignia del país.

“Invitamos a los colombianos a que reconozcan y busquen el Triángulo de la calidad Café de Colombia. A nuestro propósito de visibilizarlo más y promoverlo, y con ello el esfuerzo de las 540.000 familias cafeteras colombianas, se unen gremios, grandes superficies, deportistas y artistas”, dijo el gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), Roberto Vélez Vallejo.

“Todo el año vamos a ver diversos líderes de opinión explicando y reproduciendo el triángulo, en una gran campaña de difusión e información para hacer crecer el orgullo por nuestro producto insignia en el mundo y lograr que también los colombianos consuman el mejor café del mundo”, añadió.

[Leer más](#)

[Ver video](#)



Juan Valdez anuncia su plan de expansión en España



Sebastián Mejía, Vicepresidente Internacional de Juan Valdez y Raúl Armengol, Ceo de La Hermosita

Juan Valdez, la marca de los caficultores colombianos, anuncia su plan de expansión en España, a través de la reciente sociedad pactada con La Hermosita, grupo español fundado en 2017, experto en pastelerías y cafeterías, que actualmente cuenta con 11 establecimientos en Madrid.

De acuerdo con recientes cifras de Euromonitor, la industria de café en España tiene un tamaño de 1.963 millones de dólares, cuatro veces más grande que la de Colombia. Lo anterior, posiciona a este país, que hace parte de la península ibérica, como el número 12 en mayor volumen de mercado de café. Adicionalmente, su consumo per cápita es de 3kg al año, de los cuales el 82% es de café tostado en diferentes presentaciones.

“En Juan Valdez siempre estamos buscando capitalizar oportunidades de expansión de nuestro café 100 % colombiano, por esta razón, nos aliamos con La Hermosita para lograr este propósito en España, un mercado de alto impacto del continente europeo y que actualmente está creciendo de manera sostenida respecto al consumo de café”, comentó Sebastián Mejía, vicepresidente Internacional de Juan Valdez.

Así mismo, el directivo agregó que, “expandirnos a lo largo de este país, nos permitirá seguir compartiendo la experiencia y variedad que ofrecen los cafés de origen nacional”.

El objetivo de esta nueva alianza entre La Hermosita y Juan Valdez es abrir más de 100 tiendas durante los próximos cinco años bajo el modelo de franquicias y a corto plazo, remodelar las tres tiendas actuales de la marca que se encuentran en Madrid.

Este nuevo logro, reafirma el compromiso de la compañía con las más de 540.000 familias caficultoras, al llevar su café a diversos lugares del mundo. Hoy, Juan Valdez cuenta con 331 tiendas a nivel nacional, 150 distribuidas en 17 países y tiene presencia en 11.507 puntos de venta de consumo masivo en más de 35 naciones.

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

Con total éxito se realizan los encuentros departamentales de liderazgo para mujeres cafeteras



Con total éxito se han realizado los encuentros departamentales de liderazgo para mujeres cafeteras, Lidera, en donde han participado más de 800 mujeres de los departamentos de Boyacá, Caldas, Cauca, Cesar, Guajira, Huila, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Santander, Tolima y Valle del Cauca.

Estos encuentros que han sido convocados por la Dirección de Desarrollo Social de la Federación Nacional de Cafeteros, tienen como objetivo brindar a sus asistentes herramientas dirigidas a fortalecer su liderazgo, así como a motivarlas para su vinculación activa en las próximas Elecciones Cafeteras, que se constituyen en la cita más importante de la democracia gremial.

En la próxima semana los encuentros se llevarán a cabo en los departamentos de Antioquia y Risaralda, con lo que se espera alcanzar a más de 1000 mujeres Líderes.





Noticias del Mercado del Café

Semana del 9 al 13 de mayo del 2022



Durante la semana pasada, el entorno macroeconómico continuó influyendo enormemente en todos los mercados financieros y de materias primas. Para esa semana, el S&P 500 cayó hasta el punto más bajo desde marzo de 2021, ya que los inversores abandonaron las acciones en favor de inversiones más seguras, como el dólar o los tesoros ante las preocupaciones de un escenario de estanflación. Así, el índice del dólar estadounidense mantuvo su tendencia alcista, subiendo un 1,1% interanual para situarse justo por debajo de los 105 puntos. Esta fortaleza del USD ha revertido gran parte de las operaciones del BRL, que terminó la semana como una de las monedas de los mercados emergentes con peor rendimiento, cerrando en 5,1.

El mercado del arábica, que se mueve en junto con el entorno macroeconómico y con unos fundamentos alcistas, vio cómo los futuros de julio caían hasta 203,8 c/lb el martes, el nivel más bajo desde noviembre de 2021. Sin embargo, un fuerte descenso de las temperaturas en el mayor productor, Brasil, provocó preocupaciones por las heladas y un salto en el mercado del 8% sólo el miércoles. Tras el impacto de la cosecha del año pasado, otra helada similar este año sería devastadora para la disponibilidad brasileña y para el equilibrio global del arábica.

Durante la semana, las existencias certificadas de arábica del ICE descendieron a 1,11 millones de sacos, mientras que las de robusta se aumentaron a 9,47 mil lotes.

Se estima que la posición neta de especuladores en arábica es de +16k lotes y la de robusta es de +11k lotes. El soporte se ubicará en 210,15 ¢/lb, mientras que la resistencia estará en un rango cercano a 220,45 ¢/lb

En Brasil, la previsión de posibles temperaturas cercanas a las heladas a principios de la próxima semana, que alcanzarán hasta 2 grados centígrados en la región cafetera, hizo que el mercado entrara en estado de pánico.

Acorde a Cecafo, las exportaciones de café verde en Brasil cayeron un 24.3% interanual en abril, alcanzando un total de 2.56 millones de sacos. Respecto al tipo de cambio, el aumento de tipos de interés de la Reserva Federal impactó al BRL con un debilitamiento de este frente al dólar.

En Colombia, la demanda sigue siendo fuerte y los diferenciales se han endurecido ligeramente. El tiempo sigue siendo demasiado húmedo, lo que provoca unas condiciones poco favorables para la próxima cosecha principal, al tiempo que provoca retrasos en el flujo de la cosecha actual.

En Vietnam, el negocio está casi congelado, ya que los productores pretenden vender por encima de los 42.000 VNG/kg, mientras que los compradores puján en un rango de 41.000/41.500 VDN/kg, lo que hace que cubrir las ventas a corto plazo sea bastante difícil para los exportadores.

[Leer más](#)



Así nos ven los medios



Orgullo Colombia es creer en la equidad de género



Las mujeres tienen una gran presencia activa en muchísimas actividades y, por supuesto, el gremio del café no es la excepción. Actualmente hay más de 167 mil productoras de café en Colombia asociadas a la Federación Nacional de Cafeteros, un dato que no se puede ignorar y que, desde el 2006, dio paso a la creación de políticas orientadas a contribuir al empoderamiento y la equidad de género dentro del mundo cafetero.

El programa de equidad de género es sumamente importante teniendo en cuenta que el 25% de los hogares cafeteros están encabezados por mujeres y que, desafortunadamente, estos son los más vulnerables a la pobreza. Una de las acciones que se toman para actuar en contra de esta realidad es el empoderamiento por medio de cargos representativos, esto ayuda a que estén presentes dentro de las diferentes decisiones que se toman en la Federación.

María Aurora Suarez es caficultora de Buenavista, Boyacá, y desde hace 8 años es líder gremial del Comité de Cafeteros de ese departamento. Menciona que representar a los productores “es una experiencia muy bonita. Poder reunirse con los comités municipales, hablar sobre las estrategias del café, sobre el programa de equidad de género”.

Por otro lado, María Aurora añade que “estando en el tema de la representatividad se pueden ver las necesidades de los caficultores y cómo se pueden gestionar los proyectos para ayudar a la gente”.

Otra de las estrategias para apoyar a las mujeres cafeteras dentro de la industria para empoderarlas fue el lanzamiento del ‘Café de Mujeres Colombianas’. Como el 31% de las productoras de café son mujeres, ahora se produce una línea de café hecha exclusivamente por mujeres de nuestro país y que es un reconocimiento al talento de las caficultoras por cultivar uno de los mejores cafés del mundo.

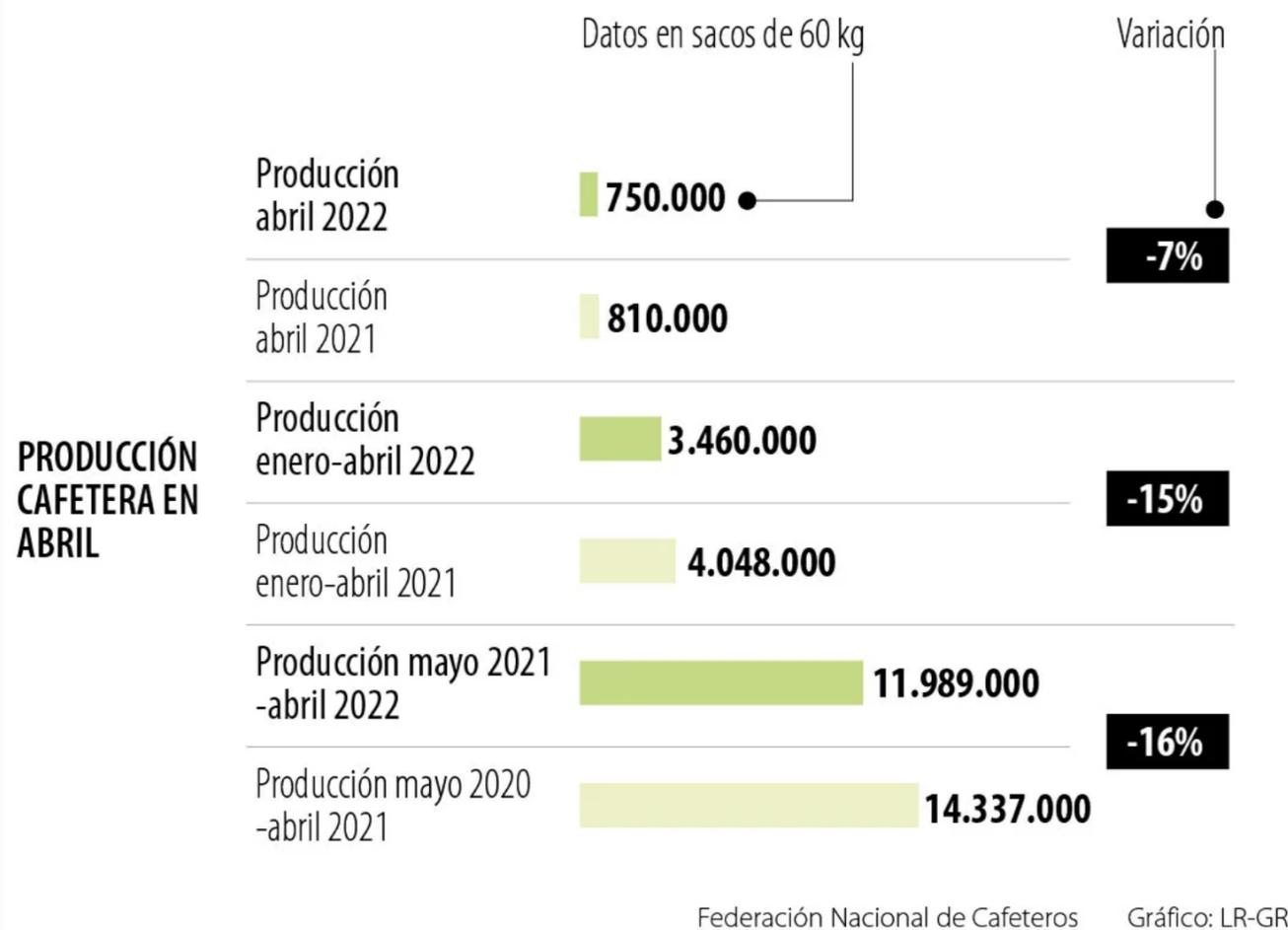
Claudia Rodríguez, coordinadora del programa de equidad de género en la Federación Nacional de Cafeteros, cuenta que este café “se está promoviendo a nivel mundial, con el fin de que los consumidores conozcan las bondades y características de calidad que tienen los cafés que producen las mujeres de Colombia”.

Así mismo, Claudia narra que otra de las estrategias para impulsar a las mujeres dentro del gremio del café es incentivarlas a participar en las elecciones cafeteras. Estas se celebran cada cuatro años y determinan los representantes de los caficultores en el gremio. [Leer más](#)



La FNC prevé que la producción de café oscilará entre 12 y 12,5 millones de sacos

ASÍ ESTÁ EL SECTOR CAFETERO EN EL PAÍS



Lanzan campaña para incentivar el consumo nacional a través de la identificación de marcas que cuenten con café excelso colombiano

La Federación Nacional de Cafeteros (FNC) presentó el programa 'Busca el Triángulo de la Calidad Café de Colombia', la cual busca incentivar el consumo interno de café excelso y 100% colombiano.

A pesar de la inflación que se está viviendo actualmente no solo en Colombia sino a nivel mundial, Natalia Valencia, directora de mercadeo y relaciones públicas de la FNC, afirmó que el consumo de este sigue creciendo tanto de manera individual como comercial, a través de marcas de cadena.

"No solo marcas como Starbucks han venido aumentando sus pedidos, sino que Juan Valdez y Tostao, que también comercializan sólo café 100% colombiano, han aumentado sus órdenes", dijo.

Roberto Vélez, gerente de la Federación, afirmó que las lluvias no han sido el único problema que está enfrentando el sector. A estas, que han reducido en cerca de 15% las cosechas para el primer semestre en comparación con el mismo periodo del año anterior, se le suma el problema logístico mundial y la especulación por los fertilizantes.

"En abril, la producción registrada de café de Colombia, mayor productor mundial de arábigo suave lavado, fue de 750.000 sacos de 60 kg de café verde, 7% menos frente a los 810.000 sacos producidos en el mismo mes de 2021", afirmó Vélez, quien prevé que la cosecha oscile entre 12 y 12,5 millones de sacos.

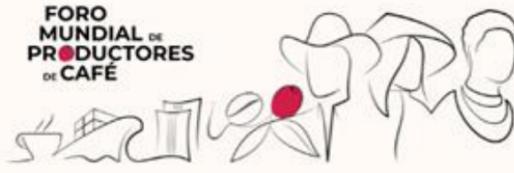
Otro de los factores que se destacaron en la presentación fue el aumento en el costo de los fletes. La Federación señaló que en épocas prepandemia, enviar un contenedor de café a Estados Unidos costaba entre US\$1.000 y US\$1.500. "Hoy, estamos pagando alrededor de US\$3.000", dijo Valencia.

A esto se suma un posible aumento en los costos. Y es que los efectos del alza, por ejemplo en los fertilizantes, no se sentirán en las cosechas de este trimestre ni del próximo, sino que impactará al consumidor en el año siguiente.

[Leer más](#)



Prográmate



3er Foro Mundial de Productores de Café

APARTA LA FECHA:

Tema: Cómo lograr la prosperidad de los caficultores a través de los ODS enmarcados en los Planes Nacionales de Sostenibilidad Cafetera

Foro virtual

12 de julio de 2022 | 8:00 - 11:00 a. m. (EST)

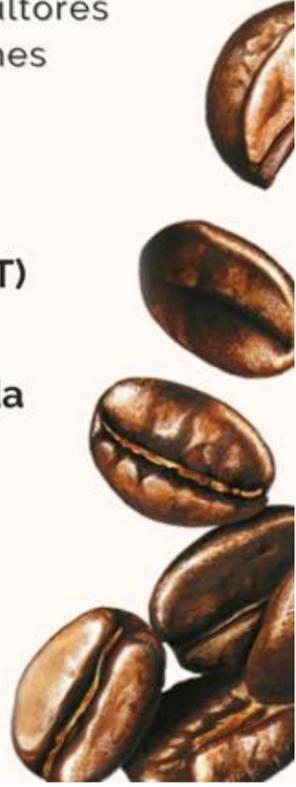
Foro presencial

12 y 13 de febrero de 2023 | Kigali, Ruanda

La agenda se compartirá en los próximos días. ¡Manténganse al tanto!

@wcoffeeef

World Coffee Producers Forum



Prográmate



Efecto de la interrupción del secado mecánico en la calidad e inocuidad del café



Jenny Paola Pabón Usaquén

Ingeniera Agrícola, M.Sc.
Disciplina de Calidad
Cenicafé

73º Seminario Científico Cenicafé

SEMINARIO CIENTÍFICO

Lunes 23 de mayo | 8:30 a.m.

Consulte a través de nuestras redes sociales, la página www.cenicafe.org, y en nuestro canal de Youtube.

YouTube

Cenicafé FNC
@cenicafe
cenicafe
CenicaféFNC



FNC © 2022



Podcast FNC



JUAN VALDEZ CAFÉ SE RECUPERA TRAS PANDEMIA Y ANUNCIA APERTURA DE MÁS DE 100 TIENDAS EN ESPAÑA

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

hace 1 día

#PODCAST-FNC...



44:57



Sustituir imagen