



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

Comportamiento de la

Industria Cafetera Colombiana 2018



Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2018



Comportamiento de la industria cafetera colombiana 2018

En este informe se presentan los hechos más relevantes del mercado del café durante 2018, así como las principales acciones y programas desarrollados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) en su condición de administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC) y como organización representativa de los productores de café en Colombia.

1. MERCADO CAFETERO MUNDIAL

1.1. Balance cafetero mundial

- **Producción mundial de café**

La producción mundial de café en el año cafetero 2017/18 aumentó 9,3% respecto al año inmediatamente anterior, al alcanzar 170,2 millones de sacos. Este incremento obedeció principalmente a la mayor producción de Brasil, que estaba en año bienal alto y las buenas condiciones climáticas, y a la recuperación de la producción de Vietnam. Según la consultora LMC, la producción de Brasil creció 20%, para un nivel de 61,9 millones de sacos, de los cuales 71% correspondieron a café arábica (12% más) y el 29% a café robusta, 44% más que el año anterior. En Vietnam la producción se calcula en 29,5 millones de sacos, 13,5% más que el año anterior. En contraste, Colombia y Honduras disminuyeron su producción en 5,6% y 3,9% respecto al periodo anterior.

Cuadro 1. Balance mundial cafetero

Año cafetero 2013/2014 – 2018/2019*

Millones de sacos de 60 kg

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19*
Producción	147	150	158	156	170	167
Brasil	51	51	56	52	62	59
Vietnam	28	27	28	26	30	31
Centroamérica	16	16	17	20	20	19
Otros	53	55	58	59	58	59
Consumo	147	150	154	158	161	165
Productores	43	44	46	47	48	50
Importadores	104	106	109	111	113	116
Balance	-1	0	4	-2	9	3

(*) Estimado

Fuente: J. Ganes Consulting enero 2019, LMC diciembre 2018

- **Consumo mundial**

Por su parte, el consumo mundial fue de 161,4 millones de sacos en 2017/18, 2,2% más que el año anterior. Este crecimiento fue impulsado por la demanda en países productores como Brasil, Indonesia y Colombia. Así, el consumo en países productores creció en el último año cafetero 2,6%, y alcanzó una demanda de 48,4 millones de sacos, mientras que en los países importadores el crecimiento fue de 2,0%, con 113,4 millones de sacos para el periodo 2017/18. Como resultado, para el año cafetero 2017/18 se registró un balance superavitario de 8,8 millones de sacos, una

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

disminución de los inventarios mundiales de café de 8,6%, para un stock final de 29,4 millones de sacos.

Según las proyecciones de LMC y la Organización Internacional del Café (OIC), se espera que para el periodo 2018/19 la producción mundial de café se reduzca en 1,7% y alcance los 167,3 millones de sacos, de los cuales Brasil aportaría 58,6 millones de sacos, Vietnam 30,5 millones y Colombia 14 millones de sacos. En contraste, se estima un aumento del 2,7% en el consumo de los países productores, mientras que el consumo en los países importadores crecería 1,9% frente a los niveles de 2017/18, un crecimiento del consumo mundial del 2,0%. Así las cosas, el consumo mundial alcanzaría 165,6 millones de sacos. En consecuencia, el balance entre producción y consumo sería superavitario en 2,7 millones de sacos y los inventarios totales llegarían a 32,8 millones de sacos incrementándose en 11,6% al finalizar el año 2018/19.

- **Exportaciones mundiales de café**

Las exportaciones mundiales mantuvieron su dinámica al crecer 2% en el acumulado entre octubre de 2017 y septiembre de 2018. Según la OIC, en este periodo las exportaciones pasaron de 119,5 millones de sacos a 121,9 millones de sacos en 2017/18, de los cuales 64% corresponde

a café arábigo (76,6 millones de sacos), a pesar de la disminución en exportaciones de países como Colombia, volumen que fue compensado con mayores exportaciones de los países centroamericanos, en particular Honduras. En contraste, las exportaciones de café robusta (con una participación de 36%) fueron 45 millones de sacos, un incremento de 4% por la recuperación de la producción de Vietnam y Brasil. Por tipo de café, en el periodo de referencia las exportaciones de arábigos de Brasil representaron 27% del total de exportaciones mundiales, seguidas de 23% de "otros suaves" y 12% de suaves colombianos.

Cuadro 2. Exportaciones mundiales de café verde

Año cafetero 2016/2017– 2017/2018

Miles de sacos de 60 kg.

Exportador	2016/2017	2017/2018	Participación 2017/2018	Variación% 2016/17-2017/18
Arábicas	76.080	76.664	64%	1%
Suaves - Colombianos	14.674	13.969	12%	-5%
Colombia	13.488	12.725	11%	-6%
Otros suaves	27.246	28.203	23%	4%
6 países*	17.271	18.186	14%	5%
Brasil y otros arábicas	34.159	34.492	29%	1%
Brasil Arábicas	31.687	30.536	27%	-4%
Robustas	43.440	45.215	36%	4%
Vietnam	23.540	28.640	20%	22%
Brasil robustas	244	1.801	0%	637%
Total	119.520	121.879	100%	2%

(*) Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Nicaragua

Fuente: OIC

- **Precio internacional del café**

En lo corrido del año, el precio internacional de café para los arábigos, que es transado en la Bolsa de Nueva York, ha registrado una caída sistemática, tocando niveles máximos de 130,2 centavos de dólar por libra (¢/lb) a principios del año, para luego caer a diciembre niveles de un dólar por libra, el más bajo desde 2006, lo que significa que en promedio se redujo 29% entre enero y diciembre de 2019.

En el primer trimestre de 2018, el precio del café arábigo marcó una tendencia a la baja influido por el panorama técnico, la depreciación del real y el aumento en las estimaciones de algunos actores sobre las exportaciones de Brasil. Sin embargo, para finales de mayo el Contrato C reaccionó hasta llegar a los 123,7 ¢/lb como consecuencia de la huelga de transportadores en Brasil, la cual generó escasez de alimentos básicos y retrasos en el envío de las exportaciones. A partir de junio, el precio del café aceleró esta tendencia bajista hasta llegar a niveles de 92 ¢/lb a mediados de septiembre, generada por la depreciación del real, dada la incertidumbre política en Brasil por las elecciones presidenciales de octubre. Además, el aumento en los pronósticos de la cosecha para Brasil y la ola especulativa que generó la mayor posición neta corta de la historia (133.412 contratos) de la bolsa de café en NY por cuenta de los

especuladores que apostaron a una mayor caída del precio en los siguientes meses.

A finales de octubre, los futuros de café arábica presentaron una recuperación por el repunte del real brasileño a causa del triunfo de Bolsonaro en las elecciones presidenciales en Brasil. Ello frenó las ventas internas de café en ese país, presionando al alza el Contrato C.

Figura 1. Precio de la bolsa
Enero 2014 – diciembre 2018



Fuente: OIC

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

1.2. Balance cafetero colombiano

• Producción

El volumen producido en el año 2018, cerró en 13,6 millones de sacos, resultado de un desarrollo tardío de frutos. Sin embargo, pese a la menor producción, gracias a las favorables condiciones climáticas, la calidad del grano se vio favorecida, manteniendo el factor de rendimiento en trilla en 76,9, lo que se tradujo en una menor oferta de café de calidades inferiores.

Cuadro 3. Balance Cafetero – Colombia

2014-2018

Millones de sacos de 60 kg.

Año	2014	2015	2016	2017	2018
1. Producción e Importaciones	12,5	14,4	14,5	14,6	14,5
Producción	12,1	14,2	14,2	14,2	13,6
Importaciones ⁽¹⁾	0,4	0,2	0,3	0,4	0,9
2. Expo y Consumo Int.	12,5	14,2	14,6	14,6	14,6
Exportaciones	11,0	12,7	12,9	13,0	12,8
Consumo interno	1,5	1,5	1,7	1,7	1,8
3. Balance	0,0	0,2	-0,1	0,0	-0,1

Fuente: Fuente: FNC y (1) DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

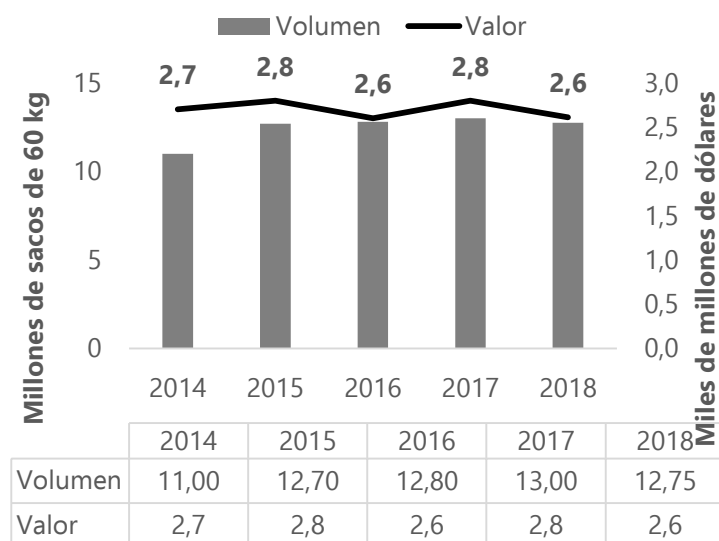
El valor de la cosecha cafetera para el año 2018 alcanzó los \$6.24 billones, 17% menos que el año anterior, debido a la caída del precio internacional y a la reducción de la producción en 4,5%.

• Exportaciones

La menor producción nacional tuvo efectos sobre las exportaciones, que alcanzaron 12,8 millones de sacos, una caída de 1,8% frente a los 13 millones de sacos exportados en el mismo periodo anterior. Parte de la demanda externa tuvo que ser satisfecha recurriendo a inventarios, que disminuyeron 4,6% para cerrar el año cafetero en 1,16 millones.

Figura 2. Volumen y valor de las exportaciones de Café de Colombia

2014-2018



Fuente: FNC

Cuadro 4. Exportaciones colombianas según destino

Millones de sacos de 60 kg.

2015-2018

País / Año	2015	2016	2017	2018	Var. % 2017/18
Europa	3,9	4,0	3,6	3,4	-7%
Alemania	1,1	1,25	1,03	1,02	0%
Bélgica	0,9	0,7	0,6	0,6	-3%
Italia	0,3	0,4	0,3	0,3	-14%
Reino Unido	0,3	0,4	0,3	0,3	-18%
España	0,3	0,3	0,3	0,3	-8%
Finlandia	0,3	0,3	0,3	0,3	11%
Francia	0,1	0,2	0,2	0,1	-34%
Suecia	0,2	0,2	0,1	0,1	-36%
Países Bajos	0,1	0,1	0,1	0,1	10%
Otros Europa	0,3	0,3	0,3	0,3	0%
Norteamérica	6,1	6,1	6,6	6,7	1%
Estados Unidos	5,3	5,3	5,7	5,7	0%
Canadá	0,8	0,8	0,9	0,9	7%
Asia	1,7	1,7	1,7	1,5	-9%
Japón	1,3	1,22	1,24	1,07	-13%
Corea del sur	0,3	0,5	0,5	0,5	5%
Otros	1,0	1,0	1,1	1,2	6%
Total	12,7	12,8	13,0	12,8	-2%

Fuente: FNC

• **Consumo**

El consumo interno fue de 1,8 millones de sacos, presentando un aumento de 3% en el último año. Este se compone principalmente de las importaciones que aumentaron 162%, pasando de 400 mil sacos en 2017 a 1,05 millones en 2018, de los cuales 37% es café de Perú, 26% de Brasil, 26% de Honduras, 6% de Ecuador y el restante de otros orígenes.

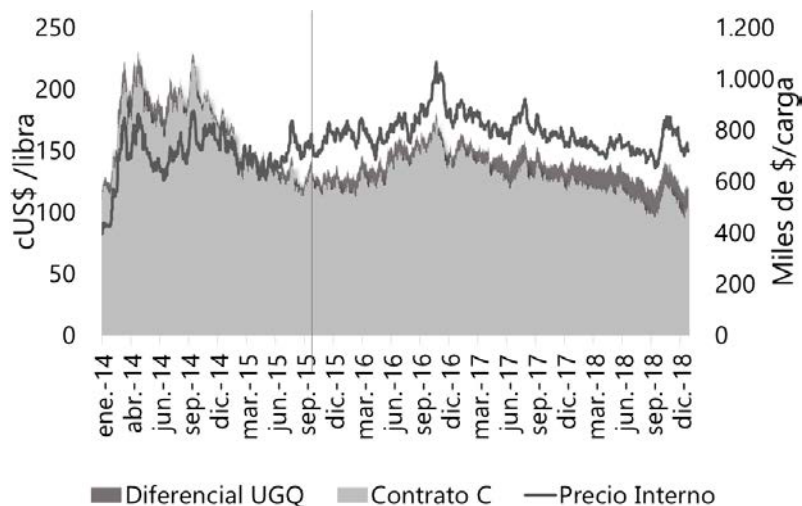
• **Precio interno del café**

En 2018, el precio interno de café registró una tendencia a la baja hasta septiembre que alcanzó un mínimo de \$660.000 por carga de 125 kg, para luego mostrar una recuperación en el último trimestre, dando un promedio anual de \$741.000 por carga de 125kg, lo que significa una caída del 9,4% respecto al precio promedio del año anterior (\$818 mil/carga).

Esta tendencia a la baja se presenta desde noviembre de 2016, cuando se ajustaron las expectativas de una mayor oferta del grano debido a la mejora de las perspectivas meteorológicas en Brasil para la cosecha 2017/18 y la recuperación de la cosecha en Vietnam.

Ante este panorama y la volatilidad del peso colombiano con respecto al dólar en lo corrido del año, el precio interno del café presentó niveles de volatilidad que oscilan entre \$653.000 y \$855.000 por carga, con una volatilidad media de 5%, es decir que en promedio los precios diarios varían 5% respecto al precio promedio.

Figura 3. Comportamiento del precio interno del café
2014-2018



Fuente: FNC

Con respecto a la Tasa de Cambio, en lo corrido de 2018 fluctuó entre los \$2.700 y \$3.300. Durante los primeros meses del año se mantuvo sobre los \$2.850, influida por el comportamiento de los precios del petróleo por cuenta de las tensiones geopolíticas en Medio Oriente, que suponen un riesgo en la oferta del crudo y las expectativas de posibles sanciones estadounidenses a Irán. Esta alta correlación con los precios del petróleo llevó a que el peso se apreciara hasta

niveles de \$2.705 en abril, los más bajos desde mediados de 2015.

En mayo se acentuó la devaluación del peso colombiano, impactado por tensiones económicas globales como la guerra comercial entre Estados Unidos y China, la incertidumbre de los mercados emergentes ante la crisis financiera de Turquía y las dificultades de Argentina de tener un programa de estabilización de su economía creíble. Así, la tasa de cambio peso/dólar superó en octubre los 3.100 por dólar. Situación que se mantuvo hasta finalizar el año, en razón a que los anuncios de la FED de subir las tasas de interés y el cierre del Gobierno estadounidense, al no ser aprobada la financiación legislativa del siguiente periodo fiscal.

El diferencial del café colombiano (UGQ) tuvo una menor incidencia en el precio interno del café con respecto a las otras dos variables mencionadas, oscilando entre los 14,5 ¢/lb y 22 ¢/lb, según el reporte Complete Coffee Coverage. En el primer semestre, el diferencial colombiano tuvo un comportamiento estable alrededor de los 16-17 ¢/lb por cuenta de especulaciones en torno a la oferta de café, pues algunos reportes exponían su preocupación por la disminución del 20% en la cosecha del Eje cafetero y Antioquia y retraso en la

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

mitaca. Para el segundo semestre, el diferencial ha fluctuado alrededor de 17- 22 ¢/lb.

Este incremento para finales de septiembre fue sobre todo consecuencia de la retención de café por los productores ante la fuerte caída en el precio internacional y la expectativa de que el gobierno nacional estableciera un apoyo monetario que compensara el menor precio.

2. SOSTENIBILIDAD Y RENTABILIDAD DEL CULTIVO

2.1. Producción y productividad

La FNC, por medio de la Gerencia Técnica y el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), continuó desarrollando la estrategia “Más agronomía, más productividad” que consiste en promover, mediante el Servicio de Extensión, las mejores prácticas agronómicas para cada lote o cultivo de café. La estrategia abarca ocho prácticas claves para lograr sistemas productivos resistentes, resilientes y rentables, estas son: Sembrar variedades con resistencia durable a la roya del cafeto. Utilizar colinos de café de origen conocido. Sembrar o renovar los cultivos en las épocas correctas. Establecer la densidad de siembra óptima. Definir ciclos de renovación para mantener el cultivo joven. Adecuar la luminosidad del cultivo a las condiciones de la zona. Corregir la acidez del suelo ajustándola al cultivo de café. Fertilizar adecuadamente los cafetales.

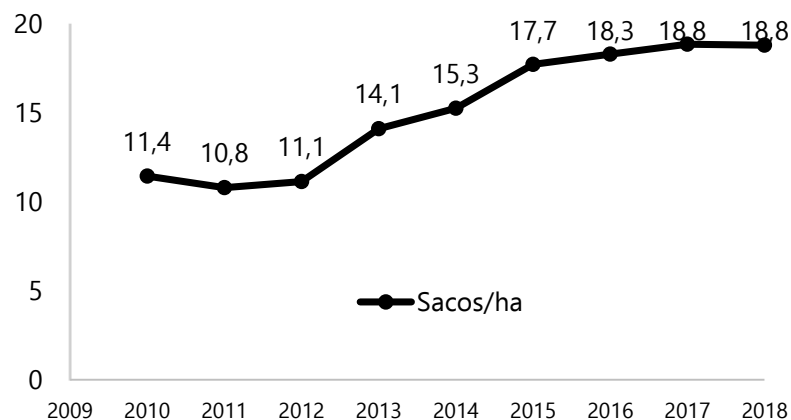
- **Estructura productiva**

La edad promedio de los cafetales se redujo a 6,8 años, mientras que en 2010 era de 10,8 años, una reducción de 37%

(4 años). La densidad de siembra fue de 5.211 árboles por hectárea en promedio, mientras que en 2010 era de 4.789 árboles, un aumento neto de 407 árboles por hectárea (8,8% más), logro fundamental dado que la densidad es la variable más determinante en la productividad del café.

Los esfuerzos institucionales, derivados de las directrices de los Congresos Cafeteros, han dinamizado la investigación, transferencia y fomento de la adopción de variedades resistentes a la roya, acciones que dan por resultado más áreas sembradas con estas variedades: 81% de los cafetales están sembrados con variedades resistentes, un aumento constante en los últimos años. Con una productividad de 18,8 sacos de 60 kg de café verde por hectárea, entre 2010 y 2018, este indicador aumentó 6,8 sacos por hectárea (57%) gracias a todos estos esfuerzos agronómicos.

Figura 4. Comportamiento productividad
2010-2018



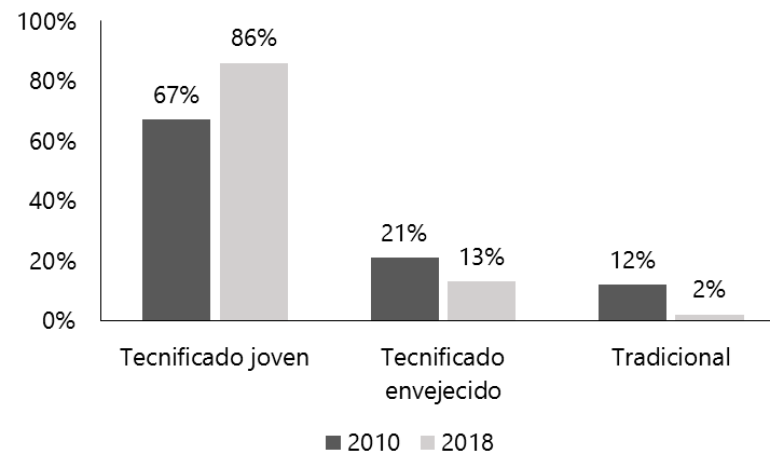
Fuente: FNC

A diciembre de 2018, la caficultura colombiana alcanzó los 4.571 millones de árboles de café en más de 877 mil hectáreas, en 600 municipios del país, área distribuida entre 541 mil productores (660 mil fincas). Así, el tamaño promedio de cada finca es de 1,3 hectáreas en café y cada caficultor, en promedio, cultiva 1,6 hectáreas, lo que confirma que la caficultura colombiana sigue siendo de pequeños productores.

Del área cultivada en café, para 2018, el 86% correspondió a cafetales tecnificados jóvenes, 13% a tecnificados envejecidos

y solo 2% a caficultura tradicional, gracias en buena medida al esfuerzo en los últimos años de los propios caficultores, con el apoyo del Servicio de Extensión de la FNC.

Figura 5. Parque cafetero
2010-2018



Fuente: FNC

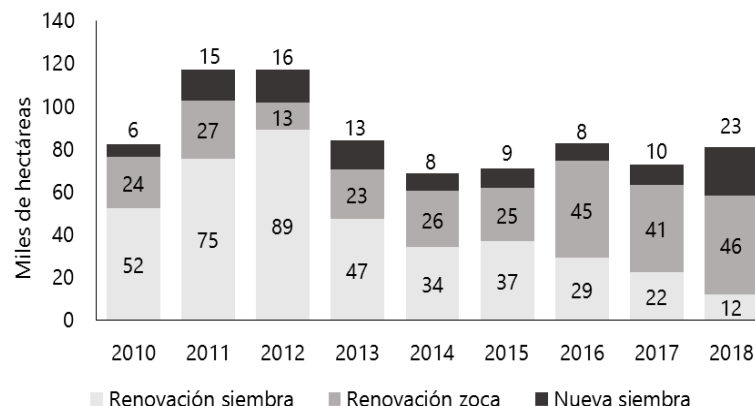
Renovación de cafetales

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

Vale la pena recordar que la renovación puede hacerse por siembra o zoca a lotes tecnificados, o por siembra a lotes tecnificados envejecidos o tradicionales. La renovación también se da por nuevas siembras. La dinámica mostrada en esta actividad en los últimos años, le permitió a Colombia tener la caficultura potencialmente más productiva de su historia gracias a la implementación de prácticas como la renovación de cafetales con variedades resistentes, la disminución de la edad promedio de la caficultura y el incremento en la densidad de siembra.

Como resultado, durante 2018 se renovaron 82 mil hectáreas de café en el país, cifra 12,8% superior a la reportada en 2017. De estas, 12.259 hectáreas corresponden a nuevas siembras (15%), renovaciones por zoca: 46.485 hectáreas (56,5%) y renovación por siembra 23.455 hectáreas (28,5%). De esta forma, en los últimos cinco años se han renovado 374.584 hectáreas, el 43% del parque cafetero, con un promedio anual de 75 mil hectáreas. El efecto de una adecuada renovación no solamente es estabilizar la producción sino también los ingresos de la familia cafetera en el largo plazo.

Figura 6. Renovación de cafetales
2010-2018



Fuente: FNC

- **Servicio de Extensión**

Durante 2018, la labor formativa de los extensionistas alcanzó una cobertura de 586.465 contactos con caficultores atendidos de forma individual, lo que incluyó 382.367 visitas a finca y 204.098 visitas recibidas en oficina. Este contacto directo con el productor busca solucionar y atender sus problemas y necesidades particulares.

En cuanto a metodologías grupales, el Servicio de Extensión reportó 46.037 eventos con 612.445 cafeteros atendidos (13,3 participantes por actividad). El método grupal más utilizado

fue la reunión, con 24.775 eventos y 302.043 cafeteros atendidos (12,1 participantes por actividad).

Las metodologías grupales buscan llegar al mayor número posible de cafeteros con un marcado propósito formativo: brindar información, motivar la adopción de innovaciones tecnológicas, permitir la adquisición de destrezas y/o competencias, y brindar conocimientos sobre prácticas y labores del cultivo.

En los dos últimos años se han caracterizado beneficiaderos para conocer el estado de su infraestructura. En 2018 se visitaron 47.161 fincas, un cumplimiento de la meta propuesta para este año del 112%.

El Servicio de Extensión sigue acompañando y asesorando a los caficultores que hacen parte de los diferentes sellos o códigos de conducta en la categoría de cafés sostenibles. De cara a eventuales auditorías externas, los caficultores reciben instrucción sobre las acciones necesarias para cumplir con los diferentes estándares. En 2018, el Servicio de Extensión realizó 1,2 millones de contactos, tanto individualmente como en actividades grupales.

Programa de Gestión Empresarial: Este programa de la FNC busca fortalecer la capacidad empresarial de los caficultores en el manejo eficiente de la finca, para que puedan autogestionar sus empresas, ser viables económicamente y permanecer en el negocio cafetero. En 2018 se brindó capacitación grupal a 73.780 caficultores en tres acciones formativas (diagnóstico finca, plan de renovación e Indicadores Técnicos Económicos de la Caficultura), mediante cuatro visitas al año, para fortalecer la información de costos de la empresa y que el caficultor se referencie competitivamente con otros similares.

2.2. Programas de crédito y financiamiento cafetero

- **Banco Agrario**

En 2018, bajo el marco del convenio suscrito con el Banco Agrario para financiar proyectos de caficultores, se desembolsaron recursos por \$15.937 millones pertenecientes a 3.518 créditos, bajo las líneas de crédito de beneficiaderos, renovación por siembra, renovación por zoca y de sostenimiento.

El programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF) acumuló 233.538 créditos por \$1.089 millones en sus diez años de vigencia con el Banco Agrario, de los cuales a 2018 el 92,4% de los créditos se encuentran al día y el 7,6% están en

mora con un saldo vencido de \$78.743 millones distribuidas en 17.793 créditos, lo que significa un Índice de Cartera vencida (ICV) de 7,2%.

- **Finagro**

Durante el año 2018, se otorgaron 42.908 créditos para café por valor de \$336.981 millones en las diferentes líneas de crédito para pequeños, medianos y grandes productores en condiciones Finagro, los cuales fueron tramitados a través del Banco Agrario y otras entidades financieras. Del total del valor otorgado para café, el 67% corresponden a colocaciones para el cultivo, especialmente para siembra de café y renovación de cafetales por siembra o zoca. El 16,3% de los créditos se dirigió para sostenimiento de café y el 16,2% restante para proyectos de infraestructura productiva.

Cuadro 5. Número de créditos y valor por línea de crédito de FINAGRO

Destino de Crédito	No. Créditos	Valor del credito (Millones de pesos)
Sostenimiento	11.751	\$ 55.073
Café Tradicional	733	\$ 3.313
Café Tecnificado	11.016	\$ 51.739
Café Control broca	2	\$ 21
Cultivo	25.949	\$ 227.142
Siembra de café	19.060	\$ 155.084
Renovación de cafetales	2.945	\$ 32.139
Renovación de Cafetales envejecidos	1.439	\$ 10.188
Café Especial	15	\$ 116
Café renovación zoca	2.462	\$ 29.126
Mejoramiento cafetales	28	\$ 439
Infraestructura	5.208	\$ 54.765
Beneficiaderos de Café	4.853	\$ 50.691
Reparación beneficiaderos	355	\$ 4.071
Total	42.908	\$ 336.981

Fuente: Finagro

- **Programa de apoyo a la Renovación de Cafetales**

Para mantener la productividad de la caficultura es necesario renovar unas 90 mil hectáreas al año, ya que el cafeto envejece y va perdiendo su capacidad de formar ramas y nudos nuevos. El Programa nacional de Apoyo a la Renovación de Cafetales incentiva esta práctica vía apoyo en especie (fertilizantes) para los caficultores. Con este programa se podría alcanzar 253 millones de árboles renovados por siembra o zoca durante su vigencia. Bajo el programa, se entrega un apoyo para compra

de fertilizante de \$150 pesos por cada sitio de café renovado por siembra o zoca una vez el caficultor lo demuestre.

En 2018, se presupuestaron \$38.021 millones para el apoyo en la fertilización de 253 millones de árboles, de los cuales se verificaron 249 millones por valor de \$37.290 millones, lo que significa un alcance del 98%.

Cuadro 6. Renovación de cafetales

Programa	Presupuesto	Ejecución (Millones de \$)
Número de árboles	253	249
Recursos Iniciales	\$ 38.021	\$ 37.290
Cumplimiento	98,08%	

Fuente: FNC, Gerencia Técnica

2.3. Avances técnicos

- **Derribadora Brudden DSC-18**

Resultado de varios años de estudio y de rigurosas pruebas y ensayos en diferentes zonas cafeteras del país, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), por medio de su brazo científico, el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), presentó ante un grupo de más de 300 cafeteros de todo el país la derribadora Brudden DSC-18, que optimiza sustancialmente la recolección del grano.

Este desarrollo tecnológico, un hito en el sector cafetero mundial, es resultado del incansable trabajo de la Federación para reducir costos de recolección por kilogramo de café cereza, requerir menos mano de obra y así mejorar la rentabilidad de los productores. Con base en cálculos preliminares y rigurosas mediciones, incluida la optimización de tiempos, con la derribadora Brudden DSC-18 el caficultor puede recolectar en promedio 50% más café que por el método tradicional de cocos, lo que significará un menor costo por kilogramo de café cereza recolectada. Este incremento varía dependiendo de la habilidad del operador de la máquina. Requerir menos mano de obra, algo clave sobre todo en épocas de escasez, es una gran ventaja de la derribadora para el productor.

Al igual que con el uso de lonas en el piso presentadas recientemente, los innovadores métodos de recolección puestos a disposición de los productores por Cenicafé requieren nuevas prácticas y cultura laboral para sacarles el máximo provecho, lo que incluye retención de pases de cosecha y trabajo de los recolectores en equipo, las llamadas "pachas".

La derribadora Brudden DSC-18 es fruto del trabajo conjunto del equipo científico de Cenicafé, especialmente de la

disciplina de postcosecha (quienes por años se han dedicado a optimizar métodos de recolección), y el equipo de la empresa Brudden de Brasil, con más de 35 años de experiencia en la fabricación de equipos agrícolas del más alto nivel. En los dos últimos años, miembros de Cenicafé y Brudden dedicaron horas de trabajo, ensayo y error, y adecuaciones a la topografía colombiana y a la fisiología del café arábigo hasta lograr entregar a satisfacción un equipo óptimo que reducirá los costos de producción del café, donde la mano de obra es la variable de más peso.

El costo aproximado del nuevo equipo es \$1.600.000 y se ofrecerá inicialmente a través de Agrocafé. Tomando en cuenta el ciclo de vida del equipo, los ahorros en mano de obra y los menores costos de recolección compensarán ampliamente la inversión inicial que haga el caficultor.

En la misma línea de reducir los costos de producción y elevar la rentabilidad del caficultor, en agosto la FNC entregó otra de las innovaciones desarrolladas por Cenicafé, las lonas en el piso, que aumentan la recolección de café entre 23% y 45%. En la caficultura colombiana (cuyos inicios se remontan a más de 200 años), la herramienta más usada para recolectar café han sido los "cocos", pero la escasez de mano de obra y la necesidad de mejorar la rentabilidad del productor han hecho

que Cenicafé haya direccionado sus investigaciones a este sentido.

- **Plataforma Agroclimática**

La Plataforma Agroclimática permite a los caficultores tomar decisiones ante la variabilidad climática. Este desarrollo de Cenicafé cuenta con información actualizada de las condiciones meteorológicas y geográficas de cada región, con indicadores del estado del tiempo como humedad relativa, temperatura del aire, niveles de lluvia, radiación solar y presión atmosférica, y permite conocer la probabilidad de que se presenten Fenómenos como La Niña, El Niño o si la condición climática es neutra. Toda esta información es divulgada directamente en la plataforma (agroclima.cenicafe.com), en los boletines meteorológicos diarios y en los boletines agrometeorológicos mensuales.

- **Información meteorológica**

En 2018 se realizaron actividades e investigaciones dirigidas a continuar el registro y control de calidad de información histórica recopilada por medio de la red meteorológica cafetera (195 estaciones convencionales y 137 automáticas); se consolidó, estructuró y normalizó la fuente de información asociada al criterio de Zonificación Agroecológica cafetera (ZAE) en escenarios de variabilidad para el Huila; y se desarrolló una aplicación que combina procesos automáticos

y verificación experta para el control de calidad de la información diaria.

2.4. Estado fitosanitario de la caficultura

Los niveles de infección por roya se mantienen en promedio por debajo de 5%, según el sondeo realizado en noviembre: 85,8% de los lotes con variedades resistentes tienen una infección menor a 5%, fluctuando en los departamentos entre 56,6% y 100% de lotes. El 10,4% de los lotes tiene una infección entre el 5 y 15%; el 3,1% de los lotes tienen una infección mayor del 15% y menor del 30%; el 0,7% de los lotes tienen una infección mayor del 30% y exceptuando Antioquia, no hay lotes con una infestación mayor del 60%.

En los lotes sembrados en variedades susceptibles, solo el 38,9% de los lotes tiene una infección menor del 5%, fluctuando a través de los departamentos entre 0 y 100%. Lo cual indica la importancia de renovar con variedades resistentes. Igualmente, en lo corrido de 2018, el Servicio de Extensión mantuvo a los caficultores atentos, dado que la incidencia de roya puede aumentar según la fisiología de la planta y el clima favorable para el desarrollo de la enfermedad, la cual requiere un manejo oportuno, especialmente en cultivos entre los 5 y 7 años que han sido deficientes en

manejo y fertilización y con densidades altas, donde la enfermedad es más severa.

Los niveles de infestación de broca en Colombia se mantuvieron bajo control, según la última evaluación de campo realizada en noviembre de 2018: 2,3% en promedio; 68% de los lotes tienen una infestación menor a 2%; 20,6% de los lotes entre el 2% y 5% de infestación; 8% de los lotes entre 5,1 y 10,0% de infestación, y apenas 3,5% de los lotes con más de 10% de infestación. Sin embargo, durante 2018 el Servicio de Extensión continuó con su labor de alertar y dar recomendaciones a los caficultores, dadas las condiciones climáticas frente a una posible amenaza de broca en Colombia.

Los mayores esfuerzos de control se dirigieron a las zonas cafeteras de menor altitud y mayor temperatura, especialmente en Caquetá, Quindío y Valle del Cauca. Por los registros históricos de ataques en otros departamentos, Caldas, Antioquía, Tolima y Risaralda también deberán estar atentos.

- **Sistema de Alertas Tempranas**

Como su nombre lo indica, el Sistema de Alertas Tempranas busca alertar a los caficultores sobre todo lo relacionado con

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

el cultivo del café, incluidas las épocas oportunas para labores agronómicas de cosecha y postcosecha según la zona cafetera de la finca y la manera más adecuada y económica de realizarlas. Además, informa al caficultor sobre la evolución de los problemas fitosanitarios que muestren incrementos en sus niveles de ataque, lo que le permite estar atento a la presencia de plagas y enfermedades en sus cafetales, y si estas llegasen a presentarse pueda hacer los controles adecuados al inicio del ataque para que no se presenten niveles de daño económico con sus consecuentes sobrecostos.

Para ello se monitorea constantemente el comportamiento de plagas y enfermedades del café, fenómenos climáticos y se dan recomendaciones sobre los períodos óptimos para las respectivas labores de cultivo. Durante 2018, se emitieron 22 alertas tempranas, enviadas al correo electrónico de los caficultores y al Servicio de Extensión, con información sobre los doce boletines mensuales agrometeorológicos, mensajes alertando de la dinámica de broca y roya, el estado sanitario de la caficultura, el comportamiento de la "gotera" en fincas del piedemonte llanero, y recomendaciones sobre residuos de plaguicidas y sustratos, entre otros.

Según la Alerta Temprana No. 66, para el trimestre agosto-octubre se prevé el desarrollo del evento El Niño con una

probabilidad de 51%, y para el trimestre abril-junio de 2019 podría elevarse a una probabilidad de 70%. Para 2019 se ampliará la base de datos de correos de caficultores que quieran recibir la información emitida por el Sistema de Alertas Tempranas, para lo cual pueden solicitar ser incluidos a través del Servicio de Extensión de su Comité Municipal.

3. COMERCIALIZACIÓN CON VALOR AGREGADO

3.1. Cafés diferenciados

La FNC ha facilitado la certificación y/o verificación de las fincas cafeteras que a 2018 se registraron 237.095 fincas con al menos un estándar de sostenibilidad, las cuales permiten ofrecer un amplio portafolio de productos. En 2018, esta sostenibilidad, sumada a la calidad, ha permitido generar más de USD16 millones adicionales sobre el precio de venta del café colombiano.

En 2018, se ampliaron las áreas de C.A.F.E Practices en el norte del Cauca, en Quindío y en Norte de Santander, y se certificaron 860 hectáreas UTZ en Santander, y 7.479 hectáreas Rainforest en Huila. La producción de cafés sostenibles es un componente clave en la estrategia de la FNC para elevar la rentabilidad de los productores, una alternativa viable para que los caficultores participantes escalen en la cadena de valor.

La FNC apoya a caficultores organizados en asociaciones y/o cooperativas en la adopción de estándares de sostenibilidad, de modo que una vez verificados y/o certificados por un

organismo auditor, su café pueda acceder a mercados internacionales donde estos estándares son un requisito, lo cual va de la mano con los altos estándares de calidad que esperan los clientes del café de Colombia. Asimismo, trabaja en aumentar la presencia de café colombiano en mercados y nichos de mayor valor. En las diferentes regiones del país, identifica grupos de productores que puedan cumplir con estándares de sostenibilidad para brindarles el apoyo necesario en la implementación y verificación/certificación.

En 2018 se destaca la labor de la Federación en conjunto con Nespresso, con la ejecución de diversos programas y proyectos que aportan a la sostenibilidad de las familias caficultoras. El programa más importante es el de Calidad Sostenible AAA, que a su vez abarca diferentes actividades o proyectos como la certificación FT USA (por medio de la cual se potabilizan acueductos veredales) y agroforestería (implementada por Pur Project). Además, el esquema LH es una forma innovadora de comprar café.

Programa Nespresso AAA: Este programa brinda apoyo integral a la implementación de buenas prácticas de cultivo y producción en las fincas que garanticen niveles de productividad adecuados, mejores ecosistemas y calidad de

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

vida de las familias, y un café de alta calidad con las características requeridas por Nespresso.

Este año destaca la incorporación de Caquetá, por lo que el trabajo conjunto con FNC ya abarca cuatro clústeres (de los siete que Nespresso tiene en Colombia), incluidos Cauca, Nariño y Santander, con 21.210 cafeteros en el Programa AAA, de los cuales 2.707 están certificados como Rainforest y 7.385 vinculados a dos pilotos de certificación con el estándar de Pequeños Productores Independientes de FTUSA. Para 2018 el programa contó con el apoyo de 93 colaboradores técnicos.

Proyecto de certificación de Comercio Justo (FairTrade USA): En el marco del proyecto estratégico de certificación de Comercio Justo, este año inició el proyecto Gestión Comunitaria del Agua Potable en las regiones cafeteras FNC Nespresso AAA-FairTrade USA, que genera un alto impacto para los caficultores Nespresso, sus familias y sus comunidades en municipios de Cauca y Nariño.

Los representantes de 11 Comités Municipales en ambos departamentos lideran dos organizaciones de comercio justo del Programa AAA, que decidieron invertir los más de \$3.300 millones de la prima social obtenida por la venta de su café a Nespresso en potabilizar el agua de los acueductos veredales,

para que más de 18.000 familias rurales (cafeteras y no cafeteras) reciban agua potable y segura. El proyecto busca implementar 200 plantas de tratamiento de agua en igual número de acueductos de 15 municipios del Macizo Caucano y de la ronda del volcán Galeras en Nariño. En 2018 se han intervenido 30 acueductos y beneficiado con agua potable a más de 2.500 familias rurales.

Pur Project: En el marco del programa Nespresso, desde 2014 se desarrolla en Cauca y Nariño el proyecto de agroforestería con Pur Project, empresa especializada en implementar, coordinar y certificar proyectos forestales comunitarios que pueden generar certificados de servicios ambientales. Cuenta con un equipo de 24 personas en campo. Desde el inicio del proyecto, se han entregado 1.297,440 árboles, de los cuales 204.300 fueron este año. En 2018 se pagaron 208 millones de pesos en incentivos por árbol vivo a los productores beneficiarios.

LH Nespresso: Con esta innovadora modalidad de compra en Cauca y Nariño se aprovecha y potencia la cosecha tardía (Late Harvest, LH), que recolecta frutos sobremaduros complementados con un excelente beneficio para producir la nueva cápsula de Nespresso "Master Origins Colombia", 100% colombiana.

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

En los puntos de compra, este año se implementó un modelo con prueba de taza del café de cada productor para confirmar el perfil requerido. Esta estrategia requirió una serie de procedimientos encaminados al recibo, calificación, perfilación (análisis sensorial y físico en laboratorios instalados para tal fin) y envío a conservación del café LH, en cuatro puntos de compra de ambos departamentos.

El café se compra en los puntos habilitados con los nuevos laboratorios de las cooperativas, donde Almacafé realiza las pruebas físicas y de taza. De acertar el perfil LH, se paga un sobreprecio directo al caficultor de \$200.000 por carga de 125 kg de cps. En 2018 la compra bajo esta modalidad en Cauca y Nariño ha beneficiado a 3.226 productores con sobreprecios por \$2.462 millones, lo que fortalece la sostenibilidad económica de las familias beneficiarias.

- **Programa de Microlotes**

En 2018, el Programa de Microlotes de la Federación se fortaleció como canal de negocio al servicio de los caficultores para acceder a mercados diferenciados de alto valor soportados en la calidad del café. Si bien en términos de volumen la participación es baja en comparación con el total de exportaciones de la FNC, estos volúmenes crecieron en el último año. La diversificación tanto de clientes como de nichos de mercado diferenciados que atiende el área de cafés

especiales hace de este Programa de Microlotes un eje estratégico para la actividad exportadora de la FNC y el posicionamiento del café de Colombia a nivel mundial como origen de calidad superior.

El Programa de Microlotes se apalanca en un modelo de negocio en el que se buscan generar relaciones a largo plazo entre clientes y caficultores, lo que genera mayor rentabilidad al productor. La FNC, al comercializar cafés especiales, conecta a ambas partes, reconociendo al caficultor los márgenes percibidos en la exportación, tomando como referencia los precios negociados por el café de Colombia en este segmento, de modo que no sólo se garantiza al consumidor el mejor café del mundo, sino también la sostenibilidad de la producción de café de alta calidad.

Entre 2010 y 2018, como parte del Programa, se han exportado cerca de 24.000 sacos de café de 60 kg con destino a 25 países, oferta concentrada en más de 100 clientes que hacen parte del nicho de mercado cafetero más especializado y exigente en términos de calidad.

Durante 2018, la dinámica comercial de este canal de negocio entregó reliquidaciones directas a los productores que superan los \$2.072 millones. Y desde 2010, el programa ha

reliquidado \$7.080 millones. El precio total promedio pagado por carga por los microlotes relíquidos en 2018 fue de \$2'490.545. El Programa de Microlotes trabaja ya con 19 departamentos a nivel nacional, lo que le ha dado mayor diversidad.

- **Jornadas de compra por perfil de taza**

En una apuesta innovadora, la Gerencia Comercial desarrolló un mecanismo de compra de cafés diferenciados en taza que permite generar un volumen de inventario de cafés especiales de alta calidad. Con esta estrategia, el equipo de ventas conoce la calidad del café y puede ofrecerlo dependiendo del perfil y las preferencias de cada cliente y mercado.

Para la compra por taza a nivel nacional se emplean dos mecanismos. El primero se da cuando las cooperativas o grupos asociativos tienen un volumen significativo de inventario que ofrecer. El equipo de cafés especiales, con un analista de calidad de Almacafé, visita el punto de compra para evaluar los cafés y autorizar la compra de los que cumplan con las condiciones de calidad requeridas. Este ejercicio ha permitido un acercamiento con caficultores y reconocer la calidad del café de cada zona, permitiendo identificar otros proyectos de cafés especiales que busquen un determinado perfil. El segundo mecanismo de compra se

basa en las evaluaciones de Almacafé a nivel nacional: el caficultor, grupo y/o cooperativa interesado en vender su café para el programa de Cafés Especiales envía una muestra del lote a ofertar. Si el café es aceptado, se ofrece un sobreprecio dependiendo de la calidad en taza; en 2018 se evaluaron muestras en Almacafé en las seccionales de Soacha, Tuluá, Popayán, Ibagué y Neiva.

- **Concursos regionales complementan oferta**

Organizado por la FNC, el Concurso Nacional de Calidad-Colombia, Tierra de Diversidad busca unificar en una sola competencia el amplio abanico de cafés especiales colombianos que las diversas regiones tienen para ofrecer, pero la oferta es tan amplia y diversa, que el esfuerzo se complementa con ayuda de concursos regionales.

Concurso La mejor taza de Antioquia: Se acopiaron los 250 mejores lotes de café del departamento hasta finales de enero. En la categoría de jóvenes, el ganador fue Daniel Hernández, de Urrao, y en la categoría de adultos, Diego Luis Agudelo. En la subasta se comercializaron 19 microlotes ante más de 30 clientes. El mayor precio lo obtuvo el ganador de la categoría de mayores, 17 USD/lb; el segundo mejor precio fue el café de Daniel Hernández, 8,50 USD/lb. El precio promedio fue de 5,72 USD/lb.

Concurso La mejor taza de Santander 2018: Participaron 96 lotes de Santander. Se invitó a 10 expertos en calidad de empresas tostadoras o exportadoras nacionales a seleccionar los mejores cafés. La ronda final tuvo lugar en Socorro, en el marco del V Festival del Café, donde se anunció al ganador, Ramiro Rey, de Tona. Su café se vendió a la cadena Amor Perfecto, que lanzó una edición especial con lote. Tras el concurso, se comercializó el top 5 de los microlotes a un promedio de 3,66 USD/lb, y sus productores recibieron una reliquidación adicional al precio de compra de \$13 millones.

Concurso de calidad de café de Boyacá: Se acopiaron 49 microlotes de 14 municipios. La ganadora fue Luzmila Lizarazo Vargas, de Zetaquirá, cuyo lote se vendió a un cliente de Italia, con una reliquidación de \$1,7 millones por 264 kg de café verde.

Concurso El mejor café del Cauca: Se acopiaron cafés lavados, naturales y semilavados. En la para los atributos de balance, cuerpo y acidez, por los cuales obtuvo en total un reconocimiento de 75 millones de pesos (25 millones por cada uno), además de haber vendido su café en la subasta en vivo a 20 dólares por libra a un comprador de Shanghái, China. En la subasta en vivo ante más de 40 compradores internacionales fueron ofertados los 31 mejores cafés del

concurso, incluidos los ganadores, en el marco de Cafés de Colombia Expo; el valor promedio de venta fue 8,3 dólares por libra. Al concurso, que busca reconocer y resaltar la gran diversidad de cafés colombianos, se presentaron 1.171 lotes de 12 departamentos (Antioquia, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño, Norte de Santander, Risaralda, Santander, Quindío, Tolima y Valle del Cauca), de los cuales primero fueron seleccionados 69 finalistas y por último los 31 lotes que fueron subastados.

Concurso de Calidad de Café del Huila–VII Feria de Cafés Especiales: En el marco de la VII Feria de Cafés Especiales del Huila, el 16 y 17 de noviembre se realizó la última sesión de catación del Concurso de Calidad de Café del Huila, en el que se acopiaron lotes por medio de la Cooperativa de Caficultores Coocentral y la FNC. En la selección y compra de los mejores lotes participaron clientes nacionales e internacionales. Además del productor del Tolima, en el concurso resultaron ganadores productores de Antioquia y Nariño. En el atributo de suavidad, el ganador fue Jorge Antonio Arboleda, de la finca Los Pinos, en Urrao, Antioquia, quien también resultó ganador para el café más exótico, por lo que se llevó en total un reconocimiento de 50 millones de pesos. Y en la categoría de grandes lotes, el ganador fue Carlos Alberto Erazo, de La Unión, Nariño. “El éxito es la punta

del iceberg, detrás hay todo un inmenso trabajo”, dijo Erazo al recibir el reconocimiento.

- **Exportación de pequeñas cantidades**

Tras más de dos años de la puesta en marcha del mecanismo de exportación de café en pequeñas cantidades, se han exportado 47.691 kilos de café industrializado y 16.957 kilos de verde, mediante 5.411 operaciones, realizadas por 284 exportadores. En 2018, se exportaron 22.415 kilos de café industrializado equivalente al 76% de las exportaciones, con un crecimiento del 35% frente al año 2017. En café verde se exportaron 6.975 kilos con un crecimiento del 1% frente al año anterior. El número de operaciones creció en un 13% frente al año 2017, lo que confirma que el mecanismo ha permitido el aumento de las pequeñas exportaciones de café. Así mismo, ha fomentado el crecimiento del registro de exportadores, teniendo en cuenta que en un periodo de tres años se crearon 909 nuevos exportadores frente a un periodo de 59 años en el cual se registraron 617 exportadores. El registro como exportador le permite hacer pequeñas o grandes exportaciones de café.

3.2. Incentivo Gubernamental para la Equidad Cafetera IGEC

Ante la caída de los precios internacionales, incluso por debajo de USD 1 por libra de café verde en septiembre, que llevaron

el precio base de compra por debajo de los \$700.000 por carga, el Gobierno Nacional, como medida para proteger el ingreso de las familias cafeteras y garantizar la sostenibilidad del sector, destinó \$100.000 millones para apoyar a los caficultores bajo el programa Incentivo Gubernamental para la Equidad Cafetera (IGEC), un incentivo directo al precio interno del grano.

Con base en lo acordado en el Comité Nacional de Cafeteros, el incentivo, que se pagaría del 28 de septiembre al 31 de diciembre o hasta agotar los recursos asignados, sería de hasta \$25.000 por carga, siempre y cuando el precio interno de referencia, publicado por la Federación, estuviera por debajo de los \$700.000. Su pago debía hacerse efectivo en orden de registro en Gobierno destina \$100 mil millones a incentivo IGEC 2018 el sistema de las facturas o documentos equivalentes por parte de los compradores autorizados.

Para recibir el apoyo, los productores debían estar registrados y activos en el SICA al 31 de agosto. Una vez verificada la información, el incentivo sería depositado en la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente o en una cuenta bancaria a nombre del caficultor.

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

Al 31 de diciembre se registraron 98 compradores autorizados, con 967 puntos de compra, quienes cumplen con los requisitos establecidos por el Ministerio de Agricultura en la Resolución 376 de 2018 y están acreditados por la Federación. Cabe destacar que a partir del 2 de octubre el precio interno empezó a recuperarse por encima de los \$700.000 y este apoyo solo aplicó durante cuatro días, de los cuales se pagaron 21.910 facturas, de las que se han pagado 12.982 facturas por valor de \$374,9 millones.

3.3. Cooperativas de caficultores

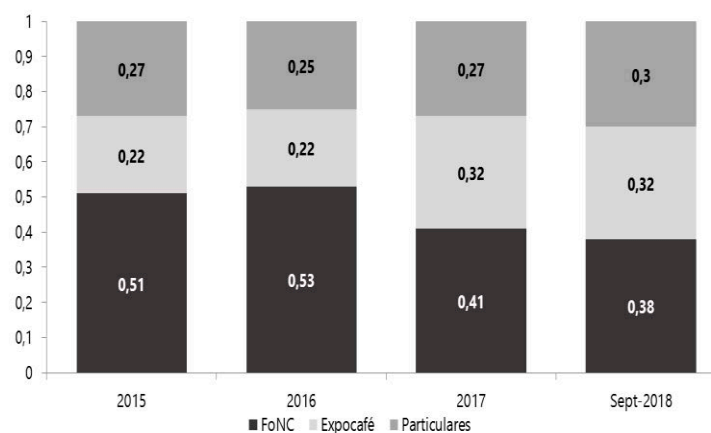
Las cooperativas de caficultores son el gran aliado de la institucionalidad cafetera en la aplicación de la garantía de compra, que beneficia al conjunto de los productores, y en contribuir a mejorar su ingreso. Es así que en 2018 operaron 33 cooperativas de caficultores, a través de una red de 536 puntos de compra, las cuales adquirieron 4,3 millones de sacos de café de 60 kilos, lo que representa una participación de 31% en la compra de la cosecha.

Asimismo, las cooperativas vendieron cerca de 4,5 millones de sacos de café verde de 60 kilos, de los cuales el 40% (1,82 millones de sacos) fue negociado con Almacafé, con destino al FoNC, tres puntos porcentuales menos frente al 41% de 2017; 30% (1,34 millones de sacos) se destinó a la exportación

a través de Expocafé, y 30% (883 mil sacos) se vendieron a particulares. Para aplicar la garantía de compra, las cooperativas usaron recursos de la línea de crédito del FoNC para financiar el 26% del volumen adquirido por ellas en 2018.

A diciembre, los Comités Departamentales de Cafeteros mantuvieron avales a las cooperativas por más de \$138 mil millones, lo que permitió suministrarles recursos por la Línea de Financiamiento de Café por \$557.570 millones y por la Línea de Financiamiento para compra de Insumos Agrícolas por \$103.415 millones. También se han mantenido créditos vía el Fondo de Financiamiento Cooperativo por \$546 millones.

Figura 7. Distribución de las ventas de las Cooperativas



Fuente: FNC

- **Inversión social de las cooperativas de caficultores:**

Las 33 cooperativas de caficultores del país juegan un rol fundamental en la sostenibilidad del sector cafetero, pues además de aplicar la garantía de compra (el bien público más valorado por los productores), destinan importantes recursos a inversión social. En 2018 las cooperativas destinaron \$38.678 millones a inversión social en sus asociados, de los cuales el 57% se destinó a inversión en los componentes social, productivo y laboral de la rima de sostenibilidad del estándar de comercio Justo FLO; el 30% a programas de solidaridad, salud, retorno cooperativo, revalorización de aportes y descuentos en fertilizantes; el 10% en apoyos para educación formal y no formal; y el 2% en aportes para jubilación BEPS.

Por otro lado, en 2018 los almacenes de las cooperativas vendieron 4,1 millones de sacos de 50 kg de fertilizantes, cumpliendo con su papel de facilitar la adquisición de insumos productivos a los caficultores.

Entrega a futuro del café: En la búsqueda por la rentabilidad del caficultor, la FNC, a través de la extensa red de Cooperativas de Caficultores del país, pone a disposición de los productores del país, la venta de café con entrega a futuro, herramienta que le permitirá gestionar el precio de venta de su café.

¿Cómo funciona esta herramienta?

Le permite al caficultor anticipar la venta de su café hasta 24 meses antes de su cosecha, definiendo el precio con entrega a futuro y comprometiéndose a entregarlo en una fecha específica.

¿Cuándo se hace efectiva?

El café debe ser entregado con la calidad acordada y en la fecha pactada en el contrato establecido con cada cooperativa. El precio que recibe el caficultor en el momento de la entrega del café es el acordado al inicio del contrato.

Pasos para vender

- i. El productor escoge el mes de entrega del café de acuerdo a su ciclo de cosecha y define el precio futuro al que quiere vender.
- ii. Si las condiciones de mercado alcanzan el precio definido, la cooperativa confirma al caficultor la negociación donde se acuerdan: el mes de entrega, volumen, condiciones de calidad y precio.
- iii. Estas condiciones se confirman por escrito a través de un documento entregado por la cooperativa al caficultor y se convierten en las reglas de cumplimiento entre ambas partes.

- iv. El pago final del café será el inicialmente acordado en la negociación, el cual se hará efectivo en el mes de entrega física del café escogido por el caficultor.

Recuerde que:

- Las condiciones de negociación quedan definidas y se pactan con anticipación a la entrega del café.
- Vender a futuro le permite definir un precio de venta y asegurar un margen de rentabilidad para su café reduciendo la incertidumbre de los cambios en el precio del mercado.
- El caficultor se compromete y debe cumplir con las condiciones de entrega del café pactadas con la cooperativa, independientemente del precio de referencia vigente del día, en el momento de la entrega.
- El volumen máximo a comprometer por esta modalidad debe ser inferior al estimado de producción. Se recomienda que sea máximo el 50%.
- El volumen mínimo de venta es de 200 kilos de café pergamino.
- Este mecanismo de venta no tiene ningún costo para el caficultor.

3.4. Almacafé

Para generar valor a los caficultores, en junio se inauguró el Complejo Logístico e Industrial del Café en Soacha, que ofrece

en un solo lugar una solución integral. Este complejo unifica servicios como la compra directa al caficultor, trilla (20.000 sacos/mes en dos trilladoras, incluida una línea para microlotes), almacenamiento (200.000 sacos/mes), centro de distribución. (4.400 m² con sistema de estantería) y la nueva planta torrefactora, que aumenta significativamente la capacidad de tuestión de Almacafé para producir 1.000 kg/h y una molienda de 2000 a 3.200 kg/h, lo que equivale a 6.400 sacos.

Esta apuesta consolida a Almacafé como una empresa a la vanguardia en tecnologías de procesamiento de café y en tendencias de consumo de café tostado y molido. El complejo permite cumplir con exigencias normativas de proceso y producto, de tal forma que los clientes puedan acceder a mayores mercados y nuevas culturas de consumo en el mundo.

En este complejo, Almacafé soporta, además de la operación logística para las exportaciones del FoNC, toda la operación logística de Procafecol en el centro de distribución, donde se realizaron más de 24.000 entregas entre enero y septiembre, con un indicador de cumplimiento en el nivel de servicio de 98,1. Así, se espera seguir prestando un servicio oportuno a

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

Procafecol en su estrategia de apertura de tiendas y franquicias en Colombia y el exterior.

Como operador logístico de la FNC para la comercialización interna y externa de grano, Almacafé soporta toda la cadena de suministro, incluyendo compra directa en algunos puntos, recibo y calificación y almacenamiento de todo el café para cumplir compromisos de la Federación, Buencafé y Procafecol. Durante 2018, se recibieron más de 2,5 millones de sacos de 60 kg entre café pergamino estándar, cafés especiales y coproductos.

Para atender los compromisos de la Federación, y como responsable de transformar el café pergamino en verde, Almacafé aplica desde hace varios años el programa de Gestión de Trillas (planeación, programación, ejecución y control de todo el proceso productivo), que permite aprovechar al máximo el café pergamino, con altos estándares de calidad de los excelsos y co-productos y cumplir en la entrega al menor costo posible.

El indicador para medir la Gestión de Trillas es la diferencia entre el factor de rendimiento en la compra del café pergamino, que en promedio fue de 90,43 kg, y el factor de rendimiento en la trilla, de 91,24 kg, indicador que en 2018 fue

de 0,80 kg, el nivel más bajo en los últimos tres años. Este mejor aprovechamiento de la materia prima y la mejor calidad del grano han permitido que para 2018 el porcentaje de excelso obtenido en trilla se mantuviera en 76,7%. Y con la Gerencia Comercial, Almacafé sigue investigando y desarrollando nuevos productos, procesos y estrategias comerciales que permitan agregar valor a los cafeteros colombianos.

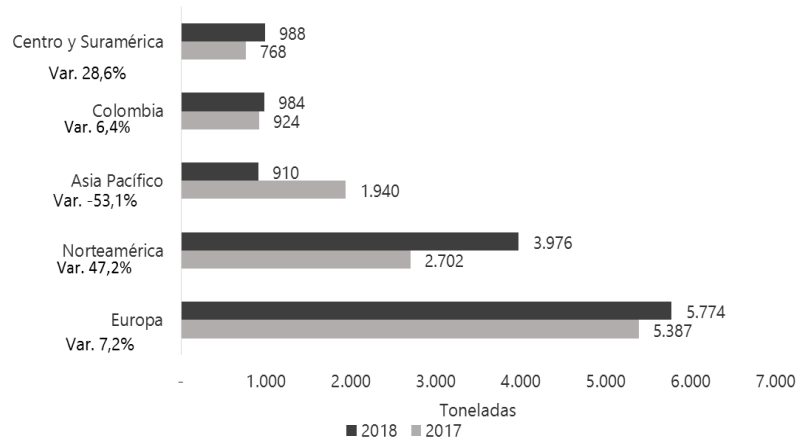
Además, en 2018, Almacafé recibió la medalla de bronce con un café del Huila y el reconocimiento de café gourmet con un café del Cauca en el concurso "Cafés tostados al origen", organizado cada año por la Agencia para la Valorización de Productos Agrícolas (AVPA).

Como gran vitrina, los concursantes presentan cafés tostados en sus países de origen para que los consumidores perciban sus cualidades organolépticas excepcionales, buscando destacar las mejores características del grano con la tostión adecuada para cada perfil. Almacafé participó en el concurso con tres cafés, tostados en el nuevo complejo de Soacha, para preparación en prensa francesa, procedentes de los siguientes municipios: 1. Santa María, Huila. 2. Inzá, Cauca. 3. Toledo/Labateca, Norte de Santander.

3.5. Buencafé: Fábrica de café liofilizado de Colombia

En 2018, Buencafé registró ventas por 12.633 toneladas, 7,7% más con respecto a 2017 y 15% más que en 2016. Este crecimiento de ventas supera por mucho la tendencia de crecimiento mundial en producción y consumo de café liofilizado, de 2,1% anual. Europa es el mercado más representativo, con una participación en las ventas de 46%, seguido por Norteamérica, que pasó de 23% en 2017 a 31% en 2018. A estos mercados le siguen Centro, Suramérica y Colombia, con un 8%, cada uno. Entre tanto, Asia obtuvo el 7% de participación.

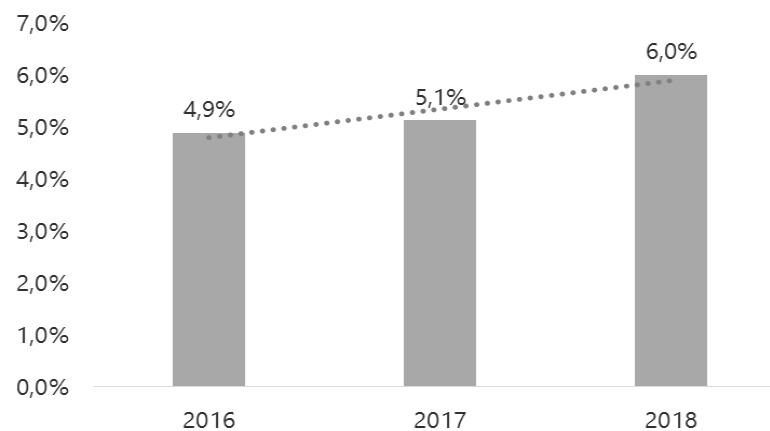
Figura 8. Ventas y variación volumen por mercados 2017-2018



Fuente: Buencafé

Buencafé sigue así cumpliendo su propósito de generar una comercialización sostenible y de valor agregado, pese a la mayor oferta de productos liofilizados en el mundo, que se calcula puede alcanzar las 20.000 toneladas adicionales, y a que las buenas cosechas en Brasil, Vietnam y Centroamérica han hecho caer el precio del café. Este crecimiento en ventas hace que la participación de Buencafé en el mercado mundial de café liofilizado haya aumentado de 5,1% en 2017 a 6% en 2018, siendo cada vez más reconocido como uno de los proveedores más relevantes en el segmento *premium* de los cafés solubles liofilizados.

Figura 9. Participación Mundial de Buencafé en el mercado de café liofilizado 2016-2018

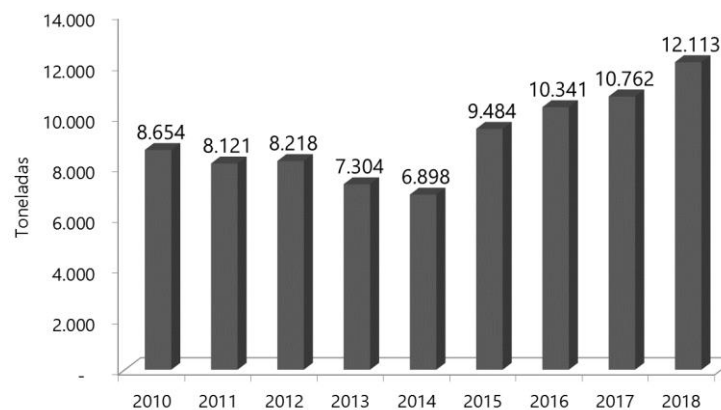


Fuente: Buencafé

Buendía: La marca Buendía en el mercado colombiano ha tenido excelentes resultados: en 2018 cerró en 375 toneladas vendidas, 13,8% más que el año anterior. Buendía se posiciona, como la segunda marca de mayor crecimiento en el canal de cadenas de supermercados, con una participación de 12% en valor.

Los significativos resultados se deben a las estrategias comerciales planeadas, las cuales contemplaron actividades focalizadas en incrementar la codificación en supermercados, actividades de apoyo y promoción en mayoristas, y el incremento en cobertura en el canal tradicional. La producción de café liofilizado en 2018, fue de 12.113 toneladas, 13% más que en 2017, un nuevo récord en Buencafé.

Figura 10. Producción café liofilizado (Toneladas)
2010-2018



Fuente: Buencafé

Estos buenos resultados se deben a que desde octubre de 2017 se dispone de nuevos recursos para aumentar la capacidad de producción, como son: clarificadora, evaporador, sistema de limpieza en sitio y tanques de almacenamiento de extracto, lo que a su vez ha permitido satisfacer la demanda. En lo financiero, los ingresos fueron de USD 149 millones, 13% más frente a 2017. Asimismo, para 2018 se evidencia un aumento de 8% en el costo de producción de café liofilizado frente al año previo, o USD 0.67 por kg, de los cuales 85% ha sido por mayor precio de la materia prima.

4. POSICIONAMIENTO Y DEFENSA DEL ORIGEN

4.1. Procafecol: operador de las tiendas Juan Valdez Café

Los ingresos operacionales de Procafecol registran una tasa de crecimiento anual compuesto de 15,1% en los últimos 5 años, producto de los esfuerzos por aumentar y consolidar las ventas en los diferentes canales tanto en el mercado local como en el internacional. Este crecimiento sostenido, sumado a una optimización de costos, ha permitido un aumento exponencial de las regalías transferidas a los caficultores en los últimos cinco años.

Desde su creación en 2002, Procafecol ha transferido regalías por más de 100 mil millones de pesos al FoNC, que financia bienes y servicios públicos que benefician al conjunto de los productores. Además de las nuevas tiendas, el crecimiento de los ingresos ha contribuido en acciones innovadoras como la apertura de nuevos mercados institucionales, como con la cadena de cruceros Pullmantur (Royal Caribbean International), desarrollar la primera zona de experiencia Juan Valdez en un supermercado y comercializar bebidas a base de café en máquinas expendedoras de autoservicio. La compañía

sigue posicionando su propuesta de valor con nuevas experiencias de consumo de café *premium* colombiano.

Siguiendo el plan de expansión, en 2018 se abrieron 28 nuevas tiendas en el país (Barranquilla, Pereira, Bogotá, Medellín, Santa Marta, Envigado, Chía, Soledad, San Gil, Cartagena, Manizales, Cali y Tunja), un crecimiento de 4%, para alcanzar 298 establecimientos. Las nuevas tiendas buscan fortalecer la marca y acercarla a nuevos consumidores.

Al cierre de año, las ventas en el canal de grandes superficies crecieron 25,4% y en el institucional 16% frente al año anterior. En el plano internacional, se han abierto nuevos mercados para la marca en España, Guyana, Argentina, Polonia, Corea y Puerto Rico. Con 16 nuevas aperturas se alcanzan 128 tiendas en 13 países, y se logra presencia vía los diferentes canales en 29 países. En el canal de tiendas se tiene una recordación de marca de 63%. La experiencia se ha fortalecido con más de 17 proyectos de innovación, hasta alcanzar ventas por más de \$200.000 millones en tiendas. El 51% de las ventas en tiendas en Colombia son fidelizadas y 51% de bebidas a base de espresso se preparan con café de origen, pilar en el que se seguirá trabajando para dar mayor valor a los caficultores. En supermercados se tiene una participación de 9,1% en ventas en la categoría de café molido y 45,2% en la categoría

premium. En materia de comunicación, se han logrado 238 notas periodísticas, y las 25 cuentas en redes sociales tienen más de 4,7 millones de seguidores, lo que contribuye a un reconocimiento de marca en Latinoamérica de 78%.

En cuanto a reconocimientos, este año Procafecol se convirtió en una de las primeras empresas en obtener el sello “empresa incluyente” otorgado por la ANDI, que reconoce el compromiso por apostar a modelos sostenibles que generen impactos positivos en la sociedad. Y en el canal de supermercados ha sido nominada como proveedor del año de Grupo Éxito gracias a su excelente gestión.

Para agregar valor a la marca y a los caficultores, se lanzó el nuevo café liofilizado micromolido –que acentúa el aroma y sabor de la bebida–, presente hoy en supermercados de Colombia, y se desarrolló una nueva plataforma Amigos, para fidelización de los clientes la cual crece cada vez más.

4.2. Presencia en ferias y eventos de café en el mundo

Cafés de Colombia Expo: Consolidada como la feria de cafés especiales más importante en América Latina y el Caribe, del 3 al 6 de octubre en Corferias se llevó a cabo la 11 edición de Cafés de Colombia Expo, con la asistencia de 17 mil personas

(la segunda mayor de su historia), 108 expositores (28% más que el año pasado) y más de 80 compradores nacionales e internacionales. La agenda académica incluyó temas sobre tendencias e innovaciones en el cultivo de café para reducir los costos de producción y mejorar la rentabilidad de los productores.

Con una amplia muestra comercial y una enriquecedora agenda académica, Cafés de Colombia Expo 2018 reúne cada año en un solo lugar toda la cadena de valor del grano, desde la semilla hasta la taza. La institucionalidad cafetera dispuso de un stand para mostrar la gran diversidad del café de Colombia, los resultados de las elecciones cafeteras y los logros de la FNC en procura del bienestar del caficultor y su familia. Como ya es tradición, la feria fue también sede de los dos campeonatos más importantes de la industria:

XIII Campeonato Colombiano de Baristas: Organizado por Café de Colombia y avalado por la World Coffee Events, reunió a los mejores baristas del país para elegir a quien representará a Colombia en el campeonato mundial 2019. La gran novedad en esta edición fue la realización de tres eliminatorias regionales, en Armenia, Tunja y Popayán. Este año el ganador fue Joanni Largo, de Juan Valdez Café.

VIII Campeonato Colombiano de Catadores: Organizada por Café de Colombia y avalada por la World Coffee Events, esta competencia evalúa la velocidad, habilidad y precisión de los contendores para identificar, con ayuda del olfato y el gusto, el café distinto en un grupo de tres tazas (dos con cafés idénticos). El ganador de este año, el joven nariñense Harol Lasso, de apenas 19 años, representará a Colombia en el Campeonato Mundial de Catadores 2019.

Café x2: Las principales novedades de la edición de este año, se llevó a cabo el concurso Café x 2, pensado para aficionados y amantes del café. Y la pareja padre-hijo ganadora, Juan Pablo y Wilmar Segura, de Topaipí, Cundinamarca, es el mejor ejemplo de empalme generacional en torno al café. Como reconocimiento, la pareja obtuvo un viaje al origen para conocer el mágico mundo del café desde la semilla hasta la taza y visitar lugares representativos como el Parque del Café. En el marco de la Feria, los 31 mejores lotes del Tercer Concurso Nacional de Calidad “Colombia, Tierra de Diversidad” (incluidos los ganadores) participaron en una emocionante subasta en vivo ante compradores en su mayoría internacionales.

Café de Colombia y Juan Valdez asisten a 14 ferias internacionales: La FNC, Café de Colombia y el icónico Juan

Valdez también participaron, a lo largo del año, en otras importantes ferias y eventos de la industria, que contribuyen a posicionar el producto insignia del país como el origen más importante en la mente de los consumidores.

La convención anual de la Asociación Nacional de Café de Estados Unidos (NCA); la feria SCA (el evento de cafés especiales más grande del mundo) en Seattle; el Festival de Alimentos de las Américas organizado por la OEA en Washington DC; el New York Coffee Festival (primera participación); la feria de la Asociación de Cafés Especiales de Japón (SCAJ), en Tokio, a la que asistieron unas 34.500 personas; Coffee Expo y Café Show en Seúl; Hotelex en Shanghái, Beijing y Guangzhou, y Café Show China en Beijing; Coffee Festival y World of Coffee (como invitado especial) en Ámsterdam; Milano Coffee Festival, la feria de marcas propias PLMA y el encuentro de la Asociación de Comercializadores de Café de Suiza fueron algunas de las ferias y eventos en los que la FNC y Café de Colombia se hicieron presentes. Estas participaciones dan continuidad a la estrategia de unificación de mensaje e imagen para que la marca Café de Colombia sea percibida como activa y consistente.

Mención aparte en Colombia merece el I Encuentro Nacional de Jueces, organizado por la Café de Colombia con el apoyo

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), que fue un espacio donde los jueces de concursos de barismo ampliaron sus conocimientos sobre café más allá del barismo, con temáticas de cosecha, post cosecha y calidades.

El personaje Juan Valdez no sólo es abanderado de los cafeteros, sino de Colombia: sigue siendo un ícono a nivel nacional e internacional de vital importancia para la estrategia de relacionamiento directo y posicionamiento del Café de Colombia. En 2018, estuvo presente en más de 64 eventos y ferias nacionales e internacionales. Entre los eventos destacados a los que asistió Juan Valdez este año están la feria SCAJ y el lanzamiento de la campaña con Kentucky Fried Chicken en Tokio, Japón; la feria SCA en Seattle, EEUU; World of Coffee en Ámsterdam y Cafés de Colombia Expo en Bogotá (Corferias).

En línea con el objetivo de posicionar la marca y el café colombiano en el imaginario de los consumidores y la industria, Café de Colombia ocupó espacios importantes en los medios impresos más reconocidos del sector, entre ellos Roast, Tea&Coffee, Barista, Coffee Talk y GCR.

Esta presencia no solo ayuda a crear y mantener reconocimiento de marca para Café de Colombia, sino a explicar por qué el café colombiano es un producto diverso, único en perfiles y orígenes, y respaldado por una cultura cafetera de más de 90 años. En cuanto a presencia en redes sociales, este año la estrategia abarcó, además de contenido sobre orígenes, métodos de preparación y novedades que mejoran la experiencia del consumidor, lo que incentivó la interacción de la marca en Facebook, Twitter e Instagram. Este año Café de Colombia se volvió una marca más cercana a sus seguidores, al ayudarlos a entender la importancia del café, conocer a las comunidades que lo cultivan y resolver dudas sobre el producto y la industria.

Programa 100% Café de Colombia: Este programa es una alianza entre los cafeteros colombianos y tostadores que permite a sus miembros usar las marcas Café de Colombia y Paisaje Cultural Cafetero en sus empaques, como una forma de resaltar la calidad ligada al origen y la diferenciación. El programa es único en el mundo por su dimensión y capacidad de comunicación: los miembros aceptan cumplir códigos éticos, de conducta y respetan el origen del grano. Cumpliendo estas condiciones, usan el logo Café de Colombia como distintivo y símbolo de una comunidad de intereses y valores: arduo trabajo, calidad, esfuerzo, voluntad de hacer las

cosas bien y llevar al mercado un producto de calidad superior. Gracias a la gestión de la FNC para un mejor posicionamiento, se pasó de 138 licenciarios en 2017 a 171 en 2018, un aumento de 24%. Las marcas participantes aumentaron de 425 en 2017 a 510 en 2018, 20% más.

Comunicación cercana con los más jóvenes: #Tráiganlecafé es una iniciativa de comunicación lanzada en 2018 para conectar a los centenales (Generación Z o posmileniales, nacidos entre 1994 y 2010) y mileniales (nacidos entre 1981 y 1994) con el café colombiano. El objetivo es impactar a 70% de la población de entre 15 y 24 años que navega en la red y aumentar el número de seguidores en redes sociales de Café de Colombia con acciones de comunicación relevantes en su día a día, buscando hacer del café un tema de conversación para la audiencia en redes sociales, universidades, eventos de entretenimiento, etc.

Con medios digitales, cuñas radiales y tomas en la calle se invita a jóvenes a comprar café. Por compras iguales o superiores a 50 mil pesos, al registrar las facturas en la página, los jóvenes recibieron tres boletas para un concierto el 17 de noviembre, en Bogotá, con los artistas Martina La Peligrosa, Alkilados y Kevin Florez. Como resultado de esta campaña, la página de Facebook de Café de Colombia pasó de 328.041

seguidores a 351.928 a finales de agosto, 7% más en solo tres meses. En mayo había 203 usuarios interactuando con la marca en Facebook y a finales de agosto estas interacciones aumentaron a 2.632 usuarios diarios.

En Japón, la FNC tiene varios canales (blog, páginas propias) y redes sociales (Twitter, Facebook, Blog, YouTube, Instagram) en japonés con información relevante sobre Café de Colombia, productos y actividades. También hay nuevos contenidos en coreano para redes sociales y la página web de Café de Colombia.

4.3. Presencia de la Federación en los principales mercados

Gracias a la labor conjunta de sus oficinas en el exterior en regiones claves como Norteamérica, Europa y Asia, la FNC hace llegar el Café de Colombia, incluidos los cafés especiales y de mayor valor agregado, a más clientes y consumidores en diversos países, consolidando mercados o buscando nuevos nichos, en beneficio de los caficultores.

Con estos clientes es necesario construir confianza y relaciones de largo plazo para mantener negocios de alto valor. Los equipos de trabajo de estas oficinas, altamente

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

capacitados, están al tanto de nuevas tendencias y establecen lazos estrechos con clientes y consumidores, hablándoles en su idioma, lo que además facilita campañas de promoción en medios tradicionales y redes sociales.

En representación de los intereses de los caficultores, las oficinas de la FNC en el exterior, son una extensión de la institucionalidad cafetera en las regiones más remotas y contribuyen en buena medida a la sostenibilidad de la garantía de compra, el bien público por excelencia para los caficultores. Con la venta de 982.588 sacos de 60 kg de cafés diferenciados (regionales y sostenibles), durante 2018 estas oficinas lograron primas de calidad por USD 19,8 millones y gestionando recursos para invertir en el desarrollo en zonas cafeteras por más de USD 15 millones, cifras que confirman el valor que generan.

Norteamérica, principal destino del café colombiano: Por décadas, Estados Unidos ha sido el principal destino del arábigo colombiano y por tanto sitio estratégico para la oficina de la FNC en la ciudad de Nueva York desde 1930. En Norteamérica se consumen 35 millones de sacos de café de 60 kg (27 millones en EE.UU., 5 en Canadá y 3 en México). El mercado de cafés especiales y sostenibles sigue creciendo, impulsado por cadenas como Tim Hortons, Keurig y otras,

tiendas locales de cafés especiales y sellos como orgánico, Comercio Justo (FLO, FT USA) y Rainforest Alliance.

Colombia lidera la percepción de calidad y tiene un poder de mercado importante en EEUU: representa 22% del café importado, superada solo por Brasil, con 23%. Es también aquí donde el Programa 100%, creado en 1982, tiene su mayor desarrollo. En materia comercial, la oficina de Nueva York mantiene un gran crecimiento, que en 2018 las ventas directas a clientes alcanzaron 984.269 sacos de 60 kg.

Los cafés especiales crecieron de 23% en 2017 a 33% en 2018, un segmento de alto valor. En café liofilizado, la Oficina de Nueva York gestionó la venta en Norteamérica de 3.800 toneladas, 33% del total de la producción de Buencafé. Con este fuerte relacionamiento con la industria, se ha logrado unir la comercialización de cafés diferenciados con proyectos de inversión en las zonas cafeteras por más de USD 2 millones.

En el plano gremial, esta oficina lideró el diseño y organización del Primer Foro Mundial de Productores de Café (2017) y –en representación de la FNC y por solicitud de las asociaciones de productores de más de 40 países– coordina a nivel global el Foro, el estudio sobre sostenibilidad económica de los pequeños caficultores a cargo del Profesor Jeffrey D. Sachs

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

con la Universidad de Columbia, y el apoyo a Brasil como sede del Segundo Foro, en julio de 2019.

También coordina, bajo la dirección de la Gerencia General, todo lo relacionado con la participación de Colombia en la Organización Internacional del Café (OIC). En cooperación, esta oficina gestionó, negoció y suscribió en Washington DC, en nombre de la FNC, el acuerdo base para la alianza con la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), actual marco de cooperación entre ambas entidades para impulsar la comercialización de cafés especiales, la inversión en infraestructura productiva y de vías terciarias, y fortalecer asociaciones de productores.

Gracias a este acuerdo, la FNC participa hoy en proyectos por más de USD 7 millones en beneficio de los caficultores. También ha gestionado en su totalidad o facilitando proyectos de cooperación con la industria, incluido un piloto para erradicar coca en fincas cafeteras por USD 1 millón, que se espera replicar a nivel nacional, para un total de más de US\$ 10 millones en cooperación. Por sus profundas implicaciones internacionales de diseño, implementación, validación y financiación, la oficina en Nueva York fue encargada por la Gerencia General de coordinar todo el Plan 100-100 (en Colombia, el trabajo técnico es liderado por la Gerencia

Técnica), que aspira a llevar el 100% de las fincas del país a cumplir con estándares de sostenibilidad económica, social y ambiental (desarrollados por las gerencias Técnica y Comercial con el apoyo de Cenicafé) cuando la FNC cumpla 100 años, en 2027.

La sólida presencia de la FNC en el exterior contribuye a su liderazgo global: es el interlocutor por excelencia para la tradicional cooperación sur-norte y lidera un proceso sin precedentes de cooperación sur-sur, es decir, entre productores de todo el mundo, para la defensa colectiva de sus intereses.

Europa, el mercado de mayor consumo per cápita: Además de ser el mayor consumidor de café per cápita del mundo, Europa en su conjunto es el segundo mercado para el café colombiano (29%), sólo detrás de Norteamérica.

En los Países Bajos, sede de la oficina en Europa, el consumo de café per cápita es 5 veces mayor al de Colombia. Para el café vendido por la FNC, Europa, con clientes cada vez más diversos, tiene 40% de participación. En esta región tienen sus divisiones de compra 9 de los mayores 10 tostadores del mundo, así como el top 5 de los comercializadores (traders) de café (entre 60 y 70% de la comercialización tiene lugar en

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

Suiza). En el último año la oficina diversificó su base de clientes más de 60% y consolidó sus ventas con cinco tostadores líderes (Nestlé, Nespresso, Starbucks, Joh Johansson y Gustav Paulig), que representan 80% de las ventas al continente.

La oficina atiende más de 22 países destino en Europa y Oriente Medio. Entender la cultura de estos mercados también ha permitido a la FNC gestionar recursos de cooperación para proyectos que han mejorado la calidad de vida de las comunidades cafeteras. En el caso de esta oficina, los recursos obtenidos llegarán a 11 departamentos. Gracias a la gestión de la FNC, grandes actores de la industria han volcado sus proyectos a Colombia con inversiones por encima de USD 5 millones.

Igualmente, se ha posicionado en la agenda internacional temas prioritarios para la sostenibilidad del sector cafetero colombiano, a través diferentes acciones, entre las que se destacan el diálogo con gobiernos en Europa, especialmente en Holanda, con quien se suscribió un Memorando de Entendimiento en noviembre de 2018, orientado a mejorar los ingresos de los caficultores y la protección del medio ambiente. Adicionalmente, la oficina ha representado los intereses de los caficultores en diversos escenarios en los que la industria y los consumidores en Europa se dan cita

anualmente para discutir los temas claves de la sostenibilidad del sector cafetero.

Para el año 2018 se destaca la participación activa de la Oficina de Europa en foros organizados por FairTrade, la Asociación de Comercializadores de Café en Suiza y World of Coffee para posicionar la rentabilidad de los productores como tema clave. La oficina en Europa contribuyó a que el premio de sostenibilidad SCA, el más importante de la industria del café para proyectos, se otorgara a Manos al Agua, realizado en alianza con Nestlé, Nespresso y los Gobiernos holandés y colombiano.

Asia, el segundo mercado de mayor crecimiento en la industria: Las oficinas de la FNC en Asia, ubicadas en Tokio (Japón) y Shanghái (China), juegan un papel crucial en dinamizar mercados en beneficio de los cafeteros, tomando en cuenta que es la segunda región, después de África y Oriente Medio, donde el consumo creció 4% en 2018.

Como país, Japón es el cuarto consumidor mundial de café y el segundo comprador de café colombiano luego de Estados Unidos. Según la Asociación de Café de Japón (AJCA), en 2018 Colombia se mantuvo como el segundo origen en valor sobre el total de las importaciones de café verde, con USD 204

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

millones. Aprovechando que los consumidores japoneses están dispuestos a retribuir la calidad del grano, la FNC se ha enfocado en generar alianzas de largo plazo que han expandido las ventas de cafés diferenciados y especiales con primas para los productores.

También sobresalen las ventas de café instantáneo y extracto de Buencafé en Japón. Con su presencia en Tokio, la FNC ha aprovechado al máximo el portafolio marcario de los cafeteros: con Emerald Mountain®, en alianza con Coca-Cola, para la bebida de café listo para tomar líder en Japón, y Jazmín® (con Mitsubishi) para el creciente segmento de café preparado en tiendas de conveniencia.

La FNC en Japón tiene varios canales de redes sociales en japonés para difundir información reciente y relevante sobre el Café de Colombia y sus actividades promocionales. En cuanto a cooperación, Mitsubishi Corporation ha patrocinado desde 2008 el Programa Familia Guardabosques, ejecutado en 9 departamentos y que busca consolidar la participación de estas regiones en el mercado de cafés especiales, mejorando la gestión ambiental y la productividad, promoviendo modelos asociativos y apoyando la erradicación de cultivos ilícitos.

Otros mercados relevantes en consumo y perspectivas de crecimiento son Filipinas, Indonesia, Vietnam y Corea del Sur, siendo este último uno de los de mayor crecimiento para el café colombiano en el mundo y donde la FNC también es el principal proveedor. En China, dada su importancia como mercado en pleno desarrollo para el café, con altas tasas de crecimiento, la FNC abrió su oficina de representación en 2006 para replicar el éxito y reconocimiento logrado en Japón con el café colombiano.

La occidentalización de los hábitos de consumo ha abierto las puertas a nichos de café cada vez más sofisticados y diferenciados. Trabajar de cerca con generadores de tendencias de consumo como líderes de opinión, baristas y jueces, el hecho de que la FNC sea el principal patrocinador del campeonato de baristas de China y participar en ferias en ciudades como Shanghái, Beijing y Guangzhou han resultado en mayor reconocimiento y disponibilidad de café colombiano; como ejemplo, cada vez más tostadores son parte del programa 100% Café de Colombia.

5. DESARROLLO SOCIAL PARA LA COMUNIDAD CAFETERA

5.1. Fundación Manuel Mejía

Con 57 años de experiencia, la Fundación Manuel Mejía (FMM), brazo académico de la Federación Nacional de Cafeteros, lidera procesos educativos que promueven el bienestar de los cafeteros, sus familias y demás comunidades rurales y urbanas, mediante el diseño, desarrollo e implementación de programas de capacitación.

- **Programas dirigidos a los caficultores**

Encuentro Nacional de Mujeres Caficultoras: Realizado del 16 al 18 de mayo de 2018, que brinda un espacio de participación, representación y construcción de propuestas con enfoque de equidad de género integral para cada uno de los ejes de la estrategia de la FNC, donde la FMM asumió el diseño participativo del encuentro, la facilitación pedagógica de las actividades grupales y la logística. En el encuentro participaron 94 mujeres de 19 departamentos en la construcción de propuestas de equidad de género.

Programa niños pilos del café: En continuidad al programa que inició en 2016, la FMM formó la tercera cohorte de Niños

Pilos del Café, que busca promover el empalme generacional, haciendo que las niñas y niños conozcan la importancia de la caficultura y sus instituciones, así como su contribución al desarrollo socio-económico de la familia y las comunidades. Para este programa, la Federación, vía los Comités Departamentales, Cenicafé, Buencafé, Procafecol, la FMM y el Parque Nacional del Café, integra esfuerzos y coordina acciones formativas para los niños en reconocimiento de su buen desempeño académico y sus habilidades de liderazgo. En esta edición participaron 391 niñas y niños pilos, de 139 municipios, 229 veredas y 203 escuelas.

Programas en la sede educativa de la FFMM: En 2018, la FMM, en su sede educativa de Chinchiná, Caldas, formó 749 caficultores en programas enfocados a: caficultura joven y productiva (374 caficultores); institucionalidad cafetera (15); buenas prácticas de cultivo y beneficio (156); negocio del cafetero (66); mantenimiento de motores a gasolina, estacionarias y principios de electricidad (23); buenas prácticas de cultivo y beneficio (70); así como los talleres El caficultor, un empresario en el negocio del café (45). Técnico laboral en trabajador agrícola café: Es un programa de la FMM que forma a jóvenes como trabajadores agrícolas para la producción sostenible y rentable del grano. Consta de ocho módulos de 720 horas en total, con 15 créditos y encuentros bimensuales

de 15 días continuos, para una duración de 11 meses. Este programa benefició a 24 jóvenes de Magdalena, Cesar y Guajira.

- **Programas dirigidos al Servicio de Extensión**

Otro grupo objetivo de la formación y capacitaciones ofrecidas por la FMM es el Servicio de Extensión, lo que incluye:

Capacitación virtual: En el marco del Proyecto Aula Virtual Cafetera, para 2018 se constituyeron cuatro cursos orientados a fortalecer tanto el área de desempeño técnica como social de los participantes. En el área técnica se definió el curso virtual Manejo Integrado de Arvenses y Manejo de Tratamiento de Aguas Residuales. En el área social se abordaron los temas de asociatividad y derechos humanos: equidad de género y relevo generacional (en el curso de asociatividad participaron 1.136 extensionistas, en el de derechos humanos 1.196, en el de manejo de integrado de arvenses 1.169 y en el de manejo y tratamiento de aguas residuales 1.194 extensionistas).

Diplomado en Tecnología del café y extensión rural: Desde 2015 la FMM imparte este curso para los nuevos técnicos que cada año ingresan al Servicio de Extensión y actualizar a

aquellos ya vinculados a los Comités. En 2018 fueron capacitados 30 extensionistas de distintos Comités en tecnología del cultivo del café y beneficio, extensión rural e institucionalidad cafetera. Además, se impartió el taller “Actualización en Tecnología del Café y Extensión Rural”, por cinco días, a 395 extensionistas de todas las regiones cafeteras.

- **Otros Programas de capacitación**

Soy cacaocultor: Desde 2016, la Fundación Luker se ha apoyado en la FMM para fortalecer las capacidades de los productores de cacao. Inicialmente solicitó a la FMM el diseño de 15 módulos impresos con sus respectivas guías de aprendizaje sobre establecimiento del cultivo de cacao, BAPs, manejo integrado de plagas y enfermedades, podas y cosecha, y beneficio. Para 2018, la Fundación amplió el alcance del programa y solicitó a la FMM realizar tres acciones relevantes para que el plan de formación cumpliera con los objetivos de aprendizaje.

Programa Comunidades Rurales: La Fundación Manuel Mejía en calidad de operador del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y por tercer año consecutivo, asumió el reto de realizar la formación y el acompañamiento a las familias y comunidades, ubicadas en el departamento del Huila que

tradicionalmente han sido vulnerables. Como resultado del proceso se fortalecieron 840 familias de las zonas rurales, los líderes existentes en las comunidades y se llevaron a cabo procesos de organización y participación comunitaria que permitieron el mejoramiento de espacios deportivos y de encuentro para las comunidades.

Florece familias en paz: Este proyecto surgió del interés de la Fundación Bolívar Davivienda, brazo social del Grupo Empresarial Bolívar, en conectar organizaciones sociales para generar transformaciones que fortalezcan las capacidades de las personas y comunidades para lograr una sociedad justa, equitativa e innovadora. La FMM fue seleccionada para el proyecto, cuyo objetivo es fortalecer y generar relaciones pacíficas y de solidaridad en 82 familias de las veredas El Reposo y Quiebra de Naranjal, colindantes a la Sede Educativa de la FMM.

Talleres para Coltabaco: Por solicitud de la Compañía Colombiana de Tabaco, Coltabaco, en 2018 la FMM trabajó en proyectos para fortalecer conocimientos y mejorar las competencias de productores de tabaco en gestión del cambio; comunicación efectiva en gestión y reestructuración de paradigmas; y manejo y resolución de conflictos en el contexto de la extensión rural en el que participaron 133

personas (productores, docentes y técnicos). La FMM caracterizó y describió los tipos de acuerdos comerciales que establecen los productores con terceros para la producción del tabaco.

Familias con bienestar para la paz (Quindío): La FMM como operador del ICBF Regional Quindío para el programa Familias con Bienestar para la Paz, implementó con 1.440 familias actividades de educación mediante el desarrollo de encuentros grupales para construir vínculos de cuidado mutuo y transformación de las formas de convivencia familiar y comunitaria.

Pasadía ambiental: Vivamos una travesía ambiental por el Paisaje Cultural Cafetero: Este programa despierta el interés, la imaginación y creatividad de los participantes en el diseño de estrategias que los ayuden a vivir de manera sostenible y respetuosa del medio ambiente en el Paisaje Cultural Cafetero. Está dirigido a niños y jóvenes de escuelas y familias interesadas en este proceso lúdico. En 2018 se capacitaron 81 estudiantes de ingeniería industrial de la Corporación Universitaria del Huila (CorHuila).

Otros proyectos: El Comité de Cafeteros César- Guajira contrató a la FMM para un diagnóstico participativo del

estado actual de las asociaciones y sus asociados en el municipio de La Jagua de Ibirico, Cesar y en un taller de Escuela y Café en el que participaron 52 docentes de nueve Instituciones educativas. En 2018, la FMM participó en otros programas y proyectos que contribuyen a la gestión de la FNC, entre los que destacan:

- Curso virtual sobre elecciones cafeteras.
- Camino a la excelencia en la gestión de proyectos para la FNC.
- Apoyo al proceso de inducción a la FNC.

5.2. Educación para el futuro

El enfoque que la Federación ha venido dando al empalme generacional se ha centrado en identificar los intereses de jóvenes rurales para su reconocimiento, y acercarlos a la institucionalidad cafetera y a la gestión de oportunidades para su permanencia en el campo. Para lograr estos objetivos se han desarrollado las siguientes actividades:

Encuentros nacionales: El área de Desarrollo Social de la FNC participó en 2018 en el Foro Nacional de Jóvenes Caficultores “Participando Construimos el Camino para Incidir”, liderado por el Comité de Cafeteros del Cauca. Además de escuchar los intereses y desafíos de los jóvenes de las diferentes regiones, este escenario propició intercambios de experiencias y

conocimiento hacia la participación activa de los jóvenes en espacios de incidencia, decisión y liderazgo, dentro y fuera del gremio cafetero.

Encuentros departamentales: Los Comités Departamentales de Cafeteros (Cesar-Guajira, Santander, Cundinamarca, Valle del Cauca, Huila, Cauca) han desarrollado encuentros regionales de jóvenes para compartir conocimiento y experiencias, dejar capacidad instalada en la institucionalidad cafetera y promover la estrategia “Más agronomía, más productividad”, entre otros.

Redes sociales facilitan relacionamiento con FNC: A partir del encuentro nacional de jóvenes caficultores (JOCA) en 2017, se consolidó una red social WhatsApp, con los participantes del encuentro, que ha permitido intercambiar contenidos y que se espera seguir dinamizando con mensajes de utilidad, actualidad, motivación y que permitan a la FNC reconocer las metas y aspiraciones de la juventud rural. Por otro lado, se creó la “Red de Jóvenes Caucanos”, en la cual han resignificado la identidad y el liderazgo juvenil. Esta iniciativa departamental busca replicarse en otras regiones.

Edición especial Renacer- Juan Valdez®: En alianza con las tiendas Juan Valdez® y la Fundación ANDI se desarrolló el

proyecto de edición especial Renacer-Juan Valdez ® con café de jóvenes productores, visibilizando historias de esperanza y reconstrucción en regiones afectadas por el conflicto y fortaleciéndolos. Cinco jóvenes son protagonistas de la edición especial, que fue lanzada en el Cauca en el marco de la intervención de “Vamos Colombia”, de la Fundación ANDI. Los jóvenes seleccionados pertenecen a Antioquia (Abejorral), Risaralda (La Celia), Huila (Santa María), Guajira (Urumita) y Cauca (Rosas). En articulación con la ANDI, durante una semana de formación se fortaleció el Plan de vida de estos jóvenes y habilidades empresariales.

Piloto de formación en gestión de proyectos: En articulación con la oficina de Gestión de Proyectos de la FNC y respondiendo a las necesidades expresadas por los jóvenes en el evento Renacer, se viene formulando un piloto para formar jóvenes líderes en cinco territorios del país en la metodología del Instituto de Gestión de Proyectos (PMI en inglés) para la formulación y gestión de los mismos. El público objetivo serán 150 jóvenes caficultores.

Proyecto de turismo cafetero en Tunía, Cauca: En el marco de un proyecto piloto de turismo cafetero, se realizó el primer taller "Producto Turístico: Experiencias de Café" con jóvenes caficultores en el corregimiento de Tunía, Cauca, espacio de

formación que les permitió conocer conceptos relacionados y diseñar sus rutas turísticas en el contexto de su territorio.

5.3. Protección social

- **Formalización laboral en el campo**

La Federación Nacional de Cafeteros, junto con otros gremios asociados a la SAC, Asocajas, Fasecolda y el Gobierno Nacional, en particular los Ministerios de Hacienda y Trabajo, ha venido empujando el Proyecto de Ley 193 de 2018 del Senado y el 123 de 2017 de la Cámara de Representantes para establecer un piso mínimo de protección social (vejez, salud y aseguramiento ante riesgos laborales) que dignifique a los trabajadores agropecuarios con ingresos inferiores a un SMMLV, sin importar el tipo de contratación. De esta manera, los trabajadores podrán acceder a beneficios mínimos en materia de protección para la vejez, salud y aseguramiento ante riesgos laborales. Hasta diciembre de 2018, estaba aprobado en Segundo Debate y se encontraba publicada la Ponencia para el Tercer Debate ante la Comisión Séptima del Senado, que propone ajustar, respecto del texto aprobado en la Cámara de Representantes, lo siguiente:

1. La población objetivo, en el sentido de eliminar la expresión “habitante del sector rural” y dejar

únicamente como beneficiarios de la ley a “quienes desarrollen actividades agropecuarias”.

2. Se introduce la propuesta de establecer un ahorro mínimo obligatorio para los trabajadores dependientes e independientes, así como para los independientes por cuenta propia vinculados al piso mínimo de protección social. Su fundamento es promover un ahorro efectivo para cubrir los riesgos de vejez y accidente de la población rural.
3. Se introduce una restricción para quienes en el último año hubieren estado vinculados al Sistema General de Seguridad Social en Salud, Pensión y Riesgos Laborales para que no puedan trasladarse al piso mínimo de protección social.

- **Programa Adulto Mayor**

El 26 de febrero el Ministerio del Trabajo expidió el Decreto 378 de 2018 que regula la posibilidad de que quienes han sido beneficiarios del Programa de Subsidio al Aporte para Pensión (PSAP) puedan vincularse a BEPs y solicitar el traslado del subsidio otorgado por el Fondo de Solidaridad Pensional (FSP) junto con los aportes realizados por el interesado durante el tiempo que fue beneficiario. Este cambio es posible siempre y cuando:

1. No tenga posibilidad de hacerse acreedor al reconocimiento de pensión de vejez.
2. Los aportes no hayan sido devueltos al FSP (el artículo 29 de la Ley 100 establece que cuando el afiliado que haya recibido el subsidio del FSP exceda los 65 años y no cumpla requisitos para acceder a pensión, se devolverá el monto de los aportes y rendimientos al fondo).
3. No se haya otorgado y pagado la indemnización sustitutiva.

Los interesados en trasladar el subsidio deben cumplir las siguientes condiciones:

1. Diligenciar el formulario que la Administradora Colombiana de Pensiones defina para tal fin.
2. Presentar ante la administradora de BEPs, Colpensiones, la certificación de las cotizaciones al Régimen de Ahorro Individual con Solidaridad, cuya vigencia no podrá ser superior a un mes.

El plazo para el traslado del subsidio a BEPs es de un año a partir de la finalización de los 6 meses que otorga el decreto a Colpensiones para realizar los ajustes técnicos que permitan el traslado, solicitar vinculación a BEPs y trasladar el 100% del

subsidio. Pasado el año y en el año siguiente, se autoriza el traslado del 50% del subsidio. Superados los plazos NO se realizará traslado de subsidios. Teniendo en cuenta el plazo perentorio que prevé el Decreto 378 para el traslado, la Federación gestiona ya la suscripción de un Acuerdo de Confidencialidad con Colpensiones para identificar a los caficultores que puedan beneficiarse del traslado del programa PSAP al programa BEPs.

- **Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (SG-SST)**

Tras la expedición de la Resolución 1111 de 2017 “por la cual se definen los estándares mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para empleadores y contratistas” y ante la sugerencia planteada por el Ministerio del Trabajo, la FNC se registró y fue autorizada para ofrecer el programa de capacitación virtual gratuita, con intensidad de 50 horas, sobre Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo y expedir las certificaciones respectivas. Para ello se contrató a la FMM para elaborar el curso virtual y el “Manual del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) de la finca cafetera”, que incluye los estándares mínimos que deben cumplir las fincas según los términos previstos en la resolución. En 2018 la FMM capacitó a 200 caficultores adicionales a los 1.500 de 2017, repartidos en 19

departamentos y 309 municipios. Adicionalmente, la Federación evidenció algunos problemas en dicha Resolución, para lo cual en diciembre radicó un Derecho de Petición al Ministerio de trabajo con las siguientes observaciones:

1. En su Artículo 7, se incluye la expresión de UPA sin procesos de transformación" sin especificar qué se entiende por transformación, que para el caso del café, no es claro si el secado per se constituye un "proceso de transformación", por lo cual una finca cafetera podría quedar por fuera de la aplicación del citado artículo.
2. El artículo 7° también incluye una referencia expresa al número de trabajadores de la UPA, sin una regulación sobre una UPA con más de 10 trabajadores, desconociendo la realidad de la ruralidad colombiana al asumir que las relaciones en el campo se edifican bajo la existencia de relaciones laborales formales. Situación que genera conflicto en razón a que la mayoría de las actividades en el campo son desarrolladas por trabajadores cuenta propia y jornaleros a través de modalidades de vinculación contractual diferentes a las de las zonas urbanas.

3. Para las empresas de menos de 10 trabajadores, se indica que el diseño del SGSST debe estar a cargo de técnicos y/o tecnólogos, lo cual fomenta que personas inescrupulosas generen cobros por diseñar unos manuales que no cumplen con la condición básica, real y final, que es proteger la seguridad y salud de las personas que desarrollan una actividad en un sitio de trabajo.
4. Se elimina la consideración del sitio de trabajo que, a juicio de FNC, resulta relevante ya que su inclusión constituye un mecanismo para lograr una efectiva protección en la Seguridad y Salud en el Trabajo.
5. No se otorga ningún plazo para la adecuación, transición y aplicación de los estándares mínimos en las UPAs. Esto genera la duda de cómo se llevará a cabo el proceso de evaluación inicial y plan de mejoramiento, si las fechas a las cuales hace referencia la resolución (que son las mismas de la Resolución 1111 que se pretende derogar) ya se cumplieron.
6. El artículo 12° hace referencia a quienes pueden prestar el apoyo, asesoría y capacitación para las UPAs de 11 a 50 trabajadores, cuando a juicio de FNC ese

apoyo y asesoría debería tener una aplicación transversal y no en función al número de trabajadores.

- **Empalme generacional**

En septiembre de 2017, la Federación firmó un memorando de entendimiento con la organización Partners of the Americas para que ambas propusieran un proyecto cuyo objetivo fuera trabajar en erradicar el trabajo infantil, que fue presentado ante el Departamento de Trabajo de Estados Unidos (USDOL), el cual lo aceptó en diciembre de 2017. Partners firmó entonces un convenio de cooperación para implementar el Proyecto “Colombia Avanza”, cuyo objetivo es mejorar la capacidad de la sociedad civil para comprender y abordar el trabajo infantil y las condiciones aceptables de trabajo en la industria cafetera de Colombia. Este proyecto arrancará en 2019, por tres años, en Tolima y Huila, con acciones encaminadas a:

1. Mejorar la capacidad de la sociedad para identificar la naturaleza y el alcance del trabajo infantil en el sector cafetero.
2. Mejorar la capacidad de la sociedad civil para generar conciencia sobre el trabajo infantil y las violaciones de los derechos laborales.

3. Mejorar la capacidad de la sociedad civil para implementar acciones que enfrenten el trabajo infantil y las violaciones de las condiciones laborales.

La tarea de la FNC será brindar su experiencia y conocimiento para lograr un entendimiento de la comunidad cafetera respecto de la participación de los menores de edad en actividades de la caficultura, así como prevenir y erradicar el trabajo peligroso y forzoso infantil (esclavitud), el trabajo infantil cafetero que sin ser peligroso no obedezca a un entorno familiar y cultural, y aquel que no corresponda a trabajo adolescente dependiente y protegido.

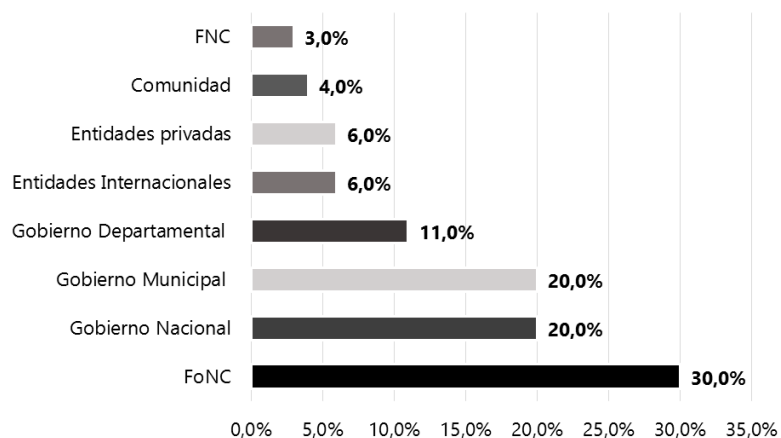
Este proyecto es importante para el sector cafetero y la Federación, que desde hace tiempo ha enfocado sus esfuerzos en lograr la aceptación de ciertas actividades de menores en las fincas en un entorno familiar y cultural, que facilite el empalme generacional, la enseñanza de un arte u oficio que les permita una actividad económica para su futura subsistencia y contribuya a la permanencia de la tradición cafetera en la economía colombiana. Además de FNC y USDOL, "Colombia Avanza" tiene como socios estratégicos a los Ministerios del Trabajo y Justicia, Pacto Global Colombia, Colpensiones, Universidades de Ibagué y Surcolombiana, Alta Consejería para el Postconflicto, Colombianos Apoyando

Colombianos (CAC) y la Central Unitaria de Trabajadores (CUT). El 28 de diciembre de 2018, la FNC firmó un memorando de entendimiento con Partners of the Americas para sentar las bases de este proyecto y empezar su ejecución en 2019.

5.4. Inversión social

De estos recursos, 84.7% Infraestructura, 13.5% Educación, 0.6% Asociatividad, 1.2% Equidad de género y protección social. Los recursos provienen principalmente de entidades público-privadas nacionales e internacionales para el desarrollo de programas en las zonas cafeteras en beneficio del productor y su familia, con impactos positivos en las comunidades. La FNC, apoyada en activos institucionales intangibles como su capacidad de gestión y la transparencia en la ejecución, ha logrado apalancar los recursos del FoNC en una proporción de 1 a 2; es decir que por cada peso aportado por el FoNC se gestionaron 2% provenientes de fuentes adicionales.

Figura 11. Inversión social por aportante



Fuente: FNC

De los proyectos en infraestructura, 64% corresponden a vías, 22% a infraestructura social, 10% a saneamiento básico y 3% a vivienda. Los proyectos educativos están dirigidos a apoyar a los caficultores y sus familias mediante auxilios estudiantiles, acceso a programas educativos y formación de caficultores líderes. En el cual se destaca el proyecto Niños Pilos Parque del Café, cuyo propósito es contribuir al empalme generacional mediante el reconocimiento, por su liderazgo y desempeño académico, a los niños de escuelas rurales cafeteras. Este proyecto fue realizado en Nariño y benefició a 38 niños hijos de caficultores.

Los proyectos de asociatividad buscan apoyar a las asociaciones de productores con acompañamiento técnico y empresarial para el desarrollo de sus proyectos productivos. A 2018 se realizaron tres proyectos en Nariño y Valle del Cauca, en beneficio de más de 24 mil productores. Los proyectos de equidad de género promueven el empoderamiento de las mujeres y los jóvenes caficultores, destacando el proyecto de mujeres cafeteras en Chinchiná (Caldas), en el que participan 500 mujeres.

Los proyectos de protección social corresponden a programas como Healing the Children, mediante el cual se interviene quirúrgicamente a niños con patologías como labio leporino, paladar hendido y pie Chaplin, donde se beneficiaron 35 niños del Huila. Por último, los proyectos de infraestructura comprenden acciones dirigidas al mejoramiento de vías terciarias (vías, puentes, cables y alcantarillas), obras de saneamiento básico (acueductos, baterías sanitarias y pozos sépticos, entre otros), vivienda (construcción, mejoramiento y adecuación) e infraestructura social (obras en colegios, acueductos, electrificación, puestos de salud y centros comunitarios, entre otros).

- De las 279 obras viales, se destacan cinco convenios con el Invías valorados en \$33.000 millones, cuyo objetivo es mejorar

658 km de vías rurales en 28 municipios cafeteros del Cauca, Valle del Cauca, Quindío, Risaralda y Caldas.

- En obras de saneamiento básico están en ejecución 46 proyectos, entre los que destacan obras de construcción de tres acueductos en Antioquia en alianza con los municipios, los cuales beneficiarían a más de 300 familias.
- Dentro de las labores de construcción y mejoramiento de viviendas rurales, la FNC ejecuta 15 proyectos, de los cuales 5 son de construcción y mejoramiento de vivienda rural por \$913 millones. Lo anterior beneficiará a más de 2.510 caficultores en Antioquia, Caldas, Quindío, Nariño y Valle del Cauca. La FNC también ejecuta 97 proyectos de infraestructura social, incluido el convenio con la Agencia de Renovación del Territorio para estructurar, diseñar y ejecutar acciones para la implementación de la Estrategia de Proyectos de Pequeña Infraestructura Social y Comunitaria "PIC" que incluye proyectos sociales, infraestructura vial y provisión de servicios públicos. Este proyecto impactará en los caficultores de Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

Adicionalmente, se ejecutaron dos proyectos de energización: el primero para optimizar la línea primaria de energía eléctrica de las veredas Vista Nieves y La Tagua, en el departamento del Magdalena, por \$26,3 millones y que beneficiará a 1.670

cafeteros. El segundo, en el Cesar, por \$27,9 millones para mejorar la conectividad de la zona cafetera, en beneficio de 485 caficultores.

5.5. Café de Colombia como bebida nacional

La Dirección Jurídica de la FNC ha trabajado en el estudio y análisis de la posible declaratoria del café como bebida nacional para incentivar y aumentar el consumo. Para ello aprovechó el Proyecto con artículos referentes a:

1. Creación del programa de donación voluntaria "Quiero a los cafeteros", cuyo propósito es el recaudo organizado de aportes voluntarios hasta por 10% del valor de la compra de café o productos de café y especificando que los recursos recaudados por este programa se destinarán exclusivamente a financiar programas orientados a mitigar y atender los riesgos de vejez de los pequeños productores y recolectores de café.
2. Creación del Fondo Social Cafetero para administrar los recursos recaudados por el Programa "Quiero a los Cafeteros".
3. Declaratoria del café como bebida nacional, en razón de su relevancia histórica, social, económica y cultural.

4. Promoción del consumo interno de café, para lo cual el Ministerio de Agricultura, en coordinación con el de Industria y Comercio, diseñará e implementará, estrategias de promoción del consumo de café colombiano.
5. Estímulo a compras de café colombiano por parte de entidades públicas o de economía mixta.
6. Inclusión del café en programas de alimentación financiados con recursos públicos (adultos mayores, cárceles, colegios, etc.).
7. Concientización de la realidad del campo colombiano, reconociendo que el recolector puede considerarse trabajador dependiente, contratista o independiente por cuenta propia.

De aprobarse la iniciativa, generará importantes beneficios para los caficultores y el sector cafetero. “Una vez se apruebe este proyecto de ley, podemos decir a los cafeteros que les cumplimos en la declaratoria del café como bebida nacional, en los incentivos en las compras públicas, no solo para niños sino para cárceles y adultos mayores de nivel nacional y territorial, la visibilización de la mano de obra de recolección y la creación del fondo social para la vejez”, afirma el Gerente General, Roberto Vélez.

5.6. Equidad de género

Equidad de Género: Empoderamiento transversal

Durante el año 2018, el Programa de Equidad de Género (PEG) continuó fortaleciendo a la FNC como agente de cambio y referente de la equidad de género a nivel gremial, organizacional y nacional. El PEG trabajó en dos estrategias: 1) el empoderamiento para fortalecer las capacidades de las mujeres en la toma de decisiones hacia la realización de sus metas, y 2) la transversalización de la equidad de género, que busca que todas las necesidades, intereses y experiencias de mujeres y hombres sean parte integral del diseño, ejecución, monitoreo y evaluación de las políticas, programas y proyectos de la institución, lo que significa la apropiación del enfoque de género por parte de todos los colaboradores.

Dentro de la gestión del PEG en 2018 destacan:

Encuentro Nacional de Mujeres Caficultoras: Bajo el eslogan “Liderazgo que transforma”, la Dirección Social realizó del 16 al 18 de mayo el Encuentro Nacional de Mujeres Caficultoras en la Fundación Manuel Mejía, en Chinchiná, Caldas con participación de 96 mujeres líderes de 19 departamentos. El objetivo de este gran encuentro fue generar un espacio de participación, representación y construcción de propuestas bajo el liderazgo de las mujeres

cafeteras a través del fortalecimiento de sus habilidades como líderes y como multiplicadoras de lo aprendido en sus regiones. Esta formación en cascada dio como resultado 4.018 personas formadas por las participantes en sus regiones en alguno de los temas que apropiaron en el encuentro.

Visibilidad y comunicación para fomentar el liderazgo: En 2018 el sector cafetero estuvo marcado por las elecciones cafeteras, oportunidad para fortalecer la participación y el empoderamiento gremial femenino y de los jóvenes. Desde comienzos de año el Programa participó en el diseño de la estrategia de promoción de los comicios para introducir en ella el enfoque de género. Directores Ejecutivos, coordinadores gremiales y comunicadores de los Comités, entre otros, definieron metas de participación de las mujeres por departamento y actividades para alcanzarlas. Se usaron comunicaciones escritas y audiovisuales con enfoque de equidad de género en la campaña, incluyendo piezas dirigidas exclusivamente a las mujeres. Gracias a este esfuerzo, 27 mujeres fueron elegidas como miembros de los Comités Departamentales, casi duplicándose la representación a 15% desde el 8% anterior, y 1.094 mujeres serán miembros de los Comités Municipales, 24% del total, frente a 16% en 2014-2018.

Abriendo más puertas al café producido por mujeres: En el primer semestre se articuló con Procafecol la edición especial de café de mujeres de cara a la celebración del día de la madre. Se seleccionó a la Asociación de Mujeres Cafeteras de Ocamonte, con 100 caficultoras, quienes aportaron la materia prima para 1.500 libras de café tostado y empacado con publicidad especial. Ellas recibieron, además de un precio remunerativo, 20 toneladas de abono orgánico y cinco cafeteras de goteo para atender eventos.

1.278 colaboradores de FNC formados en enfoque de género: Como agente de cambio en equidad de género, la FNC ha transversalizado este enfoque mediante la formación de 1.278 colaboradores en el curso virtual "Derechos Humanos: equidad de género y relevo generacional".

Trabajo con ONU Mujeres: La Federación trabaja en conjunto con ONU Mujeres para aplicar la herramienta de análisis de brechas de los Principios para el Empoderamiento de la Mujer (WEP en inglés), que permitirá identificar fortalezas, avances y oportunidades de mejora en el desempeño de la institución en equidad de género.

6. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

6.1. Cenicafé (Líneas de investigación)

Desarrollo de variedades: sustentado en torno a la Colección Colombiana de Café (CCC) y el desarrollo de variedades. La CCC es diversa en producción, calidad de la bebida, resistencia a enfermedades y adaptabilidad, que constituye la materia prima para desarrollar variedades mejoradas. Se obtuvieron los genomas de *Coffea arabica* var. Caturra y *C. eugenioides* y dos borradores de genomas de *C. liberica* y del Híbrido de Timor. Se obtuvieron los derechos de obtentor de variedad para 9 progenies de las variedades Castillo y una de Cenicafé y la solicitud de dos progenies de las Castillo Zonales.

Sistemas productivos: orientado a evaluar y validar prácticas agronómicas relacionadas con fortalecimiento de sistemas de producción bajo sombra y a libre exposición solar, con aplicaciones prácticas que aumenten la producción.

Sanidad vegetal: dirigida a investigación y monitoreo de enfermedades en: 1. manejo químico de roya, mancha de hierro y mal rosado; 2. monitoreo de roya en genotipos con resistencia incompleta; 3. epidemiología y desarrollo de alertas para roya y muerte descendente; 4. inductores de resistencia en la planta para manejo de enfermedades en

almácigo; 5. biorregulación de patógenos aéreos del cafeto causantes de mancha de hierro, antracnosis y muerte descendente con controladores biológicos y bionutrición usando bacterias fijadoras; y 6. biología, patogenicidad y epidemiología de la gotera. En cuanto a plagas, se obtuvo el ensamble completo del genoma de la broca. Resultados de residuos de pesticidas, sin detectar trazas si se siguen las recomendaciones de Cenicafé y se respeta período de carencia. Se identificaron más de 23 especies de cochinillas de raíces del café.

Cosecha y postcosecha: para optimizar la recolección selectiva se lanzaron las lonas en el piso y en conjunto con una empresa brasileña se entregó la derribadora Brudden DSC-18. Se lanzó tecnología Ecomill® LH-300 para beneficio ecológico por pequeños caficultores; 7 beneficiaderos comunitarios 100% ecológicos construidos, avance en fermentación y tratamiento de aguas mieles, con identificación de flocculantes químicos y naturales de bajo costo y uso de filtros verdes para que cafeteros puedan cumplir con legislación.

Adaptación a la variabilidad climática: bajo la premisa de entender comportamiento del clima y su efecto en la caficultura, mejor información de red meteorológica, con 195 estaciones convencionales y 137 automáticas. Aplicación

desarrollada para control de calidad de información diaria; se implementó rutina de balance hídrico cada 10 días para cultivo en producción, y se obtuvieron los valores de disponibilidad hídrica para generar alertas tempranas al respecto.

Agregación de valor, calidad y origen: para mejorar la calidad del café hubo proyectos en evaluación de calidad en fincas, influencia de la temperatura de tostación en calidad sensorial y sobre características físico-químicas del defecto reposo. Se formularon investigaciones sobre tostación de variedades, actividad del agua del grano y detección indirecta de composición química del grano mediante espectrofotometría de infrarrojo cercano para café verde y tostado. Se consolidó grupo interno de catación certificado como Q-grader para apoyar caracterización en taza de defectos y atributos asociados a experimentos del Centro.

Divulgación y transferencia: para transferir conocimiento, a septiembre Cenicafé publicó: Avances Técnicos 479 al 486, Revista Cenicafé 68 y 69, Anuario Meteorológico 2017, Informe Anual de Actividades 2017, 16 libros del Proyecto GIA y los libros "La adopción de tecnologías agrícolas, bases para su comprensión" y "Clima de la caficultura en Colombia" como parte de los 80 años de Cenicafé, disponibles en

www.cenicafe.org o en los Comités Municipales; 47 actividades de capacitación para el Servicio de Extensión, cuatro días de campo a los caficultores en temas de "Más agronomía, más productividad", "Cosecha con lonas", "Energía solar en la finca cafetera" y el "Encuentro de Corporaciones Autónomas Regionales". Cenicafé participó en Cafés de Colombia Expo 2018 con las presentaciones de cosecha con lonas, Ecomill y Más agronomía más productividad, con el apoyo del Profesor Yarumo.

6.2. La Acción de Mitigación Nacionalmente Apropriada (NAMA)

La Acción de Mitigación Nacionalmente Apropriada (NAMA las siglas en inglés) para el café de Colombia define las medidas y acciones de mitigación al cambio climático en la producción de café, particularmente en los procesos llevados a cabo en las fincas (cultivo y postcosecha) hasta obtener el café pergamino seco. También identifica y cuantifica las potenciales reducciones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y de los co-beneficios ambientales, económicos y sociales asociados, que contribuyen a los objetivos de desarrollo sostenible del país. Adicionalmente, plantea los mecanismos de financiamiento de las medidas y acciones propuestas, establece un sistema de Monitoreo, Reporte y Verificación (MRV) para el seguimiento, y lineamientos para la

implementación. Actualmente la NAMA Café de Colombia se encuentra en fase de desarrollo, es decir, ya se tienen definidas las acciones de mitigación, las metas, los potenciales de reducción, pero aún no cuenta con los recursos para la implementación.

Objetivo General

Proponer e implementar estrategias para la mitigación de Gases Efecto Invernadero generados en las etapas de producción, cosecha y postcosecha del café de Colombia a nivel de finca.

Objetivos específicos

- Manejar eficientemente los fertilizantes nitrogenados.
- Implementar sistemas agroforestales en los predios donde se cultiva el café.
- Optimizar las prácticas en el proceso de postcosecha del café.
- Implementación de sistemas de tratamiento de aguas residuales domésticas con quemadores de metano.

Para el cálculo de las fijaciones de carbono se utilizaron los datos de la distribución de hectáreas de café de acuerdo al tipo de sistema productivo: libre exposición, semisombra y sombra, estos dos últimos considerados como sistemas agroforestales. Los anteriores datos se relacionaron con las

tasas de fijación de carbono obtenidas para sistemas de monocultivo (libre exposición) y agroforestales (arreglos de café con nogal y caucho), y se compararon con las tasas de emisión producto de la fertilización beneficio, secado del café y aguas residuales domésticas. El resultado indica que el cultivo del café en Colombia captura 5,2 veces más carbono que el que emite.

6.3. Programa forestal y de conservación de biodiversidad

En 2018 se ejecutaron \$1.334 millones en el programa forestal y de biodiversidad, que contribuye al cuidado de los ecosistemas y la adaptación de los sistemas productivos a la variabilidad climática mediante el manejo integral de cuencas hidrográficas.

Este programa, desarrollado desde 2005 en alianza con los Gobiernos colombiano y alemán, impacta a 59 municipios en 8 departamentos cafeteros. Ha implementado acciones para un adecuado uso de suelo, combinando el cultivo del café con arreglos agroforestales, plantaciones forestales y cercos vivos, acompañado de acciones en conservación y cuidado de los bosques naturales, con un enfoque de gestión y planificación que favorece la conectividad del hábitat de la biodiversidad

en la zona cafetera, junto con prácticas de producción sostenibles que usen y contaminen menos agua, racionalicen el uso de agroquímicos, reduzcan los desechos orgánicos e inorgánicos y conserven el suelo.

6.4. Manos al Agua-Gestión Inteligente del Agua (GIA)

La FNC y su brazo científico Cenicafé, en alianza con Nestlé, Nespresso, la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional APC-Colombia, la Universidad de Wageningen (WUR) y la Netherlands Enterprise Agency (RVO), en 2013 iniciaron el proyecto como una iniciativa innovadora que actuó en el territorio con un enfoque de manejo de microcuencas cafeteras, buscando mejorar la gestión del agua para apoyar la industria del café en Colombia. Tres elementos fueron fundamentales para una implementación más eficaz y lograr resultados a nivel de finca y región, y potencializar el trabajo con la comunidad como elementos de cohesión:

- El concepto del territorio, la microcuenca como sistema.
- El agua como elemento fundamental para la vida, la producción, la integración, la toma de decisiones y la gestión del territorio.
- La generación de identidad con la iniciativa Manos al Agua.

Se establecieron criterios importantes de selección y priorización de los recursos para soportar las necesidades de cada región. Se involucró la totalidad de los productores y sus familias en las diferentes actividades para el manejo de las microcuencas y la gestión integral del agua para fortalecer el sector cafetero y su cadena de valor. Las fincas y toda el área de intervención evidencian mejoras en la gestión del agua y mayor capacidad de sus habitantes para tomar decisiones frente a la variabilidad climática.

En Colombia el agua disponible apta para consumo humano y desarrollo de actividades productivas se ha reducido en tres cuartas partes en las últimas dos décadas. El 54% de la zona rural tiene problemas de uso del agua por escasez o falta de infraestructura, y los costos asociados al agua y clima alcanzan 36% del presupuesto anual de una finca cafetera promedio. Con base en esto, el proyecto se desarrolló con 24 planes de trabajo (actividades ambientales, técnico- económicas, sociales y de buen gobierno). Se adoptaron tecnologías para descontaminar, potabilizar y ahorrar agua (no siempre de fácil acceso), y se realizaron actividades complementarias como manejo forestal en función del paisaje, estabilizar taludes, evitar erosión, prácticas agrícolas responsables, monitoreo climático y de calidad de agua, mayor gestión local, involucrar a la comunidad en siembras forestales, manejo y disposición

de residuos, articulando a familias cafeteras, comunidades y diferentes actores locales para el éxito del proyecto. Este también apuntó a reducir la pobreza e impulsar la convivencia pacífica y el desarrollo sostenible en la zona rural colombiana.

Para favorecer la adopción, con cambios de comportamiento, se generaron capacidades de cooperación intersectorial, participación comunitaria y mejores sistemas de cultivo y gestión de fincas, hacia una producción sostenible que protege el medio ambiente. Tanto los caficultores participantes como los socios fundadores quedaron muy satisfechos con el proyecto, que ha recibido una docena de reconocimientos.

Premio Sostenibilidad SCA 2018

La Asociación de Cafés Especiales (SCA) impulsa la sostenibilidad y espera de sus miembros un rol de liderazgo en prácticas sostenibles dentro de la industria del café. Con esto en mente, el Premio a la Sostenibilidad fue creado en 2004 para promover, alentar y honrar los esfuerzos de quienes sirven como modelos a seguir con proyectos sostenibles en el sector cafetero. Cada año, el Consejo de Sostenibilidad revisa docenas de candidaturas de todo el mundo. Este premio tiene dos categorías: de Sostenibilidad para Proyecto (en la cual GIA resultó ganador) y a la Sostenibilidad para Modelo de

Negocio. La premiación este año fue en abril en la Feria SCA de Seattle.

• **Principales resultados GIA**

El agua es responsabilidad de todos

- 58 nuevos aliados de 7 diferentes sectores participando.
- 29 grupos locales Manos al Agua con 645 miembros.
- Comunidades liderando la gestión de su territorio.
- 50 proyectos adicionales gestionados por las comunidades y aliados de GIA (valorados en €1 millón).
- 240 usuarios de 15 instituciones y organizaciones involucradas.
- 18 eventos online y 6 eventos presenciales con más de 900 personas involucradas.

Agua para una caficultura sostenible

- 5.614 intervenciones en soluciones de agua (ahorro de agua, descontaminación y potabilización de agua).
- 2.243 fincas con beneficio ecológico del café y ahorradores sanitarios.
- 1.730 fincas con tratamientos de aguas residuales del beneficio del café y de las viviendas implementados.
- 7 beneficiaderos ecológicos comunitarios con Ecomill.

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

- 800 filtros familiares de purificación de agua.
- 78 filtros comunitarios instalados en Escuelas Rurales; 4.619 niños beneficiados.
- 115.000 participantes en formación. 1.500 técnicos y profesionales formados de manera virtual.

Ecosistemas hídricos estratégicos

- 437 hectáreas reforestadas y 313,812 árboles nativos sembrados.
- 60% de las siembras realizadas de manera voluntaria por la comunidad.
- 5.56 millones de árboles de café de variedad resistente sembrados.
- Establecimiento de sistemas agroforestales con café.
- 50 acciones de restauración ecológica y de conservación de suelos con obras de bioingeniería.
- PSA de conservación desarrollado en la microcuenca La Chaparrala en Andes, Antioquia, para favorecer zonas de protección y abastecimiento de agua de su acueducto municipal.

Decisiones responsables frente al agua

- 25 microcuencas cafeteras con una mejor información de clima.
- 30% de fincas con recomendaciones de alerta temprana.

- Los caficultores tienen una guía para mejorar la gestión del agua en sus fincas.
- Desarrollo de una metodología de monitoreo de la calidad del agua en microcuencas cafeteras.
- 7 campañas de monitoreo que demuestran una mejor calidad del agua en GIA.

Administración del proyecto, buen gobierno, género, manejo de riesgos y responsabilidad social

- Más de 840 actividades de equidad de género con más de 21,000 participantes.
- 46% de participantes en todas las actividades del Proyecto fueron mujeres.
- 800 actividades de responsabilidad social con más de 20.000 participantes.
- Más de 2.000 fincas cafeteras con acciones en política de Responsabilidad Social.
- 88 riesgos identificados y monitoreados. 8% de riesgos materializados y manejados con medidas de mitigación.
- Aplicación de buenas prácticas de administración y gestión de Proyectos.
- El promedio de la tasa de desempeño en las cuencas hidrográficas fue del 95%.

7. MODERNIZACIÓN INSTITUCIONAL

7.1 Unidad gremial

- **Elecciones cafeteras**

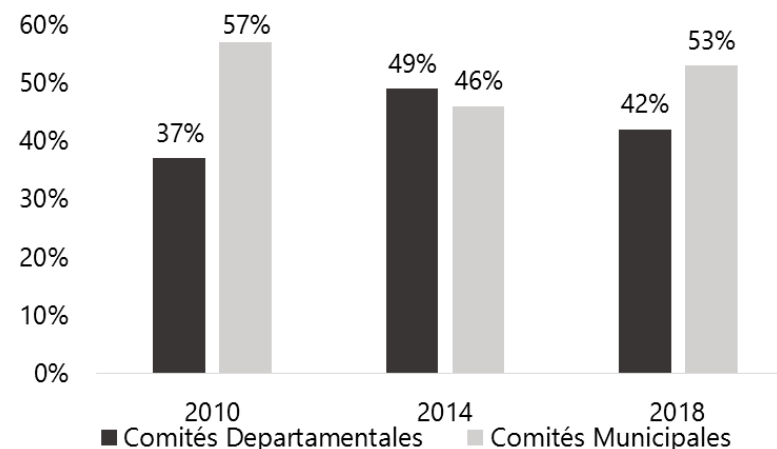
En las pasadas Elecciones Cafeteras del 8 y 9 de septiembre, cita que los caficultores federados tienen cada cuatro años para elegir a sus representantes y relegitimar al gremio, 204.423 caficultores ejercieron su derecho al voto, una participación del 57%.

Al interior de la FNC se conformó un equipo interdisciplinario, liderado por el Gerente General como Gerente de las elecciones y el Comité Directivo como ente direccionador y máxima autoridad de los comicios. La Misión de Observación Electoral (MOE) acompañó el proceso para servir a candidatos y cafeteros como enlace independiente de información sobre hechos que pudieran atentar contra la honestidad y transparencia de las elecciones, para así generar un espacio de confianza.

Se instalaron 2.697 mesas de votación, 309 más que en 2014, las cuales fueron de tres tipos: 1) fijas, en lugares determinados del municipio, 2) móviles, que recorrían las veredas en vehículos, y 3) múltiples, para que los caficultores pudieran sufragar en un municipio colindante.

Fueron habilitadas 262 mesas móviles, 27% más que en 2014, modalidad calificada por la MOE como “el mayor ejemplo en el país de la búsqueda del acercamiento de la democracia a todos los ciudadanos, especialmente de quienes habitan en los lugares más lejanos.”

Figura 12. Renovación de Comités (En %)



Participaron 8.091 jurados, en su mayoría aprendices del SENA, todos capacitados y quienes apoyaron el proceso desde instalación de mesas hasta conteo de votos. Para brindar a los productores información y herramientas para tomar las mejores decisiones a la hora de elegir y ser elegidos,

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

y motivarlos a participar, desde agosto de 2017 se realizaron 22 talleres y charlas dirigidos a miembros de Comités y líderes cafeteros, fomentando la participación de mujeres y jóvenes, con un total de 2.750 asistentes. Y para impulsar la participación femenina en particular, hubo cuatro talleres para cafeteras líderes en diferentes regiones y un Encuentro Nacional de Mujeres Cafeteras.

Con los candidatos, hubo talleres presenciales para capacitarlos sobre la institucionalidad y las elecciones y darles herramientas para sus campañas, con la asistencia de unos 500 caficultores de todo el país. En los comicios fueron elegidos 4.776 miembros de los 15 Comités Departamentales y 383 Comités Municipales entre 16.140 candidatos; se renovaron 42% de los cargos en los Comités Departamentales y 53% en los Municipales. Gracias a diversas estrategias institucionales, las mujeres siguen aumentando su representación gremial: pasó de 8% a 15% en los Comités Departamentales (27 mujeres elegidas) y de 16% a 24% en los Municipales (1.024 mujeres elegidas) para el periodo 2018-22.

En cuanto al empalme generacional y la permanencia de los jóvenes en el campo (otro de los grandes retos del sector cafetero), 20% de los representantes en los Comités Departamentales y 34% en los Municipales son menores de

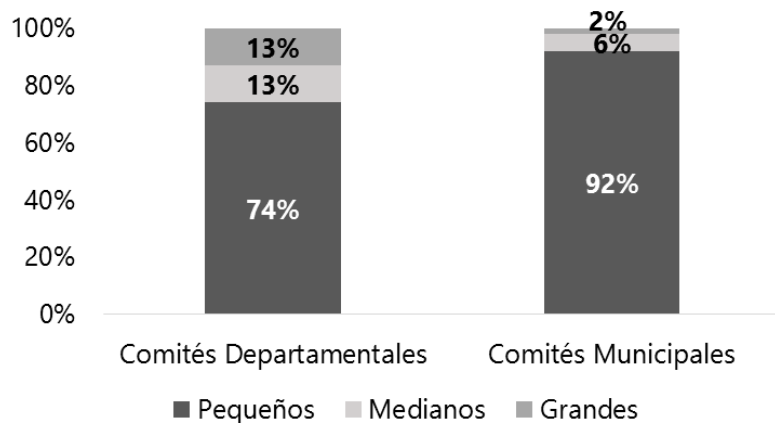
45 años. Por tipo de miembros elegidos, los caficultores pequeños siguen siendo los de mayor representación: 92% en los Comités Municipales y 74% en los Departamentales.

Las elecciones fueron ampliamente cubiertas por los medios de comunicación: durante toda la campaña de comunicaciones, se registraron más de 200 noticias en medios nacionales y regionales, equivalentes a un Retorno sobre la Inversión (ROI) de más de \$4.000 millones.

Para brindar información a los diferentes actores del proceso, facilitando la consulta de datos relevantes, se implementó un sistema de Respuesta de Voz Interactiva (IVR en inglés), que recibió unas 8.200 llamadas.

Concluidas las elecciones, se evaluaron y documentaron las lecciones aprendidas, destacando la importancia del apoyo de la MOE y la fuerza pública, la participación e inscripción de mujeres, el incentivo de las mesas móviles de votación y la publicación de las actas de preconteo y escrutinios en la página web de la Federación.

Figura 13. Comités por tamaño de productor



- **Cedulación cafetera y bancarización**

Además de documento de identificación gremial, la Cédula Cafetera Inteligente (CCI) sigue consolidándose como uno de los medios de bancarización rural más importantes en el mundo. Al cierre del año 2018, 389 mil cafeteros contaban con CCI, es decir, 75% de los productores activos en el Sistema de Información Cafetera (SICA), medio al cual se han abonado en promedio \$21.762 millones al mes, 24% más que el año anterior. Entre las principales transacciones se destacan las compras de café y el retiro de efectivo en las Cooperativas, con variaciones de 288% y 16.460%, respectivamente, frente al año 2017. Este año se siguió ofreciendo la Cédula Cafetera (sin cuenta bancaria) como una opción para los cafeteros que

cumplen los requisitos de los estatutos de la FNC para ser federados y no desean la cuenta bancaria asociada; 750 productores cuentan con este tipo de identificación gremial. En el proceso de cedulación ya aplica la reforma a los estatutos por la cual el productor federado, previa renuncia como titular, puede autorizar que la Cédula Cafetera se otorgue en favor de su cónyuge o compañero(a) permanente o a uno de sus hijos.

Programa de Apoyo a la renovación de cafetales vía CCI:

Al 31 de diciembre de 2018, se entregaron \$29.811 millones a través de la CTCI por concepto del Programa de Reactivación de la Caficultura, distribuidos así \$5.056 millones del FoNC, \$6.111 millones por Ley 863, y \$18.643 millones del MADR. Los porcentajes de uso del programa son 49%, 90% y 72%, respectivamente.

Con oficinas itinerantes, el banco se acerca a los

caficultores: Para llegar a los municipios cafeteros que no cuentan con oficinas del Banco de Bogotá, se inició en el 2018 el piloto de Oficinas Itinerantes o Viajeras. Asesores del banco visitaron un sábado al mes las instalaciones de los Comités Municipales para solucionar las dudas de los caficultores y ampliar la oferta de servicios y productos financieros. Entre marzo y julio se realizó la primera fase, en la cual se atendieron alrededor de 800 caficultores en 23 municipios. En la segunda

fase, que inició en agosto, los asesores hicieron presencia en 17 Comités en cuyos municipios no hay sucursal del Banco de Bogotá.

Primera Extensión de Caja en Belén de Umbría, Risaralda:

El 1 de junio se inauguró en el municipio de Belén de Umbría, Risaralda, la primera Extensión de Caja del Banco de Bogotá. Con un contrato de comodato a cinco años, la Federación presta al banco las instalaciones del Comité para que más de 2.000 caficultores bancarizados de la zona puedan hacer consignaciones, retiros, consultas y activación de tarjetas.

- **Conversemos con el Gerente**

Desde su posesión, el Gerente se trazó como objetivo central ampliar los mecanismos de participación de los caficultores en la implementación de la nueva estrategia institucional, pues un mayor acercamiento con las bases optimiza el accionar de la institución y fortalece la unidad gremial para mejorar la rentabilidad cafetera.

Bajo esta premisa, en septiembre de 2015 se puso en marcha la estrategia *Conversemos con el Gerente*, espacio de diálogo directo con la base cafetera y los representantes gremiales, buscando entender los problemas de cada región para encontrar soluciones conjuntas a los retos de los productores.

Tras las Elecciones Cafeteras de 2018, y con el ánimo de conocerlos, darles la bienvenida al gremio y dialogar sobre el reto que asumen, el Gerente tuvo un encuentro con los representantes gremiales elegidos a los Comités Departamentales para el periodo 2018-2022.

Como resultado de esta labor, el Gerente General ha recorrido todos los departamentos cafeteros; sólo en 2018 se realizaron 40 Conversemos con el Gerente, con la asistencia de 6.457 cafeteros, actividad que se enriquece con la visita a la finca de productores para conocer de primera mano sus familias, costumbres y cultivos de café.

Por otra parte, enmarcados en la misma dinámica, se destacan los seis Conversemos Cooperativos con asociados de 20 Cooperativas de Caficultores para escuchar, conocer la percepción que tiene la base social de sus cooperativas y construir un nuevo relacionamiento con un actor clave en la comercialización del café de Colombia.

Una institución más cercana a los más jóvenes

Para generar cercanía con la FNC y motivarlos a participar en las pasadas elecciones cafeteras, se realizó un taller para jóvenes caficultores del Cesar, La Guajira, Magdalena y Norte

Comportamiento de la Industria Cafetera 2018

de Santander. Con metodologías lúdicas y dinámicas se trataron temas como la institucionalidad cafetera y su importancia, sus órganos de gobierno y las funciones de los representantes gremiales.

Por otro lado, en alianza con la Fundación Manuel Mejía y el Parque del Café, se implementó el programa Niños Pilos Parque del Café, cuyo objeto fue reconocer, por su liderazgo y desempeño académico, a infantes de escuelas rurales, buscando generar un mayor sentido de pertenencia, identificación hacia la actividad cafetera y empalme generacional. La Fundación Manuel Mejía recibió a 420 niños y niñas de 23 departamentos por cinco días, donde se desarrolló una agenda académica en torno al café (proceso productivo, instituciones del gremio, etc.) que además los acercó a la institucionalidad desde pequeños.

Estructura y liderazgo gremiales: En cumplimiento de la recomendación del Congreso Cafetero 2017 de consolidar una estructura gremial, se fortaleció el equipo de colaboradores dedicados a estos temas tanto en los Comités Departamentales como en la Oficina Central. En desarrollo del proyecto Elecciones Cafeteras, estos equipos fortalecieron el liderazgo de representantes gremiales y candidatos y

desarrollaron la logística requerida para que el proceso fuera un éxito.

Tras las elecciones cafeteras, un taller con los coordinadores gremiales de 10 departamentos fijó pautas para el fortalecimiento gremial el próximo año, incluida la necesidad de tener un equipo dedicado exclusivamente a trabajar en planes de educación y capacitación a líderes gremiales, acercamiento del caficultor a la institucionalidad y apoyo a los Comités Municipales y Departamentales para el cumplimiento de sus funciones.

FNC actualiza SICA y robustece seguridad de cadena de suministro: El Sistema de Información Cafetera (SICA) es una base de datos dinámica y georreferenciada de cobertura nacional que contiene la información única y válida de los productores de café y sus fincas. Entre septiembre de 2017 y junio de 2018 se actualizó la información de fincas cafeteras en 37 municipios y 19 departamentos mediante la aplicación SICA Móvil (en dispositivos con GPS autónomo incorporado) e imágenes aéreas digitales a color de alta resolución de la zona cafetera, lo que ha permitido marcar linderos de los lotes y obtener mayor precisión del área.

FNC logra recertificación BASC en versión 5.0: En un proceso multidisciplinario liderado por el área de Seguridad Corporativa de la Federación, se logró para la Oficina Central la recertificación bajo la norma y estándares internacionales BASC (Business Anti-Smuggling Coalition o Coalición Empresarial Anticontrabando), programa de cooperación entre el sector privado y organismos nacionales y extranjeros creado para fomentar un comercio internacional seguro.

Este logro resalta el fortalecimiento de los procesos administrativos y comerciales de la FNC, marco general para la implementación del Sistema de Gestión y Control y Seguridad BASC con un enfoque basado en procesos, gestión de riesgos y mejora continua.

Avanza certificación como Operador Económico Autorizado (OEA): En 2018, la Federación siguió consolidando el ambicioso plan de trabajo para lograr la certificación como Operador Económico Autorizado (OEA), que otorga la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) bajo las disposiciones exigidas en el Decreto 3586 de 2011. El cumplimiento de los requisitos de seguridad en toda la cadena de suministro beneficiará sus operaciones de comercio exterior y la acreditarán como una empresa segura

y confiable tanto para sus socios de negocio como para las autoridades de control.

Dentro del alcance de la certificación se incluyeron las actividades de comercialización de café verde e industrializado desarrolladas por las distintas unidades de negocio que intervienen en el proceso de exportación, tales como Oficina Central, Buencafé, Almacafé y las Inspecciones Cafeteras. A 2019 se tiene previsto presentar la solicitud de certificación, que estará sujeta a los procesos de verificación del cumplimiento de los requisitos de la norma.

7.2 Gobierno corporativo

- **Control Interno independiente y objetivo**

La cultura organizacional de la Federación está enmarcada en valores y principios éticos, con una estructura organizacional definida, donde las políticas, normas y procedimientos permiten implementar medidas de control para el logro de sus objetivos y salvaguarda de sus activos. Asimismo, los sistemas de información garantizan la seguridad y calidad de la misma y permiten que la comunicación fluya a través de toda la empresa. Bajo estas premisas se desarrollan actividades de Auditoría Interna de forma independiente y objetiva en los Comités Departamentales de Cafeteros, Oficina Central,

Buencafé y Cenicafé, lo que contribuye a fortalecer el control interno y mejorar los procesos de la organización.

En 2018 el plan de auditoría estuvo orientado a evaluar los procesos de elecciones cafeteras, transformación tecnológica SAP, contribución cafetera, inventarios de café y mercancías, y se atendieron quejas y reclamos de caficultores, sobre los cuales se han emitido más de 80 informes dirigidos a la administración y se suscribieron planes de mejoramiento, que son objeto de seguimiento. La Auditoría Interna además trabaja coordinadamente con las evaluaciones realizadas por la Revisoría Fiscal para supervisar los recursos de la FNC y con la Contraloría General de la República para lo referente a las finanzas del Fondo Nacional del Café (FoNC); en esta última realizó dos auditorías: una de desempeño y otra de cumplimiento, dentro de su nuevo enfoque de control fiscal.

- **Gestión de riesgo**

La gestión integral de riesgos es un componente clave en el Sistema de Control Interno de la empresa que permite manejar la incertidumbre en el cumplimiento de objetivos estratégicos, de operación, información y de normas legales.

Esta gestión de riesgos es transversal a todos los procesos de la empresa y busca soportar la misión y visión de la FNC, alcanzables con su modelo de estrategia orientada a la

rentabilidad del caficultor. Una adecuada gestión de riesgos previene la exposición de la empresa a incumplimientos legales, reputacionales (corrupción, soborno), actividades ilícitas (lavado de activos, contaminación de mercancía), fraude, deterioro de instalaciones y afectación de personas, que de una u otra manera impactan al gremio.

Por ello el Comité Directivo en 2017 autorizó crear la Dirección de Riesgo Corporativo, con el fin de diseñar y acompañar la implementación de políticas y procedimientos relacionados con la gestión de riesgos, seguridad de la información, seguridad física y cumplimiento.

Acciones lideradas por la Dirección de Riesgos Corporativos

Gestión de Riesgos

- Acompañamiento a los procesos de la cadena de suministro para la exportación de café, en la identificación y valoración de riesgos en el marco del Sistema de Gestión Integral (ISO 9001), Seguridad en la cadena de suministro internacional para café (BASC y OEA) y el incentivo IGEC.
- Diseño de un Plan de Continuidad de las operaciones.
- Configuración del Programa de Seguros en Gestión de Riesgos Asegurables, para Oficina Central, Buencafé,

Cenicafé y algunos Comités de Cafeteros, con el cual se busca eficiencia en la gestión, reducción de costos y cubrimiento razonable.

- **Seguridad de la información**

Enfocado en preservar la confidencialidad, integridad, disponibilidad y privacidad de la información requerida para el desarrollo de las actividades y cumplimiento de los objetivos de la estrategia de valor.

- Diagnóstico para identificar las brechas en seguridad de la información con sus respectivos planes de acción, con base en la ISO 27000.
- Acompañamiento a los procesos relacionados con la seguridad de la información con ISO 9001, certificación BASC, proyecto OEA (Operador Económico Autorizado) e incentivo IGEC.
- Creación de una metodología para identificar y clasificar la información de la empresa con el fin de asignarle un valor frente a los criterios de seguridad.
- Acompañamiento en procesos de manejo y clasificación de información personal. Cultura de protección de información personal. Habeas Data.
- Elaboración del Manual de Protección de Datos Personales.

- **Función de cumplimiento**

Dirigido a establecer procedimientos que aseguren el cumplimiento normativo interno y externo de la empresa; minimizando riesgos con efecto económicos y reputacionales.

- Seguimiento al cumplimiento de los procesos de la empresa en la identificación de normas externas e internas aplicables a la FNC.
- Diseño e implementación de instalaciones y afectación de personas, que de una u otra manera impactan al gremio. Por ello el Comité Directivo en 2017 autorizó crear la Dirección de Riesgo Corporativo, con el fin de diseñar y acompañar la implementación de políticas y procedimientos relacionados con la gestión de riesgos, seguridad de la información, seguridad física y cumplimiento. ción de mecanismos que prevengan riesgos de lavado de activos y financiación del terrorismo (LAFT) en desarrollo de proyectos como OEA y BASC.

- **Seguridad física**

Enfocado en fortalecer procedimientos y controles de protección de seguridad física a las instalaciones de la empresa y del café

8. SOSTENIBILIDAD FINANCIERA DEL FONDO

El Fondo Nacional del Café (FoNC) tiene como propósito brindar el máximo bienestar a los caficultores colombianos y el compromiso de asegurar la sostenibilidad, competitividad y rentabilidad de su cultivo. Para conseguir esto, el FoNC reúne un conjunto de recursos destinados a la financiación de los Bienes Públicos Cafeteros, que propicien un mercado interno de café competitivo y favorecen el posicionamiento del producto nacional en el exterior, además de mejorar las condiciones de vida en las zonas cafeteras. Por lo anterior, la prosperidad financiera del FoNC es indispensable para garantizar su estabilidad y la continuidad de la prestación de estos bienes públicos. Al evaluar los resultados del FoNC es importante tener en cuenta que este opera bajo tres diferentes segmentos:

8.1. La actividad institucional

Encargada de proveer los Bienes Públicos del FoNC, obtiene ingresos principalmente por la Contribución Cafetera, la cual asciende a USD 94,3 millones en 2018. Este ingreso depende de las exportaciones de café del país, para 2018 estas fueron

de 12,8 millones de Ss. de 60 Kg, con lo cual es el tercer año más alto en volumen de exportaciones de los últimos 24 años.

Adicionalmente, el FoNC obtiene ingresos por concepto de regalías por uso de marcas por USD 6,1 millones. Estas dos fuentes de ingresos se complementan con las estrategias de cobertura de tasa de cambio para mitigar el impacto que esta variable tiene sobre los ingresos por Contribución Cafetera. Gracias a la implementación de las operaciones de cobertura, se han recibido compensaciones a favor por valor de USD 4,4 millones.

Durante el 2018 se destinaron USD 129,3 millones al financiamiento de los Bienes Públicos, lo que se traduce en un incremento de 14% con respecto al 2017, confirmando el compromiso del FoNC con el bienestar de los caficultores y sus familias. Se debe resaltar este año, la ejecución de USD 11,3 millones para el Programa de Renovación de Cafetales, con el objetivo de renovar el parque caficultor. Así mismo, se realizó un esfuerzo importante para la normalización de la cuota de administración del FoNC, la cual presentó una ejecución en 2018 de USD 39,1 millones, un 11% superior al 2017. Por lo anterior, la Actividad Institucional es deficitaria y se reporta un resultado neto negativo USD 33,0 millones en 2018.

8.2. Buencafé

La Actividad Industrial, en cabeza de Buencafé, registró en 2018 ingresos por USD 149,2 millones, superior en 13% al 2017, con un resultado neto positivo de USD 23,5 millones. Este resultado busca compensar el déficit de la actividad institucional y dar continuidad a la reinversión en Bienes Públicos. Desde 2017 se inició el proyecto de optimización de la planta de Buencafé, buscando llegar a una producción de 13.500 toneladas/ año en 2019, con el fin de ofrecer un mayor portafolio de productos y tener una participación más representativa en el mercado mundial de solubles, propendiendo en el fortalecimiento de la prosperidad financiera del FoNC.

8.3. Actividad comercial

Por último, la actividad comercial, encargada de comercializar café verde, reportó un resultado neto positivo de USD 3,1 millones en el año, superior en USD 3,0 millones al resultado de 2017. Es pertinente resaltar que en 2018 se comercializó 1,0 millón de sacos de 60 Kg. de cafés especiales, equivalentes al 52% del total de comercialización de café verde en este periodo.

8.4. Indicadores financieros

Durante 2018, los resultados de los indicadores financieros han sido favorables.

- **Fortaleza patrimonial:** Representa la posibilidad de financiación del FoNC con capital propio. En 2018 asciende a 54%, siendo este superior al promedio de 53% de los últimos 3 años, reflejando estabilidad en las finanzas del FoNC en este periodo.
- **Apalancamiento:** Mide la razón entre Pasivo y Patrimonio. En 2018 presenta comportamiento de 85%, inferior al promedio de 88% de los últimos 3 años.
- **Líneas de crédito:** El FoNC a cierre de 2018 cuenta con cupos en líneas de crédito por USD 1.014 millones, garantizando recursos disponibles por más de \$3 billones, suficientes para que el FoNC pueda aplicar la garantía de compra, comercializar café verde y liofilizado, y llevar oportunas inversiones en bienes públicos en las zonas cafeteras.

Esta publicación se hace para dar cumplimiento a lo establecido en el numeral 16) de la cláusula séptima del Contrato celebrado entre el Gobierno Nacional y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, que a la letra dice: 16) Informar por lo menos una vez al año a los productores de Café mediante boletín escrito, sobre la situación del Fondo Nacional del Café y la Industria Cafetera.





Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia



www.federaciondecafeteros.org