



83 CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS

La rentabilidad del caficultor, un compromiso de todos



..... Aprovechemos la buena coyuntura para planear el futuro

“La rentabilidad del caficultor, un com- promiso de todos”

El 2016 fue un año de grandes retos, pero también de grandes oportunidades para el sector cafetero colombiano.

No sólo hemos salido relativamente bien librados de los profundos cambios y las vicisitudes de la economía y la política en los planos nacional e internacional, sino de los desafíos que el cambio climático nos sigue planteando.

Los buenos resultados se han logrado gracias a un trabajo serio de los productores colombianos, tanto a nivel individual como colectivo, y a la positiva alineación de las variables cafeteras (precio internacional, tasa de cambio, creciente demanda y fluctuaciones en la oferta mundial del grano), coyuntura favorable, bien vale la pena recordar, que en cualquier momento puede revertirse.

Los cafeteros de Colombia hace tiempo no atravesábamos un momento tan prometedor como el actual, algo histórico. Al buen nivel del precio internacional, que

pasó de 117 ¢US/lb a comienzos de año hasta los 156 ¢US/lb en octubre, se suma una tasa de cambio por encima de \$3 mil por dólar y un buen volumen de producción -que esperamos supere los 14 millones de sacos al cierre del año-, lo que arrojará un valor de la cosecha cafetera que también se estima sea histórico y supere los 6,5 billones de pesos.

Los buenos resultados con que cerramos el año no deben llevarnos a olvidar los difíciles momentos del primer semestre como consecuencia del fenómeno de El Niño, que golpeó la producción en volumen y calidad, la cual se vio afectada por la sequía.

Esto no sólo afectó de manera directa el bolsillo de los productores, sino que elevó los costos relativos de producción. No fueron pocos los caficultores que resultaron perdiendo la rentabilidad de su actividad.

Mi invitación y el principal mensaje que quiero transmitir es que hoy es el mejor momento de ser prudentes y aprovechar la buena coyuntura para planear el futuro. Debemos seguir trabajando por elevar la productividad de los cafetales, sanear las deudas y hacer de la actividad cafetera un negocio rentable y sostenible. Si todos nos comprometemos con este objetivo, alcanzaremos nuestra meta de tener una caficultura sostenible con responsabilidad social, rentabilidad económica y cuidado ambiental.

Mirando hacia adelante, llega el 2017, año en que la institución cumple 90 años de trabajo por el bienestar de los cafeteros y el desarrollo del país. Son 90 años de tradición, historia y trabajo arduo de una institución respetada e incluso admirada dentro y fuera de Colombia. Pocos o tal vez ningún gremio en el mundo se ha mantenido tan sólido durante nueve décadas. Debemos sentirnos orgullosos del trabajo realizado, experiencia que nos ayudará a enfrentar mejor el futuro por venir.

En ese sentido, consciente de que el futuro del sector cafetero depende también de la corresponsabilidad de los demás actores de la cadena, el próximo año Colombia será sede del primer

Encuentro Mundial de Productores de Café, evento al que asistirán representantes de los países cafeteros y de los principales actores de la industria global (entre compradores, tostadores y comercializadores).

Sostenibilidad económica, productividad, volatilidad de precios, relevo generacional y cambio climático, entre otros, son algunos de los principales temas que ocuparán la agenda. Todos sean desde ya bienvenidos a este encuentro, que se realizará en Medellín los días 11 y 12 de julio.

***Amigos cafeteros:
como lo hemos hecho hasta ahora con resultados satisfactorios, sigamos haciendo de la rentabilidad un compromiso de todos. Ése es el camino.***



**ROBERTO
VÉLEZ VALLEJO**
Gerente General

Contenido



Rentabilidad del Cultivo
3 - 5

Aumentar la productividad y desarrollar iniciativas innovadoras para la diferenciación, la agregación de valor y la reducción de costos de producción



Desarrollo social en el posconflicto
3 - 5

La caficultura es un motor fundamental para el apalancamiento de recursos de inversión social y para el desarrollo rural en el posconflicto



Regiones
3 - 5

Recuperar la rentabilidad del negocio cafetero y brindar el mejor servicio posible a las familias cafeteras optimizando los recursos disponibles es el propósito central de nuestra estrategia



Sostenibilidad Ambiental
3 - 5

Una adecuada gestión de los recursos ambientales y la implementación de estrategias de adaptación al cambio climático son indispensables para la sostenibilidad de la caficultura



Entrevista Gerente General
3 - 5

Entrevista GG



Modernización Institucional
3 - 5

Consolidar un gremio monolítico en torno a las familias cafeteras que dé soporte a la rentabilidad, el desarrollo social y la sostenibilidad ambiental.



Rentabilidad del Cultivo

Coyuntura y perspectivas del mercado cafetero

Valor de la cosecha cafetera en 2016 será histórico

El valor de la cosecha cafetera en 2016 va camino a superar los 6,5 billones de pesos, una cifra récord gracias a buenos precios, que este año promedian \$810 mil/carga (y compensan en buena medida los estragos de El Niño del primer semestre), y buenos niveles de producción.

A octubre, el valor de la cosecha cafetera fue de \$5,3 billones, 7% más que en igual periodo de 2015.

El Gerente General de la FNC, Roberto Vélez, ha instado a los productores a aprovechar la coyuntura para planear el futuro, ya que persisten retos para la caficultura como la variabilidad climática, crecientes costos de producción, escasez de mano de obra y la necesidad de mejorar la productividad.

Producción se mantiene en 14 millones de sacos

Entre noviembre de 2015 y octubre de 2016, la producción de Café de Colombia superó los 14 millones de sacos, 3,2% más frente a los 13,6 millones de sacos de igual periodo anterior.

Pese a los impactos de El Niño sobre la calidad del grano y la productividad, y el represamiento causado por el paro de transportadores, la producción entre enero y octubre superó los 11,2 millones de sacos, apenas 1,2% menos que en igual periodo de 2015.

El buen panorama de la cosecha del segundo semestre permite estimar que al cierre de 2016 la producción esté entre 14,2 y 14,5 millones de sacos.

Las importaciones de café fueron de 219 mil sacos, 3% más frente al acumulado a octubre de 2015. Y los inventarios de café se redujeron 5% a octubre de 2016.

Más de 12 millones de sacos exportados

Pese al prolongado paro de transportadores en junio y julio, las exportaciones de café llegaron a 12,4 millones de sacos entre septiembre de 2015 y octubre de 2016, apenas 0,9% menos que en 2015, por un valor de US\$2.475 millones, 15% menos frente a 2015.

De este volumen, 41% se exportó a Estados Unidos, principal consumidor de café de Colombia, 34% a Europa y 9% a Japón (los tres principales destinos); 27% de las exportaciones fueron cafés con valor agregado, lo que confirma el trabajo en diferenciación para un portafolio innovador.

Precio interno al alza

En 916 mil pesos/carga de 125 kg cerró octubre el precio interno del café, un alza de 16% frente a comienzos de año, con una volatilidad promedio de 7% en función de las tres variables que lo determinan: el Contrato C (precio internacional de café suave), la tasa de cambio y el diferencial.

El precio internacional subió 33% al pasar de 117 ¢US/lb a 156 ¢US/lb en 2016 como consecuencia de la menor oferta esperada de Brasil (dada la sequía en el sur del estado Minas Gerais, que produce 31% del café de ese país) y una proyectada caída de 10% en la producción en Vietnam, lo que presiona la demanda de arábica en un mercado estrecho.

La tasa de cambio peso/dólar, que se había revaluado 10% hasta octubre, cambió de tendencia con el resultado de las elecciones en EE.UU., volviendo a niveles de \$3.100 en noviembre.

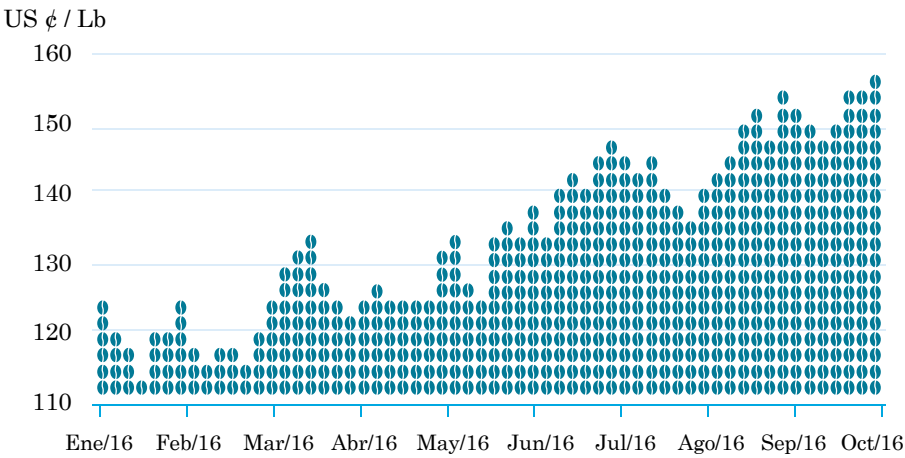
Y el diferencial del café colombiano UGQ osciló entre 7,8 ¢US/lb y 14,1 ¢US/lb, motivado en un principio por la posible afectación de El Niño sobre la producción,

pero luego corregido al verse que se afectó la calidad, pero no tanto el volumen.

El crecimiento constante de la demanda mundial de café y fluctuaciones en la oferta, debidas en buena medida a fenómenos climáticos, han contribuido al repunte del precio internacional.

El cambio de posiciones de los especuladores (agentes que apuestan a algún patrón en el movimiento del precio), ante la incertidumbre sobre producción cafetera, precios del petróleo e inestabilidad política en Estados Unidos, también ha contribuido a esta alza. La entrada de capitales de estos agentes cambió su posición de neta corta a neta larga, lo que representa una transacción de compra e impulsa el precio al alza.

Comportamiento primera posición del Contrato C.



Fuente: ICE



Se cierra la brecha de precios

La recuperación de la producción en Centroamérica, la creciente producción del suave colombiano y de los naturales brasileños, y la mejora global de la calidad del café han hecho converger el precio de los cafés suaves, reduciendo los diferenciales. Incluso la escasez relativa de robustas por la menor ofer-

ta de Brasil ha acercado el precio de este tipo de café al de los demás orígenes.

Esta tendencia muestra que la escasez relativa de cada tipo de café tiene mucho peso en la determinación de las primas, por lo que es necesario seguir avanzando en estrategias de diferenciación que eviten el efecto sustitución por calidades más homogéneas.

Oferta mundial apenas supera la demanda

Con un alza de 3% en el año cafetero 2015/16 que cerró en septiembre, la oferta mundial del grano alcanzó 153,7 millones de sacos, con un estrecho margen, apenas 1,5% (2,2 millones de sacos) superior al consumo mundial estimado en 151,5 millones de sacos.

Este crecimiento estuvo jalonado sobre todo por el arábigo producido por Brasil (aumentó 23%), Guatemala, Nicaragua y Costa Rica, países que venían de bajos niveles tras la crisis de roya el año previo. Con 14 millones de sacos, Colombia también contribuyó de forma destacada.

Dada la menor producción de robustas brasileños, los inventarios en los países productores se redujeron 7,6 millones de sacos.

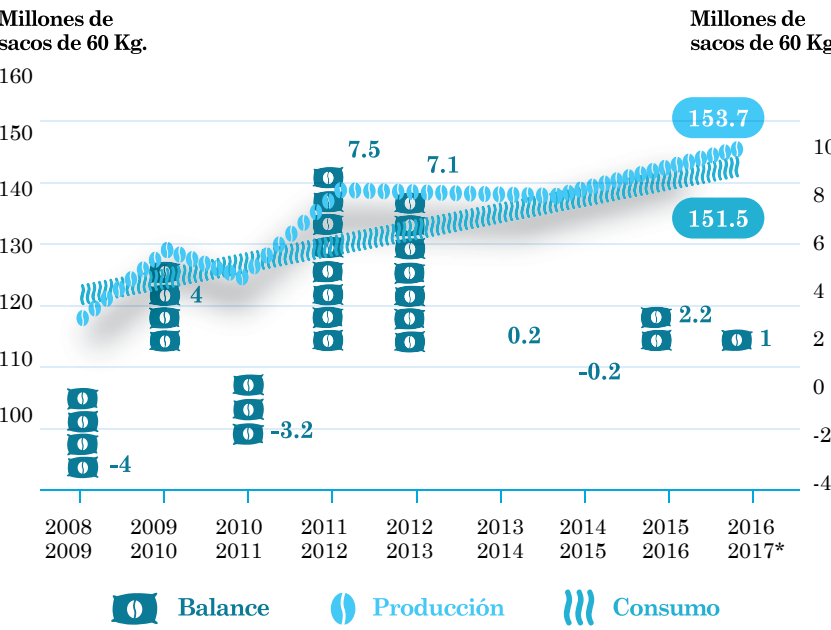
Para el año cafetero 2016/17, se espera que Brasil (con 54,5 millones de sacos), Vietnam (con 26) y Colombia (con 14,5) lleven la oferta

mundial a 155,3 millones de sacos, apenas 1 millón superior al volumen estimado de consumo.

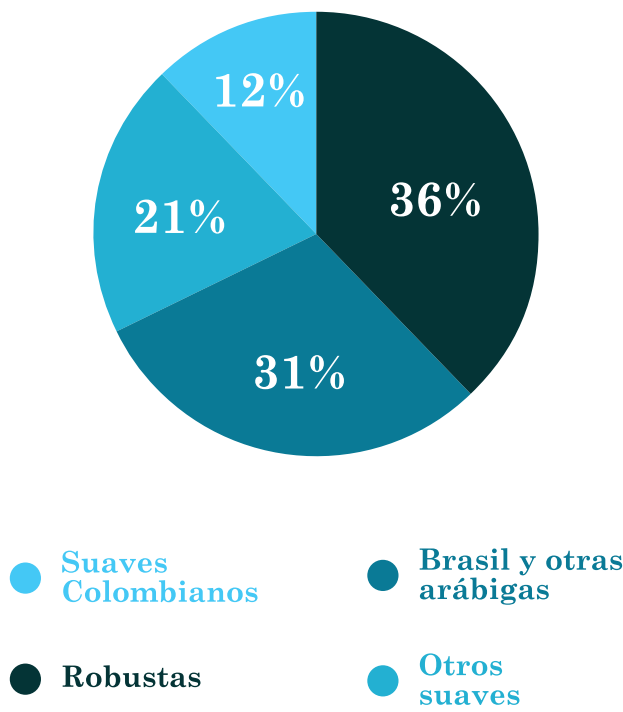
Las exportaciones mundiales del grano se mantienen estables. Según la OIC, entre octubre de 2015 y septiembre de 2016 alcanzaron los 111,8 millones de sacos de 60 kg, apenas 1% menos frente al mismo periodo anterior. El fortalecimiento del dólar ha favorecido la exportación de café desde países como Brasil, Honduras, Guatemala, Nicaragua y Colombia.

Las mayores exportaciones de café arábica (71 millones de sacos, 3% más que el año previo) compensaron la caída de exportaciones de robusta (40,8 millones de sacos, 7% menos) por efecto de la sequía en el estado de Espiritu Santo en Brasil, su principal zona de cultivo.

El café tipo robusta representa 36% del mercado, seguido por los arábigos brasileños (31%), otros suaves (21%) y los suaves colombianos con el 12% de las exportaciones mundiales.



Exportaciones mundiales según tipo de café



Fuente: OIC

Sostenibilidad económica y rentabilidad del cultivo

Rentabilidad media del productor aumenta a 25% por hectárea

Productividad promedio llega a 10,7 cargas/ha, mientras que precio de insumos se mantiene estable.

Gestionar los componentes de rentabilidad del caficultor es el eje central de la Estrategia de Valor de la FNC, para la cual se llevan a cabo diversas iniciativas orientadas a mejorar el ingreso: elevar la productividad de los cafetales y agregar valor; reducir los costos con innovación y mejorar el uso de los insumos, así como diseñar mecanismos de mercado que permitan cubrir la volatilidad del precio.

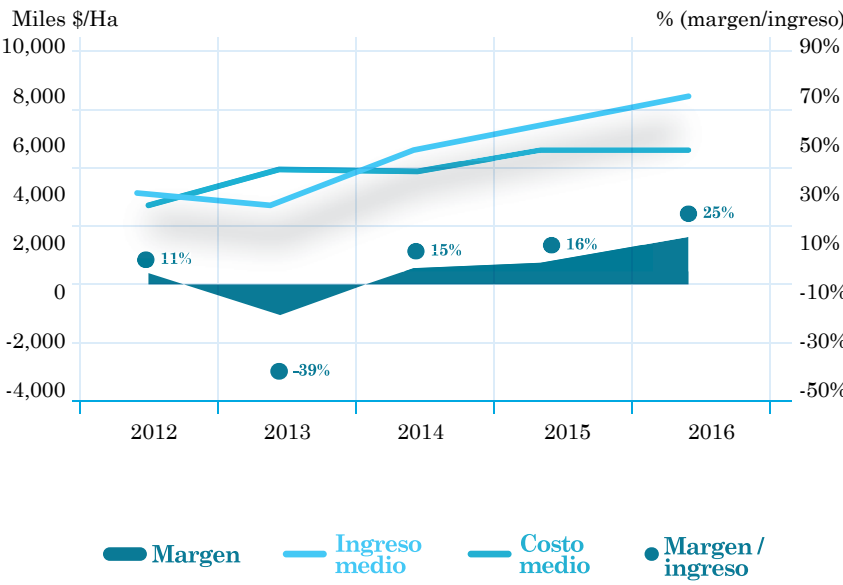
Pese a la baja expectativa que había al iniciar el año por el fenómeno de El Niño y el mayor porcentaje de cafés de calidades inferiores, la productividad media en 2016 llegó a 10,7 cargas/hectárea (17,8 sacos de verde), 29% superior al promedio de la última década (8,3 cargas/hectárea), lo que refleja la transformación del parque productivo y su mayor resiliencia frente a la variabilidad climática.

Gracias a la buena tendencia del Contrato C (precio internacional de los cafés suaves) y a la devaluación del peso frente al dólar, el precio interno base de compra del café de calidad estándar promedió los \$810 mil por carga de 125 kg, 13% más que en 2015. En noviembre el precio de la carga superó incluso la barrera del millón de pesos.

Por otro lado, aunque en 2016 aumentaron las dificultades de escasez de mano de obra para recolección en algunas regiones, el costo de los insumos se ha mantenido estable, incluso con una baja de 4% en el precio promedio por tonelada del [25-4-24], la mezcla más utilizada por los cafeteros, mientras las ventas de fertilizantes han aumentado apenas 0,7%, manteniéndose en 237 mil toneladas.

Dada la evolución de las principales variables, se estima que el costo medio de producción por carga no sufrió mayores cambios, manteniéndose en un promedio ponderado de \$600 mil por carga, con lo que la rentabilidad media por hectárea fue de 25% y registra una tendencia ascendente.

Rentabilidad media del caficultor



Fuente: FNC

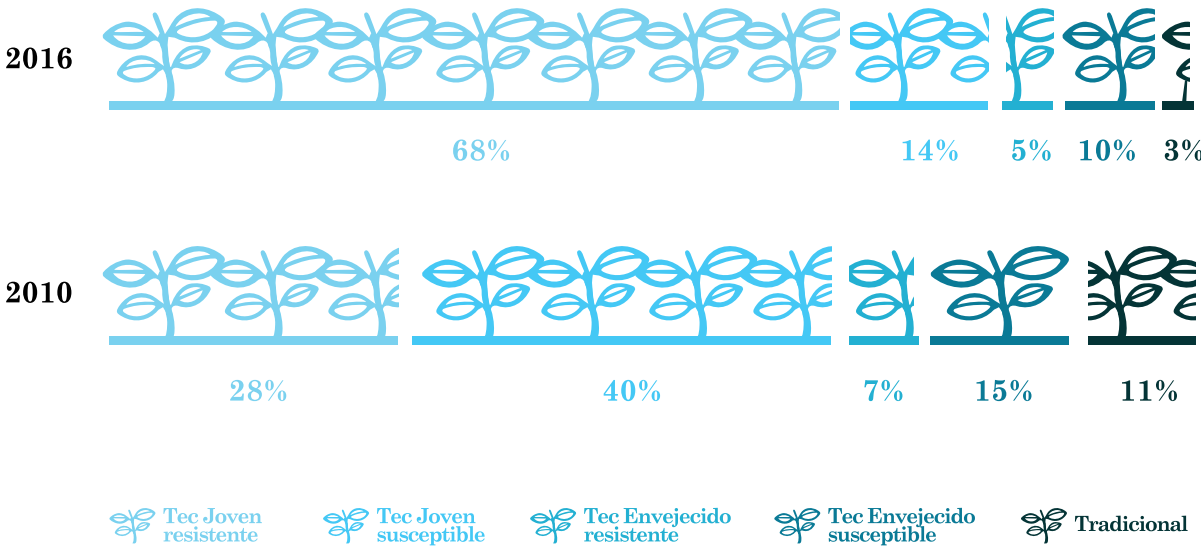
Densidad de siembra llega a 5.500 árboles/ha y edad promedio baja a 7 años

El parque cafetero, conformado por unos 4.800 millones de árboles, ha consolidado su capacidad de producción al haber reducido la edad promedio a cerca de 7 años y aumentado la densidad de siembra en más de 8% hasta llegar a 5.500 árboles/ha.

Hoy en día casi 82% (774 mil has) del área cafetera está plantada en cafetales tecnificados jóvenes, cerca de 15% (133 mil has) en tecnificados envejecidos y apenas 3% (27 mil has) permanecen en cultivos tradicionales.

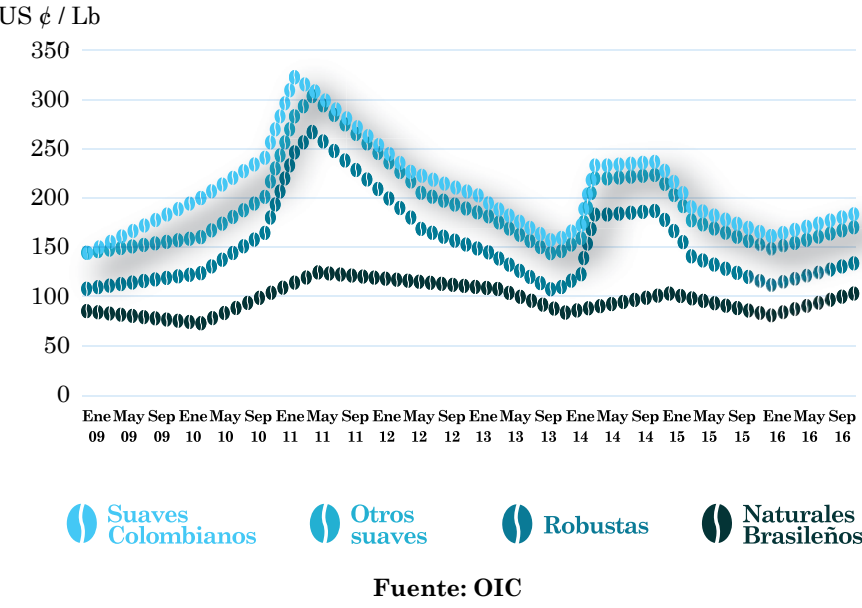
Además, 74% del área ya se encuentra en variedades resistentes a la roya, lo que contrasta con el 35% de 2010, cuando la variabilidad climática evidenció la vulnerabilidad de las variedades susceptibles.

Composición del parque cafetero



Fuente: FNC

Precio promedio por tipo de café



Fuente: OIC

Incertidumbre sobre tasa de cambio se mantiene

En el primer trimestre, la tasa de cambio peso-dólar se movió por los bajos precios del petróleo y la percepción de riesgo ante una mayor incertidumbre económica mundial y de los bancos europeos, por lo que el peso se depreció hasta la segunda semana de febrero, pero a principios de marzo empezó a apreciarse por la publicación de datos positivos de confianza económica en Colombia.

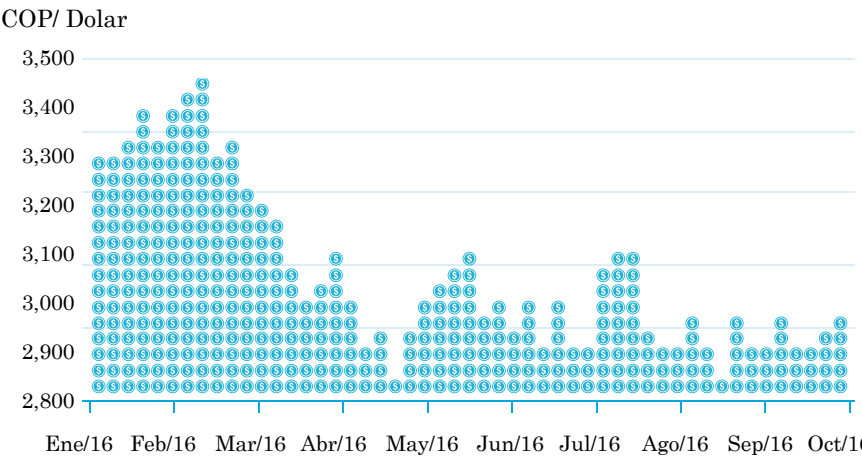
En el segundo trimestre, la tasa de cambio se movió ante el esperado aumento de las tasas de interés de la FED en el corto plazo, pero la

publicación de datos desfavorables de empleo en EE.UU. llevó a esperar un ritmo más lento de aumento de tasas.

En noviembre, debido a la incertidumbre de los mercados por el resultado de los comicios en EE.UU., el peso se devaluó de nuevo y la expectativa continúa por las posibles medidas de política económica de ese país.

En Colombia, en materia macroeconómica, a pesar del paro de transportadores y el fenómeno El Niño, el café, con 3,8%, es el producto agropecuario que más ha aportado al crecimiento de la economía, muy por encima de la ganadería, con 2,6%.

Comportamiento de la TRM



Fuente: Superfinanciera

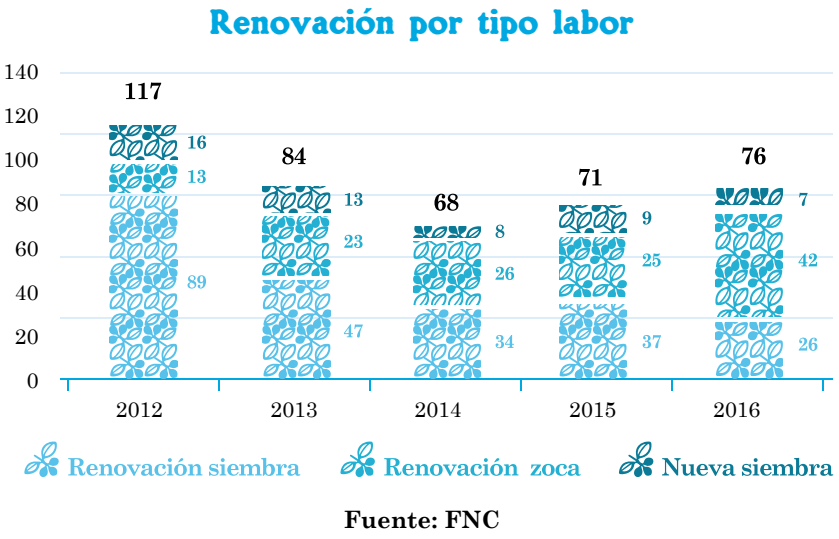
Cafeteros, comprometidos con la renovación

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

A octubre, se han renovado 76 mil hectáreas con más de 425 millo-

nes de árboles, de las cuales 56% (42 mil ha) se renovaron por zoca, 34% (26 mil ha) por siembra, y el restante 9,7% fueron nuevas siembras. Del total de renovaciones, 87% se realizó con variedades resistentes a la roya.

En los últimos cinco años se han renovado 416 mil hectáreas, 44% del parque cafetero, con un promedio anual de 83 mil hectáreas. Una adecuada renovación no solo estabiliza la producción, sino los ingresos de la familia cafetera a largo plazo.



Más de \$40 mil millones en apoyos para fertilizantes y reactivación de la caficultura

Este año, con \$40 mil millones aportados por el Ministerio de Agricultura (17,5%), la Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres (25%) y el Fondo Nacional del Café (57%), se puso en marcha el programa de reactivación de la caficultura.

El programa ha apoyado a los caficultores que vieron afectados sus ingresos y sus cultivos por el fenómeno de El Niño, cuya escasez de lluvias afectó la cosecha de primer semestre en cantidad y calidad.

Con corte a septiembre, se verificaron 20 mil fincas, apoyando la renovación de 14.883 hectáreas, con 85 millones de árboles renovados, y la entrega de apoyos por \$17.355 millones para fertilización.

El apoyo consiste en un incentivo económico de \$220 por cada sitio de café renovado por siembra y \$200 por cada sitio renovado por zoca. En ninguno de los dos casos se tiene en cuenta el número de ejes o chupones en cada sitio. Este apoyo facilita la compra de fertilizante una vez que el caficultor demuestra haber hecho la renovación.

El crecimiento de la planta y el desarrollo del fruto son altamente sensibles a la escasez de agua en el suelo, lo que resulta en frutos maduros flotantes, frutos verdes con problemas de llenado y árboles de café con síntomas de marchitez.

Apoyo a cafeteros afectados por verano en 2015

Por otro lado, para apoyar a productores afectados por el verano desde 2015, y una vez verificado el nivel de daño por el Servicio de Extensión y Cenicafe, se implementó un programa de nutrición para recuperar la producción de los cultivos afectados.

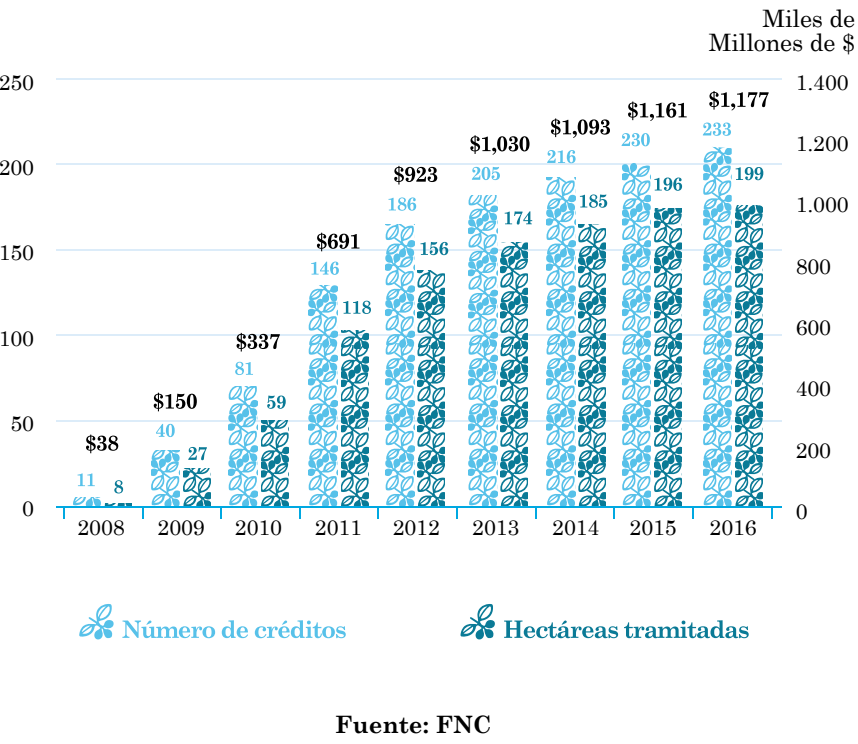
Recursos por \$23.602 millones facilitaron la compra de fertilizantes

a 120 mil caficultores en cuyos cultivos la afectación fue superior a 10%. Hasta julio de 2016, los beneficiarios reclamaron el fertilizante en los almacenes de provisión agrícola de los Comités Departamentales de Cafeteros y Cooperativas de Caficultores.

En total se entregaron 12.720 toneladas de fertilizante (un promedio de 105,3 kg por beneficiario).

A finales de 2015, la reducción de lluvias y las altas temperaturas afectaron la formación y llenado final del grano, lo que produjo granos vacíos y disminuyó la cantidad y la calidad del café pergamino seco obtenido durante la cosecha del segundo semestre de ese año.

Resultados programa PSF



199 mil hectáreas se han renovado a través del programa PSF

Una de las principales limitaciones de los cafeteros para la oportuna renovación de sus cultivos es la falta de capital de trabajo y de acceso a créditos del sistema financiero.

Por ello, desde 2008 la FNC diseñó el Programa de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF), que mediante créditos blandos ha facilitado la renovación de cafetales envejecidos y susceptibles a enfermedades. Durante los 9 años del programa, con el apoyo del Servicio de Extensión y la Gerencia Técnica, se han tramitado más de 233 mil créditos para financiar la renovación de 199 mil hectáreas de cultivos envejecidos o susceptibles a la roya. Del total, las entidades financieras aprobaron 201 mil solicitudes (86%) por casi \$1,2 billones, de los cuales más de \$392.000 millones han sido subsidiados con el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR) que beneficia a los titulares de estos créditos.

El programa ha permitido transformar la estructura productiva del parque cafetero entre 2008 y 2016.

Nueva línea de crédito para renovación por zoca

Para dar continuidad a los resultados alcanzados con PSF, dado que muchos cultivos renovados por siembra están llegando al fin de su ciclo productivo, la FNC, con apoyo del Ministerio de Agricultura y FINAGRO, creó una nueva Línea Especial de Crédito (LEC) para la renovación por zoca.

Esta LEC tiene una tasa preferencial del DFT+1 para pequeños productores y DTF+2 para medianos productores.

A septiembre, el Servicio de Extensión ha tramitado 421 solicitudes de crédito para financiar la renovación por zoca de 353 hectáreas con recursos por \$1.406 millones, de las cuales el Banco Agrario ha desembolsado 221 solicitudes por \$728 millones.

FNC trabaja en iniciativas para reducir volatilidad del precio del café

Diseñar mecanismos de mercado que permitan cubrir la volatilidad del precio es una de las iniciativas de la FNC para mejorar el ingreso del productor; otras son elevar la productividad de los cafetales y agregar valor, reducir los costos con innovación y mejorar el uso de los insumos.

En 2017 se realizará un estudio junto con la Universidad del Rosario para entender, desde una óptica microeconómica, cómo los hogares cafeteros responden a cambios súbitos en sus ingresos por café.

En paralelo, se perfecciona el diseño del mecanismo, para que herramientas de ingeniería financiera permitan al Fondo Nacional del Café (FoNC) contrarrestar, a un costo razonable, el riesgo de precios inherente a un mecanismo de estabilización.

En 2016 la FNC inició el estudio de factibilidad de un mecanismo de estabilización de precios del café que ha completado las primeras dos fases de tres establecidas.

Se profundizará en los elementos técnicos y legales para implementar un mecanismo sostenible, socializarlo a nivel nacional e internacional y para la validación teórica de expertos.

Para ello los economistas Benoit Daviron y Franck Galtier, expertos en la materia, sugirieron realizar estudios de economía agrícola más detallados para determinar el impacto de la inestabilidad del ingreso en el productor, algo crucial para gestionar recursos ante entes multilaterales para operar el mecanismo.



Otros instrumentos de gestión de riesgos

Modelo de Medición de Riesgo

La política de gestión de riesgos de precios aprobada para la comercialización del FoNC en 2001 ha gestionado permanente y activamente el riesgo de precios de café en el mercado de futuros y opciones, ampliando su alcance para incluir la gestión de riesgo del tipo de cambio de la totalidad de las actividades del FoNC.

Para modernizar la forma en que el FoNC administra los riesgos de precios de mercado, se empezó a desarrollar un modelo de medición de riesgo para monitorear detallada y permanentemente los efectos del cambio del precio internacional de café en Nueva York, el tipo de cambio peso colombiano/dólar y la prima de calidad del café colombiano. Esta herramienta permite analizar minuciosamente la efectividad de las operaciones de cobertura y contemplar alternativas de gestión.

Modificación del mecanismo de compra con entrega a futuro

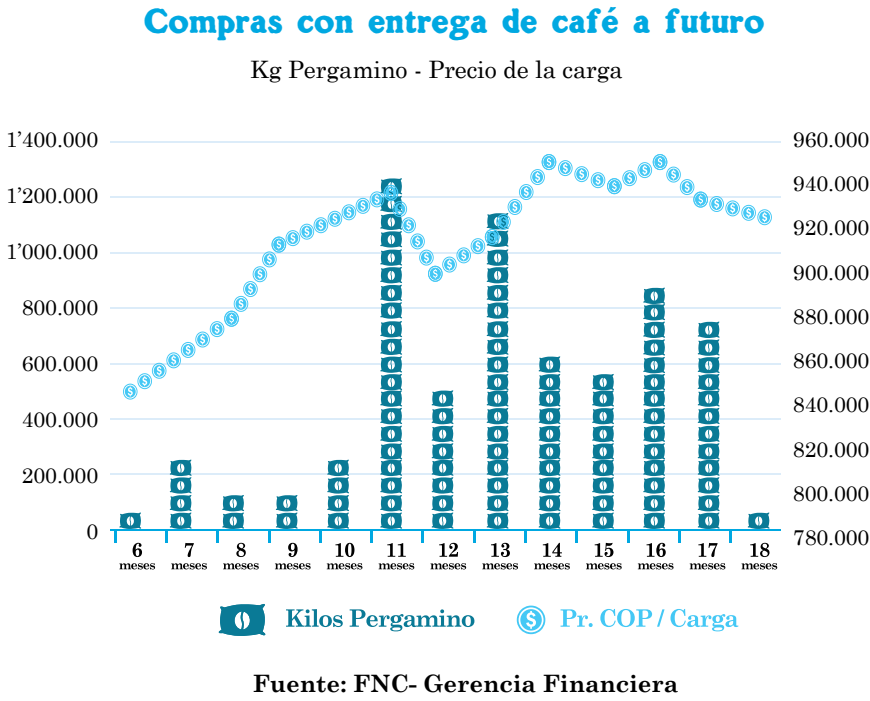
Ante la necesidad del caficultor de gestionar el riesgo del precio de su cosecha, en el primer semestre de 2016 se desarrolló un piloto de una alternativa novedosa del mecanismo de compra de café con entrega a futuro.

El mecanismo en prueba permite al cafetero recibir un valor adicional al precio pactado de venta a futuro, situación que estaba sujeta a las alzas del precio internacional en Nueva York. Una vez evaluado el mecanismo y realizadas las pruebas en dos regiones de Colombia, se identificó la necesidad de profundizar en dos frentes: (I) establecer coberturas que no impliquen una carga operativa alta para el FoNC, y (II) usar herramientas financieras avanzadas que permitan ofrecer las ventajas descritas a un bajo costo para el caficultor y/o la cooperativa. Por otra parte, durante 2016, atendiendo la necesidad de los caficultores de tener un mayor plazo para ventas de café a futuro, se amplió el término ofrecido por el FoNC para

dicho mecanismo y ahora se puede vender café hasta 18 meses antes.

El comportamiento conjunto del precio internacional del café y la tasa de cambio peso/dólar, junto con el de la prima de calidad, ha permitido ofrecer precios favorables a los caficultores.

Esto también ha favorecido la compra con entrega de café a futuro, y en los primeros 10 meses del año el FoNC ha negociado 6,5 millones de kilos de café pergamino seco con precios que oscilaron entre \$846.000/carga y \$950.000/carga.



Comercialización con valor agregado

FoNC pagó más de \$10 mil millones para compensar mayor porcentaje de pasilla por fenómeno de El Niño

El fenómeno de El Niño ocasionó un mayor porcentaje de pasilla (calidad inferior al excelso), incluidos granos vacíos, semi-llenos, negros o pequeños (granos averanados), afectando la calidad física, el volumen de pergamino obtenido y por tanto el precio recibido por el caficultor.

Para aliviar el impacto sobre su bolsillo se aprobó la modificación de la fórmula de liquidación del precio para el café adquirido por el FoNC, reconociendo el 100% de la pasilla según el precio de referencia publicado por la Federación para esta calidad del grano.

En condiciones normales, con un factor de rendimiento promedio de 94 (kg de café pergamino seco necesarios para obtener un saco de 70 kg de verde excelso), el porcentaje de pasilla ronda el 5%, considerado en la fórmula tradicional de cálculo del precio interno por factor de rendimiento. Con El Niño, este factor llegó casi a 105 en abril y el porcentaje de pasilla

llegó a 15%, con las consecuentes pérdidas para el productor.

Con esta medida de alivio, entre febrero y septiembre el FoNC pagó más de \$10.247 millones para compensar el mayor porcentaje de pasilla adquirida, valor transferido a los productores.

En septiembre, al normalizarse las condiciones climáticas, se regresó a la fórmula tradicional de liquidación del precio interno por factor de rendimiento, que ya había vuelto a niveles aceptables.

Las demás medidas adoptadas desde finales de 2015 siguen inalteradas para el método de compra por factor de rendimiento:

• Factor de rendimiento base: 94 kg de café pergamino seco (cps) por saco de 70 kg.

• Precio por carga = (94 kg/factor de rendimiento en kg) x precio base/carga.

• La bonificación para cafés especiales es para factores inferiores a 93,33.

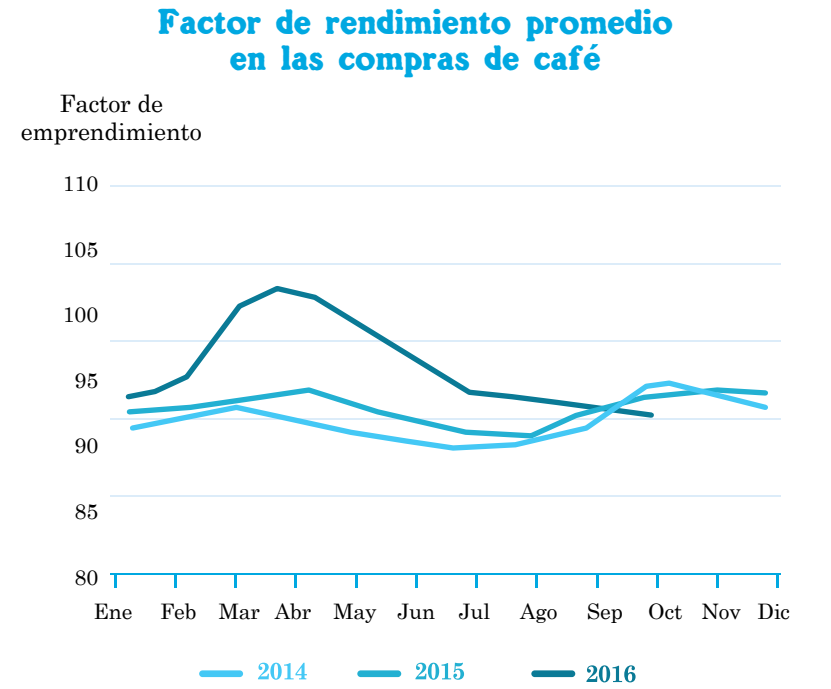
• Se mantienen descuentos por taza.

• Se elimina el descuento de \$30

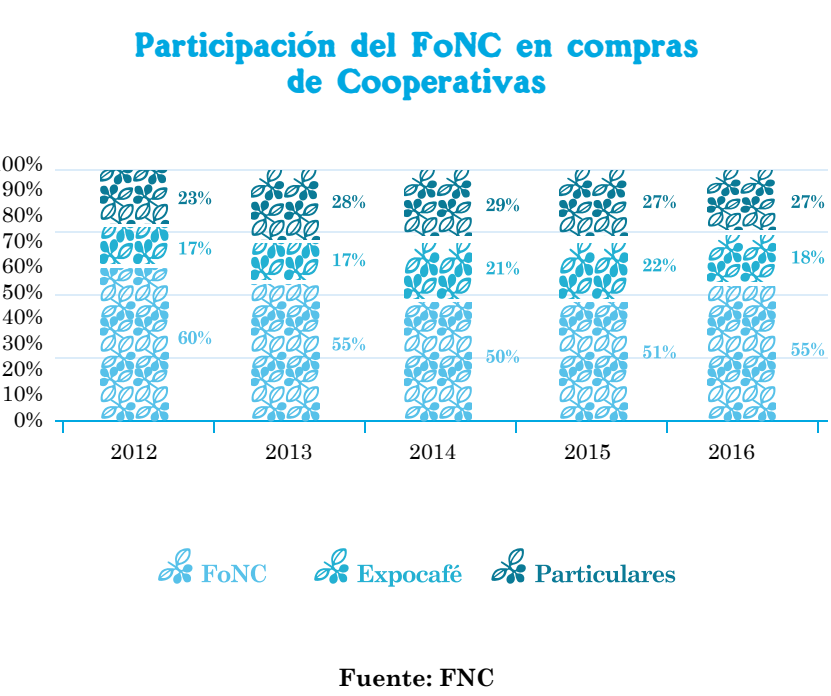
por kg por cada punto porcentual o fracción que supere el 5% de grano brocado.

• Se amplió de 15 a 20 granos de broca de punto en la masa de almendra sana para efectos del cálculo del factor de rendimiento.

• Se incluye el precio de las pasillas hasta en 5% por carga de cps.



3,1 millones de sacos compraron las cooperativas en el 2016



Este año, las Cooperativas de Caficultores, piezas clave del engranaje institucional para implementar la Garantía de Compra, han adquirido más de 3,1 millones de sacos de 60 kg (31% del total de la cosecha cafetera); 42% de este volumen lo compraron mediante las líneas de crédito del FoNC.

Del café vendido por ellas a septiembre, 55% (1,8 millones de sacos) fue negociado con Almacafé con destino al FoNC y 27% (888 mil sacos) a compradores particulares, mientras que el 18% restante (603 mil sacos) fue exportado directamente por Expocafé, la empresa exportadora de café de las cooperativas.

En 2016 operaron 33 cooperativas avaladas por la FNC, con una red de 520 puntos de compra.

.....
Las 33 cooperativas han generado excedentes netos por \$6.433 millones, resultado que les permite fortalecerse; su patrimonio alcanza \$445 mil millones y el capital de trabajo ronda \$178 mil millones para respaldar la compra de café; cifras que aumentan en el último trimestre de alta cosecha.
.....

Crecen exportaciones de café del FoNC

A 24,3% se elevó la participación del FoNC en las exportaciones de café colombiano, 2,4% más frente al 21,5% en 2015 gracias a la recuperación de clientes estratégicos en Europa que habían dejado de comprar origen Colombia y a las buenas ventas de segundas o coproducidos.

Estados Unidos sigue siendo el principal destino, con 366 mil sacos de 60 kg en lo que va del año (17% del total de las exportaciones del FoNC), seguido de Japón, a donde las exportaciones se redujeron 12% por los problemas de calidad de café que causó El Niño en el primer semestre.

La región que mostró mayor dinamismo fue Europa, donde la participación del FoNC aumentó significativamente a 50% frente al 36% del año pasado.

El Café de Colombia conquista nuevos mercados

La FNC ha seguido una estrategia de apertura de nuevos mercados para posicionar el origen Café de Colombia en mercados no tradicionales, logrando afianzar relaciones comerciales con clientes de Suiza, Irlanda, Islandia, Ucrania y Malasia, a donde en conjunto se han exportado más de 5.500 sacos de café en lo que va del año.



				
Suiza	Irlanda	Islandia	Ucrania	Malasia
2.568 sacos de 60kg	321 sacos de 60kg	640 sacos de 60kg	667 sacos de 60kg	1.330 sacos de 60kg



Almacafé recibió más de 2 millones de sacos y optimizó gestión de trillas

En 2016, el operador logístico de la FNC para la comercialización interna y externa del café, Almacafé, recibió más de 2 millones de sacos representados en café pergamino estándar, especiales (sostenibles, de origen y de preparación), excelso y coproductos.

Si bien el porcentaje de coproductos recibidos por Almacafé durante el año fue alto (11%) debido a los problemas de calidad ocasionados por el fenómeno de El Niño, la materia prima para transformar pergamino en verde se aprovechó mejor gracias al programa de Gestión de Trillas, el cual implica

todo un sistema de planeación, programación, ejecución y control del proceso productivo, optimizando también la calidad de los cafés excelsos y coproductos, y el cumplimiento de entregas al menor costo de producción posible.

El indicador para medir la Gestión de Trillas es la diferencia entre los rendimientos de compra del pergamino y los obtenidos en el proceso industrial.

A septiembre, este indicador fue de 1,78 kg, lejos de los registrados entre 2012 y 2015 (inferiores a 1 kg), dado el mayor contenido de broca y

las bajas granulometrías por efecto del fenómeno de El Niño, pero mucho mejor frente a los 3,38 kg obtenidos en 2010, cuando se presentó el fenómeno de la Niña.

Almacafé además tiene a su cargo la Fundación para la Certificación del Café de Colombia (Cafecert), encargada de certificar cafés colombianos para el uso de la Denominación de Origen Protegida (DO) Café de Colombia, la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Café de Colombia y las Denominaciones de Origen Regionales de Nariño, Cauca y Huila, tal como se resume en la gráfica.

.....
Mi invitación y el principal mensaje que quiero transmitir es que hoy es el mejor momento de ser prudentes y aprovechar la buena coyuntura para planear el futuro.
.....

Principales acciones adelantadas por CAFECERT 2016



Fuente: Almacafé

Producto de Colombia gana espacio y mejora ingreso de los productores

Desde finales de 2015, el Comité Nacional de Cafeteros adoptó un cambio en la regulación que rige las exportaciones del café de Colombia para facilitar la comercialización de calidades de café distintas al Excelso, abriendo espacio a la exportación de granos conocidos como segundas o coproductos al tiempo que se mantienen los controles fitosanitarios y de humedad exigidos por el ICA.

.....
Con este importante cambio en la regulación se mejora la rentabilidad del caficultor y se valoriza su canasta de ingresos, con granos que tradicionalmente se destinaban a segmentos específicos del mercado doméstico y que ahora pueden ser mejor valorados en el mercado internacional de mezclas.
.....

Para salvaguardar el posicionamiento del origen colombiano y la reputación de la marca Café de Colombia, el Comité Nacional tomó la determinación de que únicamente el café que cumpla con las normas de calidad descritas en la resolución 005 de 2002 recibirán un certificado de calidad asociado con el origen Café de Colombia, los demás se denominarán Producto de Colombia.

Desde que empezó a regir la medida, se han exportado 734 mil sacos de 60 kg de Producto de Colombia (8% de las exportaciones de café colombiano), lo que evidencia el espacio ganado por este nuevo producto y lo atractivo que resulta para el mercado.



Cada vez más colombianos exportan directamente pequeñas cantidades de café

Con el objetivo de promover la venta directa de café, aumentar las alternativas de ingreso para el productor y facilitar los trámites de exportación, la FNC con apoyo de la Presidencia de la República y el Ministerio de Comercio Exterior diseñaron un procedimiento simplificado y ágil para que cualquier persona interesada, que cumpla con unos requisitos mínimos, pueda exportar café en pequeñas cantidades.

Desde la puesta en marcha del mecanismo (mayo de 2016) se han registrado 178 exportadores nuevos para un total de 246 en lo corrido del 2016, más del doble de los registrados en todo el 2015 (77) indicando así la gran acogida dentro del sector cafetero y los comercializadores.

Otro dato que vale la pena resaltar es que hasta septiembre se habían realizado más de 500 operaciones de exportación, lo que resulta significativo teniendo en cuenta que las operaciones de comercio exterior implican dar cumplimiento a

la regulación aduanera, cambiaria y tributaria colombiana, lo que conlleva un proceso de aprendizaje y experiencia.

Por esta modalidad se pueden exportar hasta 60 kilos de café verde o su equivalente en café tostado (50,4 kilos) y café soluble o extractos de café (23 Kilos), según las cantidades establecidas por la Organización Internacional del Café y por el Estatuto Aduanero.

El nuevo procedimiento de exportación elimina el trámite logístico de revisión de calidad, facilita el pago de la contribución cafetera y utiliza como medio de transporte internacional el Operador Postal Nacional y las Empresas de Mensajería Expresa.

¿Cuáles son los pasos?

- Inscribirse previamente en el Registro Nacional de Exportadores de café, lo cual no tiene costo y es fácil de hacer.
- Ingresar al portal tienda en línea (portal.federaciondecafeteros.org)
- Crear el anuncio de venta
- Pagar la contribución cafetera (a través de PSE)
- Imprimir los soportes
- Realizar el envío a través de empresas de transporte internacional o mensajería expresa



212 mil fincas cafeteras operan bajo algún estándar de sostenibilidad

En 2016, los productores que comercializaron cafés especiales vía la FNC recibieron primas de calidad por US\$ 6,1 millones.

A septiembre, 212 mil fincas, que representan a 168 mil caficultores en un área de 396 mil hectáreas cultivadas, se encontraban bajo al menos un estándar de sostenibilidad (4C, UTZ Certified, Fairtrade, Rainforest Alliance, C.A.F.E. Practices o USDA Organic).

A septiembre, las exportaciones

de cafés especiales de Colombia representaron 20% del total, mientras que para el FoNC este porcentaje fue de 39%, superando los 843 mil sacos, porcentaje inferior al de 2015 (46%) debido a los impactos de El Niño. En el año 2000, la participación de cafés especiales en las exportaciones del FoNC era apenas 2%, de modo que la tendencia a exportar cada vez más cafés especiales se mantiene.

En 2016, los productores que comercializaron cafés especiales vía

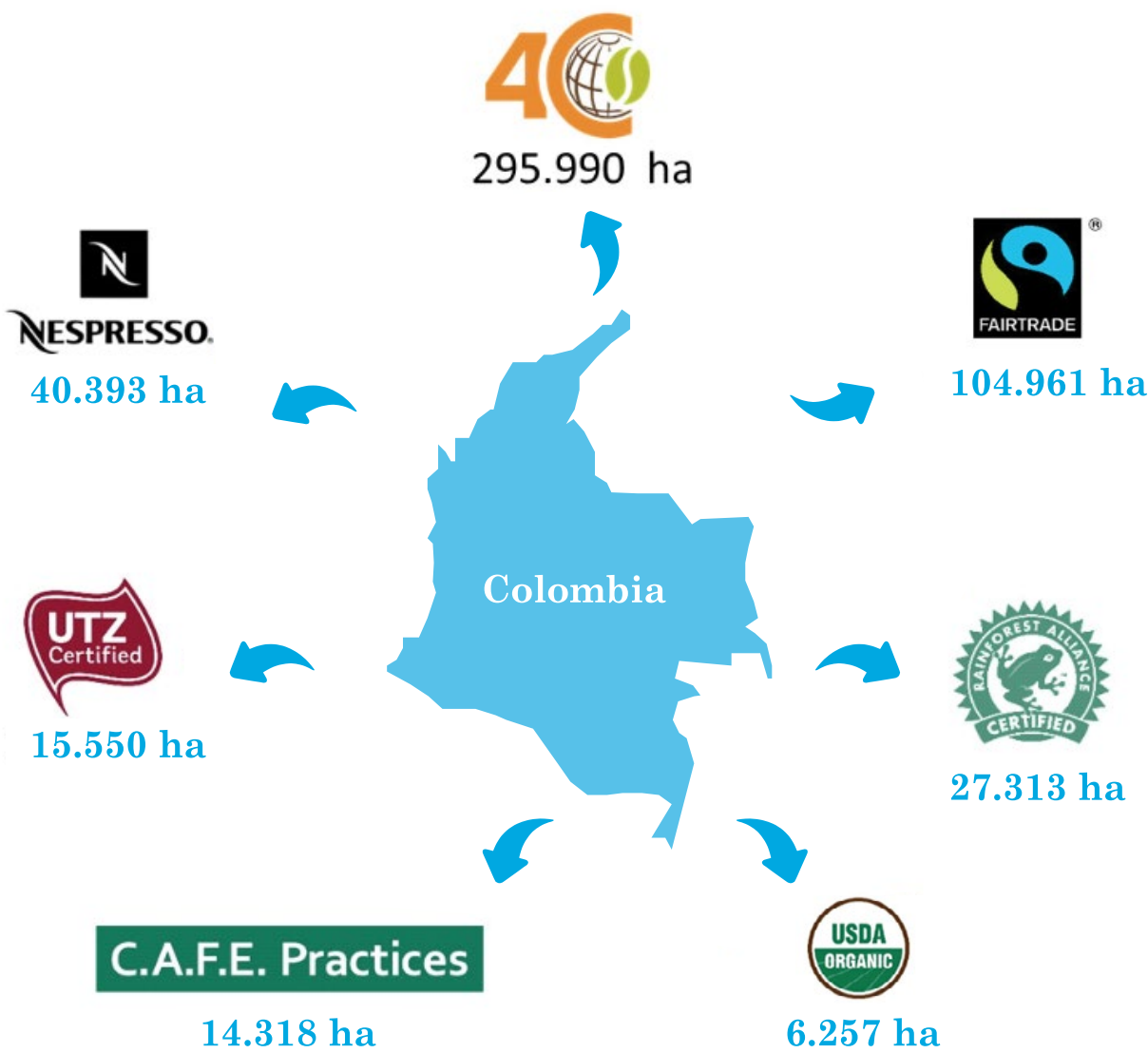
la FNC recibieron primas de calidad por US\$ 6,1 millones.

Desde 2002 se han pagado más de US\$160 millones en primas de calidad, lo que confirma uno de los objetivos de la FNC: lograr una caficultura sostenible y rentable. Los programas de cafés especiales impulsados por la FNC buscan generar valor mediante la vinculación de los productores a procesos de certificación y/o verificación que facilitan su acceso a nichos de mercado que pagan mejores precios, pero que cada vez son más

sofisticados y exigentes en términos de calidad.

La estrategia consiste en identificar las características regionales que facilitan cumplir los requisitos de los diferentes estándares de sostenibilidad, apoyar al productor vía el Servicio de Extensión para la adopción de prácticas y acompañar las auditorías de cumplimiento para que la finca quede certificada y/o verificada.

Área de cafés sostenibles



Fuente: FNC-Gerencia Comercial

100/100, estándar de sostenibilidad propio para Café de Colombia

En respuesta a la solicitud directa de los propios caficultores, la FNC viene trabajando en la creación y consolidación de un estándar de sostenibilidad propio para el Café de Colombia, denominado 100/100, como estrategia para lograr una caficultura 100% sostenible en 2027, año en que la FNC cumplirá 100 años.

El 100/100 será un código de conducta que permitirá demostrar a las partes interesadas (clientes, industria, compradores, gobiernos, academia) que los procesos y productos verificados bajo este esquema cumplen con los principios de sostenibilidad.

La implementación del código 100/100 comprenderá la valoración integral de los ejes socioeconómico, institucional y ambiental, verificando que se ejecuten las mejores prácticas agrícolas en toda la cadena de comercialización del café.

Esta valoración se realizará en dos etapas: verificación del proceso en finca y certificación del producto con todos los actores de la cadena de valor. Y aunque el estándar de sostenibilidad será voluntario, pretende llegar a todos los caficultores y actores de la cadena.

El nuevo estándar no sólo estará en línea con las tendencias de la industria, con clientes y consumidores cada vez más exigentes en cuanto a la sostenibilidad de los productos que adquieren, sino que reafirma el compromiso de los caficultores colombianos en esta materia.



Microlotes colombianos, cada vez más apetecidos en la industria global



Los microlotes de café colombiano, auténticas obras de arte de nuestra caficultura, son cada vez más apetecidos por la industria, con las consecuentes primas de calidad que mejoran el ingreso de los productores.

Siendo lo mejor de los cafés especiales (que, recordemos, pueden ser de origen, de preparación y/o sostenibles), en su mayoría son cafés excepcionales de origen único, aunque también se han comercializado microlotes de preparación.

En 2016 se han exportado más de 78 microlotes provenientes de 250 productores, que totalizan más de 2.127 sacos de 70 kg. Esto se ha traducido en el pago de reliquidaciones directas a los productores que superan los \$467 millones, lo que equivale a ingresos promedio de \$1,8 millones por carga de café pergamino seco.

Desde 2010, el programa de microlotes ha exportado más de 14 mil sacos de 70 kg a 25 destinos en todo el mundo y reliquidado a los productores más de \$3.125 millones por

primas de calidad provenientes de 101 clientes, quienes hacen parte del nicho de mercado cafetero más especializado y exigente en términos de calidad.

La diversificación de clientes, el acceso a nichos de mercado diferenciados, el relacionamiento directo con el cliente y la transferencia de precio al productor son los principales objetivos del programa de microlotes de la FNC.

De esta forma no solo se le garantiza al consumidor lo mejor del mejor café del mundo, sino también la sostenibilidad de la producción de café de alta calidad.



Nestlé, aliado estratégico de los caficultores colombianos

Nestlé, con sede en Suiza, es sin duda un aliado estratégico de los caficultores colombianos.

Lo ha sido de tiempo atrás con sus programas Nespresso AAA y Nescafé Plan en la implementación de buenas prácticas agrícolas en las zonas cafeteras, y más recientemente con el programa Gestión Inteligente del Agua (GIA), que detallamos en otra sección).

El programa Nescafé Plan Colombia, que inició en 2010, busca fortalecer la competitividad económica de los caficultores, vía renovación con variedades resistentes (lo que incluye la entrega de millones de colinos y fertilizantes) y la adopción, vía capacitaciones, de buenas prácticas agrícolas

bajo el estándar de sostenibilidad 4C.

Con una inversión de US\$17,4 millones (29% Nestlé, 13% FNC y 58% de los mismos productores), el programa se ejecuta en Valle y Risaralda sobre un área de influencia de 51.115 hectáreas y ha beneficiado directa o indirectamente a 31.819 caficultores.

Desde el inicio del programa se han vendido 11.255 toneladas métricas de café que cumple con el estándar 4C a Nestlé.

Por su parte, el programa de encadenamiento productivo (clúster) de Nespresso brinda apoyo integral a la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas en las fincas bajo el Programa AAA mediante acciones que mejoran la productividad, la sostenibilidad, la calidad de vida de las familias y cuidan el ambiente, produciendo un café con las características requeridas por Nespresso.

Este programa opera en Cauca, Nariño y Santander, cuenta con 25.534 cafeteros verificados en 39.260 hectáreas y en 2016 tuvo 88 colaboradores y un presupuesto aproximado de US\$1,6 millo-



Buencafé cierra el 2016 con record en ventas

Para Buencafé, la fábrica de café liofilizado de propiedad de los cafeteros de Colombia, el 2016 ha sido un año record en ventas, a septiembre se han vendido 8.031 toneladas y se proyecta un cierre de año cercano a las 10.870 toneladas, 15% más que en 2015.

Este crecimiento en ventas es tres veces mayor al crecimiento mundial de la industria del café soluble (3% anual), lo que es aún más valioso si se considera que hechos como el paro de transportadores, el fenómeno El Niño y la devaluación del peso afectaron la oferta del mercado, mientras que un panorama desfavorable en las economías desarrolladas y emergentes afectó la demanda.

En el mercado internacional Buencafé registra un crecimien-

to en ventas del 30% en Europa y del 19% en Centro y Suramérica, mientras que en el mercado nacional, según datos de Nielsen, la marca Buendía incrementó sus ventas en un 14,2%, convirtiéndose en el fabricante con mayor crecimiento en términos de volumen.

Esta dinámica comercial, ha permitido generar ingresos por \$263 mil millones en lo corrido del año (23% más que en 2015), con una utilidad neta de \$72 mil millones (105% más que en 2015), indicadores que confirman en alto nivel de resiliencia de la compañía frente a escenarios adversos en el mercado.

Buencafé presente en más de 60 países

Con respecto al portafolio de productos, Buencafé amplió su oferta

a los mercados internacionales con innovaciones como el Roasted Instant, un café liofilizado con finas partículas de café tostado en su interior con tostaciones más claras, similar al Scandinavian y más oscuras que el Italian; o el producto Armony New England, que le permitió ingresar al segmento de bajo costo.

En el mercado nacional, también se amplió el portafolio de productos descafeinados y se aumentó la oferta de empaques para la nueva familia de frascos para la marca Juan Valdez de 50g, 100g y 200g, que contarán con etiquetas prácticas que permitirán incorporar datos nutricionales, recetas y promociones.

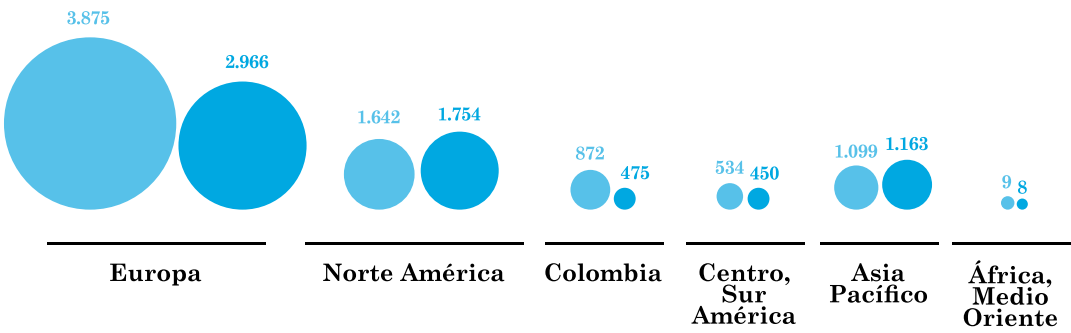
Gracias a la buena gestión y al mejoramiento constante en la calidad de los productos y servicios

ofrecidos por Buencafé en más de 60 países, en 2016 se logró obtener reconocimientos por calidad en los premios “Superior Taste Award”, en los productos Liofilizado Gurmatti Scandinavian y Micromolido Gurmatti Viennese. Este es el único sello de calidad que es otorgado por líderes de opinión, Chefs y sommeliers con estrellas Michelin.

Otros reconocimientos incluyen, las “Cero no conformidades” obtenidas como resultado de las auditorias ISO 9000-14000-18000, la clasificación en la terna a mejor proveedor Walmart México y Chile 2016, la obtención de una calificación del 98% en Seguridad en la Cadena de Abastecimiento y la nominación como marca estratégica de Sam’s Club dentro de un grupo de 35 proveedores de alimentos y bebidas.



Ventas por mercado (kg) - Ene-Sep (2015/2016)



Fuente: Buencafé

Más de 57 millones de personas han visitado las tiendas Juan Valdez®

Procafécol, la empresa que opera la marca y cadena de tiendas Juan Valdez® Café y que ha agregado importante valor al café colombiano sigue entregando resultados positivos.

Dentro de los principales resultados de la compañía, vale la pena destacar que al cierre de septiembre más de 57 millones de personas habían visitado las tiendas Juan Valdez® en Colombia, que a la fecha son 243. Se espera que antes de finalizar el año se abran otras nueve tiendas.

Por su parte, la presencia en grandes superficies o supermercados con café empacado creció 6% con respecto al año anterior y actualmente se encuentra en 788 puntos de venta.

Los resultados a nivel internacional no son inferiores, el plan de expansión continúa con éxito bajo el modelo de franquicias. A septiembre de 2016 ya había 118 tiendas en 16 países diferentes a Colombia.

Y el café empacado y liofilizado marca Juan Valdez® se comercializa en más 5.961 supermercados a nivel internacional.

Buenos resultados operacionales

Los ingresos operacionales acumulados de Procafécol al mes de septiembre alcanzaron un valor de \$183.067 millones, presentando un crecimiento del 20% con respecto al 2015.

Para el año 2016 el EBITDA (Utilidad antes de Intereses, Impuestos, Depreciaciones y Amortizaciones), alcanzó los \$22.199 millones, cifra superior al valor observado en el año anterior y con un crecimiento del 22%. Y al cierre del tercer trimestre del presente año se reportó una utilidad neta de \$2.902 millones.

Cabe señalar que Procafécol genera importantes recursos destinados al Fondo Nacional del Café (FoNC), con los cuales se financian los bienes y servicios públicos que tienen como misión apalancar la rentabilidad del caficultor colombiano. Las regalías acumuladas facturadas por Procafécol S.A. y Filiales al FoNC, ascienden a \$66 mil millones.

Asimismo, Juan Valdez® pagó un promedio de 28,35 USDe/lb por concepto de sobreprecio por calidad a los cafeteros de Colombia.



Posicionamiento y defensa del origen

El café de Colombia presente en los principales escenarios del mundo cafetero

Durante 2016, el Café de Colombia estuvo presente en los eventos más importantes de la industria alrededor del mundo: Dublín (Irlanda), Atlanta (EEUU) y Tokio (Japón) fueron algunas de las ciudades que degustaron de nuestro café gracias a la participación de la FNC en los eventos organizados por las asociaciones de cafés especiales de Europa (SCAE), Estados Unidos (SCAA) y Japón (SCAJ).

.....
Así mismo, el Café de Colombia se degustó en ferias tan destacadas como el Coffee Show China en Beijin y la Melbourne International Coffee Expo en Australia.
.....

La participación de la FNC en estos espacios de exposición internacional exalta la labor de los productores y los atributos únicos

de nuestro café, por lo que impacta positivamente la imagen del Café de Colombia, facilita la identificación de nuevos mercados y potencializa el acceso del productor a nichos con mayor valor.

Y en el marco de la 7ª Gala de la Swiss Coffee Trade Association (SCTA) realizada en Ginebra (Suiza), evento internacional donde se reúnen los actores más importantes de la cadena del café, el Café de Colombia también fue protagonista tomándose la ciudad con publicidad exterior localizada en el aeropuerto, la estación del tren y en las principales calles cercanas al lugar del evento. El impacto en exposición se calculó en 840 mil a 1, 4 millones de visualizaciones.

En Colombia, sede de la feria más importante de cafés especiales de América Latina

Entre el 4 y el 8 de octubre pasado y con la participación de más de 14 mil asistentes y 110 expositores nacionales e internacionales, se llevó a cabo en Bogotá la novena versión de ExpoEspeciales, la feria más importante de su tipo en América Latina, que integra toda la cadena de valor del café con el propósito de ofrecer a los productores un

escenario de exposición en el que pueden interactuar directamente con los clientes y dar a conocer las tendencias e innovaciones del mercado mundial.

En el marco de la feria, se llevó a cabo la primera versión del Concurso Nacional de Calidad del Café “Colombia, Tierra de Diversidad”, dirigida a exaltar la pluralidad sensorial de los cafés especiales producidos en el país. Para este concurso se inscribieron 1.360 lotes, cifra record para este tipo de concursos, provenientes de 13 departamentos distribuidos en las categorías de pequeños (500-2.000 Kg cps) y grandes lotes (25.000-27.500 Kg cps), en el que 27 jurados internacionales evaluaron atributos de acidez, balance, cuerpo, suavidad y el café más exótico, de los cuales seleccionaron 25 lotes que posteriormente fueron subastados. Entre los ganadores de los cinco atributos se destacan el departamento de Tolima (con tres ganadores), Cauca (un ganador), y Nariño (un ganador).

.....
En la subasta, el lote que obtuvo el mayor precio se vendió por 50,5 US\$/lb, seguido de otro por 30,5 US\$/lb mientras que el tercer lugar alcanzó los 22,5 US\$/lb. De esta forma el valor promedio de venta fue de 11,9 US\$/lb para una facturación total de US\$379 mil por 42.128 Kg de café.
.....

La feria contó además con una agenda académica enfocada en ilustrar a los asistentes acerca de la dinámica y perspectivas del mercado, temas relacionados con el origen y buenas prácticas agronómicas para mejorar la rentabilidad desde la finca.

Más de cinco millones de visualizaciones ha tenido novedosa campaña digital de Café de Colombia en Norteamérica

¿Pudo el Café de Colombia haber ayudado al hombre a llegar a la luna? Con este singular mensaje y para reforzar el posicionamiento de la marca frente a cualquier otro origen entre los consumidores jóvenes norteamericanos (entre 18 y 35 años), la FNC, con el apoyo de la reconocida agencia Rokkan, lanzó en julio una campaña de medios digitales que busca conectar a los nuevos consumidores con la idea de que el Café de Colombia ha sido parte de los grandes momentos de la historia estadounidense.

Con el lema “Greatness is Brewing” (la grandeza se está preparando), se quiere comunicar a los jóvenes del milenio (millennials) la calidad superior de los granos de café colombiano y su especial proceso de producción antes de llegar a la taza, bajo la premisa

de que los logros revolucionarios son el resultado de muchos pasos pequeños, especialmente cuando se trata de café 100% colombiano de alta calidad.

El mensaje se ha amplificado mediante banners, publicidad en Facebook, Instagram, pauta en motores de búsqueda y blogueros influyentes. Como una muestra del éxito de la campaña, destacan las más de 5 millones de visualizaciones de videos, 29 millones de impresiones y 119 mil visitas a la página de internet (www.greatnessisbrewing.com)

La campaña resultó finalista en los premios de Mercadeo y Publicidad En Línea OMMA 2016 en la categoría de Humor/Creatividad Publicidad En Línea, entregados en septiembre en Nueva York y que buscan premiar lo mejor del

mercadeo y la publicidad en línea en Estados Unidos.

En volumen, el mercado norteamericano ha sido tradicionalmente el más importante para nuestro grano: 40% de las exportaciones

colombianas de café van a Estados Unidos y por décadas se han realizado allí las campañas de mercadeo más reconocidas y recordadas a nivel mundial para la marca y el origen Café de Colombia.

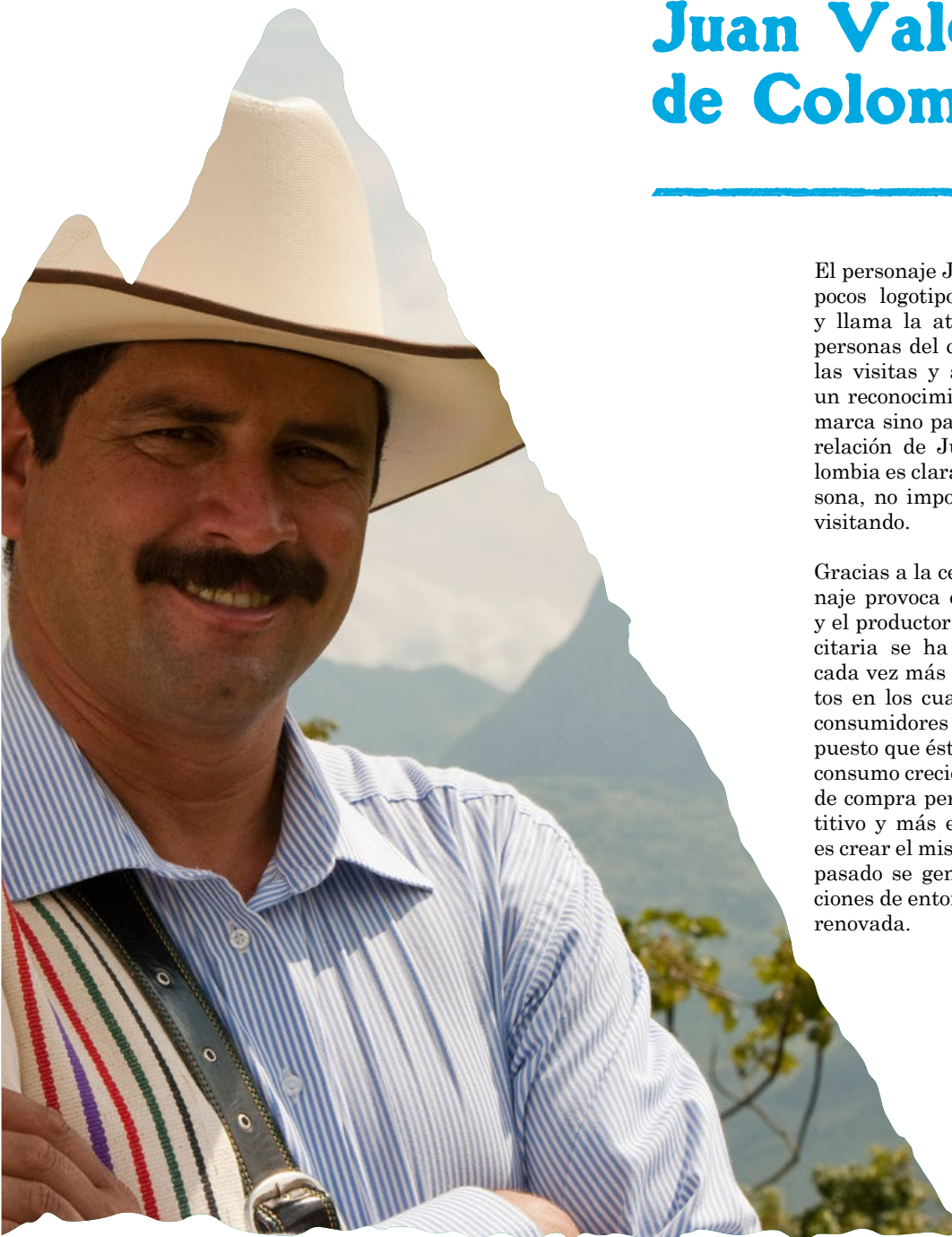


Juan Valdez, ícono del café de Colombia

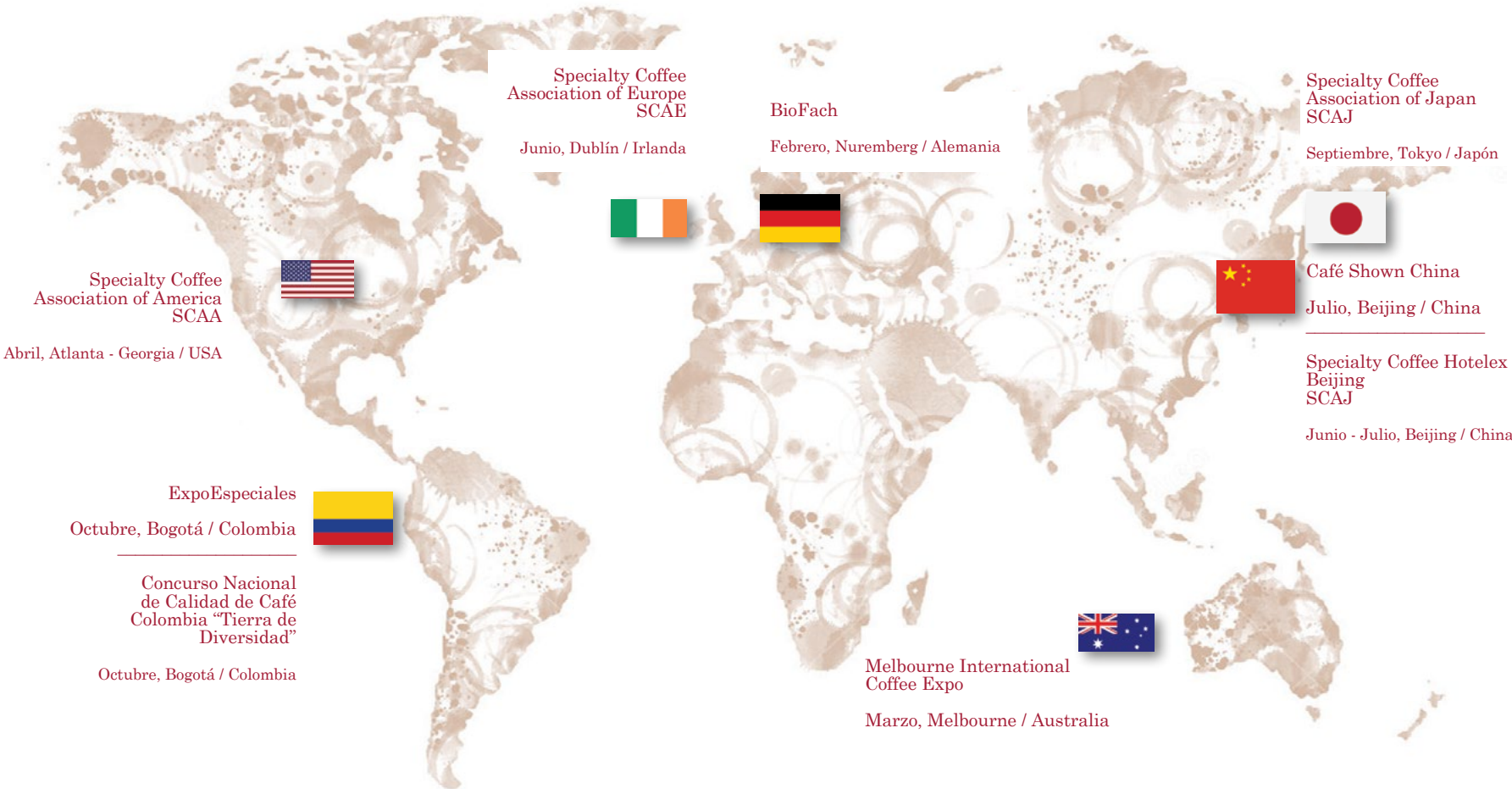
.....
El personaje Juan Valdez es de los pocos logotipos vivos del mundo y llama la atención de medios y personas del común. Cada una de las visitas y apariciones generan un reconocimiento no solo para la marca sino para el país, ya que la relación de Juan Valdez con Colombia es clara para cualquier persona, no importa el país que este visitando.

Gracias a la cercanía que el personaje provoca entre el consumidor y el productor, la estrategia publicitaria se ha venido reorientado cada vez más a priorizar los eventos en los cuales la asistencia de consumidores jóvenes es mayor, puesto que éste es un segmento de consumo creciente y con capacidad de compra pero altamente competitivo y más exigente. El objetivo es crear el mismo vínculo que en el pasado se generó con las generaciones de entonces pero de manera renovada.

.....
Durante el 2016 el personaje Juan Valdez participó en más de 45 ferias y eventos a nivel nacional e internacional, dentro los que vale la pena resaltar el 45º Reinado Internacional del Café, la visita al presidente Obama en la Casa Blanca, el Foro Económico Mundial. Adicionalmente, durante todo el año el ícono que representa los cafeteros colombianos estuvo presente ofreciendo el Café de Colombia a las delegaciones de los principales jefes de estado que visitaron el país.
.....



Participación de la FNC en ferias de café 2016



Fuente: FNC

Café de Colombia, una marca cada vez más global

Gracias a la labor comercial de la FNC, el café colombiano está presente en la mente y el gusto de cada vez más consumidores en diversos rincones del globo.

Los atributos y valores únicos del Café de Colombia, lo que incluye su calidad, diversidad y frescura a lo largo del año, son su mejor carta

de presentación, pero es importante darlos a conocer y ahí la FNC juega un rol clave.

Mediante oficinas de representación externa en puntos estratégicos (Nueva York, para Norteamérica; Ámsterdam, para Europa; y Tokio, para Asia), la FNC hace presencia en los principales mer-

cados para fomentar el consumo y posicionar el reconocimiento del café colombiano, lo que incluye participar en ferias y eventos.

Estas oficinas buscan aproximar el producto a los clientes, más allá del aspecto geográfico, mediante el fortalecimiento de relaciones y la consolidación de negocios con los

principales actores de la industria. Para ello, la FNC enfoca sus estrategias de comercialización, mercadeo y sostenibilidad en el desarrollo de productos a la medida de los gustos y necesidades de clientes y consumidores.

Desarrollo social en el posconflicto

Desarrollo social para la comunidad cafetera



ROBERTO
VÉLEZ VALLEJO
Gerente General

FNC ejecutó 132 mil millones de pesos en programas de inversión social en zonas cafeteras

Gracias a su capacidad de gestión y transparencia en la ejecución de recursos, la FNC implementa importantes proyectos de desarrollo sostenible en zonas cafeteras con los aportes de socios y aliados estratégicos del orden regional, nacional e internacional. Y el año que concluye no fue la excepción.

Entre enero y septiembre, la FNC ejecutó recursos por \$132 mil millones, aportados por instituciones del orden nacional, departamental y municipal, empresas privadas y organismos de cooperación internacional (entre los que destacan Nestlé, Nespresso, el Gobierno holandés y la Fundación Eñico), así como las mismas comunidades beneficiadas.

Este exitoso modelo de gestión de proyectos, que mejoran la calidad de vida de las familias cafeteras y sus comunidades, permitió en 2016 apalancar recursos del Fondo Nacional del Café (FoNC) en una proporción de 1 a 6: por cada peso aportado por el FoNC, se gestionaron 6 pesos de fuentes adicionales.

Con estos recursos la FNC, por medio de los Comités Departamentales de Cafeteros, ejecutó programas en temas de competitividad de la caficultura (31%), infraestructura

comunitaria (29%) y domiciliaria (17%), protección del medio ambiente (16%), educación y capacitación (6%), y protección social, conectividad y fortalecimiento gremial (1%).

Obras de infraestructura comunitaria

Entre las inversiones destinadas a mejorar la infraestructura comunitaria, se destacan los recursos gestionados por los Comités, mediante convenios con el Gobierno Nacional, por más de \$30 mil millones en 12 departamentos cafeteros para temas relacionados con infraestructura vial, saneamiento básico, vivienda y electrificación rural.

Proyectos de cooperación internacional

Manos al Agua-Gestión Inteligente del Agua (GIA) es la mayor iniciativa global en un país productor de café centrada en el cuidado del agua, y es la muestra más importante de que es posible incrementar la productividad observando una adecuada gestión de los recursos naturales.

Esta alianza público-privada de la FNC, Nestlé, Nespresso, el Gobierno holandés, la Universidad de Wageningen, Cenicafe y la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional implementa un sistema integral de gestión de recursos hídricos para consolidar una caficultura adaptable al cambio climático. Con una inversión de 25 millones de euros a cinco años (hasta 2018), beneficiará a unas 11 mil familias de 25 cuencas hidrográficas de Antioquia, Caldas, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. El exitoso proyecto *Colombia Cafetera Sostenible*, implementado

entre 2013 y 2015 en la Serranía del Perijá, junto con la holandesa Fundación Douwe Egberts, para facilitar a 800 familias cafeteras desplazadas el recomenzar de cero gracias al café, dio pie en 2016 al desarrollo de un caso de estudio para generar un modelo de implementación de acciones en zonas afectadas por el conflicto armado. El objetivo es identificar los factores clave para el trabajo con población desplazada y para la generación de condiciones que faciliten la construcción de paz.

Otros proyectos destacados son *Educación para el futuro*, con un programa de formación, apoyado en herramientas tecnológicas, dirigido a 100 jóvenes del municipio de Coromoro, Santander, con recursos por 1.150 millones de pesos (2014-2017), aportados por la belga Fundación Eñico & Colruyt, la FNC, el SENA y la comunidad; y la mejora de infraestructura del Colegio Anatolí, en La Mesa, Cundinamarca, con \$882 millones aportados por la Fundación Costa, Complete Coffee Foundation, Corona S.A y la Alcaldía municipal.

Mejor calidad del café con recursos de regalías

La FNC ha consolidado un proyecto único dirigido a mejorar la calidad del café en Cesar, Magdalena, La Guajira, Nariño, Boyacá, Cundinamarca, Risaralda, Quindío, Tolima, Norte de Santander y Huila, valorado en \$111 mil millones, de los cuales \$102 mil millones se están gestionando ante el Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación (FCTeI) del Sistema General de Regalías.

El proyecto busca desarrollar un nuevo producto de café especial para cada uno de estos departamentos, con innovación en el proceso de producción, infraestructura adecuada, sistemas de información, capacitación y programas comerciales de relación directa. A octubre de 2016 se han gestionado recursos ante siete gobernaciones, de las cuales las de Cesar, Magdalena, Boyacá, Nariño y Quindío ya aprobaron el proyecto; además se gestionaron contrapartidas ante los Comités Departamentales, Asociaciones de Caficultores, Cooperativas y Oficina Central por \$9.061 millones.

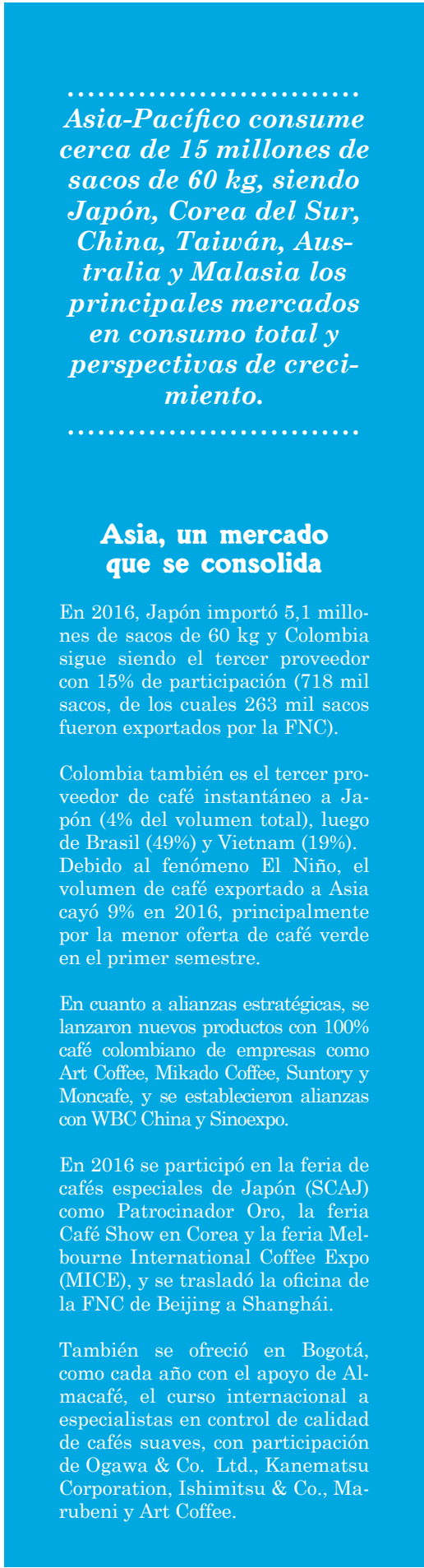
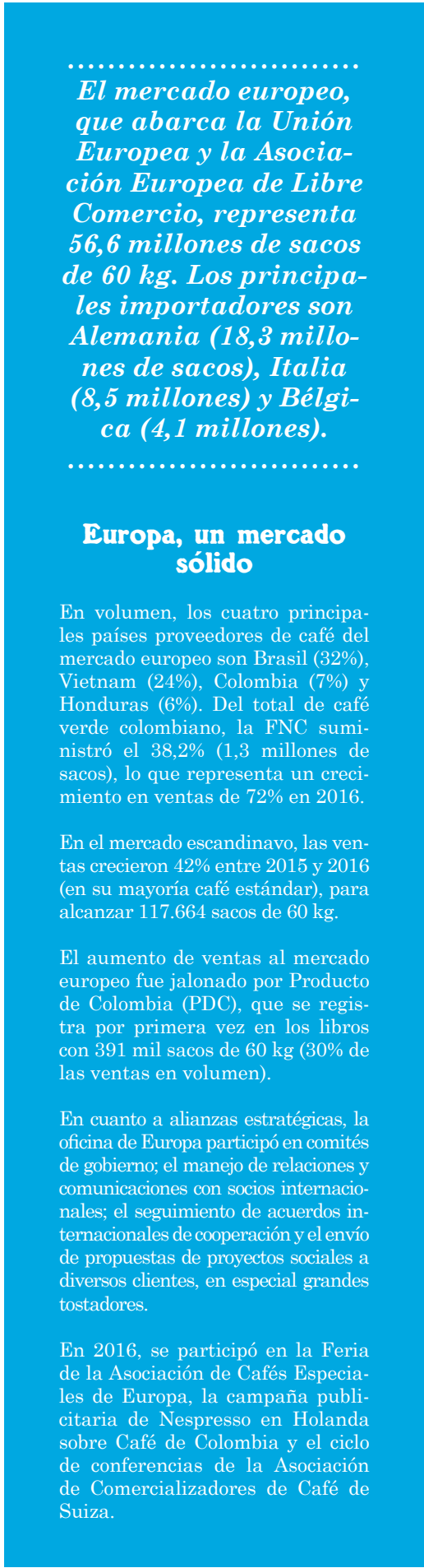
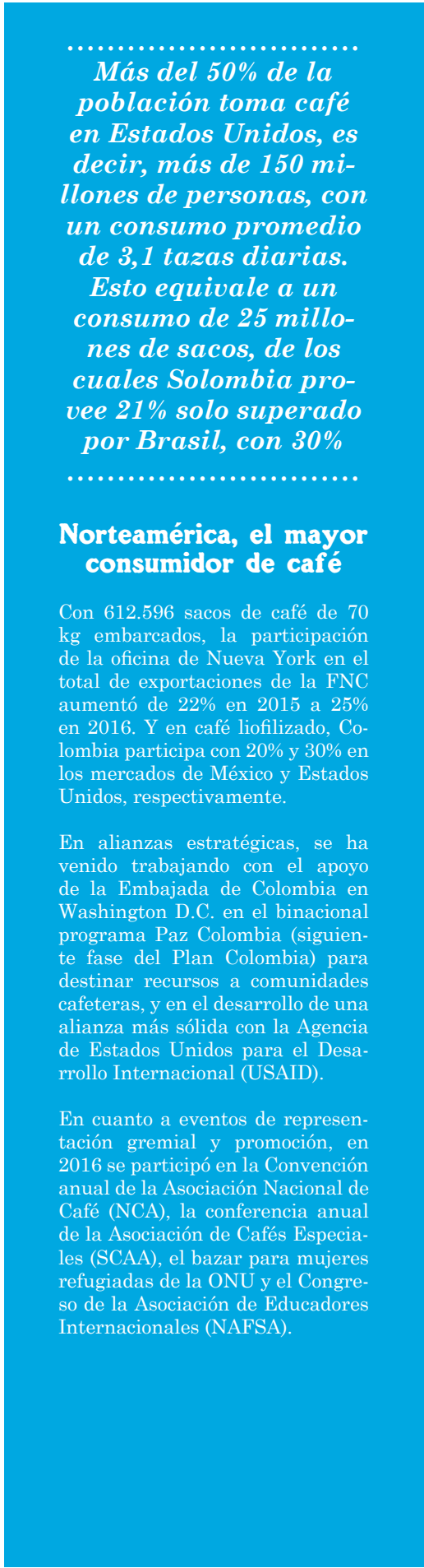
Un Paisaje Cultural Cafetero fortalecido

En 2016 se llevaron a cabo importantes acciones para preservar y fortalecer el Paisaje Cultural Cafetero (PCC) como patrimonio cafetero y mundial (inscrito en la lista de la UNESCO) en materia económica, social y ambiental, una de las más importantes es la apropiación



y conocimiento por parte de las administraciones municipales y departamentales de la declaratoria y del Plan de Manejo del PCC establecido por el CONPES 3803/2014, así como la gestión de recursos con el Ministerio de Medio Ambiente y las autoridades ambientales de Caldas para el desarrollo del programa de sostenibilidad ambiental que incluye acciones en materia de calidad del agua, corredores biológicos, protección de cuencas, educación ambiental, entre otros.

En julio, se reactivó la venta del café regional PCC en grandes superficies y se está remodelando la tienda Juan Valdez de Manizales para exaltar los valores excepcionales del PCC, entre otras acciones.

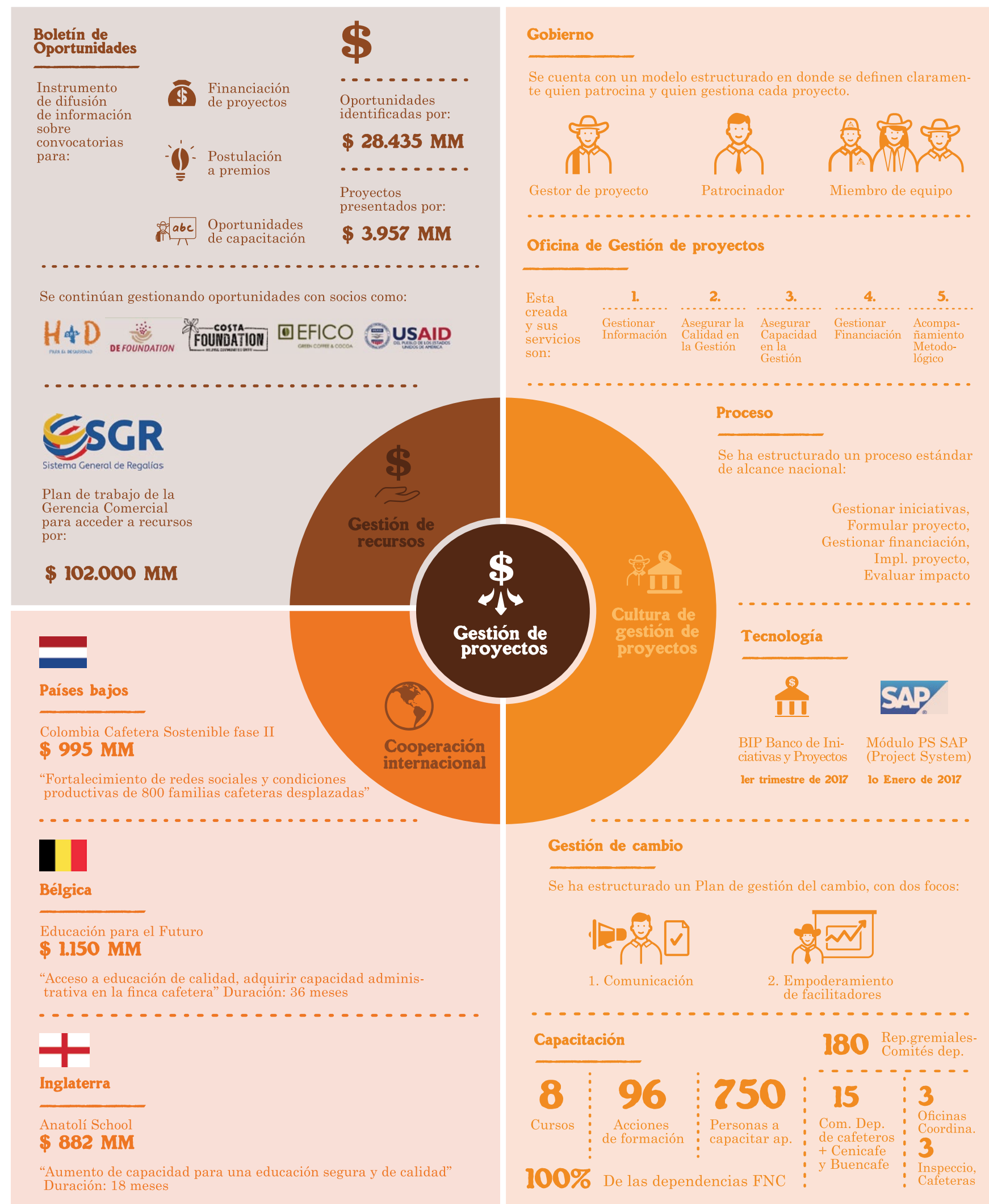


Nuevo modelo para una cultura de gestión de proyectos

En 2016, la FNC como parte de su Estrategia de Valor decidió consolidarse como una organización de excelencia en la ejecución de proyectos. Esto significa un nuevo

enfoque organizacional que busca posicionar la FNC, ante cooperantes y clientes, como un socio estratégico y de la más alta calificación en la ejecución de proyectos, que

se logra trabajando en 6 dimensiones: Gobierno, Oficina de gestión de proyectos, Proceso, Tecnología, Gestión del cambio, Capacitación.



Fuente: FNC

Programas educativos, claves para innovación y agregación de valor

En 2016 la FNC, por medio de la Fundación Manuel Mejía (FMM), llevó a cabo programas educativos para caficultores y extensionistas en temas como valor agregado, denominaciones de origen, cambio climático, gestión inteligente del agua, formación técnica y finanzas.

Programas educativos para el caficultor (2016)



Formalización de las labores del campo: la protección social de los caficultores



Reducir los costos asociados a la mano de obra y mejorar la calidad del empleo y el acceso a la protección social de los cafeteros y recolectores de café fueron temas que tuvieron especial importancia en la agenda de trabajo de la Federación Nacional de Cafeteros en 2016.

El gremio, en cabeza de su Gerente General, Roberto Vélez Vallejo, viene trabajando en diversas estrategias que permitan, por un lado, incorporar innovaciones técnicas en los procesos productivos para reducir el uso intensivo de mano de obra e incrementar la productividad laboral, y por otro lado, para que la reducción de costos y la tecnificación de procesos permitan mejorar la calidad del empleo.

Vale la pena resaltar que una limitante en la caficultura es que sigue siendo intensi-

va en mano de obra y el alto costo de este recurso, así como su creciente escasez, sumados a la volatilidad del ingreso del productor dificultan la formalización del empleo en el sector.

Por esta razón, la FNC ha adelantado importantes gestiones con el Ministerio del Trabajo, el de Agricultura y otros gremios como la SAC con miras a redefinir la formalización del empleo rural de forma distinta a lo que ocurre en las grandes urbes.

La FNC ve necesario adaptar la regulación existente para romper las barreras de acceso a la protección social y lograr incluir a los trabajadores rurales en los sistemas de ahorro para la vejez, atención en salud y cobertura en los riesgos laborales propios de su actividad en el campo.

Para ello se viene adelantando un programa de Inclusión a la Protección Social para la Actividad Agrícola, que busca definir pisos

de protección social, esto es, esquemas diferenciales de seguridad social según el tipo de vinculación, que incluya tanto a los productores (más de 500 mil) como a los recolectores (más de 300 mil) a la vez que permita a los empleadores y empresarios cafeteros deducir los costos y trasladar los riesgos asociados a la mano de obra.

Lo anterior se propone sobre la base de profundizar mecanismos ya existentes como el Régimen Subsidiado, los Beneficios Económicos Periódicos (BEPS) o los microseguros.

Sector cafetero, importante generador de empleo en el campo

La caficultura genera unos 730 mil empleos directos en el campo, es decir, 25% del empleo generado por todo el sector agropecuario, según el DANE. De estos empleos, **54% los ocupan los mismos miembros de los hogares cafeteros, mientras que el 46% restante se contrata, al jornal o al destajo, principalmente para la recolección** y la prestación de algunos servicios especializados.

Sin embargo, según un estudio (Sarmiento, 2014), 87% de los em-

pleos en el sector son informales, ya sea porque son por cuenta propia (42,1%), jornaleros (31,4%) o trabajadores familiares sin remuneración (13,5%); apenas el 13% restante corresponde a patrones o empleados particulares.

Esta informalidad afecta la cobertura en seguridad social, pues aunque 94% de la población en zonas cafeteras está afiliada a salud, apenas 29% cotiza en régimen contributivo, mientras 65% pertenece al régimen subsidiado. La cobertura en pensiones llega apenas al 3% de los ocupados y en riesgos laborales al 1%.

Algo similar ocurre con los recolectores de café. Un reciente estudio realizado por el CRECE para la FNC encontró que la mayor demanda de mano de obra se concentra en la recolección, con 57% del total de jornales empleados en la caficultura. Es decir, aunque más de 300 mil trabajadores temporales se emplean en la recolección y el 87% de éstos está afiliado al régimen subsidiado de salud, la tasa de formalización es apenas del 4,7%.

La caficultura genera unos 730 mil empleos directos en el campo, es decir, 25% del empleo generado por todo el sector agropecuario, según el DANE.

54% Los ocupan los mismos miembros de los hogares cafeteros.

46% Se contrata, al jornal o al destajo, principalmente para la recolección y la prestación de algunos servicios especializados.



Mujeres cafeteras, cada vez más empoderadas y participativas



El Programa Mujeres Cafeteras de la FNC nació en 2006 para promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y fortalecer el empoderamiento de la mujer con un enfoque de género, derechos y familia.

Estos 10 años de trabajo del Programa han permitido alcanzar importantes logros en beneficio de las mujeres cafeteras, lo que incluye un mayor empoderamiento, protagonismo y participación en toda la cadena del café, de la semilla a la taza, así como en la esfera gremial.

En cuanto a construcción de espacios de participación y liderazgo, a la fecha se han conformado 167 consejos participativos de mujeres en 15 departamentos cafeteros.

Asimismo, se ha logrado la articulación del programa con iniciativas del gobierno nacional como el Acuerdo Nacional por la Equidad entre Hombres y Mujeres, y el programa Nacional para la Equidad Laboral.

La inclusión transversal de la política de género en los proyectos y programas sociales, productivos y ambientales de la FNC es otro logro importante del programa, así como la generación de indicadores de gestión diferenciados por sexo y la creciente participación de asociaciones de mujeres cafeteras en ferias nacionales e internacionales de cafés especiales.

En 2016, se realizó un proceso de reorientación estratégica del Programa para avanzar en relaciones más equitativas y de confianza entre hombres y mujeres, y con mayor autonomía, en línea con la Estrategia de Valor de la FNC.

Una prioridad del programa de la FNC es aumentar la participación y representatividad de las mujeres en los órganos de decisión de la institucionalidad cafetera, que actualmente es del 8% en los Comités Departamentales y 14% en



los Municipales, mientras casi la tercera parte de la producción de café en Colombia está en manos de mujeres, quienes juegan ya un rol crucial en la economía familiar y de sus comunidades por la reinversión de recursos que ellas hacen.

El renovado programa se enfocará en educación, comunicación, gestión del conocimiento e implementación transversal de la política de equidad de género para seguir cerrando brechas y construir relaciones de confianza que mejoren no solo la productividad y la rentabilidad, sino la convivencia armónica en las familias cafeteras.

Radiografía de la participación de las mujeres en la caficultura

29% Del total de productores de café son mujeres (162 mil).

26% Del área sembrada en café es de mujeres (238 mil ha).

26% De la producción anual de café proviene de fincas de mujeres (3,7 millones de sacos).

28% De productores con cédula cafetera son mujeres (107mil).

66% De las mujeres productoras tienen cédula cafetera (107 mil).

14% De los representantes gremiales municipales son mujeres (311).

8% De los representantes gremiales departamentales son mujeres (7).

64% De la población de votantes mujeres participó en las elecciones cafeteras de 2014.

26% Del total de votos de las últimas elecciones cafeteras fueron de mujeres.

Regiones

Región Norte

Desde el mar a la sierra, la diversidad del paisaje toma fuerza con la riqueza cultural que le aportan sus pobladores y donde además, hombres y mujeres demuestran su amor por el café.

Perfil de taza

Acidez
media

Cuerpo
alto

Notas
nuez y chocolate



REGIÓN NORTE

Desde el mar a la sierra, la diversidad del paisaje toma fuerza con la riqueza cultural que le aportan sus pobladores y donde además, hombres y mujeres demuestran su amor por el café.

Esta región comprende los departamentos de: **Bolívar, Cesar, Guajira, Magdalena, Norte de Santander y Santander**

Perfil de taza

Acidez: media
Cuerpo: alto
Notas: nuez y chocolate



Cesar - Guajira

Se realizó la primera exportación de café orgánico FLO comercializando más de 300 mil Kg de café. Los productores recibieron sobreprecios de \$365 mil/carga incluidos diferenciales por inversión social a través de la Cooperativa Cafetera de la Costa.

Avanza a buen ritmo la implementación de un Centro de Capacitación para jóvenes y caficultores en convenio con la FMM, que beneficia los departamentos de Cesar, Guajira, Magdalena, Bolívar y Norte de Santander.

El proyecto Colombia Cafetera Sostenible recibió un premio por \$200 millones de la Fundación Reconciliación Colombia al ser seleccionado, entre 600, como uno de los 12 proyectos de cooperación internacional más exitosos.

El Comité participó en la primera propuesta de integración del Caribe cafetero en ExpoEspeciales 2016, logrando promover los cafés de la Sierra Nevada de Santa Marta, Serranía del Perijá y Serranía de San Lucas.

Magdalena

El comité entregó 112 secadores parabólicos a través del proyecto Beneficio y Secado.

El Proyecto de reactivación económica y renovación cafetera benefició a 1.000 productores mediante la renovación de 1.500 has; 1.000 análisis de suelos; 6 millones de bolsas y chapolas de café; 1.000 marquesinas construidas; 9.196 bultos de fertilizantes y capacitaciones en temas agronómicos, logrando la certificación en 4C del total de las fincas.

Se mejoraron 110 km de vías terciarias.

Se instalaron 21 tanques tina con Fermaestro.

22 jóvenes caficultores fueron becados en estudios superiores en la Universidad del Magdalena en carreras afines al sector agrícola.

Se realizó una encuesta de mano de obra a 103 recolectores, para analizar las dinámicas de la oferta laboral cafetera.

Norte de Santander

11.600 personas fueron capacitadas en temas de productividad, cafés especiales, gestión empresarial, asociatividad, relevo generacional y equidad de género.

\$2.552 millones del MADR fueron ejecutados en programas de restauración de los sistemas agroforestales a través de siembra de maderables en 65 hectáreas de cultivos de café al sol; la modernización de equipos de beneficio de café en 1.596 fincas, y el reciclaje de subproductos del beneficio con impactos positivos en la descontaminación y el uso racional de las fuentes hídricas.

374 km de vías fueron mejoradas con obras de drenaje y mantenimiento en 12 municipios.

Recuperación de tramos de acueductos y tanques cilíndricos para reservorios.

95 secadores solares fueron contruidos.

Santander

La estrategia del Comité se centró en aumentar la presencia institucional en la zona cafetera.

Para ello realizaron encuentros gremiales con los líderes cafeteros; encuentros de gestión cafetera con representantes de las alcaldías, bancos y servicios públicos; encuentros masivos con pequeños caficultores; encuentros de mujeres cafeteras y encuentros empresariales, donde se escucharon las preocupaciones de los productores, se informó de los programas y se plantearon soluciones.

8.600 cafeteros fueron beneficiados con 32 mil bultos de fertilizante, provenientes de proyecto del Pacto Agrario.

400 beneficiaderos ecológicos se construyeron en fincas ubicadas en cinco municipios del departamento.

Región Centro Norte

El río Magdalena es el eje de la diversidad de esta zona, y desde los amplios valles hasta la cumbre, el café dinamiza la vida de sus habitantes.

Perfil de taza

Acidez
media

Cuerpo
medio

Notas
frutales y herbales



REGIÓN CENTRAL

El río Magdalena es el eje de la diversidad de esta zona, y desde los amplios valles hasta la cumbre, el café dinamiza la vida de sus habitantes.

Esta región comprende los departamentos de: **Antioquia, Boyacá, Caldas, Casanare, Cundinamarca, Meta, Quindío, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca**

Perfil de taza

Acidez y cuerpo: medio
Notas: frutales y herbales



Antioquia

\$24.657 millones ejecutados en 279 proyectos relacionados con: competitividad de la caficultura (\$21.309), infraestructura (\$2.212), educación y otros (\$1.136).

Encuentros Cafeteros en 62 Comités Municipales, a los que asistieron 1.860 personas (792 líderes gremiales).

Educación y adopción de tecnología: renovación de más de 11 mil hectáreas, sostenimiento productivo de 127 mil hectáreas, permanencia de 69 mil hectáreas certificadas en sellos y códigos de cafés especiales.

Transferencia de tecnología: formación de 3.660 caficultores en gestión empresarial, acompañamiento a 23 mil caficultores en aseguramiento de la calidad del café, formación de 9.892 caficultores en buenas prácticas en beneficio,

Boyacá

379 hectáreas nuevas en café, de las cuales el 99% ha sido con variedades resistentes a la roya, en su gran mayoría con variedad castillo.

5.443 caficultores atendidos por el Servicio de Extensión a través de 4.396 visitas a finca, 4.762 en reuniones y 1.133 en 14 días de campo.

Apoyo de la Gobernación para reforzar el Servicio de Extensión en los municipios más alejados del departamento.

3 convenios para el mejoramiento de la infraestructura de beneficio a 239 caficultores (apoyo del departamento, el MADR, la CCI y los municipios de Moniquirá, Zetaquirá y Camphermoso)

200 hectáreas certificadas con Rainforest Alliance y 4.135 hectáreas con la ve-

Caldas

\$14.768 millones en inversión social con aportes de FNC-FoNC por \$3.582 millones.

8.750 ha de café renovadas y entrega de 4,5 millones de chapolas a 1.816 caficultores.

490 créditos tramitados por \$1.547 millones para la renovación de 249 ha.

4.966 jóvenes rurales beneficiarios del Proyecto “La Universidad en el Campo”.

Construcción de 316 casetas sanitarias y 717 sistemas sépticos, mantenimiento a 440.

Mantenimiento a 1.639 km de vías rurales y construcción de 2.367 m de placa huella.

El 94% de los caficultores (27.630) cuenta con Cédula Cafetera Inteligente.

Cundinamarca

Renovación de 1.008 hectáreas improductivas de café con apoyo financiero del Fondo Adaptación y la Gobernación de Cundinamarca a través del SGR.

Se apoyó la fertilización de 4.038 hectáreas de café en etapa productiva para incentivar el aumento de la producción. La inversión total fue de \$1.366 millones, beneficiando cerca de 5.335 productores.

Se gestionaron recursos con la Gobernación de Cundinamarca para la entrega de 2.415 unidades de patios de secado, con el objetivo de mejorar la calidad del café, principalmente en el beneficio y secado.

Se construyeron cinco micro-centrales de beneficio con apoyo de la OEI y el Ministerio de Agricultura.

Se fortalecieron adminis-

Risaralda

3 millones de colinos entregados para la renovación de cafetales, 110 kits para la construcción de marquesinas solares, 117 secaderos, 105 tanques tina para el beneficio del café, 228 máquinas despulpadoras, 211 motores para el beneficio del café y 3.846 metros de plástico para la construcción de secadores solares, a través de cooperación nacional e internacional.

Se ejecutó el Plan Integral de Nutrición de cafetales apoyado en la Tecnología Satelital para 10.318 hectáreas.

Proyecto “Fomento a la Producción Cafetera con valor diferencial” por \$765 millones en convenio con la Unidad de Gestión de Crecimiento Empresarial del Gobierno Nacional Impulsa y Comité Departamental.

Región Centro Sur

El río Magdalena es el eje de la diversidad de esta zona, y desde los amplios valles hasta la cumbre, el café dinamiza la vida de sus habitantes.

Perfil de taza

Acidez	Cuerpo	Notas
media	alto	frutales y herbales



REGIÓN CENTRAL

El río Magdalena es el eje de la diversidad de esta zona, y desde los amplios valles hasta la cumbre, el café dinamiza la vida de sus habitantes.

Esta región comprende los departamentos de: **Antioquia, Boyacá, Caldas, Casanare, Cundinamarca, Meta, Quindío, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca**

Perfil de taza

Acidez y cuerpo: medio
Notas: frutales y herbales



Cauca

Tres proyectos con recursos de SGR por \$50 mil millones en beneficio de 40 mil familias cafeteras de los 32 municipios: Centro de Investigación, Promoción e Innovación Social para el Desarrollo de la Caficultura Caucana; Parque Tecnológico de innovación para la agregación de valor; Caficultura, una oportunidad en el pacto social por el Cauca.

200 kms de vías terciarias intervenidas con obras de mantenimiento y construcción de accesos con placas huella.

Mejoramiento de la infraestructura de 15 instituciones educativas, 10 centros comunales, tres de acopio y la construcción de dos acueductos.

483 familias cafeteras se beneficiarán del proyecto de vivienda rural ejecutado por el Comité en alianza con ANUC, MADR y Fiduagraria. Además podrán aumentar valor del subsidio y construir su vivienda con mayores dimensiones.

57 instituciones educativas vinculadas al programa Escuela y Café.

7.500 hectáreas de café renovadas y mejoramiento de 6.500 beneficiaderos de productores de cafés especiales.

Huila

\$1.111 millones destinados al proyecto de Fortalecimiento de la asistencia técnica para mejorar la productividad y estabilizar la producción de café.

\$2.715 millones ejecutados para la siembra de 659 hectáreas de café y 1.756 hectáreas en zoca.

El Programa de Reactivación de la Caficultura ejecutó \$2.715 millones en la siembra de 659 hectáreas de café y 1.756 hectáreas en zoca.

\$928 millones a través de 20 convenios con municipios y comunidades para el mejoramiento de la infraestructura productiva (beneficiaderos, secadores, silos, germinadores, biodigestores.

85 convenios firmados por \$2.587 millones para mejorar la infraestructura productiva y comunitaria del departamento.

Tres convenios con recursos del SGR por \$18.334 millones para el fortalecimiento de la Escuela Nacional de la Calidad del Café; la renovación y reconversión de la caficultura; e investigación, aplicación de C&T e Innovación en el cultivo de café, éste último con la participación de Cenicafé.

Nariño

Con una inversión de \$2.886 millones y aportes de socios como MADR, Regalías, Fondo Adaptación, UNODC y OIM, se desarrollaron proyectos de infraestructura productiva, calidad del café y tratamiento de aguas residuales con 10.786 familias cafeteras en 38 municipios.

Recursos por \$456 millones en programas de mantenimiento de vías terciarias, infraestructura educativa, dotación de mobiliario escolar y mejoramiento de puestos de salud que benefician 28 mil familias cafeteras y no cafeteras del departamento.

En cafés especiales se fortaleció el programa Nespresso que beneficia 13 mil cafeteros con incentivos de precio por calidad; Mitsubishi aportó \$318 millones para mejorar la calidad y el beneficio con 288 cafeteros de Buesaco; Fair Trade aportó \$656 millones como prima social que beneficia 3.150 caficultores con proyectos comunitarios.

Este año, Nariño tuvo el mayor número de caficultores finalistas y dos ganadores en la Feria de Cafés Especiales – “Colombia - Tierra de Diversidad”. En este mismo evento, un cafetero nariñense obtuvo el premio como el mejor Catador y representará al país en Budapest, la capital húngara.

Oficinas Coordinadoras

Caquetá, Casanare y Meta.

Área en café (ha)Caficultores

Caquetá	Casanare	Meta
4.138	3.170	3.169
2.261	2.064	2.093



REGIÓN SUR

Su gran riqueza cultural se extiende desde el llano a la montaña por un territorio diverso, donde el cultivo del café es el elemento unificador.

Esta región comprende los departamentos de: **Cauca, Caquetá, Huila y Nariño**

Perfil de taza

Acidez: alta
Cuerpo: medio
Notas: dulces y cítricas



En convenio con la Universidad Nacional - Sede Medellín, se recolectaron 900 muestras de suelo en fincas cafeteras de estos departamentos con el fin de determinar la composición química del suelo y orientar el manejo racional de la fertilización requerida para mejorar la producción cafetera.

A pesar de las dificultades en infraestructura de comunicaciones de estos departamentos, durante 2016 se logró vincular al programa de Bancarización con la Cedula Cafetera Inteligente 4.786 productores que ahora tienen cuentas de ahorro con Banco de Bogotá.

Se firmó un convenio con Nespresso para la compra de 160.000 kilos de café pergamino seco en el departamento del Caquetá, con un sobreprecio de \$70.000 por carga de 125 kilos y la realización de una cápsula de café llamada “Aurora de la Paz”. El lanzamiento de esta cápsula será a principios del año 2017 y está dirigida al mercado consumidor Francés.

Con recursos de regalías se diseñó el proyecto de fortalecimiento de la cadena productiva del café en el departamento del Casanare, el cual tiene como objetivo “Evaluar e incrementar las capacidades locales de los productores cafeteros para la obtención de un mayor volumen de cafés especiales y un alto perfil de taza del café de Casanare”. Este proyecto tiene un valor de \$3.200 millones y busca entre otras acciones: i) definir y monitorear las brechas tecnológicas en el procesamiento actual del café de núcleos productivos situados en Casanare, ii) evaluar tecnologías existentes para el beneficio de café en estos núcleos productivos para incrementar la calidad del grano obtenido, iii) apropiar conocimientos sobre catación y comercio directo de cafés especiales en las organizaciones de productores e iv) implementar un modelo Clúster para la innovación y organización departamental de los productores de Café del Casanare. Cabe resaltar, que este proyecto fue avalado por Colciencias y la Oficina de Planeación de la Gobernación del Casanare.

Sostenibilidad ambiental

La caficultura colombiana es cada vez más sostenible ambientalmente



ROBERTO
VÉLEZ VALLEJO
Gerente General

La caficultura colombiana es cada vez más sostenible ambientalmente gracias a las acciones de la FNC en adaptación al cambio climático, gestión de recursos naturales, sanidad vegetal del cultivo e investigación en temas ambientales específicos.

La sostenibilidad ambiental busca

un equilibrio entre el progreso económico, la calidad de vida de los productores y el uso racional de los recursos naturales, no sólo actuales, sino también sin comprometer los de generaciones futuras.

Una adecuada gestión de recursos naturales, como medida de responsabilidad social y estrategia de rentabilidad futura, incluye acciones tanto de cambio técnico e innovación como de protección, conservación y restauración.

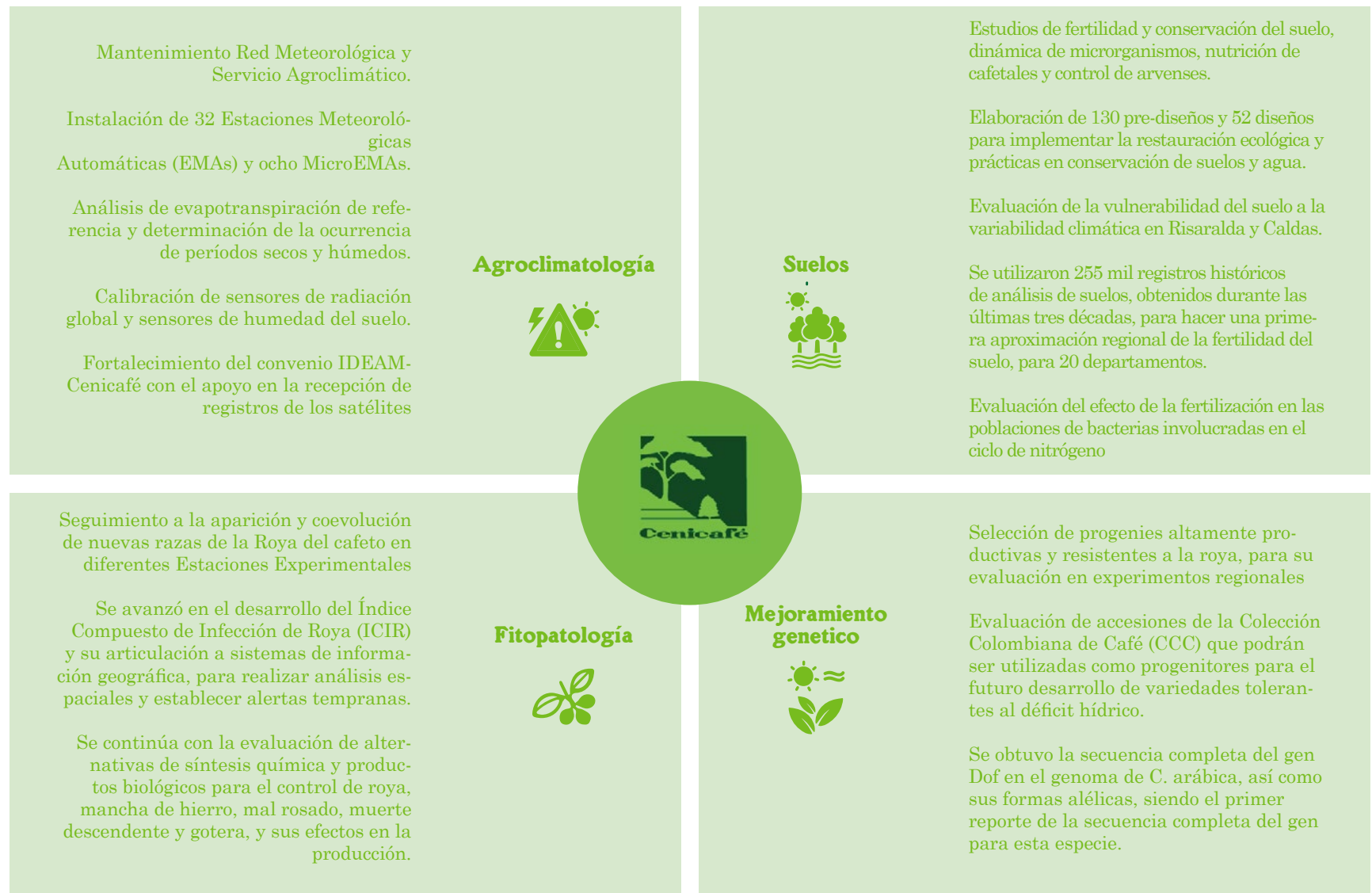
Un sector cafetero en proceso de adaptación climática

La Federación, por medio de Cenicafé, la Gerencia Técnica y el Servicio de Extensión (SE), trabaja en adaptar tecnológicamente a la caficultura colombiana ante la cada vez más cambiante oferta climática, no sólo con el fin de prevenir y mitigar posibles efectos adversos, sino también beneficiarse de los positivos.

La adaptación climática no es otra

cosa que ajustarse al clima, sea por cambio climático, variabilidad climática o eventos puntuales, y en este terreno Cenicafé ha logrado importantes avances en 2016, lo que incluye haber robustecido la Red Agroclimática Cafetera, evaluar la vulnerabilidad del suelo a la variabilidad climática y monitorear nuevas razas de roya, entre otras acciones.

Estrategias de Adaptación Climática



Gestión de recursos naturales

La gestión de recursos naturales significa manejarlos de forma sustentable (sean renovables o no renovables), frente en el cual la FNC trabaja en tres componentes básicos: Gestión Inteligente del Agua, programa forestal y conservación de la biodiversidad.

Gestión Inteligente del Agua (GIA)

Implementado desde 2013, esta iniciativa de gran alcance apuesta por un sistema integrado de gestión del agua para una caficultura

climáticamente adaptable en Colombia. Abarca 25 microcuencas en cinco departamentos y beneficia a 11 mil hogares cafeteros mediante cuatro componentes básicos, que buscan potenciar el cuidado colectivo del agua, proteger los suelos (lo que incluye reforestación), promover decisiones responsables y oportunas frente al agua, reducir la contaminación y mejorar la calidad hídrica.



Programa forestal

Este programa, ejecutado desde 2005 (con apoyo del Gobierno Alemán y el Ministerio de Agricultura), fomenta el uso forestal sostenible y la protección de bosques naturales en 58 municipios de 8 departamentos.

Al 30 de septiembre, se han establecido 1.196 nuevas hectáreas de plantaciones forestales y agroforestales (51% de la meta de 2.332 ha al finalizar el año). Desde 2005, el programa totaliza 35.625 ha, que, junto con 4.646 ha de bosques naturales asociados a acueductos rurales, contribuyen a la sostenibilidad de la zona cafetera y a generar ingresos por venta de madera para más de 8.000 caficultores participantes.

Se ha brindado acompañamiento a 9.286 caficultores participantes

de años anteriores mediante 5.521 visitas a fincas y otros métodos de extensión, para lograr el manejo forestal adecuado de más de 17.342 ha de sus plantaciones.

Conservación de la biodiversidad

En 2016 este proyecto ha brindado acompañamiento, sensibilizado y capacitado a 2.804 agricultores para mejorar sus prácticas de producción de café en armonía con los recursos naturales, en especial el agua y la biodiversidad.

Se ha avanzado en la instalación de sistemas de beneficio ecológico y tratamiento de vertimientos poscosecha, pulpa y aguas domésticas en Huila y Risaralda, además de brindar capacitación a extensionistas y productores para su adecuado manejo.

Roya y Broca en niveles normales

En 2016, debido a la variabilidad climática, se observaron en el primer semestre aumentos de infestación por broca y, en lotes sembrados con variedades susceptibles, niveles de infección por roya por encima de 5%, en especial en julio y agosto, pero estos niveles han ido volviendo a la normalidad.

Con esta información se emitieron alertas tempranas y el Servicio de Extensión adelantó campañas educativas orientadas al manejo integrado, estrategia que la Gerencia Técnica también ha usado para atender los ataques del ojo de gallo o gotera.

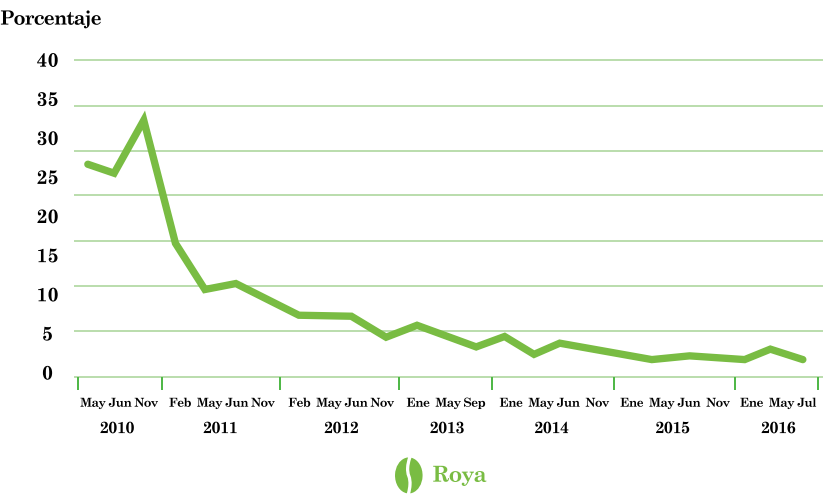
La Gerencia Técnica, por medio del Servicio de Extensión y en coordinación con Cenicafé, evalúa perío-

dicamente la evolución fitosanitaria de los cafetales en una muestra de más de 5.000 lotes, indicadores que sirven de insumo para el sistema de alertas tempranas.

El sistema de alertas tempranas es una herramienta que permite mantener informados a los productores de café acerca de la sanidad de los cultivos y el comportamiento del clima, así como la posible presencia de plagas y enfermedades y las recomendaciones que es necesario implementar para prevenirlos. En 2016, se han emitido 22 alertas que llegan a los caficultores vía correo electrónico o a través del Servicio de Extensión y facilitan la toma de decisiones preventivas para mejorar la productividad y rentabilidad de la caficultura.

Evolución de Broca y Roya

Comportamiento de la Roya en Colombia 2010-2016 Sistema de Alertas Tempranas



Comportamiento de la Broca en Colombia 2010-2016 Sistema de Alertas Tempranas



Fuente: Gerencia Técnica FNC



Entrevista Gerente General

‘Ahorremos para lo que venga en el futuro’

Termina 2016, un año que arrancó con grandes retos para el sector. ¿Cómo analiza usted lo que fue este año?

El 2016 es uno de esos años que confirman que en café no hay nada escrito. Inició con un tema muy complejo de clima como lo fue el fenómeno de El Niño, proyectado como el más fuerte en los últimos 14 años; era una caficultura que sentía los rigores del cambio climático y veíamos una coyuntura muy difícil de solucionar hacia adelante. Por fortuna con las medidas que adoptó el Comité Directivo, junto con el Gobierno, sobre la compra de pasillas, la apertura para exportar cafés diferentes al excelso, la voluntad inquebrantable de la institución para acompañar a sus cafeteros y buscar soluciones, el apoyo del Gobierno nacional para iniciar una política de reactivación cafetera, todo esto nos dio suficiente espacio para pasar esa primera parte del año. Sin embargo, la cerramos con un tema muy triste como fue el paro camionero. Los cafeteros debemos tener claro y ser conscientes de que este tipo de acciones lo único que hacen es entorpecer nuestra actividad. No pudimos exportar café por más de 45 días, lo que es un inconveniente agudo sobre las finanzas del Fondo Nacional de Café (FoNC).

Pasados estos dos grandes obstáculos del clima y del paro camionero, nos tocó la parte dulce, que fue una cosecha cafetera importante, mayor de lo que habíamos esperado y de una calidad estupenda, al grado que los niveles de broca están bajos. Esto, sumado también al precio interno del grano, nos deja como resultado un precio remunerativo para la caficultura colombiana.

¿Qué acciones realizó en 2016 la FNC para dar respuesta a la escasez de mano de obra?

Echamos mano de lo que ya ha hecho Cenicafé y de lo que se está haciendo en Brasil, porque la respuesta tiene que venir desde la tecnología. A veces creemos que este es un problema solo de Colombia y cuando se ve a los demás productores, se entiende que este tema de la mano de obra es generalizado; en tal sentido la respuesta de Brasil ha sido echar mano de la tecnología y la nuestra tiene también que ir por esa línea. También contamos con las primeras pruebas de máquinas adaptadas a nuestra tecnología y seguimos trabajando en este tema.

También abrimos las puertas al ingenio local y diseñamos una convocatoria a nivel universitario, estamos a la espera de conocer las propuestas e ideas que desde lo local nos pueden aportar a este

tema. Y estamos abriendo una convocatoria internacional dirigida a emprendedores, a aquellas personas que nos presenten propuestas, ya no ideas sino prototipos que nos puedan ayudar a encontrar el diseño del equipo para la recolección.

Por último, en una visita reciente a Brasil vimos cómo los pequeños productores van dando respuesta al problema de la mano de obra utilizando motocicletas, a las cuales les cuelgan un arnés para que procesos como fertilización o fumigación sean más eficientes. Ya estamos empezando a importar esas motocicletas para adaptarlas a nuestra caficultura.

En cuanto a fertilizantes, ¿en qué se avanzó?

Si uno mira los precios de los fertilizantes de finales de 2015 y los compara con los del cierre de este 2016, observa que ha habido un descenso en el precio de los fertilizantes en todo el país. Si revisa el precio de un bulto de abono en 2015, estaba por los 70 mil pesos y hoy ese mismo bulto está por los 60 o 65 mil pesos. Ese descenso, creemos, se explica en parte por las aproximaciones que desde la institucionalidad hicimos con proveedores directos en Rusia.

Nosotros, como habíamos prometido a los cafeteros, fuimos a la fuente misma donde se producen los abonos, miramos formulaciones e hicimos nuestras cuentas y nos salía más o menos a 60-65 mil pesos bulto. No me queda duda de que las grandes multinacionales siguieron de cerca el proceso de la Federación y se han puesto en línea con lo que son los costos y los precios que de forma competitiva pueden favorecer a los productores.

Nos parece importante el descenso del costo del fertilizante, sin embargo sabemos que todo esto debe estar acompañado de los análisis de suelos y ahí estamos haciendo otro experimento. Por satélite determinamos las necesidades del suelo frente a los componentes para hacer más eficiente la fertilización. Si este proceso da los resultados que estamos esperando, podríamos reproducirlo en todo el país. Inicialmente tenemos 10 mil hectáreas y después, dependiendo del resultado, revisamos si es necesario cambiar el análisis tradicional que hacemos por uno satelital.

¿Cómo ha sido la relación este año con los caficultores?

Nos trazamos una agenda para cumplir una de las promesas que hicimos cuando estábamos conteniendo por la Gerencia de la Federación, yo dije: “quiero ir a escuchar a las bases cafeteras”, y con mucho agrado y orgullo tengo que decir a los cafeteros que este año hemos estado cara a cara con más

de 10,000 caficultores en toda la geografía cafetera, a lo largo y ancho del país. Implementamos un programa llamado Conversemos con el ánimo de conversar con los cafeteros y hemos estado haciendo un ejercicio donde pedimos al caficultor que nos formule primero cuáles son los problemas, las soluciones, porque desde un principio dijimos: El cafetero tiene en su cabeza buena parte de las soluciones a los problemas, entonces con la participación de los productores hemos ido buscando soluciones a los problemas. No contentos con esto, escuchamos sus diferentes inquietudes, sugerencias y temores y en la medida que puedo, voy resolviéndolas y vamos dándoles curso para ir formando con esas inquietudes y sugerencias lo que es el plan de acción de la FNC.

¿Qué papel juega el productor en la visión de hacer de la caficultura una actividad productiva y rentable?

Uno ve claramente un gremio que quiere acompañar la idea de mayor productividad. Hemos estado trabajando por medio de la Gerencia Técnica en unos talleres que llamamos “más agronomía, más productividad” para transmitir el mensaje al productor: tenemos que actuar sobre nuestras fincas, ser más productivos. En esa misma unidad de tierra, sea media hectárea, un cuarto, una hectárea, debemos ser capaces de producir más café, porque las condiciones están dadas, las variedades están dadas, pero tenemos que poner nuestro esfuerzo en eso, en mejorar la productividad de la caficultura colombiana.

Precio y producción se juntaron en favor del productor. ¿Qué recomendación a los caficultores ante este escenario?

Hay que recordar cómo en el pasado, cuando se presentaron subidas de precio y aumentos de ingreso para el productor, una parte de ese ingreso se ahorró en el FoNC. Esa era la manera como estaba montado el esquema de interacción entre el Fondo y los caficultores. Cuando se presentaban alzas de precios, parte de esas alzas no se transfería al caficultor, sino que se ahorraba en el FoNC para luego devolver esos ingresos al productor en servicios y programas institucionales. Esta vez se ha decidido que no, le vamos a dejar libertad para que sea el

cafetero quien tenga ese ahorro en el bolsillo.

Pero el llamado entonces es a que el productor aplique ese ahorro en su finca, que es su proyecto, su empresa, para que nos pongamos al día con las deudas, para que planeemos hacia delante, porque estos mejores precios, este mejor ingreso, nos da oportunidad de planear nuestro futuro de una forma más consistente.

Usted invitó a la industria global a buscar un mecanismo que mejore y establezca el ingreso de los productores. ¿qué respuesta ha recibido de países productores y de la misma industria?

Este es un tema que concatenado con una solicitud que siempre está: cuando tenemos estos precios que nos dejan espacio para respirar, el productor siempre tiene la pregunta, ¿y mañana o dentro de un año o 6 meses, tendremos estos precios? Montar un fondo de sustentación nos costaría demasiada plata y no tenemos los ingresos, ni el productor ni el FoNC ni el Gobierno, para montar un fondo de sustentación.

Estamos mirando un fondo de estabilización y hemos venido trabajándolo. Es un tema con la comunidad internacional en que todos tenemos la obligación de hacer que la industria del café sea sostenible en el tiempo. La sostenibilidad tiene tres di-



ROBERTO VÉLEZ VALLEJO
Gerente General

mensiones: la social, la ambiental y sobre todo la económica. Pretendemos que la actividad sea rentable para quien la practica y sobre eso hemos venido llamando la atención entre los países productores y la industria.

En 2017 la FNC cumple 90 años de creación. ¿Cómo piensa celebrarlos?

Vamos a llevar a cabo un Congreso Cafetero, en el cual esperamos aprobar los nuevos estatutos de nuestra organización. Tendremos un foro de países productores donde vamos a analizar los problemas comunes a toda la industria: cambio climático, mano de obra, productividad, enfermedades, qué sigue en protección social para los productores y la sostenibilidad de la industria en el tiempo. Diría que hemos sido muy exitosos en subrayar que la sostenibilidad de una actividad rentable es fundamental para el futuro de la industria.

Esa fecha es muy memorable, no hay muchas instituciones en Colombia.

lombia con 90 años, no hay una institución que haya tenido esta fortaleza de durar tanto tiempo y ser hoy tan vigente como lo fue en 1927.

¿En qué se ha avanzado con el Gobierno frente al tema de Seguridad Social para los caficultores?

Seguimos trabajando con el Ministerio del Trabajo en buscar la forma de que la actividad en el campo esté cubierta en protección social. No debemos desfallecer en buscar nuevas alternativas y opciones de protección social para buscar un régimen pensional y de salud aplicable al campo y a los cafeteros.

¿Qué significa para la caficultura colombiana la firma del nuevo contrato de administración del Fondo Nacional del Café con el Gobierno?

Importantisimo, porque ese contrato es la forma en que el Gobierno nos reitera a los cafeteros la confianza en el manejo del FoNC para los próximos 10 años; seremos nosotros junto con el Gobierno, de manera concertada y consensuada como ha sido siempre, quienes daremos las prioridades a la plata del FoNC.

La FNC y el Mintrabajo acordaron una política de colaboración que prevenga y erradique el trabajo infantil ¿Cómo cumplir con este propósito sin desestimar el relevo generacional?

Hemos sido acompañados por el Ministerio de Trabajo en decir “no hay actividades riesgosas y no hay actividades que suspendan la capacidad de los muchachos de educarse”. Pero si necesitamos empezar a buscar espacios para que el niño acompañe lo que llamamos caficultura, es decir, hay una cultura

implícita en el cultivo mismo del café y queremos que esa cultura se mantenga y preserve, y es la manera cómo vamos influyendo en los muchachos, en este nuevo reto que es seguir la caficultura hacia el futuro.

Ha dicho que no para de buscar nuevos mercados. ¿A cuáles ha llegado este año la FNC, el Café de Colombia?

Como Café de Colombia, tenemos una obligación y es tener presencia en todos y cuantos mercados de café existan; lógicamente nuestra participación tiene que estar muy ligada a mercados de alta calidad, somos un productor de café de alta calidad y por eso reclamamos nuestro puesto como el país que presenta las mejores condiciones para producir cafés de altísima calidad.

Este año en nuestra feria ExpoEspeciales los grandes compradores fueron los chinos; podemos ver que como país vamos ganando espacios en esos mercados que son los del futuro: China, India, Indonesia, donde va a estar el consumo de café y ojalá el consumo de altísima calidad, donde Colombia tiene que reclamar, vuelvo y repito, su papel protagonista.

En ese sentido, ¿cómo se promociona Café de Colombia entre las nuevas generaciones?

Hemos estado utilizando las redes virtuales, todo lo que es novedoso, lo que usan los muchachos, para llegarles con una propuesta nueva, con una propuesta oxigenada de lo que es el Café de Colombia.

¿Qué papel juega Juan Valdez en estos nuevos conceptos?

Juan Valdez siempre debe estar, es nuestro icono, es la manera como mostramos al mundo cuáles son los valores del caficultor colombiano. Lógicamente hoy metido mucho más en las redes sociales, pero sigue teniendo la misma vigencia: es el campesino dispuesto a darlo todo, que lo entrega todo para llevar a los consumidores el café de mejor calidad del mundo.

La meta es contar con una caficultura 100% sostenible en 2027. ¿Qué pasos concretos se dieron en 2016 para alcanzarla?

A eso estamos apuntando, es una de las metas de largo plazo. Queremos que cuando la Federación de Cafeteros cumpla 100 años, podamos contar al mundo que todo el café colombiano es sos-

tenible a nivel ambiental, social y económico. Hicimos todo el trabajo, estamos acabando de diseñar esta política porque lo bonito de este esfuerzo es que es autoimpuesto, como cuando nos autoimpusimos el tema de calidad, para que cuando lleguemos a 2027 podamos decir que el café colombiano tiene características particulares, no solo en calidad, sino en sostenibilidad.

Se cierra el año con buena producción, buen precio, buena tasa de cambio, armonía institucional y buenas relaciones con el Gobierno y los clientes. ¿Qué espera para 2017?

Debemos seguir adelante. No podemos perder la visión de lo que deseamos. Cuando llegamos a la Gerencia dijimos “tenemos que recobrar la rentabilidad” y debemos seguir para tener una caficultura más productiva, mejores ingresos vía más cafés especiales, menor costo de mano de obra vía optimización y acompañamiento tecnológico, menor costo de fertilización con nuevos estudios, centrales comunitarias de beneficio para no contaminar, para evitar las multas por contaminación; de modo que no podemos perder el foco, hacia allá tiene que seguir apuntando el esfuerzo de la Federación.

¿Es el café un cultivo de paz?

Sin duda. No hay otro producto tan capaz de distribuir la poca riqueza que hay en Colombia entre todos como el café.

¿Cómo celebra la Navidad?

Con mi familia, con mis hijos, con mi madre y con mis hermanos, todos juntos en paz y esperando que el creador nos proteja y nos de todas las condiciones para tener un próximo año ojalá igual o mejor a este.

¿Cuál es su mensaje de cierre de año?

El mismo de siempre: un mensaje de optimismo, de recogimiento para esta época final del año. Un mensaje de tranquilidad, porque las cosas han mejorado este año. Un mensaje de felicidad, porque el caficultor se merece poder tener unas mejores condiciones. Y un mensaje de cautela hacia delante, para que ahorremos algo para lo que venga en el futuro.

Gracias y un abrazo a todos los cafeteros y en especial a las mujeres cafeteras.



Modernización institucional

Nuevo contrato de administración del FoNC consolidará hoja de ruta del sector para los próximos 10 años

En un concurrido acto cafetero realizado en el municipio de La Mesa, Cundinamarca, y con la firma del Presidente Juan Manuel Santos, el Ministro de Hacienda y Crédito Público, Mauricio Cárdenas, y el Gerente General de la Federación, Roberto Vélez Vallejo, se protocolizó el pasado 9 de julio la firma del nuevo contrato de administración del Fondo Nacional del Café (FoNC), el cual permitirá tener las bases y los recursos para construir en los próximos 10 años una caficultura 100% sostenible y mundialmente competitiva.

El contrato, cuya vigencia irá hasta 2026, regirá el uso y administración de los recursos para-fiscales con que se constituye el

FoNC, cuyo objetivo prioritario es contribuir a maximizar el ingreso del productor de café.

El FoNC es una cuenta parafiscal –conformada principalmente por la contribución cafetera pagada por cada libra de café exportado– que permite financiar los bienes y servicios públicos que benefician al conjunto de los caficultores, como la Garantía de Compra, la investigación científica y el desarrollo tecnológico, la asistencia técnica brindada por el Servicio de Extensión, así como labores de promoción y comercialización que han contribuido a posicionar el café colombiano como el mejor café suave lavado del mundo.

Gremio cafetero trabaja en ajustar sus estatutos

A la luz de la renovada estrategia de valor al caficultor que propuso el Gerente General, Roberto Vélez Vallejo, y teniendo como base el nuevo contrato de administración del FoNC, el gremio cafetero está haciendo una revisión interna de los estatutos que rigen a la Federación Nacional de Cafeteros, para lo cual se conformó una Comisión Especial integrada por un representante de cada Comité Departamental, el presidente del Comité Directivo, el Gerente General, el Director Jurídico y el Secretario General.

Esta comisión inició sesiones el pasado 30 de septiembre, analizando las propuestas de la anterior Comisión de Estatutos, así como las temáticas de estudio identificadas a la fecha, y estableció el cronograma a seguir para proceder a las consultas con los Comités Departamentales y Municipales de Cafeteros, revisar sus propuestas

y elaborar el documento definitivo que deberá ser aprobado en el seno de un próximo Congreso Cafetero. Teniendo en cuenta la importancia del tema y en cumplimiento de lo ordenado por el Congreso Cafetero, el Comité Directivo nombró una Comisión Asesora de Estatutos integrada por Eduardo López Villegas, Luis Fernando Uribe Restrepo y Fernando Cepeda Ulloa, profesionales independientes de las más altas calidades, reconocimiento y solvencia moral e intelectual.

Esta Comisión se ha reunido en varias ocasiones para analizar diversos temas relacionados con la organización, funcionamiento y objeto de la Federación.

Se crea Carné Gremial para los cafeteros

Para los caficultores no interesados en la cuenta bancaria asociada a la nueva Cédula/Tarjeta Cafetera Inteligente, en 2016 se creó el Carné Gremial, que les permite conservar sus derechos gremiales para participar en las elecciones cafeteras, al tiempo que continúan con el proceso de renovación de este instrumento, que inició en 2013.

Desde su creación, la Cédula Cafetera ha sido por excelencia el mecanismo de identificación gremial para los caficultores federados, es decir, aquellos con un predio cuya área sembrada en café es al menos de media hectárea y en la cual tiene al menos 1.500 árboles plantados.

Mediante la Cédula Cafetera Inteligente los caficultores federados pueden no solo participar y ser elegidos en las elecciones cafeteras, sino acceder a servicios bancarios. De modo que ahora existen tres tipos de documentos cafeteros: la Cédula Cafetera Inteligente (que es la más completa), la Tarjeta Cafetera Inteligente y el Carné Gremial



Al 30 de septiembre se emitieron

384.733 Cédulas Cafeteras Inteligentes y Carnés Gremiales

67.039 Tarjetas Cafeteras Inteligentes

82% De los caficultores registrados en SICA cuentan con un instrumento de identificación gremial y/o transaccional

De los cafeteros potenciales de ser federados se encuentran cedulados. **88%**

Cédula Cafetera Inteligente



La Cédula Cafetera Inteligente (identificación gremial + servicios financieros) se emite a caficultores federados, quienes pueden participar en las elecciones cafeteras. Está asociada a una cuenta bancaria, que les brinda acceso a servicios del sistema financiero a tarifas preferenciales.

Tarjeta Cafetera Inteligente



La Tarjeta Cafetera Inteligente (sólo servicios financieros) se emite para caficultores NO federados. También está asociada a una cuenta bancaria, que les brinda acceso a servicios del sistema financiero a tarifas preferenciales.

Tarjeta Cafetera Inteligente



El Carné Gremial (sólo identificación gremial) se expide a caficultores federados no interesados en la cuenta bancaria, quienes pueden participar y ser elegidos en las elecciones cafeteras.

Características del nuevo contrato del FoNC



Implementación Norma Internacional de Información Financiera (NIIF/IFRS)

Gestión operaciones en dólares para el FoNC.

Revisión cobertura del riesgo de precio



Plan de continuidad para SAP

Mejoramiento en el Gobierno de datos

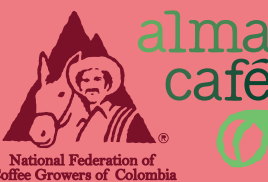


Estructura de gestión de proyectos

Innovación en la infraestructura tecnológica

Sinergias institucionales para la optimización de procesos

Empresas involucradas Transformación SAP



Pod Col Coffee Ltda, Coffee Arabica Beverages S.A.
Trillacoop Cooperativa de Anserma,
Andes y Manizales



Nuevo modelo comercial cafés especiales

Estados financieros por tienda

Portafolio de informes para la toma de decisiones en tiempo real

Gestión de gastos de viajes

Fuente: FNC

71% de caficultores del país están bancarizados

El gremio cafetero sigue marcando la pauta en el sector rural en materia de inclusión financiera.

A septiembre de 2016, 376 mil cafeteros están bancarizados, es decir, 71% de los caficultores registrados en el SICA cuentan con todos los servicios del sistema bancario que ofrece la nueva Cédula/Tarjeta Cafetera Inteligente, asociada ahora a una cuenta de ahorros.

Para dimensionar mejor este avance, cabe anotar que mientras en las zonas rurales del país en

general solo 15.043 adultos por cada 100.000 personas tienen una cuenta de ahorros activa, en el gremio cafetero esta cifra asciende a 70.870 adultos.

Y los recursos además fluyen de manera más eficiente. En 2016, los cafeteros realizaron abonos por \$141.990 millones en la Cédula/Tarjeta Cafetera Inteligente, un aumento de 29% con respecto al mismo período anterior.

Mediante este instrumento se canalizaron recursos de dos programas:

1) Apoyo para la Recuperación de la Producción de Cafetales Afectados por el Tiempo Seco (El Niño), con el cual los productores hicieron 100.123 transacciones de compra de fertilizantes por \$14.620 millones.

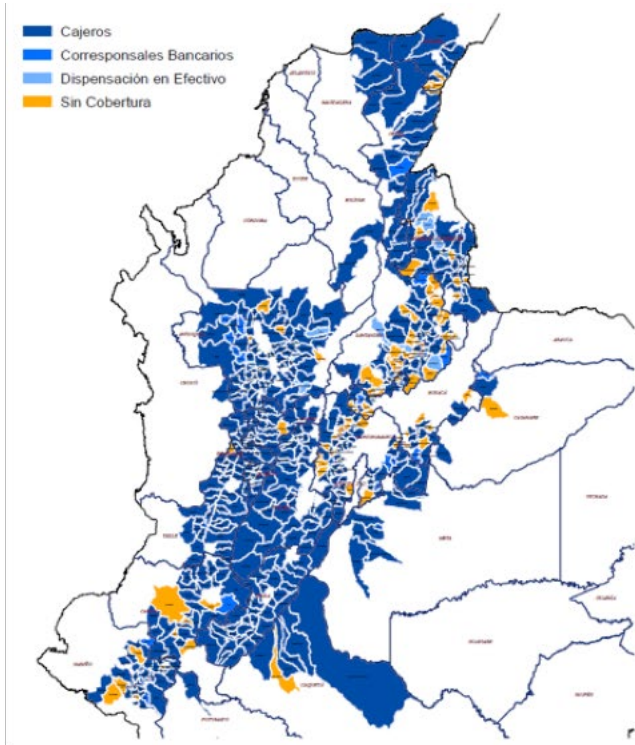
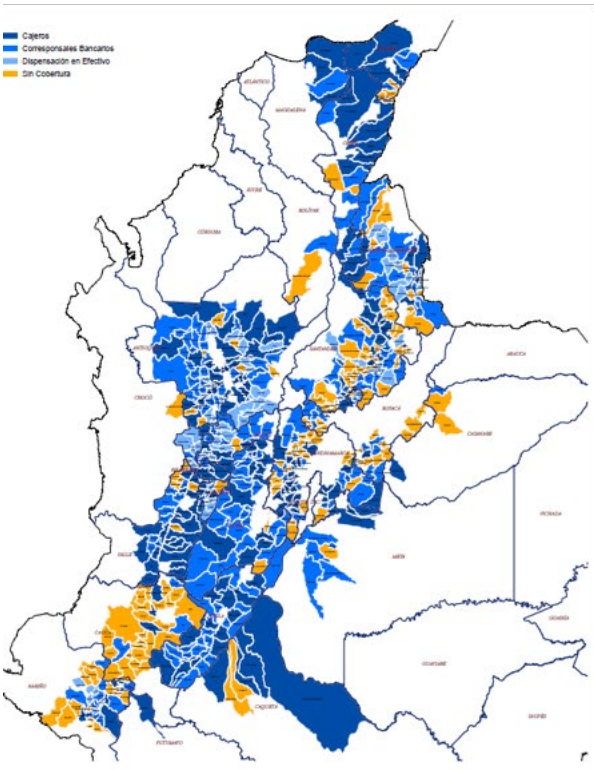
2) Programa de Reactivación de la Caficultura, con el cual han recibido \$3.611 millones que pueden destinar a compras de fertilizante.

La FNC, en alianza con el Banco de Bogotá, logró para los cafeteros una tarifa preferencial de \$1.400 pesos por transacción exitosa para

retiros en cajeros de otras redes (una reducción de 69%), lo cual busca seguir impulsando su uso y aumentar la cobertura en canales de acceso como los cajeros automáticos, que creció de 30% al 75% en los municipios cafeteros.

Además, sucursales bancarias de municipios en cosecha cafetera ampliaron su horario para facilitar a los productores las transacciones y el acceso a sus recursos.

Cobertura canales de acceso en municipios cafeteros



Fuente: FNC

Conversemos con el Gerente, un encuentro cara a cara con los cafeteros

Los caficultores colombianos han sentido muy de cerca al actual Gerente General de la FNC, Roberto Vélez, desde que asumió su mandato.

Con el fin de entender de primera mano las necesidades de los cafeteros y trabajar conjuntamente por sus soluciones, desde su llegada a la FNC el Gerente General estableció un nuevo modelo de relacionamiento gremial: reunirse con rigurosidad y frecuencia con los productores de todas las regiones del país.

Ha sido tan buena la acogida de estos encuentros, denominados “Conversemos con el Gerente”, que a la fecha ha visitado todos los departamentos cafeteros, estado en

casi medio centenar de municipios y se ha reunido directamente con más de 10 mil caficultores del país. Durante las reuniones con los cafeteros, estos mismos hacen un ejercicio de priorización y focalización de actividades en términos de productividad, rentabilidad, aspectos sociales y comerciales, y posteriormente, en un conversatorio con el Gerente, le plantean inquietudes y reciben avances en los diferentes frentes de su gestión.

“El objetivo es construir espacios de diálogo y una agenda conjunta en la que participen todos los líderes cafeteros para que entre todos podamos generar soluciones, de forma innovadora y pedagógica, a las problemáticas del sector”, señaló el Gerente.

FNC, una de las empresas con mejor reputación corporativa

Según Merco, firma internacional que califica las 100 empresas con mejor reputación corporativa, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) alcanzó su mejor calificación en los últimos cinco años al ubicarse en el puesto número 25 del ranking.

Mantener vigente el interés de la prensa y opinión pública nacional e internacional por la institucionalidad cafetera y todo lo que hay detrás del Café de Colombia; fortalecer el liderazgo y la vocería de la FNC en los temas de política cafetera, y visibilizar ante el país y el mundo la importancia social, económica, ambiental e institucional del sector cafetero y su capacidad de gestión fueron los objetivos de comunicación trazados para el 2016; su oportuna gestión permitió a la FNC obtener algunos de los siguientes resultados:

• Según Merco, firma internacional que califica las 100 empresas con mejor reputación corporativa, la **Federación Nacional de Cafeteros (FNC) alcanzó su mejor calificación en los últimos cinco años al ubicarse en el puesto número 25 del ranking.** En 2015 la FNC ocupó el puesto 97, por lo que, tras escalar 72 puestos en 2016, se convierte en la organización con mayor reputación alcanzada entre un año y otro.

• Entre enero y octubre de 2016, el sector cafetero tuvo más de 16 mil registros en medios de comunica-

ción nacional, lo que lleva a la **FNC a posicionarse como el primer gremio agrícola, con la mayor exposición mediática del país.**

• El 77% de los periodistas económicos del país piensa que la labor de la FNC es muy importante para los cafeteros colombianos y el agro en general, y el 42% menciona a la FNC como la principal fuente de información cuando se van a tocar temas referentes al sector y al gremio.

• Hoy los medios de comunicación reconocen a la FNC como una institución unida y que representa los intereses de los cafeteros de todo el país.

• En el ámbito internacional, la FNC y Café de Colombia han ocupado importantes espacios noticiosos a lo largo del año, en los que se refleja la activa voz de liderazgo que Colombia ha retomado en diversos foros internacionales en beneficio de los productores para que toda la cadena de la industria sea sostenible.

• Artículos noticiosos o reportajes en agencias, diarios, portales, plataformas o medios especializados como Reuters, CNN, Bloomberg,

Adweek, Eater, AgraNet, Business Insider, Dallas Morning News, Daily Coffee News, PR Newswire, Free Press Journal, The Washington Diplomat, Global Coffee Report, Cisco Network e incluso en revistas y periódicos chinos y japoneses, entre otros, han contribuido a difundir en el mundo el trabajo de la FNC.



Las comunicaciones, herramienta efectiva para mantener la unidad gremial



ROBERTO VÉLEZ VALLEJO
Gerente General

El 2016 fue un año de grandes desafíos en términos de comunicación para la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), y la gestión oportuna y enfocada de la misma arrojó importantes resultados que impactaron de forma positiva la imagen y reputación de la institución y de sus líderes entre sus diferentes públicos objetivo (cafeteros, empleados, socios, Gobierno y medios y opinión pública).

Comunicaciones con el caficultor:

Teniendo como premisa que el caficultor es el público más importante para la FNC, en 2016 nos trazamos la meta de producir contenidos oportunos, relevantes y efectivos para generar conocimiento, actitudes y acciones entre los cafeteros con el fin de motivar la recuperación de la rentabilidad del sector y a su vez mantener la unidad gremial.

Así mismo, durante 2016 trabajamos para ampliar la cobertura de nuestros medios para llegar cada día a más caficultores.

A continuación, algunos resultados a la fecha para destacar:

- Se realizaron 88 microprogramas Excelsos y Yarumadas, como apoyo a 96 programas radiales de los comités departamentales de cafeteros y las cooperativas de caficultores.

- Se llevaron a cabo talleres de capacitación en producción de radio en los comités departamentales de Cesar-Guajira, Magdalena, Cauca, Norte de Santander, Huila, Tolima y Valle, estrategia que permitió aumentar a 96 el número de emisoras cafeteras en 12 departamentos, con una cobertura estimada de 300 municipios del país.

- Se dictaron talleres de comunicación y extensión a 97 extensionistas participantes en el Diplomado en Extensión Rural que realizó la Gerencia Técnica.

- Se produjeron 173 contenidos radiales difundidos a nivel nacional por la plataforma SoundCloud, los cuales alcanzaron más de 32.500 reproducciones y alrededor de 1.700 descargas.

- Vía correo electrónico se buscó tener actualizados a los caficultores, líderes y extensionistas sobre los temas técnicos, gremiales y noticias de interés institucional mediante flashes informativos, boletines semanales y mensuales. En 2016 se enviaron 47 boletines semanales, 11 boletines mensuales y 160 boletines informativos.

Comunicaciones internas

Generar orgullo y sentido de pertenencia de trabajar en una de las organizaciones de mayor prestigio en Colombia e identificar la importancia del rol individual en el cumplimiento de la misión de la FNC fue el reto que propuso el Gerente General a los empleados, el cual marcaba un nuevo estilo de liderazgo basado en la cercanía con los empleados y el cual sirvió para desarrollar la campaña Únete a la Vocación Cafetera.

Sembrar, cosechar, producir y degustar son los momentos de comunicación enmarcados en la campaña, encaminados a llevar a los colaboradores de la institucionalidad cafetera hacia una cultura de excelencia, y mediante la cual hemos realizado varias iniciativas que han sido muy bien recibidas.

A continuación, algunos resultados para destacar:

- El Día de Campo: 366 colaboradores de la Oficina Central vivieron la experiencia de ser caficultores por un día y conocieron de primera mano las etapas del proceso productivo del café en una finca del departamento de Cundinamarca, experiencia de gran impacto y motivación para los empleados.

- “Al Día con el Gerente” es un espacio creado con el fin de que el Gerente General y su equipo informen a todos los empleados de la institucionalidad sobre el acontecer de la FNC y el sector, así como los logros y retos. Al cierre de octubre se habían realizado 5 videoconferencias nacionales.

- “Un Café con el Gerente”. Con el fin de acercar a los empleados a la alta dirección, se creó un espacio donde el Gerente General visita las distintas áreas y en un encuentro muy cercano los motiva a trabajar día a día por el bienestar y la rentabilidad del caficultor, sin antes olvidar la importancia de cada uno como ser humano, miembro de familia y empleado. A la fecha el Gerente ha tenido contacto directo con cerca del 50% de los colaboradores a nivel nacional.

- Un equipo humano cada vez más informado. Contacto y Prensa al Día son dos medios pensados exclusivamente para los colaboradores de la FNC. A través del primer reciben recomendaciones para vivir mejor o artículos para incrementar su bienestar, así como contenido para familiarizarse con el mundo cafetero. El segundo les permite estar totalmente enterados de las principales noticias nacionales de la FNC y del sector. Al cierre del noviembre se habían emitido a todos los empleados más de 70 ediciones.



Sistemas de información de la FNC se modernizan y generan más valor

Uno de los activos más importantes de una organización moderna es su capacidad para recopilar, administrar y procesar datos relevantes sobre su actividad de manera segura, con el fin último de analizarlos, interrelacionarlos e interpretarlos para convertirlos en información con valor para la toma de decisiones.

Por esta razón, en 2016 los dos principales sistemas de información del gremio cafetero, el sistema de información SAP y el Sistema de Información Cafetera (Sica), emprendieron una modernización que se traducirá en mayor valor para los productores.

Sistema de Información SAP:

Es el sistema en el que se gestionan integralmente todas las aplicaciones, productos y procesos relacionados con la comercialización de café, así como las finanzas y los

asuntos contables de la Federación como administradora del FoNC.

En 2016, un equipo de más de 200 personas trabajó en el proyecto de Transformación de SAP con el fin de adecuarlo a los nuevos requerimientos legales, estratégicos y de mejora de procesos e innovación tecnológica de todas las empresas de la institucionalidad cafetera (FNC, FoNC, Almacafé, Procafécol), en sinergia con las cooperativas de Anserma, Andes y Manizales, y dos empresas externas aliadas.

Sistema de Información Cafetero (SICA):

Es el sistema en el que se gestiona toda la información básica de los caficultores, fincas y lotes cafeteros de manera geo-referenciada y que sirve para planear todas las labores técnicas, educativas y operativas del Servicio de Extensión.

En 2016 se implementaron diversos avances e innovaciones en el SICA web relacionadas con:

Reportes inteligentes: reportes a la medida con información sobre ejecución de labores de aplicación y educación que realiza el Servicio de Extensión, para evaluar y hacer seguimiento detallado a las metas propuestas por cada Comité en el Cuadro de Mando Integral.

TIC's para actualización del SICA: Desde 2017 los extensionistas podrán hacer actualizaciones del SICA directamente desde las fincas a través de TICs, gracias a la adquisición de 500 tabletas con sistema operativo Android diseñadas para trabajar en campo en condiciones extremas y de manera desconectada. Con el apoyo de la Fundación Manuel Mejía (FMM) se diseñó un curso virtual para extensionistas sobre el uso de la aplicación en estas tabletas.

En 2017 se realizará la segunda

fase del proyecto, con la compra de 500 tabletas más que permitirán completar la dotación a todo el equipo de extensionistas en el país.

Actualización de información

Desde finales de 2016 y hasta mediados de 2017, se actualizará la información de unas 50.000 fincas distribuidas en todos los departamentos cafeteros, proceso que incluye el trabajo en campo para verificar la ubicación de las fincas, así como la información básica de los caficultores y los atributos y ubicación de cada uno de los lotes de café.

Aplicación para documentar sistemas de beneficio

Se creó un módulo para que los extensionistas agreguen información sobre la ubicación geográfica y las características del sistema de beneficio en finca, que permite clasificar los beneficiaderos de acuerdo con el consumo de agua (recibo, despulpado, lavado) y el manejo de los subproductos. Entre mayo y octubre se ha registrado la infor-

mación de más de 14 mil beneficiaderos en el país, lo que permitirá calcular indicadores de demanda biológica de oxígeno y sólidos suspendidos totales.

Imágenes satelitales y aerofotografía

Este año adquirió más material aerofotográfico a color de alta resolución, llegando a un cubrimiento del 85,7% del total de la zona cafetera con imágenes recientes de alta resolución que facilitan la actualización y permiten obtener mayor precisión y calidad del dato registrado en el SICA.

Soporte tecnológico

Para asegurar la continuidad de la operación del SICA ante una contingencia, se diseñó una solución de recuperación ante desastres en un sitio alternativo de procesamiento (DRS- Sitio Alternativo de Recuperación de Desastres) cuya adquisición e implementación quedará antes de finalizar el año, con el fin de brindar un tiempo de restablecimiento de los servicios (RTO) de máximo 4 horas y un tiempo máximo de pérdida de información (RPO) de 30 minutos.

Premio Corona

Pro-hábitat vivienda rural cafetera en los departamentos de Antioquia, Huila y Magdalena



Valor del Convenio: \$272 millones

Convenio FNC-DAP

(Fondo de Programas Especiales para la Paz) Obras de mantenimiento y conservación de 20,2 km de la vía Gaitanía – Puente Vereda Villanueva. Planadas – Tolima.

Estudios y diseño Puente Vereda Villanueva



Valor del Convenio: \$267 millones

Operador Zonal de vivienda

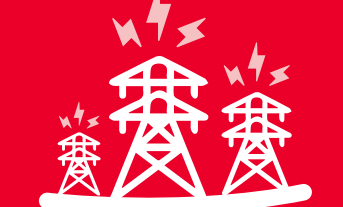
“Programa nacional de reubicación y reconstrucción de viviendas para la atención de hogares damnificados por los eventos derivados del fenómeno de la niña 2010 -2011” en 12 departamentos cafeteros del país



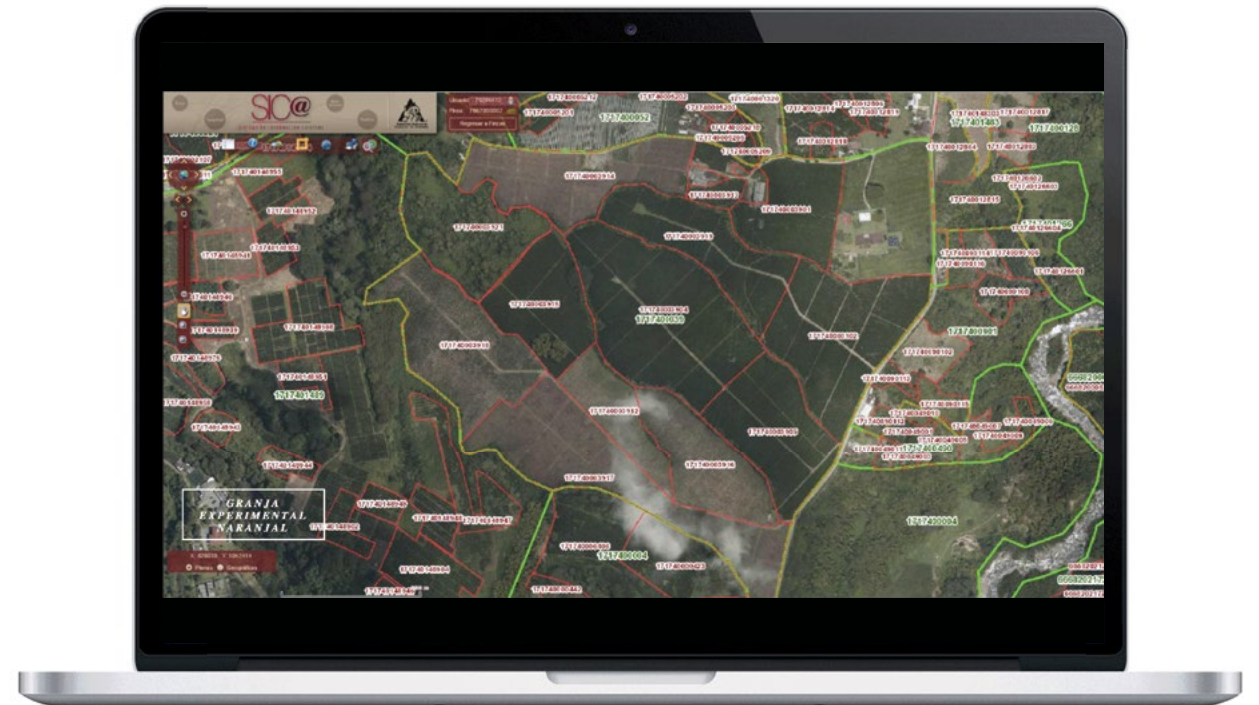
Valor del Contrato: \$3.271 millones

Cooperación y asistencia técnica

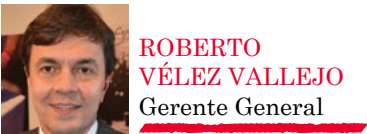
Entre el Departamento para la Prosperidad Social y la Federación para ejecutar proyectos de infraestructura en 12 departamentos cafeteros del país.



Vial: \$19.249 millones
Social comunitario: \$4.585 millones
Saneamiento básico: \$2.308 millones
Electrificación Rural: \$67 millones



Resultado neto del FoNC fue de \$91 mil millones



El Fondo Nacional del Café (FoNC), mecanismo que financia los bienes y servicios públicos que benefician al conjunto de los caficultores del país, mejoró sustancialmente su solvencia financiera este año, gracias no sólo a la contribución cafetera que lo nutre principalmente, sino al buen desempeño de la actividad comercial de la Federación y de la fábrica de café liofilizado Buencafé.

Mecanismo único en su tipo, el FoNC es la principal fuente de financiamiento de bienes y servicios públicos tan valorados por los productores como la garantía de compra, la investigación científica y el desarrollo tecnológico, la asistencia técnica, actividades de promoción y publicidad de Café de Colombia que contribuyen a su posicionamiento en el mercado global, e inversión social, entre otros.

El FoNC es el principal activo institucional de los cafeteros y asegurar una operación estable, con resultados financieros positivos, es un imperativo para garantizar su sostenibilidad y la continuidad de los servicios que financia.

A septiembre, el resultado neto depurado del FoNC fue de \$91 mil millones, el patrimonio alcanzó su nivel más alto en los últimos 15 años, al llegar a \$1.165 millones, y el nivel de endeudamiento está totalmente respaldado en activos de rápida realización.

El funcionamiento del FoNC se detalla mejor por medio de sus tres principales actividades: institucional, comercial y Buencafé.

Contribución cafetera de \$311 mil millones, la más alta en 14 años

Al cierre de 2016, la contribución cafetera, el principal ingreso de la actividad institucional (y que depende del volumen exportado y la tasa de cambio), se estima en cerca de \$311 mil millones (su nivel más alto desde 2002).

El ingreso por contribución cafetera aumentó 11% gracias a la gestión de coberturas de tasa de cambio, lo que permitió abrir un espacio presupuestal de \$23 mil millones para el programa de Reactivación Cafetera.

Además, el FoNC espera recibir \$14 mil millones en recursos de regalías por el uso de las marcas. Con la creciente provisión de bienes y servicios públicos, a sep-

tiembre la actividad institucional registró un déficit de \$17 mil millones, diferencia que fue cubierta ampliamente con los buenos resultados de la actividad comercial y de Buencafé que se desglosan más abajo.

La deuda institucional del FoNC se redujo 82%, al pasar de US\$146 millones en 2012 a US\$26 millones en 2016.

Actividad comercial deja utilidad neta de \$36 mil millones

El margen operacional de la actividad comercial se mantiene en valores positivos. Para 2016 se proyecta en 3,7% gracias a una estrategia que equilibra el libro de ventas a corto plazo, trasladando el riesgo de diferencial al cliente final y ampliando la participación de los cafés especiales (de creciente demanda), entre otras medidas.

A septiembre, la utilidad neta depurada de la actividad comercial fue de \$36 mil millones.

El cupo de líneas de crédito del FoNC aumentó 6%, lo que refleja una mejor percepción de riesgo por parte de las entidades financieras y respaldo de liquidez para la garantía de compra.

Buencafé cerraría con ventas récord de 11 mil toneladas

A septiembre, la fábrica alcanzó un volumen de ventas de 8 mil toneladas y se espera que cierre el año con 11 mil toneladas, cifra record desde su creación en 1973.

El margen operacional de Buencafé terminará el año sobre los \$100 mil millones, también el más alto de su historia.

La fábrica ya emplea 90% de su capacidad instalada y hay perspectivas de ampliación ante la creciente demanda global de café liofilizado.

.....
A **cierre de 2016, la contribución cafetera, el principal ingreso de la actividad institucional (y que depende del volumen exportado y la tasa de cambio), se estima en cerca de \$311 mil millones (su nivel más alto desde 2002).**
.....

.....
A **septiembre, el resultado neto depurado del FoNC fue de \$91 mil millones, el patrimonio alcanzó su nivel más alto en los últimos 15 años, al llegar a \$1.165 millones, y el nivel de endeudamiento está totalmente respaldado en activos de rápida realización.**
.....



