

ÉXITOS DEL CAFÉ DE COLOMBIA Y DEL SISTEMA DE SERVICIOS DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS

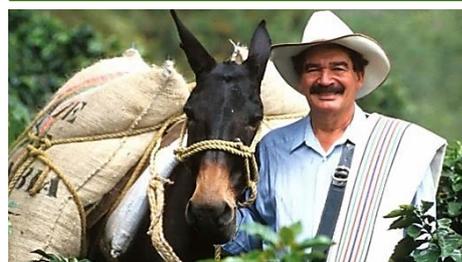
El [Café de Colombia](#) es bien conocido entre los consumidores exigentes de todo el mundo por su alta calidad. Su sello con el caficultor Juan Valdez y su mula Conchita, lanzado en 1984, lo identifica hoy en día en 70 países, valorizando a los miles de caficultores que lo producen.



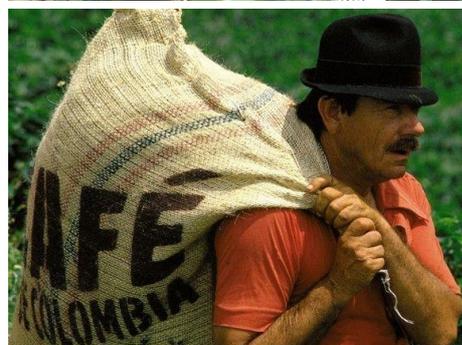
Uno de los aspectos relevantes del Café de Colombia, de hecho, es que su producción la aseguran 500 mil explotaciones agrícolas familiares, en las que 96% de los productores tienen menos de 5 hectáreas sembradas en café. Creada en 1927 para agremiar a los caficultores, para representarlos y velar por sus derechos, la [Federación Nacional de Cafeteros de Colombia](#) es la organización que ha hecho posible el extraordinario éxito del Café de Colombia en el país y a nivel internacional. Creada como entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, de carácter gremial, es una organización democrática, participativa, pluriétnica y multicultural.



En Colombia más de 2,2 millones de personas dependen económicamente y de manera directa de la caficultura, cerca de 25% de la población rural. Además de ser un elemento dinamizador de la economía de las regiones donde se produce, el café aporta cerca de 12% del Producto Interno Bruto Agropecuario de Colombia, representando más del 8% de las exportaciones totales.



En el curso de los años la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia ha implementado una extraordinaria organización gremial que permite a 500.000 pequeños agricultores que cultivan café en 22 de los [32 departamentos del país y en 600 municipios](#) (53% del total) de participar en una industria nacional económicamente tan relevante.



A través del [Fondo Nacional de Café \(FoNC\)](#), alimentado principalmente por la contribución pagada por cada libra de café exportado, la Federación financia los bienes y servicios públicos a los caficultores, desde la garantía de compra hacia la promoción y comercialización, que han contribuido a asegurar una alta calidad y posicionar al Café de Colombia en el mundo.

El sitio web de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia presenta los siguientes [servicios asegurados a los cafeteros asociados](#), desde su sede central de Bogotá y a través de sus antenas en las regiones:

- [Garantía de compra](#). Desde 1958 la FNC garantiza a los productores la compra de su café al mejor precio base del mercado calculado de forma transparente, sin intermediarios, en lugares cercanos a sus fincas a través de una red de más de 500 puntos de compra a nivel nacional. Estos puntos de compra son propiedad de 33 cooperativas de caficultores y permiten reducir los costos de transporte.



- [Investigación científica y desarrollo tecnológico.](#) La investigación científica y el desarrollo tecnológico que la FNC ofrece a los caficultores por medio del [Centro Nacional de Investigaciones del Café \(Cenicafé\)](#), les permite contar con variedades de semilla mejoradas, mejores prácticas de conservación de suelo, de agroforestería, manejo integrado de arvenses, monitoreo y registro de variables climáticas, tecnificación del cultivo, manejo integrado de plagas y enfermedades, ahorro de agua, entre otros temas. En la actualidad *Cenicafé* desarrolla 120 proyectos de investigación apoyados por 60 investigadores.
- [Asistencia técnica del Servicio de Extensión Rural.](#) Desde 1928, el Servicio de Extensión es el principal vehículo de transferencia de conocimiento y tecnologías, aliado indispensable de los productores para transformar el cultivo del café en una empresa rentable y productiva. Con presencia en 603 Municipios cafeteros y basado en los estudios de Cenicafé, los extencionistas del Servicio trabajan para promover las mejores prácticas agronómicas que permitan al productor garantizar desde su finca los estándares de calidad requeridos y mejorar sus ingresos. La asistencia técnica a los productores, desarrollada con métodos individuales o grupales, abarca aspectos como semilla certificada, construcción y mantenimiento de almácigos; manejo de los ciclos de producción y renovación de cafetales; adecuada fertilización; manejo de sombrero; manejo integrado de plagas y enfermedades; crédito agrícola; buen manejo de la cosecha; producción de cafés especiales; actualización de la finca y gestión empresarial.
- [Promoción y publicidad del Café de Colombia.](#) La FNC ha sido pionera en posicionar en la industria global la marca del Café de Colombia, que lo califica como un grano excepcional y altamente diferenciado, consolidando y abriendo nuevos mercados, aumentando la demanda y mejorando los ingresos de los miles de caficultores que lo producen. Estados Unidos, Japón y Europa son los mercados más importantes, sin embargo el Café de Colombia llega a casi 70 países y es uno de los productos colombianos de mayor reconocimiento en el mundo. La Indicación Geográfica Protegida siempre ha estado en el centro de la estrategia de marketing y en 2005 a solicitud de la FNC, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de Colombia [declaró la protección de la DO-GI Café de Colombia](#) por los factores humanos, naturales y ambientales que lo caracterizan. En los años siguientes también la SIC resolvió proteger los cafés de las regiones de Cauca, Nariño, Huila, Santander, Tolima y Sierra Nevada. Actualmente, la FNC administra las DO Café de Colombia y las DO Regionales, lo que le permite conceder a los interesados que certifiquen su producto la autorización de utilizar legítimamente el sello oficial de las denominaciones de origen. En 2021, en número de marcas autorizadas para usar el logo Café de Colombia aumentó del 37%, de 578 a 791.



El [Informe 2021](#) publicado por la FNC ofrece una panorámica de los resultados logrados por los diferentes servicios. El Informe presenta datos económicos alentadores para el país y los productores. Por qué gracias a la subida del precio del café, en 2021 el valor de la cosecha resultó del 20% más elevado que en 2020. El café genera unos 960.000 empleos directos y tiene un efecto multiplicador sobre los demás eslabones de la cadena: transporte, fertilizantes, herramientas y maquinaria, servicios técnicos y profesionales, etc., dinamizando las regiones cafeteras y motivando los productores a mantener las prácticas culturales recomendadas. También el Informe presenta los datos sobre las importantes actividades realizadas por la FNC para apoyar a los cafeteros en el logro de resultados sociales y medioambientales.

El Café de Colombia es mencionado por la [World Intellectual Property Organization WIPO](#) y por la FAO como un ejemplo de los resultados que se pueden alcanzar para los productores involucrados aprovechando los mecanismos de Indicación Geográfica protegida. En todos los documentos se subraya que la reputación del Café de Colombia en los mercados internacionales se debe a las condiciones específicas ambientales, y al mismo tiempo al papel clave de una estructura gremial como la FNC que brinda los servicios indispensables a los pequeños caficultores para que logren asegurar un producto de alta calidad y un proceso de cultivo sostenible.

Los pequeños productores de café contribuyen también a proteger y proyectar hacia el futuro los hermosos paisajes de sus territorios. En 2011 la UNESCO inscribió [el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia en la Lista del Patrimonio Mundial](#). El sitio abarca los Departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, ubicados en la Cordillera de los Andes y comprende cerca de 24.000 fincas en las que 80 mil personas dedican su vida al cultivo del café. El sitio de la UNESCO subraya que *el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia es un ejemplo excepcional de un paisaje productivo y cultural sostenible. Refleja una tradición centenaria de cultivo de café en pequeñas parcelas en el bosque alto y la forma en que los agricultores han adaptado el cultivo a condiciones montañosas difíciles*. El reconocimiento de la UNESCO es el resultado de diez años de trabajo de la FNC y sus asociados, del Ministerio de Cultura de Colombia, de actores locales como gobiernos, instituciones y universidades, que trabajan para el desarrollo de su Plan de Acción compartido.

Para saber más

[Federación Nacional de Cafeteros \(federaciondefcafeteros.org\)](http://federaciondefcafeteros.org)

[Café de Colombia \(cafedecolombia.com\)](http://cafedecolombia.com)

[Real Academia del Café – FNC \(realacademiadelcafe.com\)](http://realacademiadelcafe.com)

[Protected Geographical Indication Café de Colombia en fundacioncafecert.org](http://fundacioncafecert.org)

[Servicios FNC asegurados a los cafeteros asociados](#)

[DO Café de Colombia 2005](#)

[Informe 2021 en federaciondefcafeteros.org](http://federaciondefcafeteros.org)

[Presentación de PowerPoint Cooperativas de compra \(federaciondefcafeteros.org\)](http://federaciondefcafeteros.org)

[Cultivemos Café | www.cenicafe.org](http://www.cenicafe.org)

[Coffee Cultural Landscape of Colombia - UNESCO World Heritage Centre](#)

[Uniendo personas, territorios y productos | Microsoft Word - MethodologyES.doc \(fao.org\)](#)

[The IP and GIs of Colombian Coffee - ppt download \(slideplayer.com\)](http://slideplayer.com)

[Making the Origin Count: The Colombian Experience \(wipo.int\)](http://wipo.int)
[FNC in wipo.int](http://wipo.int)

[Juan Valdez lanza café de origen Meta con tecnología blockchain en federaciondefcafeteros.org](http://federaciondefcafeteros.org)

