

EL CAFÉ DE COLOMBIA ES + CALIDAD Y SUSTENIBILIDAD

RESUMEN EJECUTIVO **INFORME DE GESTIÓN 2021**



Los momentos más difíciles de la pandemia fueron quedando atrás gracias al avance de la vacunación. Y de la mano de la reactivación económica, 2021 será recordado como uno de los mejores años en materia de precio del café de las últimas décadas.

Los bloqueos de vías y la escasez de contenedores fueron retos que impactaron la comercialización del grano, pero la FNC, gracias a una labor articulada, garantizó la continuidad de la cadena de suministro.

Sin bajar la guardia en el cuidado de la salud, gradualmente se volvió a la presencialidad, incluso con modelos de alternancia.

Apegado a estándares GRI, el presente Informe de Gestión 2021 integra (como desde 2019) el de Sostenibilidad y el de la Industria. La FNC además expresa su apoyo continuo al Pacto Global, así como a los 10 principios que lo soportan y a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

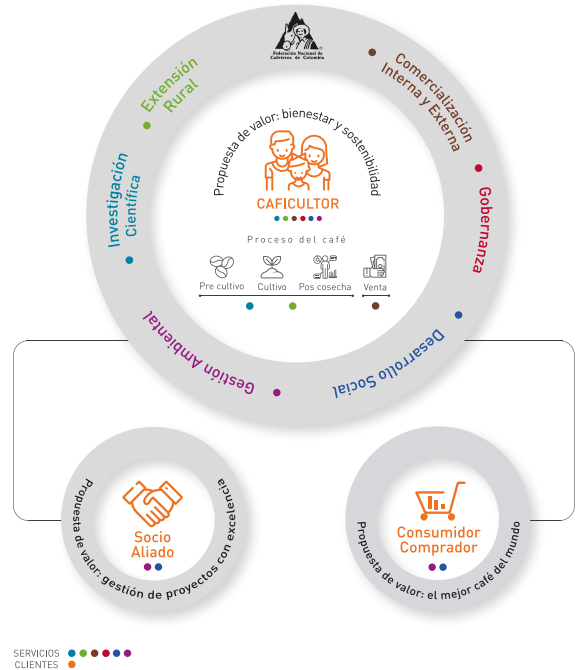
Fiel a su misión de procurar el bienestar de los caficultores colombianos, la FNC muestra importantes avances en los cuatro ejes de su estrategia de valor:



Gobernanza

Fortalecer una **representatividad efectiva** para asegurar la **legitimidad** de la FNC.

Nuestra cadena de valor



La FNC seguirá trabajando por lograr más **calidad** del grano, que es sinónimo de mejor precio, y por la **sostenibilidad** de la caficultura, que es sinónimo de futuro para las nuevas generaciones.



Económico

Contribuir a la **rentabilidad del caficultor**.



Social

Fomentar el **desarrollo social integral sostenible** de las familias y comunidades cafeteras, con **enfoque de bienestar**.



Ambiental

Promover la **sostenibilidad ambiental** en los sistemas de **producción de café** y en la **organización**.

EJE ECONÓMICO

Contribuir a la **rentabilidad del caficultor.**

En 2021, el precio internacional del café arábigo lavado, incluido el colombiano, superó los **USD 2/lb**, a lo que se sumó la favorable devaluación del peso y un diferencial de calidad por arriba de **52 ¢/lb**. Así, el precio interno alcanzó un máximo histórico de **\$2.116.484** por carga de 125 kg.

Con este precio, el valor de los **12,6 millones de sacos** cosechados alcanzó **\$10,8 billones**, 20% más que el récord de 2020.

Pese a las restricciones logísticas y la variabilidad climática, buenos indicadores agronómicos sostienen volúmenes estables de cosecha: productividad de **19,32 sacos/ha**, variedades resistentes en **85%** del área sembrada, edad promedio de **6,79 años** y densidad promedio de **5.268 árboles/ha**.

El Servicio de Extensión (SE) pudo retomar con fuerza las visitas a finca, con **536.611**, para llevar asistencia técnica a los productores. Esta atención se siguió apoyando en medios virtuales como llamadas, WhatsApp, correos electrónicos y mensajes de texto, para alcanzar en total **1.152.844 contactos** con caficultores.

Se llevó a cabo la **Encuesta de Percepción Integral**, en que los productores evaluaron el desempeño de la FNC: en promedio, logró un cumplimiento de **94,7%** de los objetivos trazados para el año, y su gestión fue calificada con **8,2** sobre 10.

La negociación de café con entrega a futuro es un instrumento que se ha promovido desde 2004 para proteger el ingreso cafetero. Debido al aumento histórico de los precios del grano, hubo muchos retrasos en las entregas futuras pactadas, lo que hizo necesario diseñar e implementar estrategias comerciales y de comunicación para que los productores **cumplan y honren la palabra empeñada.**



FNC supera obstáculos logísticos en comercialización del grano

Para el desarrollo y apertura de nuevos canales de compra, la FNC amplió su portafolio a **210** productos y **15** programas gracias al trabajo de los equipos regionales, en articulación con Almacafé y los comités departamentales. Con estas acciones, en 2021 el volumen de compras alcanzó **146 millones de kg** de café pergamino seco (cps), por un valor de **\$1,95 billones**, 29% más que en 2020.

Con una ardua labor comercial, que incluye promover concursos, subastas, viajes virtuales y la novedosa iniciativa Taza Móvil, la apuesta por la calidad se sigue traduciendo en importantes primas para los productores.

El año cerró con **227.856 fincas** con al menos un estándar de sostenibilidad, para beneficio de **195.970 caficultores**. Su comercialización (incluidos regionales) representó reliquidaciones por **\$64.380 millones**.

En 2021 se establecieron relaciones con **48 clientes nuevos** y se abrieron **3 nuevos mercados** (Uruguay, Filipinas y Arabia Saudí), para un total de 44 destinos, lo que se tradujo en ventas de **1,9 millones de sacos** (60 kg), **9,7%** más que el año anterior.

Buencafé sigue batiendo récords y posicionando el café 100% colombiano en la industria mundial de soluble. Por valor de **USD 167.4 millones**, en el año vendió más de 13.000 toneladas, que se exportaron a 40 países para llegar desde ahí a 60 mercados.

Procafecol estabilizó y rentabilizó su operación tras los impactos de la pandemia, y sentó bases de crecimiento para los próximos años: su ingreso operativo creció **62,9%** a **\$388,700 millones**, y cerró el año con **334** tiendas en Colombia.

Las ventas de **Almacafé** crecieron **20% a \$31.010 millones** en clientes distintos a la FNC, gracias a nuevos negocios que lo consolidan como un operador logístico por excelencia.

La **promoción del Café de Colombia** se reactivó en ferias internacionales y llegó a eventos académicos, con expertos en salud que avalen sus beneficios.

El lanzamiento de la tienda virtual **comprocafedecolombia.com** fue un hito, que se suma a la Real Academia del Café y al Programa 100% Café de Colombia para incentivar el consumo interno, que en 2021 alcanzó **2 millones de sacos** de café verde.

En 2021, **60.560 productores** recibieron incentivos por **\$25.314 millones** para renovar sus cafetales, una de las estrategias claves para mantener una caficultura joven y altamente productiva que a la vez mejora su rentabilidad.

Cenicafé sigue dando pasos firmes hacia la sostenibilidad de la caficultura. Además de la entrega de variedades resistentes y el estudio de enfermedades y plagas que evitan el uso de agroquímicos (manejo integral), enfocó sus esfuerzos en mejorar la productividad.

La FNC sigue liderando la inclusión financiera rural en Colombia, con 75%

de los caficultores con Cédula/Tarjeta Cafetera Inteligente, mientras que en el país apenas 49% de los adultos tienen cuentas de ahorro activas o vigentes.

Gracias a los beneficios gestionados (vigentes desde marzo de 2020), la FNC ahorró a los cafeteros **\$1.283 millones** en retiros de otras redes, con 38% más transacciones en un año.

Para financiar actividades clave de la caficultura, se otorgaron **70.070 créditos Finagro** a productores por **\$1,43 billones**, el mayor monto en siete años.



EJE SOCIAL

Fomentar el **desarrollo social integral y sostenible** de las familias y comunidades cafeteras, con **enfoque de bienestar**.

La FNC actualizó su propuesta de valor para el eje social. La estrategia consta de 6 componentes: educación rural, protección social, infraestructura, familias cafeteras con equidad de género y empalme generacional, asociatividad, y proyectos especiales.

También hubo cambios en el sistema de medición de indicadores y seguimiento de la estrategia de desarrollo social para evaluaciones más precisas.

Construir una política de educación cafetera, fortalecer la financiación de Escuela y Café, diseñar la política de equidad de género, implementar un piloto de seguridad alimentaria, impulsar el liderazgo y emprendimiento juvenil, y llevar más seguridad, salud, bioseguridad y prevención del trabajo infantil para más productores han sido algunas de las acciones destacadas.

Con importantes inversiones en cada rubro, entre las cifras más elocuentes están:

5.484 estudiantes en Escuela y Café, con una tendencia de recuperación tras la pandemia.

610.984 beneficiarios por construcción y mejoramiento de **10.575 km** de vías terciarias.

22.260 beneficiarios por **2.153** obras de vivienda, saneamiento básico y energización.

27.923 beneficiarios por construcción o mejora de **175** obras de infraestructura social.

5.210 hogares cafeteros participando en acciones para promover la equidad de género.

2.120 jóvenes en actividades para promover el empalme generacional.

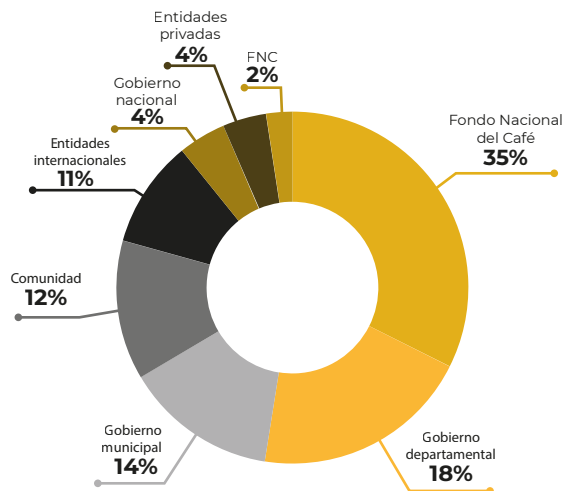
FNC ejecuta proyectos por \$ 227.484 millones

La cifra es 34% superior a la de 2020, apalancando recursos del FoNC (cuya participación creció) con los de otras fuentes en una proporción de **1 a 1,9**. Algunos de los proyectos más importantes involucran a aliados como la fundación Howard G. Buffett, Tim Hortons, Nestlé y Starbucks.

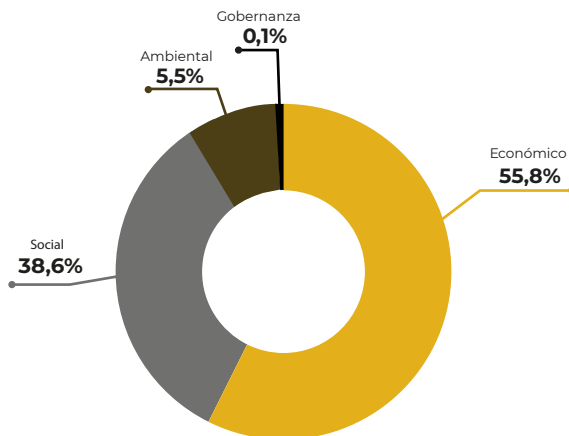
Con la experiencia y el conocimiento de los comités departamentales en las regiones, se superaron las restricciones sanitarias y logísticas para seguir ejecutando proyectos de gran impacto económico, social y ambiental.

Con recursos de regalías por **\$58.946 millones**, se mejora la calidad sensorial del café, mientras que los proyectos recurrentes de la Gerencia Comercial con clientes clave sumaron **USD 4 millones**, para beneficio de casi 32.000 caficultores

Participación en valor por aportante



Participación por componente de la estrategia de valor



EJE AMBIENTAL

Promover la **sostenibilidad ambiental** en los sistemas de **producción de café** y al interior de la **organización**.

FNC pone en marcha nueva estrategia ambiental

Los caficultores colombianos siguen robusteciendo su gran potencial en materia ambiental. Una mayor articulación potencia los esfuerzos realizados desde hace años y las acciones empiezan a multiplicarse.

En 2021 la FNC puso en marcha una **nueva estrategia ambiental** basada en: Implementar nodos de trabajo (transversal) para fortalecer y visibilizar estas acciones; fortalecer la conservación, reforestación y ahorro de agua en las fincas; e impulsar la gestión ambiental en la organización misma.

En las fincas, mejores sistemas de beneficio y tratamiento de aguas; ahorradores de agua; capacitaciones en uso de suelo y manejo de residuos; reforestación y arborización fueron algunas de las acciones implementadas.

Los cafeteros se unieron a la iniciativa gubernamental Sembrar nos Une y sembraron **350.872 árboles** en 2021.

Para la conservación y recuperación de biodiversidad, hubo actividades en **4.754 hectáreas** de bosques naturales y se aislaron (cerramiento) **184 ha** de bosques más amenazados o rondas hídricas, cerramiento que se acompañó de acciones de conectividad biológica con la construcción de **4.530 ha** de corredores de conservación.

Al interior de la FNC, se construyó una línea base de desempeño ambiental, que le permitirá orientar mejor y medir sus acciones puntuales, a la par de las que ya implementan las empresas del gremio. Y se mantiene la estrategia **“FNC Consciente”** para crear conciencia ambiental y de consumo responsable entre los colaboradores.



En **Cenicafé**, 6 programas internos de gestión ambiental han permitido mantener el consumo de agua por debajo del de 2018, cuando inició la medición, y reducir sostenidamente el consumo de energía, al igual que la generación de residuos.

Buencafé, con **5.41 kg de CO2 eq/kg** de café liofilizado (equivalentes a 4179 t CO2/año), redujo su emisión de GEI por debajo de la meta anual de 5.5 kg CO2 eq/kg. Y aumentó de 26% (2020) a **29%** el uso de combustibles renovables (biomasa: borra y cisco) para generar vapor en las calderas, con el consecuente ahorro de **\$2.785 millones** por sustitución de gas natural y de **\$1.051 millones** por evitar su envío al relleno sanitario.

En gestión de residuos, la fábrica aspira a la certificación del estándar global “Basura Cero”, y el mejor tratamiento de aguas residuales redujo el indicador de demanda biológica de oxígeno a **375 mg/l**.

Procafecol generó 79,6 toneladas de residuos, de los cuales **77%** fueron orgánicos, sobre todo borra, que alcanzó su máximo nivel de aprovechamiento en la Oficina de Bogotá desde 2017.

Y **Almacafé**, en su complejo de Soacha, finalizó la construcción de un **sistema solar fotovoltaico de 216 kW** (con 540 paneles solares y 9 inversores), que garantizará un autoabastecimiento de entre 25% y 30% de la energía requerida para la operación.



EJE GOBERNANZA

Fortalecer una **representatividad efectiva**.

La FNC demostró una vez más su liderazgo ante coyunturas desafiantes. La pandemia siguió siendo un reto, al que se sumaron los bloqueos en Colombia, pero el gremio aprovechó al máximo su legitimidad, poder de interlocución, experiencia y capacidad organizacional para hacerles frente de la mejor manera.

La institución siguió cerca de la base cafetera, y participó activamente en la discusión de temas cruciales. Para cuidar el distanciamiento físico, el gerente general se reunió virtualmente con más de **3.700 productores**; desde 2015, más de **37.000 caficultores**, incluyendo mujeres y jóvenes, han sido escuchados de viva voz.

22

Conversamos con el Gerente con caficultores.

+37.000

Caficultores ha atendido directamente el gerente desde que comenzó esta dinámica en 2015.

En su segundo año, el pódcast llegó a su emisión **213**, la revista *Líderes*, su edición **12**, y la revista *Ensayos de Economía Cafetera*, edición no. **34**.

El tercer Foro Mundial de Productores (virtual) convocó a **3.330 participantes** de 67 países.

De cara a la cita democrática más importante del gremio, las elecciones cafeteras 2022, con talleres e información clave, se empezó a preparar a los productores, incluidos jóvenes y mujeres.

Defender los derechos de los caficultores, velar por sus intereses, promover su prosperidad y consolidar una normatividad acorde a la realidad del sector son tareas permanentes. Y en 2021 la FNC logró la aprobación del **Conpes 4052** "Política para la sostenibilidad de la caficultura colombiana", hoja de ruta a 2030 para el sector.

Como parte de su estrategia de transformación digital, la FNC simplifica y optimiza procesos, como con la plataforma Caficultores y Familias Integrados para la Exportación de Café (**Cafix**).

FoNC financia bienes y servicios públicos cafeteros por \$411.000 millones

En 2021, el Fondo Nacional del Café (FoNC) tuvo ingresos por **USD 778,5 millones**, de los cuales **USD 509,7 millones** provinieron de la actividad de comercialización de café verde, **USD 167,4 millones** de Buencafé, y **USD 101,5 millones** de la actividad institucional.

Con sus ingresos, el FoNC pudo financiar bienes públicos cafeteros por **USD 109,8 millones**, que equivalen a casi **\$411.000 millones**.

Cabe anotar que el FoNC aportó recursos al programa nacional de renovación por **\$25.000 millones**, y consolidó un patrimonio de **USD 417 millones**.

La prosperidad financiera de la FNC se mantiene con base en tres objetivos: prioridad de inversión, menor deuda estructural (liquidada desde 2019) y solidez.

Por tercer año seguido, el presupuesto central fue superavitario.

En gestión humana, los colaboradores están cada vez más conectados con el presente y el futuro de la FNC y de la caficultura.



PROPUESTA DE VALOR PARA EL CAFICULTOR

Misión

Procurar el BIENESTAR del caficultor por medio de una efectiva organización gremial, democrática y representativa.

Fomentar el **desarrollo social integral y sostenible** de las familias y comunidades cafeteras, con **enfoque de bienestar**.

Promover la **sostenibilidad ambiental** en los sistemas de **producción de café** y al interior de la **organización**.



Fortalecer una **representatividad efectiva**.

Sostenibilidad



Escanee este código QR o descargue la aplicación para Android para conocer todos los resultados de gestión 2021 de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Consúltelo en nuestra web:
www.federaciondecafeteros.org



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

EL CAFÉ DE
COLOMBIA ES
CALIDAD Y
+ SUSTENIBILIDAD

