

PRENSA AL DÍA



Noticias
destacadas

La FNC realiza despacho de café de exportación por tren, entre La Dorada y el puerto de Santa Marta. *Pág.3*

Tendencias Hot Drinks. *Pág.6*

COMITÉ NACIONAL
DE CAFETEROS
**SELECCIONA TERNA
DE CANDIDATOS A
GERENTE GENERAL
DE LA FNC**



El nuevo gerente será elegido el próximo 27 de abril por el Congreso Nacional de Cafeteros, máxima autoridad e instancia de deliberación gremial.

El Comité Nacional de Cafeteros después de un amplio debate seleccionó ayer la terna final de candidatos al cargo de gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC).

Esta terna, conformada por Germán Alberto Bahamón Jaramillo, Sandra Morelli Rico, Santiago Pardo Salguero, se presentará el próximo 27 de abril al Congreso Nacional de Cafeteros (Extraordinario), que como máxima autoridad e instancia de deliberación gremial elegirá al (a) nuevo (a) gerente general, en sucesión de Roberto Vélez Vallejo, quien deja importantes logros de gestión.

Cada uno de los candidatos de la terna cuenta con la trayectoria y capacidades profesionales y personales necesarias para dirigir el gremio agrícola más importante del país.

Entre el 27 de marzo y el 14 de abril, los candidatos deberán presentar sus propuestas y/o programas ante cada uno de los 15 comités departamentales de cafeteros, con base en un cronograma y reglas definidas y aprobadas hoy por el Comité Nacional.

Para facilitar el diálogo y la retroalimentación entre los tres candidatos finalistas y los caficultores colombianos, la FNC pondrá a su disposición, en igualdad de condiciones, todos sus canales de comunicación nacional.

Conozca los perfiles de la terna al cargo de gerente general de la FNC

Tras un análisis riguroso de sus hojas de vida, trayectoria y capacidades profesionales, el Comité Nacional de Cafeteros seleccionó la terna final de candidatos al cargo de gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros. Esta terna se presentará el próximo 27 de abril al Congreso Nacional de Cafeteros (Extraordinario), que como máxima autoridad e instancia de deliberación gremial elegirá al nuevo gerente.



La terna quedó conformada por Germán Alberto Bahamón Jaramillo, Sandra Morelli, Santiago Pardo Salguero.

Conozca aquí
el perfil de los
tres candidatos





Aprovechando un sistema de transporte multimodal

La FNC realiza despacho de café de exportación por tren, entre La Dorada y el puerto de Santa Marta



La Federación Nacional de Cafeteros (FNC), principal comprador y exportador de café en Colombia, avanza en las operaciones de envío de café por tren, entre La Dorada (Caldas) y el puerto de Santa Marta, en el departamento del Magdalena.

Con el envío de ocho contenedores, equivalentes a 2.200 sacos de café de 70 Kg desde el puerto de Santa Marta hacia el mercado estadounidense, se retoma esta modalidad de transporte que por décadas fue utilizada y se amplía el abanico de opciones para movilizar café dentro del territorio nacional.

El uso de la vía férrea disminuye costos, abre nuevas posibilidades logísticas, genera empleo y dinamiza la economía del país.

La Federación se convierte así, en pionera en el transporte multimodal de café en Colombia, al aprovechar la vía férrea, las carreteras del país y el transporte marítimo, con el fin de cumplir sus compromisos en el exterior con sus clientes y consumidores de café colombiano, contribuyendo así al bienestar de las más de 542.000 familias caficultoras que representa.





Por la seguridad, rentabilidad y sostenibilidad cafetera se realizó el lanzamiento del Plan Cosecha 2023



“Por la rentabilidad y prosperidad cafetera, el mejor fruto es su seguridad”.

Desde el corregimiento de Barcelona en el municipio de Calarcá, Quindío, se llevó a cabo el lanzamiento nacional del Plan Cosecha 2023, con la presencia y participación de representantes de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y de representantes gremiales cafeteros, y en compañía de alcaldes de municipios donde se cultiva el grano, altos funcionarios, ciudadanía, Policía y Ejército Nacional, además del personaje Juan Valdez, que representa el Café de Colombia en el mundo.



Juan Camilo Becerra, gerente administrativo y financiero de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, expresó: “Este evento tiene máxima relevancia porque es la forma como la institucionalidad cafetera se acerca a la institucionalidad de la Policía, las gobernaciones, las alcaldías y el Ejército Nacional para garantizar todos juntos la paz, tranquilidad, armonía y seguridad de los cafeteros y de todos aquellos involucrados en el proceso de la cosecha del café, para que todos regresemos a casa con la tranquilidad de poder compartir en familia. Esta estrategia de seguridad implica sumar esfuerzos y capacidades en procura de un mismo objetivo, que es hacer que la caficultura sea una actividad rentable y sostenible, de la mano de las autoridades. La caficultura es vital para el desarrollo del campo colombiano, para la redistribución del ingreso y la consolidación de la paz, es por ello que se debe salvaguardar y proteger en beneficio de Colombia”.





Noticias del Mercado del Café

Semana del 13 al 17 de marzo del 2023



La semana pasada, el mercado estuvo bastante volátil. En primer lugar, la debacle de Silicon Valley Bank y otros bancos centrados en la tecnología, hizo que los traders reconsideraran sus puntos de vista sobre el ritmo de las subidas de las tasas de interés de la Reserva Federal. En segundo lugar, la caída de Credit Suisse influyó notablemente en el mercado. No obstante, las acciones y garantías integrales realizadas para salvaguardar el sistema bancario permitieron que volviera la confianza en el sistema. Por su parte, el Banco Central Europeo, a pesar de la crisis bancaria emergente, aumentó las tasas de interés en 50pb, lo que demuestra que a menos que las turbulencias del mercado afecten severamente las condiciones crediticias, la inflación debería seguir siendo la principal preocupación de los bancos centrales.

Ante este panorama, los precios del café no fueron inmunes a la liquidación macroeconómica, cayendo inicialmente junto con otros commodities. Sin embargo, la caída no fue tan pronunciada y, de hecho, el repunte de 4% del jueves fue un rendimiento bastante superior al promedio del mercado; tal vez respaldado por el considerable descenso de los inventarios de café en los Estados Unidos, los cuales cerraron en 6.1 millones de sacos para febrero, una disminución de 160 mil sacos. El mercado sigue enfocado en la lenta demanda de la industria y las altas existencias de productos terminados en varios mercados.

Durante la semana, las existencias certificadas de Arábica se mantuvieron en 789k sacos, mientras que las de Robusta aumentaron a 7,6k lotes.

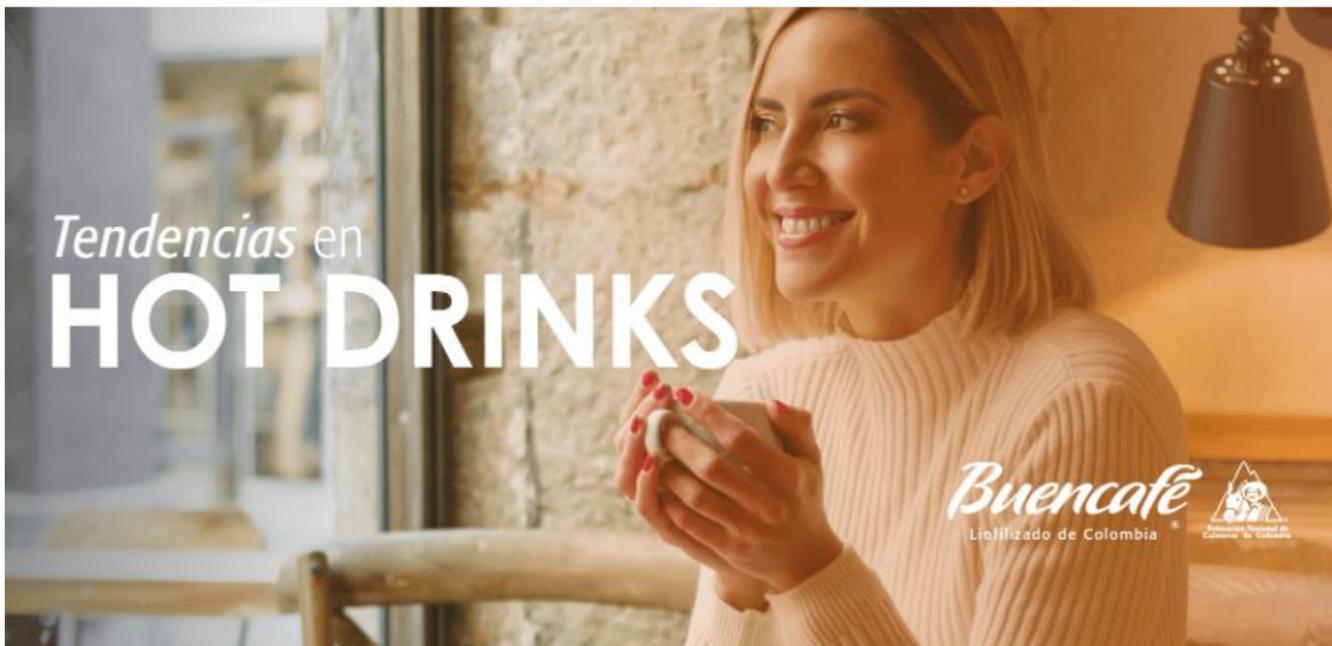
Se estima que la posición neta de especuladores en Arábica es corta (-6k lotes) y para robusta de +19k lotes. Finalmente, el soporte y la resistencia se ubicaron en 171,05 ¢/lb y 182,60¢/lb respectivamente.

En Brasil, la semana fue tranquila hasta el miércoles, cuando el ambiente macroeconómico empujó a una devaluación del real brasileño, moviendo la tasa de cambio de 5,18 USD/BRL a 5,31 USD/BRL. Con la mejora de la situación a final de la semana y una moneda manteniéndose en 5,30 USD/BRL, se generó cierta actividad de venta de Arábica y apareció una mejor demanda.

Las lluvias continuaron durante la semana en las principales regiones productoras de café. El pronóstico indica lluvias ligeras en las principales regiones excepto en Bahía que probablemente beneficie el desarrollo de la cereza en esta etapa.

En Colombia, hay muy poco flujo interno y las pocas ofertas son más firmes. Además, el nombre de los 7 candidatos para el futuro director general de la FNC finalmente se dio a conocer el 9 de marzo, solamente incluyendo a una mujer en la lista. Esto llevó a quejas del gobierno sobre tales resultados y una revisión de todos los candidatos iniciales. En el clima, las lluvias se mantuvieron en todo el país.

En Honduras, la actividad se ha desacelerado con la cosecha ahora casi completa, el café está fácilmente disponible con muchas cooperativas que tienen existencias en sus almacenes, pero la demanda del mercado externo se mantiene. [Leer más](#)



Con la recuperación del dinamismo en la vida de los consumidores, la industria de las bebidas calientes ha tenido cambios evidentes durante los últimos años. Según el reporte publicado en diciembre de 2022 por Euromonitor International, la inflación se convertirá en una estanflación para el 2023 sin ánimo de recuperar niveles prepandemia y aunque ha regresado la presencialidad, actualmente las personas están pasando mucho más tiempo en casa.

En el siguiente artículo explicaremos las seis tendencias que marcarán este 2023, algunas de ellas se vienen consolidando desde hace algunos años y otras han entrado en la categoría marcando un nuevo camino por recorrer.

Gastos de Liberación

El auge de los productos premium llegó para quedarse, los cambios en el estilo de vida durante la pandemia y el aumento de los precios del café ¹ en cafeterías, ha incentivado el disfrute en los hogares (sobre todo en productos de preparación rápida y de alta calidad), eligiendo presentaciones de menor cantidad sin perder la premiumización.

Este sentimiento de derroche hace sentir a los consumidores una breve alegría e incluso un sentimiento de superioridad y autosuperación, preparar un café de alta calidad en casa se ha convertido en todo un ritual. En definitiva, la industria deberá continuar con el desarrollo de un portafolio premium durante el 2023.

Salud Descifrada y Etiquetado

Para nadie es un secreto que la evolución del etiquetado en alimentos y las tablas nutricionales están cobrando cada vez más importancia en la vida diaria; el uso de semáforos nutricionales se ha convertido en una herramienta que le permite al consumidor ser consciente del carácter nutricional de todos los alimentos que incluye en su dieta.

Este es el punto de partida de una estrategia para la mejora de la salud pública a raíz de la gran cantidad de ultraprocesados en el mercado; es por esto que los consumidores cada vez son más exigentes y más conscientes al buscar productos que sean buenos para su salud, siendo el café dentro de la categoría de bebidas calientes una gran opción.

También se evidencia una fuerte tendencia a productos con etiquetado “a base de plantas”, “bajo en azúcar”, “orgánico”, “comercio justo”, entre otras. En el caso de la categoría de bebidas calientes, el café continúa siendo una opción adecuada por su gran versatilidad y propiedades antioxidantes.

Positivamente Imperfecto

Las nuevas formas de relacionamiento con los clientes han llevado a las empresas a encontrar la necesidad de ser más transparentes con sus grupos de interés. Hace unos años se veía con frecuencia como las empresas aludían sus buenas decisiones que daban como resultado procesos amigables con el ambiente y las sociedades, sin embargo, hoy en día eso no es suficiente, las empresas han empezado a mostrar sus fracasos y errores como estrategia para acercarse más a sus clientes mostrando su faceta más imperfecta.

Los datos más comunicados de las empresas que deciden incorporarse a esta tendencia son el consumo de agua, energía y emisiones de CO2. La categoría de bebidas calientes no es ajena a esta nueva realidad, se esperan nuevas formas de relacionamiento y transparencia con el consumidor.

Presiones Inflacionarias Persistentes

La inflación ha afectado de manera transversal tanto a consumidores como a productores. Con el aumento de los precios, las organizaciones han tenido que buscar procesos innovadores que les permita seguir operando bajo ciertos márgenes de beneficio.



Las tendencias son un motor de conocimiento sobre el consumo y amplificación que gracias a los medios digitales se replican más allá de los sectores especializados y entran en el día a día de los consumidores, siendo el café uno de los productos favoritos y adaptables a estas nuevas tendencias del mercado.

De igual forma, se ha evidenciado una limitación en el presupuesto de los consumidores, que sumado a los hábitos desarrollados durante la pandemia, han hecho que estos migren fuertemente hacia el consumo de productos con características premium y que representen preparaciones rápidas hechas desde casa.

Es por esto que los productos de alta calidad, instantáneos, fáciles de preparar y que a su vez se consuman en el hogar, jalonan la categoría de bebidas calientes los próximos años.

El Paso al Mañana – Sostenibilidad

Las empresas del sector de alimentos están buscando un equilibrio con el medio ambiente ya sea desde sus procesos productivos, desarrollo de producto, selección de materias primas o desde la creación de empaques. Cada vez son más las empresas de la categoría de bebidas calientes que se unen a políticas ambientalistas para disminuir su huella de carbono y crean estrategias para atender un consumidor más consciente de sus acciones.

Según Euromonitor 2022, en una encuesta el 60% de los consumidores afirman estar preocupados con el impacto de sus hábitos de consumo y actividades diarias en el medio ambiente.

En términos de desarrollo y producto, las empresas cada vez invierten más dinero en la creación de empaques biodegradables o compostables para que los clientes tengan plena certeza de que el producto que están consumiendo es amigable con el ecosistema.

Es innegable que muchos de estos clientes están dispuestos a pagar más por estos productos sabiendo que están invirtiendo en un empaque responsable.

La Gloria del Intestino – Productos Funcionales

El microbioma tiene el potencial de ser un factor de cambio en la forma en que los consumidores gestionan su vida. La salud intestinal es clave para lograr un bienestar integral así que el futuro se centrará en comprender todo el potencial de los ingredientes.

Según InnovaMarkets en un reporte del 2022, desde el 2017 los lanzamientos de productos a base de plantas ha mostrado un crecimiento anual de 42%, el auge de estos productos evidencia la prioridad de los consumidores por la fuente de nutrientes que consumen. Este es otro indicio de que, desde los alimentos precocidos hasta la alta gastronomía, las personas están buscando beneficios que los productos vegetales pueden ofrecer. Este tipo de alimentos está aumentando su popularidad en todo el mundo y su mercado se vuelve cada vez más grande.

Antes se hablaba de productos funcionales de manera general, hoy vemos varios artículos donde esta funcionalidad se centra en el sistema digestivo y los productos a base de plantas se vuelven claves gracias a las adiciones de prebióticos, probióticos, etc. Para las bebidas calientes esto representa una gran oportunidad, la mezcla de ingredientes funcionales y café conversan para crear un producto idóneo para el consumidor de ahora.

Como gran conclusión, las tendencias son un motor de conocimiento sobre el consumo y amplificación que gracias a los medios digitales se replican más allá de los sectores especializados y entran en el día a día de los consumidores, siendo el café uno de los productos favoritos y adaptables a estas nuevas tendencias del mercado.



Delegación de Kenia conoce el rol de la FNC en la producción y comercialización del café de Colombia



Con el apoyo de la Cancillería de Colombia en el marco de la Estrategia África, el gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), Roberto Vélez Vallejo, recibió al ministro de Cooperativas y Mipymes de Kenia, Simon Chelugui y a su equipo de trabajo, interesados en conocer todos los niveles de la cadena productiva del café colombiano y el rol de la FNC en la producción y comercialización de este producto.

Durante su estancia en Colombia los representantes de Kenia hicieron un recorrido por los departamentos de Caldas y Risaralda en donde conocieron a caficultores de la región, fincas cafeteras, el proceso desde la semilla a la taza y Cencafé, brazo científico de la Federación de Cafeteros.





Prográmate

Metodología para el direccionamiento de recursos en la expansión de tierras de la cadena productiva de café en Risaralda



SEMINARIO CIENTÍFICO

Lunes 27 de marzo | 8:30 a.m.



Fabio Alexis Torres Angarita

Ing. Agrónomo
Esp. en manejo sostenible de suelos y aguas
M.Sc. en administración de empresas

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



74º Seminario Científico Cenicafé

FNC © 2023



Podcast FNC



PODCAST

LA SALUD Y LA VIDA
DE TODOS
COMPROMISO DE TODOS



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia