



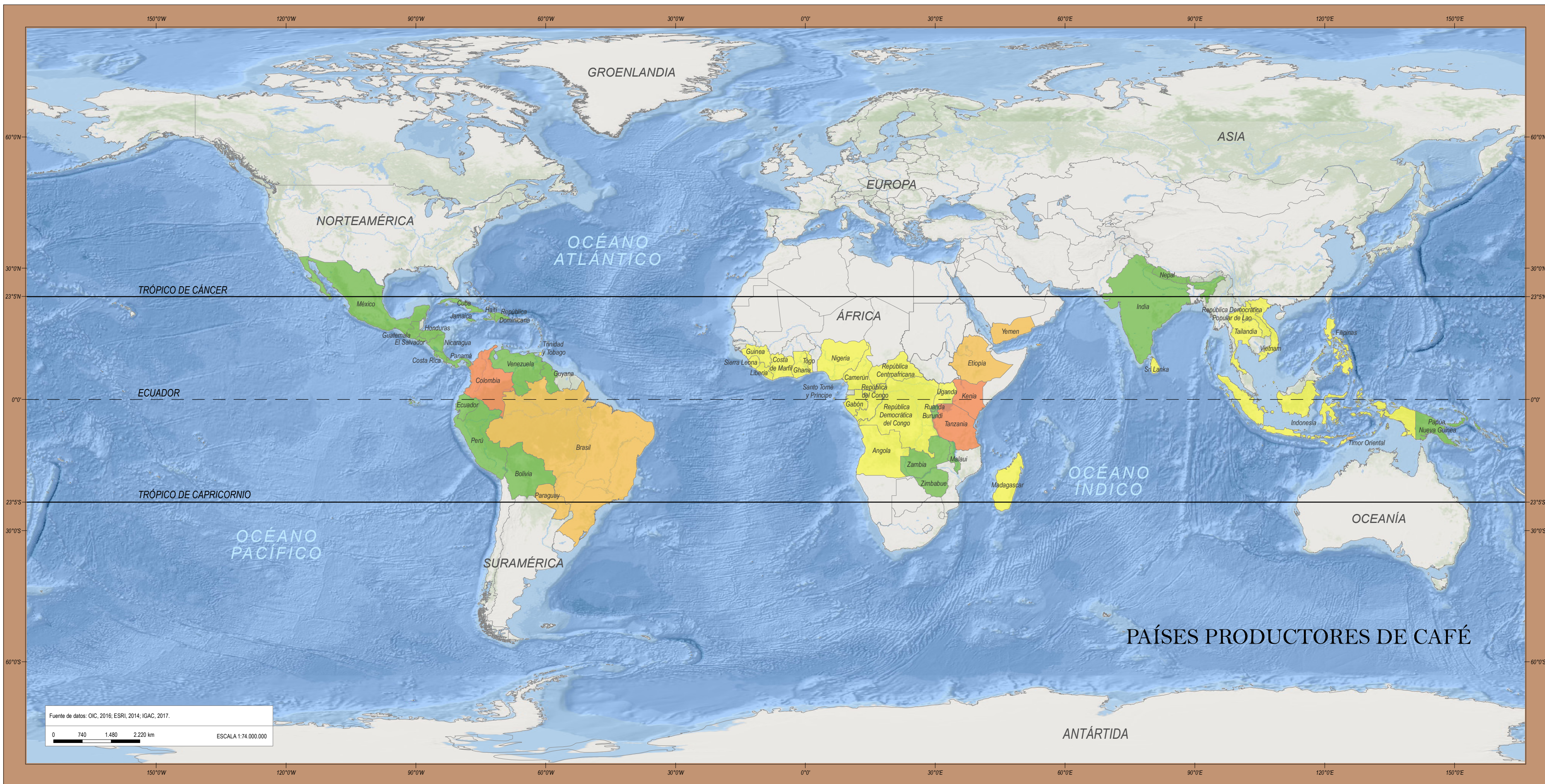
Generalidades

- FNC, articuladora de la geografía cafetera colombiana
- Producción mundial de café





La garantía de compra es el bien público cafetero más valorado por los productores, pues les permite comercializar su café al mejor precio base posible, con pago de contado y en lugares cercanos a sus fincas. (Foto: Comité de Cafeteros del Quindío, 2017).



Producción mundial de café

La siguiente clasificación se hace con datos tomados de la Organización Internacional del Café (OIC), creada en 1963 con el propósito de aliar a países exportadores e importadores y así enfrentar los diferentes desafíos mundiales del sector. Los miembros de la organización representan el 98% de los países productores de café y el 83% de los países consumidores; en total son 51 miembros a octubre de 2017, de los cuales 44 son productores y 7 consumidores¹.

La OIC consolida estadísticas con base en el año cafetero y el año cosecha. El año cafetero comprende del 1 de octubre al 30 de septiembre del año siguiente, mientras que el año cosecha varía en cada país; por ejemplo, el año cosecha de Brasil va de abril a marzo, mientras que países como Vietnam y Colombia concuerdan con el año cafetero

(octubre-septiembre). Esta clasificación se hizo con el fin de comparar cosechas entre países y tener un estándar para fijar precios y valores comerciales.

Por otra parte, la OIC también clasifica la especie de café que predomina en cada uno de los países, la cual puede ser arábica o robusta. La primera se produce principalmente en América y algunas regiones de África y Asia, mientras que la segunda se cultiva especialmente en el continente africano y el sureste asiático. Las dos especies se siembran en distintos climas y altitudes: en altura para arábica y zonas bajas para robusta; adicionalmente se diferencian por su forma, condiciones de crecimiento y desarrollo, composición química y atributos de calidad como sabor y aroma.

¹ Fuente: OIC (la cual considera la Unión Europea como un solo miembro importador), FNC.

Producción año cafetero 2015/16 (miles de sacos de 60kg):

● SUAVES COLOMBIANOS			
Colombia	14.009	Costa Rica	1.634
Kenia	789	Cuba	100
Tanzania	930	República Dominicana	400
		Ecuador	644
		El Salvador	552
		Guatemala	3.420
		Guyana	10
		Haití	341
		Honduras	5.766
		India	5.800
		Jamaica	20
		Malauí	21
		México	2.785
		Nepal	2
		Nicaragua	2.112
		Panamá	108
		Papúa Nueva Guinea	712
		Perú	3.304
		Ruanda	278
		Venezuela	501
		Zambia	2
		Zimbabue	14
		Laos	511
		Liberia	11
		Madagascar	425
		Nigeria	41
		Filipinas	208
		Sierra Leona	51
		Sri Lanka	35
		Tailandia	485
		Togo	81
		Trinidad y Tobago	13
		Uganda	3.650
		Vietnam	28.737

● ROBUSTA

Angola	41
Camerún	391
República Centroafricana	100
República Democrática del Congo	371
Congo	3
Costa de Marfil	1.893
Gabón	1
Ghana	13
Guinea	246
Indonesia	12.317

FNC, articuladora de la geografía cafetera colombiana

La geografía colombiana es en buena medida una geografía cafetera. Es el café el que le da gran parte de su identidad.

De los muchos países de Sudamérica que la imponente cordillera de los Andes atraviesa, es en Colombia donde ésta más se ramifica: son tres ramales que abrazan generosamente su territorio. De ahí que Colombia sea un país tan montañoso.

Y esta riqueza orográfica, sumada a la ubicación de privilegio del territorio –prácticamente en el Ecuador, lo que a su vez se traduce en brillo solar y temperaturas relativamente estables todo el año–, ha permitido que la caficultura florezca con ímpetu.

La caficultura colombiana es una de montaña. Y al ser el agua un recurso natural tan abundante (que debe cuidarse cada vez más), esta caficultura apostó desde sus inicios por el beneficio húmedo del grano, es decir, despulparlo, fermentarlo, lavarlo y secarlo, con el fin de potenciar los atributos de calidad intrínsecos del café arábigo que se cultiva en Colombia.

La riqueza de suelos también influye en los atributos finales de nuestro café. Mientras los cafés de la Sierra Nevada de Santa Marta tienden a ser más suaves, los del sur del país, en departamentos como Cauca y Nariño, tienden a ser de acidez más alta por los suelos volcánicos en que se cultivan.

Gracias a toda esta riqueza y diversidad de factores geográficos, ambientales, agrícolas y humanos, el café colombiano ha conquistado su renombre y lugar de privilegio en la industria global como un grano de la más alta calidad.

Pero todos estos privilegios con que la naturaleza dotó al territorio colombiano en general y a la geografía cafetera en particular han sido bien aprovechados y potenciados por los caficultores mismos, quienes a finales de los años 20 del siglo pasado tuvieron la grandeza de miras suficiente para unirse y crear una organización que los representara nacional e internacionalmente, les ayudara a potenciar la producción y comercialización del grano, y contribuyera a elevar su bienestar y el de sus familias.

El 27 de junio de 1927, en el Segundo Congreso Cafetero celebrado en Medellín, se creó la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) con la misión de velar por el bienestar de los productores por medio de una efectiva organización gremial, democrática y representativa, misión que desde entonces se ha mantenido como una brújula que ha dado un rumbo claro a la caficultura colombiana y a toda su institucionalidad.

Otro de los grandes aciertos de los fundadores de la FNC fue que prácticamente desde el nacimiento de la institución pensaron en cómo financiar todo el esfuerzo conjunto que requeriría potenciar esta caficultura.

Por ello sus dirigentes de la época presentaron un proyecto de ley que fijara un impuesto al café exportado, gravamen que sería destinado exclusivamente a impulsar la producción y comercialización del café colombiano, es decir, un impuesto de los cafeteros para los cafeteros.

Tareas como propaganda científica, mejores prácticas de cultivo, beneficio y comercialización, protección contra enfermedades, almacenes generales de depósito y consolidación de estadísticas ya figuraban desde 1927 entre las obligaciones que la Federación asumió de cara a la gestión de este impuesto de los cafeteros para los cafeteros.

Con el paso de los años, estos bienes y servicios públicos proveídos por la FNC al conjunto de los productores fueron puliéndose y perfeccionándose. La garantía de compra, la investigación científica y el desarrollo tecnológico por parte del Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), la asistencia técnica del Servicio de Extensión, la comercialización de cafés de valor agregado, y la promoción y publicidad del Café de Colombia han representado grandes ventajas competitivas para los caficultores colombianos en la industria global.

Los 90 años que la FNC cumplió en 2017 le permitieron echar un vistazo a su propia historia como institución, y muchos coinciden en que la constancia de su misión, sabiéndose adaptar a los nuevos tiempos (un equilibrio que se dice fácil), le ha permitido mantenerse sólida, vigente y relevante para las cerca de 550.000 familias cafeteras que representa hoy en día.

Mirando a futuro, de cara al 2027, en su visión la FNC aspira a ser un gremio unido, próspero y efectivo que trabaje por un caficultor empoderado que tome las mejores decisiones para su desarrollo económico y social, respetando el medio ambiente. En este sentido, trabajar por una caficultura cada vez más sostenible, que se traduzca en una mejor rentabilidad para los productores con el compromiso corresponsable de todos los actores de la cadena, es una prioridad.

Los desafíos por delante no son pocos. El cambio climático es uno muy poderoso. Y para que nuestra privilegiada caficultura, cobijada por bellas montañas, siga prosperando, se requiere del compromiso y la conciencia de todos para una relación más armónica con el medio ambiente, de modo que la geografía colombiana pueda seguir siendo una geografía eminentemente cafetera, pues el café está en el corazón mismo de nuestra identidad como nación.

Mirando a futuro, de cara al 2027, en su visión la FNC aspira a ser un gremio unido, próspero y efectivo que trabaje por un caficultor empoderado que tome las mejores decisiones para su desarrollo económico y social, respetando el medio ambiente.