

**COOPERATIVA MULTIACTIVA DE CAFETEROS DE NARIÑO DE NARIÑO.
“COOMERCIACAFE.”**

INFORME DE LA GESTION AÑO 2.021

PRESENTADO POR CONSEJO DE ADMINISRACION Y GERENCIA

INTRODUCCION

Señores asociados XIX asamblea general de asociados:

En cumplimiento a los Estatutos de la Cooperativa **“COOMERCIACAFE.”**, y en conformidad con las normas legales vigentes, presentamos a la XIX Asamblea General de Asociados, este informe, en donde se consigna las actividades más importantes ejecutadas durante el año 2.021.

Durante el año 2021 el mundo continuó con la lucha contra el Covid-19, fue el año de las vacunas, en la búsqueda de la recuperación sanitaria y en especial la económica.

La recuperación económica de un país se midió de acuerdo en términos de empleos generados, ingresos recuperados y mejora en las condiciones de vida de la población vulnerable. En Colombia, no se ha restablecido totalmente los puestos de trabajo formal antes de la crisis, ya que la tendencia en nuestro país es la alta informalidad que coloca a esta población en mayor estado de vulnerabilidad. En el mes de abril de 2021, debido a la gran inconformidad ciudadana por la reforma tributaria presentada, se inicia una serie de manifestaciones que continúan hasta el mes de junio en contra del Gobierno Nacional desatando una grave crisis para todos los comerciantes en especial para los departamentos de Nariño, Cauca y Valle.

Las medidas tomadas para la reactivación económica para el año 2021 por el Gobierno local fueron acordes al nivel central, pero en nuestro departamento estas medidas se vieron afectadas entre los meses de abril hasta el mes de junio 2021 por las continuas manifestaciones que fueron empañadas por actos vandálicos los cuales conllevaron al cierre de los negocios ante el temor de ser víctimas de saqueos y daños en sus negocios. La anterior situación se vio agravada por los bloqueos en las vías que imposibilitaron el ingreso de insumos y mercancías para nuestros empresarios y por ende la disminución de ingresos en todos los negocios locales.

Coomerciacafe Ltda., debió continuar enfrentando por segundo año consecutivo, esta difícil situación atípica que está viviendo el mundo con una Pandemia Global, esta nueva crisis difiere significativamente a la afectación de la cadena de valor, los productores de café siempre parecen enfrentarse a la adversidad, desde el clima hasta la política, que se dejó notar de forma muy especial en las cafeterías que se han tenido que cerrar y aunque sea temporalmente, reorientar por completo su modelo de negocio, como comercio electrónico y las alternativas de servicio fuera de los establecimientos, los confinamientos, la limitación de la movilidad y las cafeterías cerradas han propiciado un nuevo tipo de conexión en línea, tostadores de café – cafeterías – consumidores. Los tutoriales en

Instagram sobre cómo preparar café en casa se han disparado. Donde la demanda de café de especialidad dirigido al canal doméstico el consumo *doméstico* vivido en el último año, no solo perdurará en el tiempo sino que incluso crecerá, una vez que las personas se dan cuenta de lo fácil que es preparar una taza realmente buena de café en casa, no querrán volver a beber, simplemente, lo que el mercado les ofrece. La gente está abandonando sus hábitos y descubriendo sus preferencias. Las personas necesitan entender mejor utilizar café recién molido o molerlo ellos mismos, qué tipos de cafés diferentes se pueden preparar con diferentes métodos de preparación, desde la V60 hasta una Chemex. Todo es un proceso, es muy acertado, *Pedir café online o comprarlo en una tienda de café especializada te obliga a convertirte en un consumidor más activo de lo que eras cuando dejas la toma de decisiones a otros. Tanto es así que, incluso el simple hecho de sostener un paquete de café en la mano y leer lo que está impreso en él, nos acerca un paso más a la finca y puede influir en nuestra comprensión de la procedencia y el valor de ese café.* Realmente creo que el valor de una taza de café significa inevitablemente beberla con una visión más amplia y conectarse con el mundo del café en general, y en estos momentos, la gente está aprendiendo el valor real de su taza de café. Además, los caficultores necesitan ser más valorados en la cadena del café y esto solo se puede lograr con una garantía de precio mínimo o una mayor transparencia en el precio del producto en cada eslabón de la cadena.

, a pesar de ser un año muy difícil, los resultados financieros al final fueron importantes. El Equipo de trabajo, los Asociados y caficultores, fueron responsables en todos los procesos y actividades del café, atendiendo todas y cada una de las recomendaciones de bioseguridad emanadas por los diferentes entes.

Por segundo año consecutivo de pandemia, se fue superando la afectación generada en el año 2020, esta situación se refleja en la ventas de café de la cooperativa, el año 2019 en comportamiento de ventas de café especial fueron el 84 % y cafés estándar o regionales el 16%, el año 2021 el comportamiento de las ventas para el año 2021 fue 52% café especial y 48% café estándar o regional. Que también comprado con el año 2020 hubo un incremento del 12% en las ventas de café especial. Se aclara que el año de referencia se toma el año 2019, por cuanto el año 2020, fue u año atípico por razones de pandemia.

El comportamiento en ventas de café tostado y molido, bajo la marca de Mestizo, fue de la siguiente manera :

Café Tradicional –verde :	287 libras
Café Institucional-negro :	756 libras
Café Gourmet-rojo :	434 libras
Café Exportacion – blanco :	521 libras
TOTAL :	2.028 Libras

Hubo un incremento del 50% , respecto al año 2020. Destaco que los cafés de mayor especialidad , son los demás preferencia por el consumidor final.

El año 2021, por fenómenos climáticos, hubo reducción del volumen de oferta y la demanda nos benefició en el consumo de cafés estándar y regionales, buenos niveles de precios que hicieron rentable y sostenible la caficultura,

Con la comercialización de cafés especiales se logró entregar a 22 familias productoras de café especial sobreprecios como reconocimiento a la alta calidad del grano, por su gran esmero en la producción limpia con buenas prácticas agrícolas y eficiente trabajo y dedicación de cada caficultor, basado en la trazabilidad entregada por la Cooperativa a los compradores. Por valor de \$ 29.963.790.

Termina el proceso de fortalecimiento que la Fundación Grupo Social, inicio en el año 2017 con Coomerciacafé Ltda. , en esta oportunidad con el apoyo económico para la contratación del Director Comercial de Coomerciacafé Ltda. Con el fin de mejorar y potenciar el proceso comercial de nuestra organización; a fin de liderar e implementar una estrategia comercial, asistir y acompañar los procesos logísticos para la exportación: transporte, documentación y trámites portuarios, gestionar ventas para alcanzar las metas en comercialización de café de calidad para café pergamino seco en el mercado nacional y café excelso de especialidad en el mercado internacional e identificar y definir nuevos prospectos en mercados internacionales de acuerdo a las metas establecidas en la estrategia comercial. Valor aportado por en este rubro \$17.500.000, el contrato de del comercial fue interrumpido, a razón de una mejor propuesta de trabajo, La fundación permitió que el Aux. De Logística, Sr. Heynar Burbano salcedo, diera continuidad al contrato de director comercial, fundado en que hubo durante 7 meses esa transmisión de conocimientos y experiencias que potencializaron para que el Sr. Burbano, tuviera las capacidades de dar continuidad a los procesos como comercial de la cooperativa. Quedando pendiente cinco meses del Contrato.

También la Fundación Grupo Social se nos dota de equipos y herramientas de trabajo, para atender las compras de café con mayor eficiencia a los asociados y caficultores de la Region. Por la suma de \$28.838.000

Estas son algunas variables que influyen en la compleja comercialización del Grano, en nuestro Municipio:

1. La Cooperativa, concentra los mayores esfuerzos en la comercialización y transformación de café especial, en pequeños micro lotes, Manote y blends que permite manejar precios competitivos y atractivos para los productores del grano, aunque en cantidades pequeñas.
2. Coomerciacafé Ltda. Aprovechó la oportunidad brindada por clientes internacionales para aceptar el reto de exportar dos contenedores de café, compuesto por regionales, micro lotes, hones y naturales.
3. En Nariño el volumen del café pergamino alcanzó los 31.000.000 millones de kilos, aproximadamente, de esta cifra 21.700.000 kilos corresponde 7 den al Norte de Nariño. De este volumen la comercialización del café especial,

estaría alrededor de un 20% (4.340.000 kilos aproximadamente) de la producción Y la participación de Coomerciacafé del total del mercado de Nariño fue del 1.8%. , hemos crecido con respecto al año 2020 en 1.2% en chafes especiales.

4. Alta competencia, presencia de nuevos actores del mercado de café especial, incluso de otras regiones del país ya con nuevos modelos de comercialización, con entregas de sobreprecios, insumos agrícolas, herramientas al productor.
5. El caficultor es Motivado por esmerarse en sacar café de alta calidad, lo que contribuye a que los caficultores se sientan estimulados y retribuidos por su esmero y esfuerzo que el café requiere. Con compras de algunos micro lotes con destino a mercados especiales, tanto de Coomerciacafé como de otras asociaciones presentes en el Municipio que también premian la calidad del grano.
6. Las variaciones del clima, también incidieron en la disminución del volumen de producción de cafés en nuestra región.
7. Las medidas tomadas para la reactivación económica para el año 2021 por el Gobierno local fueron acordes al nivel central, pero en nuestro departamento estas medidas se vieron afectadas entre los meses de abril hasta el mes de junio 2021 por las continuas manifestaciones que fueron empañadas por actos vandálicos los cuales conllevaron al cierre del puerto de Buenaventura, . La anterior situación se vio agravada por los bloqueos en las vías que imposibilitaron el ingreso de insumos y mercancías para nuestros Municipios.
8. El tercer pico de la pandemia afectó nuestra Cooperativa, tuvimos la infortuna de perder a un Asociado, Heynar Burbano Rivera . Q.E.P.D, quien se desempeñaba como el Tesorero de la Empresa, que deja gran tristeza y vacío en los corazones de la familia Coomerciacafé.

Con seguridad incidieron otros factores, pero no se trata aquí de hacer una lista exhaustiva y así lo mas significativo.

La situación al cierre del año, es propicia para penetrarnos en nuevas y esenciales acciones sociales y comerciales en el inmediato futuro. El análisis del presente informe es la oportunidad para implementar estrategias tendientes a garantizar el mejor aprovechamiento de todas las potencialidades que tiene hoy Coomerciacafé.

El Consejo de Administración cumplió con lo deberes de consejeros encomendado, siempre pensando en el bienestar de los asociados y de toda la organización. Cada decisión tomada con transparencia y ante un amplio debate alrededor de cada tema, contribuyó a que cada integrante se desempeñe con responsabilidad, compromiso, honestidad, equidad y sobretodo con un alto compromiso con la Cooperativa.

Cada asociado ha contribuido en la construcción de esta gran Empresa, la experiencia lograda gracias a los 19 años de funcionamiento nos permiten enfrentar los obstáculos que

el futuro nos depara, los nuevos directivos tienen sobre sus hombros la responsabilidad de darle la dirección adecuada para continuar no solamente económicamente sino también socialmente,

1. Utilización de los servicios internos: La utilización de los servicios internos por los asociados, además de ser compromiso y un derecho estatuario su dinámica intensifica en la Cooperativa su función empresarial y a partir de los resultados de esta se pueden garantizar los servicios que contienen erogación sin contraprestación.

Los servicios que generan ingresos son la comercialización del café pergamino, verde y tostado y molido de café especial, capacitaciones. No existen otras fuentes.

☞ Compras de café- Valor de la cosecha: La Red de comercialización de la cooperativa en dos puntos de compra, bajo la responsabilidad directa de la Cooperativa, con recursos propios, de crédito Bancario y con el crédito que le otorgan los caficultores en época de cosecha. Las compras totales mostraron un aumento de: 44.025 kilos en relación con lo ejecutado en 2.020 es de 28%. Destacando que las ventas del café especial fueron del 52% , la poca participación de la cooperativa en el mercado regional los factores que incidieron en esta variación se consignaron antes en el presente informe, quizás no son suficientes pero constituyen una aproximación coherente, la participación en cuanto al volumen de producción es reducida, hubo satisfacción por el caficultor por la retribución recibida como premio a su calidad, demostrada en el en las compras de café , las cuales se vendieron a los diferentes clientes.

☞ Resumen de utilidad y/o Perdida:

Kilos netos vendidos	:	\$ 156.854.40
Precio de venta por kilo	:	\$ 14.674.89
Costo de kilo café	:	\$ 12.878.57 (90.7%)
DIFERENCIA ENTRE VENTA –COSTO	:\$	1.796.32(1.14%)
Gastos de Admirativos	:	\$ 522.34(3.55%)
Gastos de ventas	:	\$ 1.502.46 (0,95%)
Otros Gastos (financieros,depreci.y programas	:	\$ 149.60, (1.01%)
PERDIDA EN ESTA OPERACIÓN	:\$	- 378.08(-2.57%)
Utilidad Por otros Ingresos	:	\$ 616.41
Gastos varios	:	\$ 207.36

Utilidad toda la operación comercial : \$ 30.97

OPERACIONES REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2.021

Durante el primer trimestre del año 2.021, se llevó a cabo la XVIII Asamblea General de asociados en donde se dio cumplimiento a los mandatos impuestos por la correspondiente Asamblea, como fue el nombramiento de los miembros del Consejo de Administración, Junta de Vigilancia, Comités Especiales, como también la contratación de Gerente, Contador, Tesorero , Jefe de calidad.

El 16 de febrero inicia el director Comercial de la Cooperativa, patrocinado por la Fundación Grupo Social.

Se Reciben dos pasantes del Sena, en el tema de Aseguramiento de la Calidad. En el café, Hijos de productores de café. Ronal Esteban Castillo y Edison Arley Bolaños. Periodo Marzo –septiembre/21.

Segundo Trimestre:

Período de inicio la cosecha, continúa la búsqueda de nuevos contactos para la comercialización de café especial.

Se busca apalancamiento financiero y la entidad Bancolombia, nos aprueba un crédito rotativo por valor de \$ 170.000.000, que es utilizado por la época de cosecha para efectuar las compras de café y otros créditos, dado el gran incremento del precio del grano a nivel Nacional e internacional, se autoriza la consecución de recursos a fin de apalancar los recursos para a tender las compras de café.

Tercer trimestre:

Se ingresa ya de lleno a la cosecha, donde se define un aumento la comercialización del grano, se mantuvieron precios competitivos, que nos permitieron cumplir con los compromisos adquiridos como lo fue el de la exportación de dos contenedores.

Se ingresan nuevamente, y dando la oportunidad a los jóvenes de capacitarse en todos los eslabones de la cadena productiva a dos pasantes del Sena, en el tema de Aseguramiento de la Calidad. En el café, hijas de productores de café. Ronal Anyela Lisbeth Córdoba y Leidy Johana Vargas. Periodo Octubre –Marzo /22.

Se nombra al Sr. Reiver Montilla, profesional en Administrador de Empresas, en el cargo de Asistente Administrativo, contrato de prestación de servicios de Medio Tiempo. A fin apoyar las labores de Gerencia y temas de Administrativos.

Cuarto Trimestre:

Participación activa en la feria de La Mejor Taza de mi Nariño, realizada los días 7-8-9 de Octubre/21, en la ciudad de Pasto, el Stan de exhibición del producto fue patrocinado por

la Fundacion Grupo social. , fue una feria regional, donde nos permitió mostrar el café de la región, bajo la marca de café Mestizo.

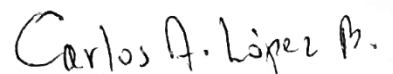
Se realizan talleres de capacitación en toda la cadena del café como producción, análisis físico y sensorial, torrefacción y preparación de filtrados., dirigido a particulares, a asociados y funcionarios de Coomerciacafe Ltda.

En Diciembre 3/21, se nos hace oficial renovación del registro de Invima: NSA-0011189-2021.

En Dic. 22/21, se realizó la entrega de sobrepagos a por ventas de café a 22 familias productoras. Algunos clientes no entregaron sobrepagos a motivo de la difícil situación generada por la Pandemia, alteraciones de orden público, y por la presencia de altos precios de los cafés estándares, que no les permitió la generación de ingresos adicionales.

El día 30 de Diciembre de 2021, se da por finalizada las actividades comerciales de la Cooperativa, se finaliza con una actividad de integración.

La Unión Nariño, Marzo 11 del 2.022


CARLOS LOPEZ BENAVIDES

Presidente Consejo de Administración


BLANCA ESPERANZA REYES

Gerente.