



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

INFORME DE GESTIÓN 2023

EDICIÓN

Investigaciones Económicas

José Leibovich, Juan Manuel Izquierdo,
Claudia Córdoba, José Méndez, Valeria Gómez

Coordinación de Comunicaciones

Juanita Arboleda Arciniegas

Fotografías

Archivo fotográfico FNC, Cenicafé, Buencafé,
Copyright FNC 2023

Diseño y diagramación

Andrés Herrera, Eliana Ruiz Gaviria

Revisión y corrección

Octavio Pineda

ISSN

2711-3728

Cómo citar: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2024).
Informe de Gestión 2023

federaciondecafeteros.org/app/uploads/2024/05/Informe-del-Gerente-2023.pdf

DOI 10.38141/10793

Este documento corresponde al compromiso adquirido en el contrato de administración del Fondo Nacional del Café en su cláusula 7 numeral 16 y a lo correspondiente a los estatutos de la FNC en su artículo 30 parágrafo 5 literal m. Con estándares de sostenibilidad GRI, desde 2019 el Informe de Gestión anual incorpora el de Sostenibilidad y el de la Industria

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

Calle 73 No. 8-13 Tel.: (+57 601) 313 6600 - 313 6700 | Bogotá, Colombia



COMITÉ DIRECTIVO

REPRESENTANTES DE LOS COMITÉS DE CAFETEROS

Jorge Alberto Posada Saldarriaga
ANTIOQUIA

José Alirio Barreto Buitrago
BOYACÁ

Eugenio Vélez Uribe
CALDAS

Danilo Reinaldo Vivas Ramos
CAUCA

Juan Camilo Villazón Tafur
CESAR - LA GUAJIRA

Javier Bohórquez Bohórquez
CUNDINAMARCA

Ruber Bustos Ramírez
HUILA

Javier Mauricio Tovar Casas
MAGDALENA

Jesús Armando Benavides Portilla
NARIÑO

Armando Amaya Álvarez
NORTE DE SANTANDER

Carlos Alberto Cardona
QUINDÍO

Luis Miguel Ramírez Colorado
RISARALDA

Héctor Santos Galvis
SANTANDER

Carlos Sánchez Serrano
TOLIMA

Camilo Restrepo Osorio
VALLE DEL CAUCA



COMITÉ DE GERENCIA

Germán Bahamón J.
GERENCIA GENERAL

Carlos Arturo Azuero Perdomo
GERENCIA DE OPERACIONES

Juan Camilo Becerra
GERENCIA FINANCIERA Y DE RECURSOS ORGANIZACIONALES

Gerardo Montenegro Paz
GERENCIA TÉCNICA

Esteban Ordóñez Simmonds
GERENCIA COMERCIAL

CONTENIDO

8 | EDITORIAL

10 ESTRATEGIA

12 EJE ECONÓMICO

- 14 Balance mundial cafetero
- 16 Producción nacional
- 17 Valor de la cosecha
- 20 Gestión Comercial
- 25 Buencafé
- 27 Procafecol
- 29 Almacafé
- 31 Café de Colombia
- 34 Servicio de Extensión
- 37 Cenicafé
- 38 Inclusión financiera

42 EJE SOCIAL

- 46 Proyectos de infraestructura

48 EJE AMBIENTAL

- 50 Producción sostenible de café
- 51 Ahorro de agua

58 GOBERNANZA

- 62 Germán Bahamón, elegido gerente general
- 65 Cafeteros colombianos se adaptan a regulaciones más estrictas
- 69 Paisaje Cultural Cafetero es modelo de trabajo articulado

72 ALIANZAS

- 74 Gestión de alianzas y proyectos
- 78 Proyectos comités

84 FINANZAS

- 86 Valor de los bienes públicos cafeteros
- 90 Una organización y un talento comprometidos



“

Estamos focalizando esfuerzos en llegar a 2027, cuando se cumplan 100 de la creación de la FNC, mejorando la calidad de nuestro café y apoyando la industrialización del grano, para que progresivamente los consumidores colombianos y del mundo tengan en su mesa más café colombiano transformado en origen, así como conquistando nuevos clientes y mercados con potencial de crecimiento en consumo de café.

”



[GRI 102-14]

POR MÁS MERCADOS Y CLIENTES PARA EL CAFÉ COLOMBIANO TRANSFORMADO EN ORIGEN

El 2023 fue un año de retos para los caficultores. Después de un 2022 con cifras históricas de valor de cosecha cafetera, **se observaron constantes variaciones en el precio como parte del reacomodo de los mercados a nivel mundial y la afectación de distintas variables económicas** que provocaron una estrechez de nuestra rentabilidad. Estas variables poco a poco se han ido normalizando, y son momentos como este los que reafirman la oportunidad de trabajar en la agregación de valor como única vía para evitar impactos severos en la economía cafetera.

La producción cafetera, que venía contrayéndose como consecuencia del fenómeno de La Niña durante 2021, 2022 y parte de 2023, se estabilizó y cerró 2023 con 11,3 millones de sacos, lo que representa una ligera recuperación con respecto a 2022. En 2024 esperamos que esa recuperación continúe.

Es imperativo resaltar la importancia de **la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) como la organización que ha construido la caficultura colombiana y a lo largo de estos 96 años ha traído desarrollo económico y representado**

al país en el ámbito internacional. Estos logros no habrían sido posibles sin la organización de los caficultores en torno a la FNC.

En este sentido, la parafiscalidad cafetera es un recurso de los productores que se reinvierte de forma responsable en los bienes y servicios públicos que permiten el posicionamiento internacional de nuestro producto y mantenerse como un importante bastión de la economía nacional por décadas. **La investigación científica, la asistencia técnica del servicio de extensión, la garantía de compra, la comercialización y la promoción del Café de Colombia, y los proyectos de desarrollo** están al servicio de toda la cadena de valor del café colombiano, empezando por los productores, el eslabón más importante.

En el seno del Comité Nacional de Cafeteros, junta directiva del Fondo Nacional del Café (FoNC) donde tienen asiento los representantes del Gobierno nacional y de los cafeteros, se siguen tomando las decisiones de política cafetera que orientan las acciones de la Federación como administradora del FoNC acorde al con-

trato firmado con el Gobierno nacional.

En el mundo actual, la sostenibilidad – económica, social y ambiental– es una necesidad que se debe garantizar para nuestros caficultores y sus familias. Los consumidores valoran cada día más en sus preferencias los bienes cuya producción cuida el agua y los bosques, fuera de la calidad que debe ser un requisito *sine qua non*.

De modo que estamos focalizando esfuerzos en llegar a 2027, cuando se cumplan 100 de la creación de la FNC, **mejorando la calidad de nuestro café y apoyando la industrialización del grano, para que progresivamente los consumidores colombianos y del mundo tengan en su mesa más café colombiano transformado en origen**, así como conquistando nuevos clientes y mercados con potencial de crecimiento en consumo de café, como Oriente Medio (Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos) o el Lejano Oriente (China, Corea del Sur), sin olvidar nuestros mercados más cercanos (Brasil, México y EE. UU.). Todo ello en un marco de austeridad que nos permita a 2027 poner a tono la FNC de los próximos 100 años.

GERMÁN BAHAMÓN J.
Gerente general de la FNC

[GRI 102-2]

ESTRATEGIA DE VALOR DE LA FEDERACIÓN: TRANSFORMACIÓN + SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad desde una visión transformadora es el pilar fundamental sobre el cual se desarrolla la estrategia de valor de la FNC.

Con una trayectoria y experiencia de 96 años trabajando por el bienestar del caficultor colombiano, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) consolida su visión de trabajar para **un caficultor empoderado que toma las mejores decisiones para su desarrollo económico y social respetando el medio ambiente.**

La sostenibilidad sigue siendo el pilar fundamental sobre el cual se desarrolla la estrategia, y es a través de ella y del trabajo de un equipo humano altamente comprometido en las regiones cafeteras que se obtuvieron importantes resultados en 2023.

Se resalta el contribuir a la rentabilidad del caficultor mediante la renovación de cafetales con variedades resistentes, el sobreprecio pagado por cafés especiales y sostenibles, y los programas de capacitación en costos de producción a través del Servicio de Extensión.

También el trabajo social y ambiental de la FNC mediante proyectos que han permitido la construcción y mejoramiento de vías terciarias, infraestructura de beneficio y otra infraestructura social, el impacto positivo de la reforestación y conservación de bosques, y la promoción del cuidado de los recursos naturales, sin dejar de lado la promoción de la equidad de género y el empalme generacional.

Se ha fortalecido la representatividad y asegurado la legitimidad del gremio gracias al trabajo con los líderes cafeteros y la comunicación efectiva por diferentes canales para llegar a las diferentes regiones.

Con la llegada del gerente general Germán Bahamón, se ha fortalecido la identificación de los retos estratégicos desde una visión transformadora de la caficultura, priorizando nuevas líneas de trabajo enmarcadas en cuatro grandes objetivos:

- + **La industrialización de la caficultura** para que el productor avance en la cadena de valor del café mediante la transformación del producto.
- + **El mantenimiento de la calidad del café de Colombia** como el mejor suave lavado del mundo, y el desarrollo de procesos de producción y transformación del producto.
- + **La conquista de nuevos mercados** que ofrezcan un mejor precio para el caficultor y contribuyan con su rentabilidad.
- + **El desarrollo de modelos asociativos** que permitan al productor avanzar en la cadena de valor del café.

El logro de estos objetivos está acompañado de un trabajo más cercano con las regiones y el constante monitoreo de las necesidades de los productores. El trabajo de la FNC continuará en el siguiente año caracterizándose por ofrecer más servicios a los caficultores, siempre con una perspectiva de eficiencia y austeridad.



CAFICULTURA

Industrialización
Asociatividad
Calidad
Nuevos mercados



Económico
Ambiental
Social

GREMIO GOBERNANZA

Eficiencia Austeridad



CONTRIBUYENDO A LA **RENTABILIDAD** Y **PROSPERIDAD** DEL CAFICULTOR



BALANCE MUNDIAL DEL AÑO CAFETERO 2023/24 ARROJARÍA SUPERÁVIT DE 1,8 MILLONES DE SACOS

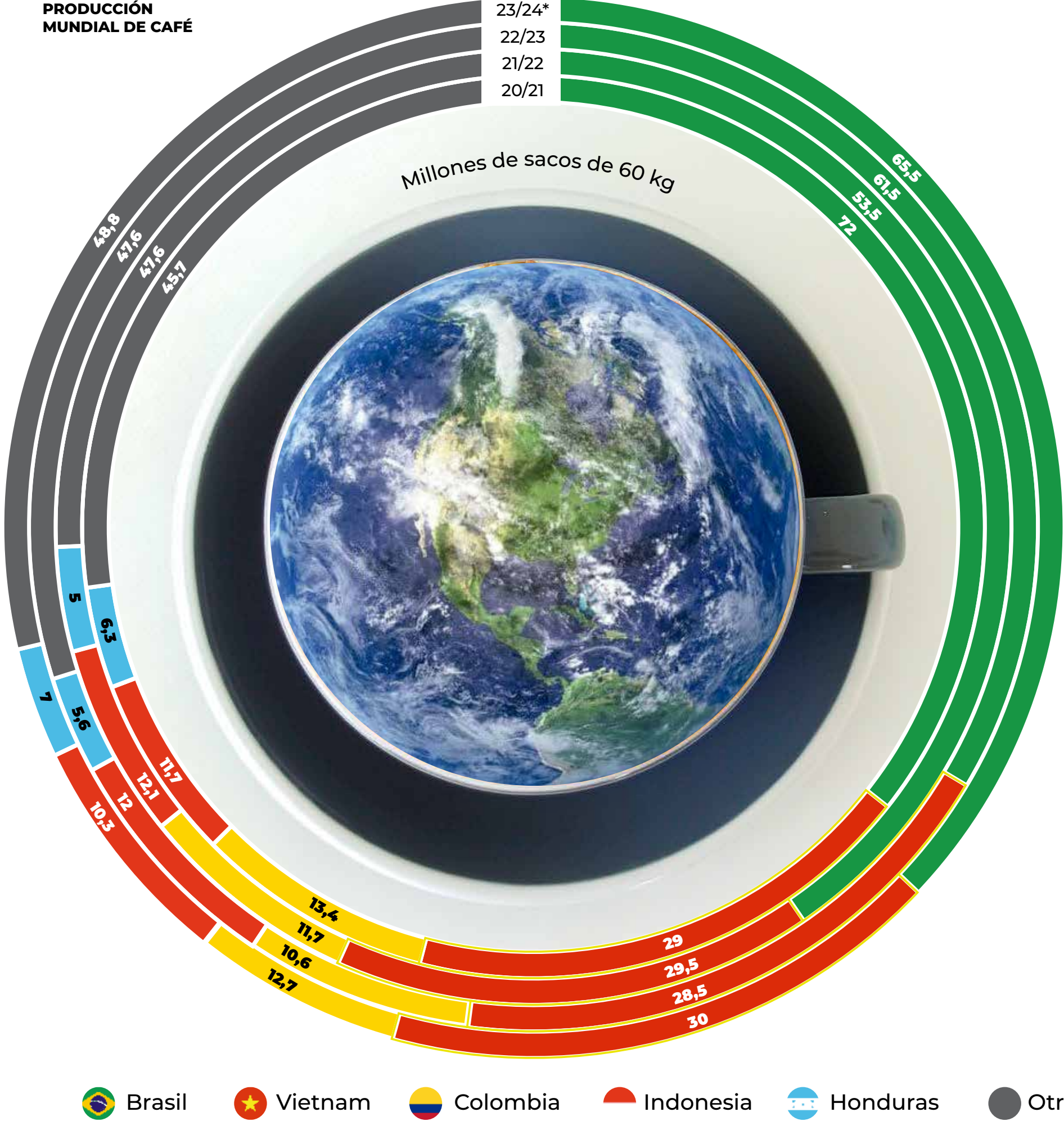
El año cafetero 2022/23 reportó un déficit de 4,4 millones de sacos por el bajo crecimiento de la producción debido a los altos precios de los insumos y condiciones climáticas desfavorables.

El año cafetero 2022/23 cerró con un déficit de 4,4 millones de sacos de 60 kg. La producción mundial de café fue de 165,83 millones de sacos, que pese a ser 4% mayor a la reportada en 2021/22, no fue suficiente para cubrir el consumo.

El incremento se debió a la recuperación del mayor productor mundial, Brasil, de 53,5 a 61,5 millones de sacos, mientras que hubo caídas en Colombia y Vietnam de 9,1% y 3,4%, respectivamente, debido, según la Organización Internacional del Café (OIC), a los altos precios de los fertilizantes y condiciones climáticas adversas.

La participación de arábigos en la producción fue de 53,8%, 0,5 puntos porcentuales más que en 2021/22.

Para este mismo periodo, el consumo mundial alcanzó 170,22 millones de sacos, 0,23% más que el año anterior, a pesar del menor crecimiento de las economías y la inflación.



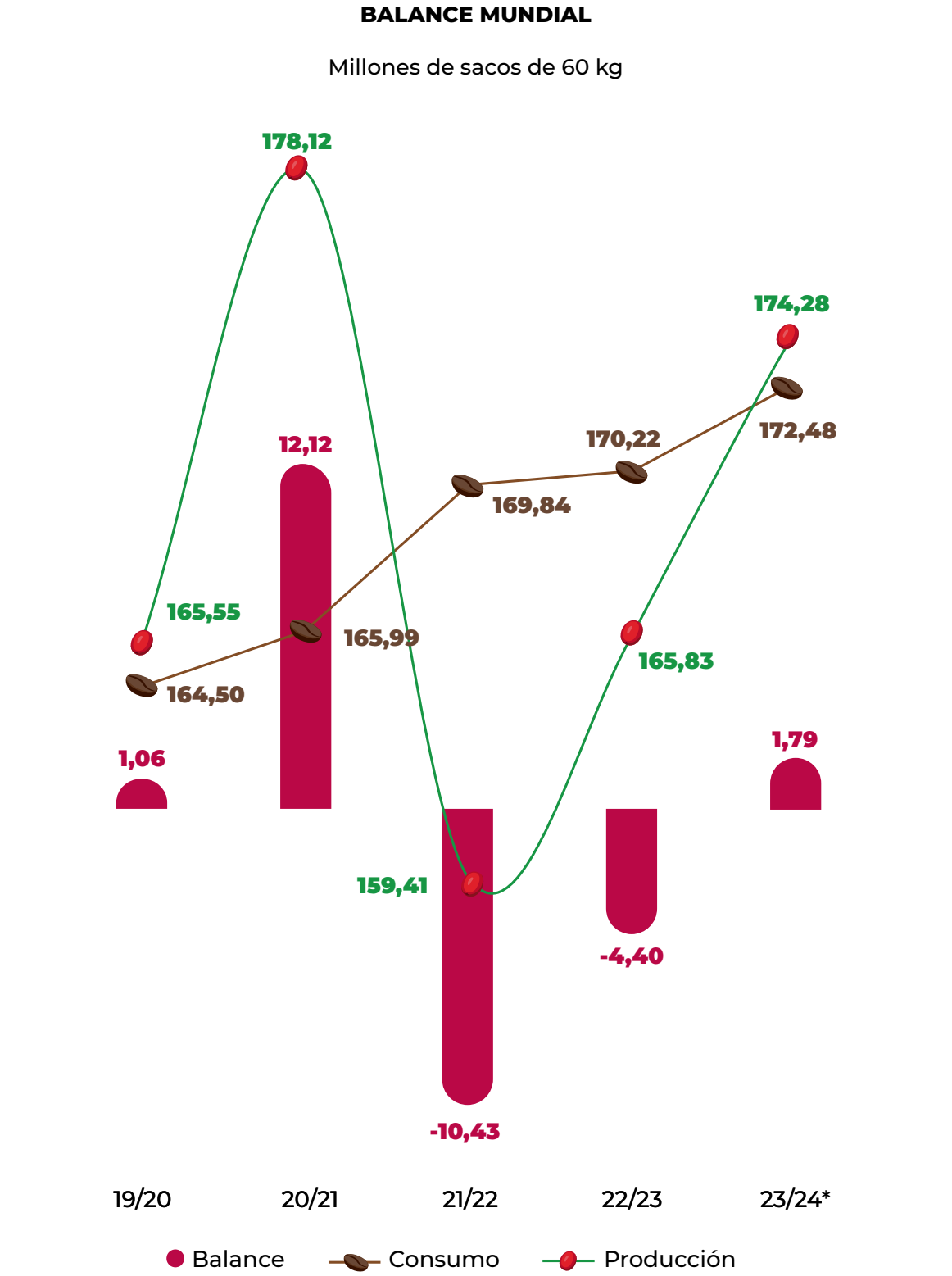
Fuente: GlobalData (Coffee Market Insight, diciembre 2023)

Para el año cafetero 2023/24, la consultora GlobalData proyecta que la producción mundial crecerá 5,1% a 174,28 millones de sacos, con las cosechas en Brasil y Colombia aumentando 6,5% y 19,3%.

Se prevé que el consumo crezca a 172,48 millones de sacos por las mejo-

res expectativas sobre la presión inflacionaria y la menor posibilidad de una recesión en el mundo.

Como resultado, el balance mundial para el año cafetero 2023/24 sería un superávit de 1,8 millones de sacos.



Fuente: GlobalData (Coffee Market Insight, diciembre 2023) *Proyecciones.



PRODUCCIÓN NACIONAL SUBE A 11,3 MILLONES DE SACOS DE CAFÉ EN 2023

La cifra es 2,4% mayor a la registrada en 2022 por mejores condiciones climáticas. Se registró menor consumo y menores importaciones, y el balance nacional cerró con superávit.

En 2023 la producción nacional fue de **11,3 millones de sacos de 60kg de café verde**, 2,4% más frente a 2022. Esta recuperación fue producto, principalmente, de la mejora en las condiciones climáticas adversas que se habían experimentado al principio del año.

En el mismo periodo, **el consumo de café en Colombia fue de 2,2 millones de sacos¹**, 3% menos que en 2022, prin-

cipalmente como consecuencia de la inflación, lo que llevó a una caída en las cantidades compradas y a sustitución por otras bebidas de menor costo.

En 2023 las exportaciones alcanzaron 10,6 millones de sacos de 60 kg, 7,3% menos que el año anterior. Su valor alcanzó los 3,3 billones de dólares, 27,3% menos que al cierre de 2022. Las importaciones fueron 1,6 millones de sacos,

35,8% menos que hace un año.

[GRI 102-6]

El principal mercado de exportación de café colombiano para 2023 fue Norteamérica (Estados Unidos, México y Canadá), con 49,2% en las exportaciones totales. Europa permaneció como el segundo mayor mercado, con 26,7%, y Asia como el tercero, con 19,9% de participación.

BALANCE CAFETERO 2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Producción (P)	14,8	13,9	12,6	11,1	11,3
Importaciones (I)	0,8	1,1	1,8	2,5	1,6
Total P+I	15,5	15	14,4	13,5	12,9
Exportaciones (E)	13,7	12,5	12,4	11,4	10,6
Consumo (C)	2,2	2,4	2,4	2,3	2,2
Total E+C	15,8	14,9	14,8	13,7	12,8
Balance	-0,3	0,1	-0,5	-0,1	0,1

Fuente: Investigaciones Económicas FNC. (La aparente discrepancia en el balance vs. subtotales se debe al ajuste de decimales.)

¹ Debido al cambio metodológico en el cálculo del consumo interno, los datos no son comparables a los usados en años anteriores. Esto puede generar cambios en el balance cafetero de años anteriores.

EL VALOR DE LA COSECHA ALCANZÓ 11,1 BILLONES EN 2023

La caída en los precios redujo **23,2%** el valor de la cosecha con respecto a 2022.

El precio interno del café colombiano depende de tres variables fundamentales: el precio del contrato C, el diferencial por calidad y la tasa de cambio. Cualquier variación de estos factores lo afecta.

En 2023, el precio de la primera posición del Contrato C en la Bolsa de Nueva York cayó en un **19,5%** a un promedio de **172,67 ¢/lb**. Su promedio mensual se mantuvo por debajo de 200 ¢/lb durante todo el año y su máximo mensual fue en diciembre, **194,1 ¢/lb**.

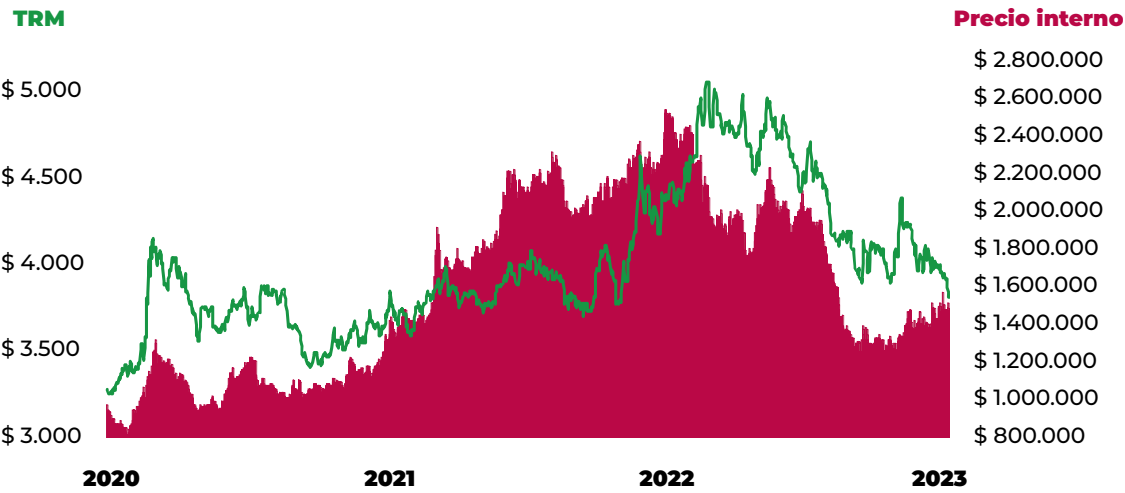
El diferencial de los suaves colombianos cerró en un promedio de **22,96 ¢/lb**, 65,84% menos que el año anterior, al-

canzando su máximo en enero, **56 ¢/lb** y su mínimo en diciembre, con un promedio de **10,25 ¢/lb**, la cifra más baja desde febrero 2017.

La tasa de cambio (TRM) se depreció **1,79%** en 2023 vs. el promedio del año anterior y cerró en **\$4.333 por dólar**. El promedio mensual máximo fue en febrero, **\$4.802,75 por dólar**, rozando la marca de los \$5.000 por dólar, cuya fortaleza fue consecuencia de las decisiones de política monetaria de la Reserva Federal de EEUU, que aumentó las tasas de interés para frenar la inflación.

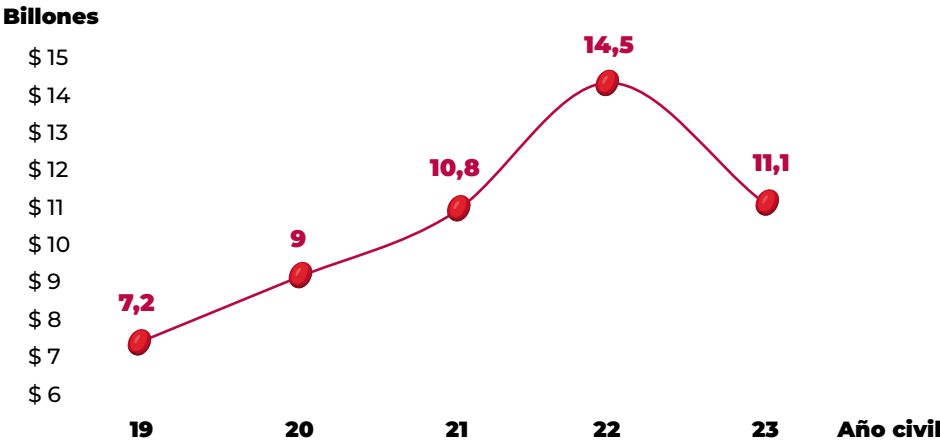
En los últimos meses del año, el peso comenzó a apreciarse respecto al dólar.

PRECIO INTERNO DEL CAFÉ Y TRM



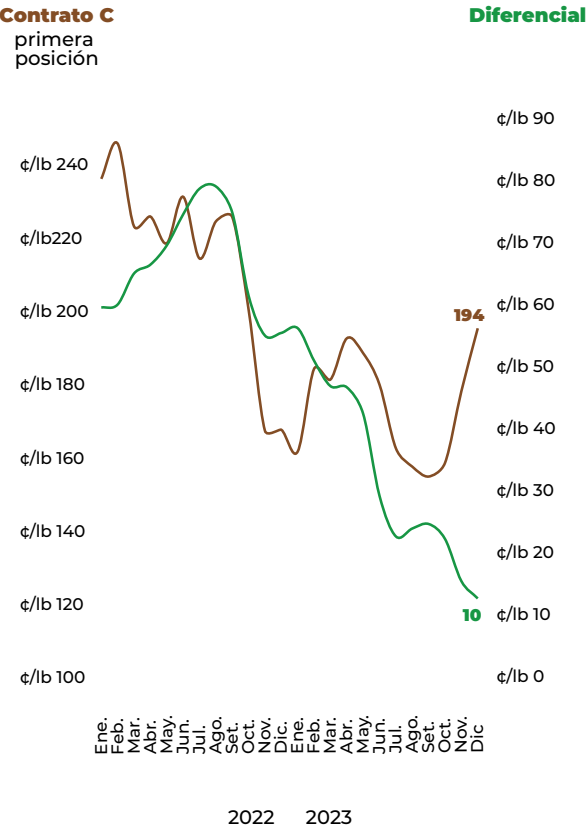
Fuente: Banrep, Investigaciones Económicas FNC.

VALOR DE LA COSECHA



Fuente: Investigaciones Económicas FNC.

PRECIO EN LA BOLSA DE NUEVA YORK Y DIFERENCIAL DEL CAFÉ COLOMBIANO



Fuente: ICE, Volcafé, Investigaciones Económicas FNC.

Por estos factores (el precio internacional, los diferenciales de origen y la tasa de cambio), el precio interno cerró 2023 en un promedio de **\$1.625.104** por carga, con una recuperación en los últimos tres meses del año.

Por los bajos precios en el año, el valor de la cosecha cayó 23,2%, a **\$11,1 billones**, vs. 2022.

[GRI 102-2 | 102-4]

PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LA FEDERACIÓN



INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y DESARROLLO TECNOLÓGICO

El desarrollo de variedades resistentes, mejores prácticas de cultivo y recolección, y de equipos de poscosecha amigables con el medio ambiente son algunas de las tareas del Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), brazo científico de la FNC, con sede en el área rural de Manizales.



TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA AL CAFICULTOR

Los resultados de la investigación científica y el desarrollo tecnológico de Cenicafé llegan a los productores por medio del Servicio de Extensión, principal vehículo de transferencia de tecnología que les brinda asistencia técnica. Este servicio se brinda desde los 15 comités departamentales de cafeteros y las oficinas coordinadoras.



COMERCIALIZACIÓN SOSTENIBLE Y GENERACIÓN DE MÁS VALOR

Garantía de compra: compra del café a los productores a un precio transparente y de mercado, con pago de contado y en lugares cercanos a su finca. Comercialización de cafés especiales, y producción y comercialización de café industrializado (Buencafé, con sede en Chinchiná, Caldas).



PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CAFÉ DE COLOMBIA

Posicionar el Café de Colombia en la industria mundial y consolidar o abrir nuevos mercados, lo que incluye los nichos de mayor valor.

GESTIÓN DE ALIANZAS Y PROYECTOS CON EXCELENCIA (proyectos en sostenibilidad)



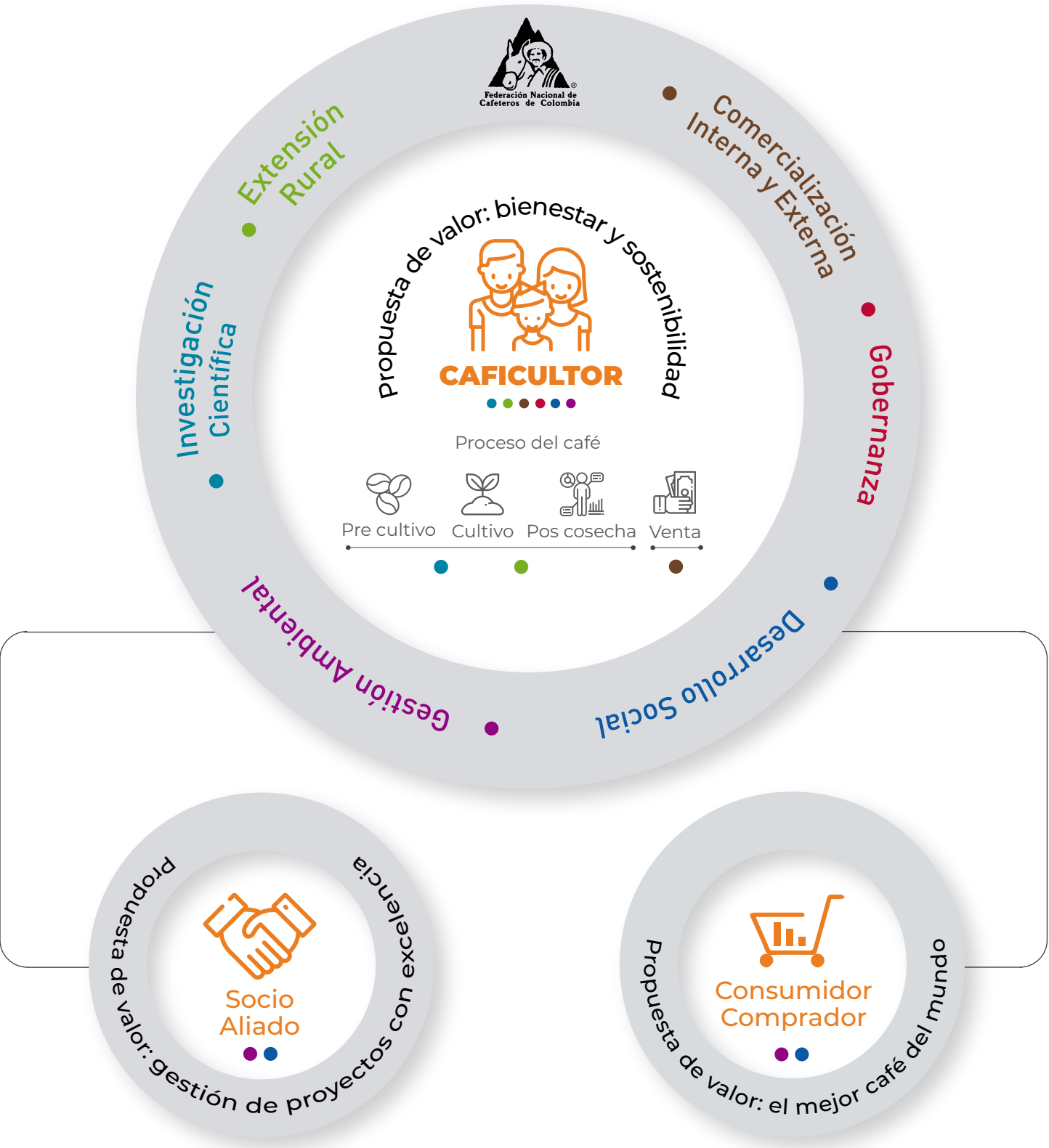
REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFÉ

La FNC es la entidad encargada de llevar el Registro Nacional de Exportadores de Café por delegación del Gobierno nacional desde 2009. Control a la exportación: Permite planear, coordinar y garantizar que las actividades de exportación de café, como la recepción de café en zona de descargue en los puertos, la generación de certificados de reposo, la liquidación, el recaudo y la facturación de la contribución cafetera, y la generación de Certificados de Origen OIC (Organización Internacional del Café) se ejecuten de forma oportuna, eficiente y confiable, asegurando el cumplimiento de la normatividad vigente expedida por el Comité Nacional de Cafeteros para la exportación de café colombiano.



[GRI 102-9]

CADENA DE VALOR



SERVICIOS CLIENTES

[GRI 102-6 | 103-1 | 103-2 | 103-3]

FNC CONSOLIDA SU PARTICIPACIÓN EN LAS REGIONES Y DIVERSIFICA MERCADOS Y CLIENTES

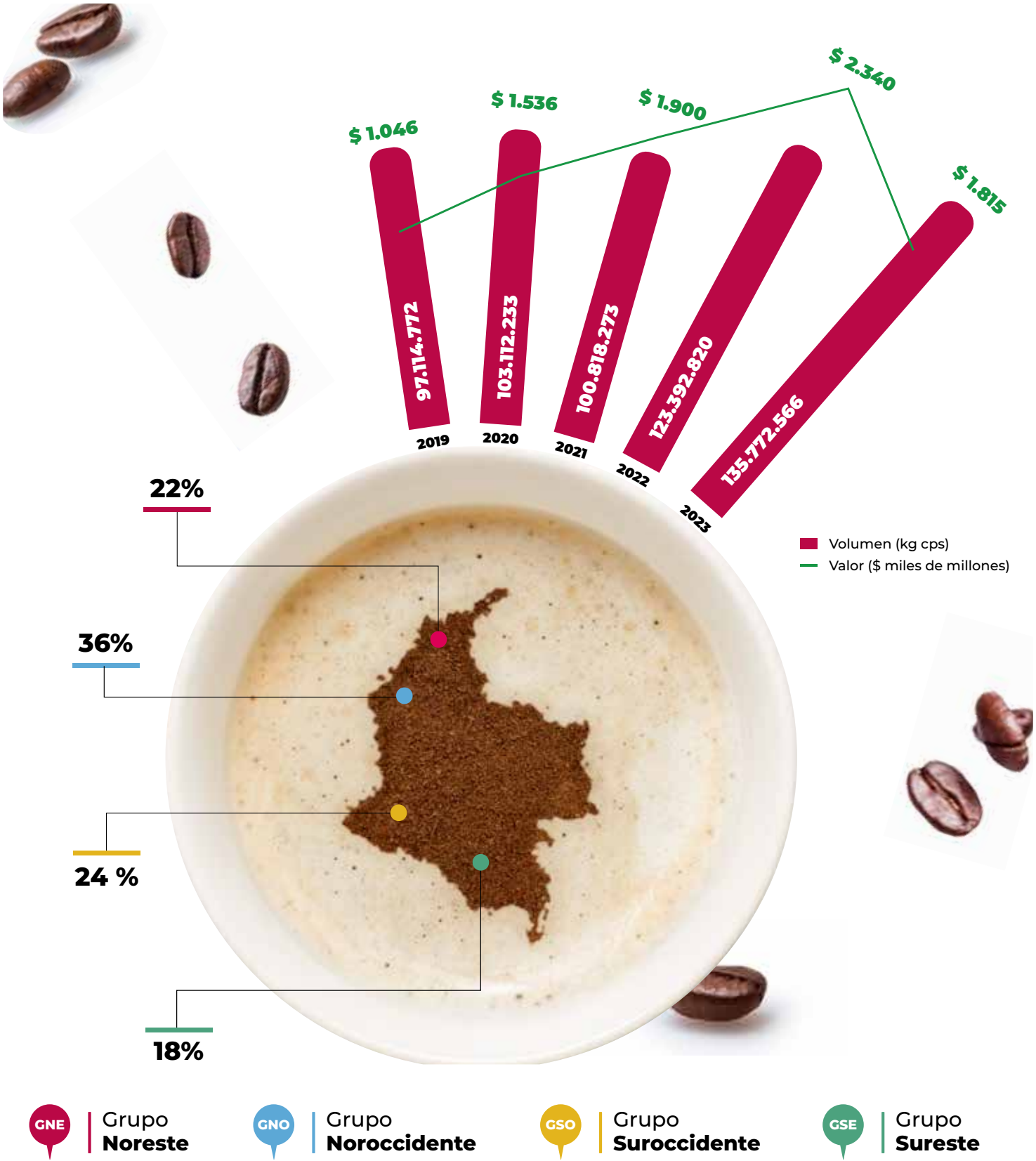
Gracias a una labor articulada y la búsqueda continua de nuevos mercados y clientes, agregando valor en cada uno de los eslabones de la cadena.

VOLUMEN COMPRADO CRECE 10% A 135,8 MILLONES DE KG DE CPS

El portafolio de la FNC llegó a 230 productos, con 14 programas gracias al trabajo articulado de los equipos regionales y Alma-café.

Gracias a la gestión de la Gerencia Comercial, los caficultores recibieron sobrepagos y reliquidaciones de cafés especiales (regionales y sostenibles) por **\$53.938 millones**, y un precio de compra promedio de **\$1.671.066** por carga, **casi 3% más** que el base promedio de referencia, por un total de **\$34.253 millones**.

El volumen comprado alcanzó **135,8 millones de kg** de café pergamino seco (cps), **10% más** que en 2022, por **\$1,82 billones**. El precio interno disminuyó por la caída del contrato C, la tasa de cambio y el diferencial.



SUBASTA DE COLOMBIA, TIERRA DE DIVERSIDAD ALCANZA PRECIO PROMEDIO RÉCORD DE 22,77 USD/LB

El precio máximo pagado por un café del concurso fue también récord: 120 USD/lb.

En la octava versión del concurso Colombia, Tierra de Diversidad participaron **695 lotes de 16 departamentos**, de los cuales 214 tuvieron más de 86 puntos en el protocolo SCA. Del 9 al 11 de mayo, clientes y caficultores fueron partícipes de experiencias enriquecedoras, como evaluaciones sensoriales, visitas a fincas y a la finca experimental de Cenicafe en Santander.

El 11 de mayo, se premiaron a los ganadores de las distintas categorías con un nuevo formato: tres ganadores por categoría, lo que permitió incluir más departamentos.

La primera subasta híbrida organizada por la FNC combinó la participación presencial y virtual de los compradores. Los 27 lotes vendidos, equivalentes a 8.358 kg de café verde recibieron una reliquidación de **\$1.164.778.453** y un promedio de **\$139.361/kg**.

GANADORES EN CADA CATEGORÍA:

ACIDEZ

Wilton Benítez

CAUCA

SUAVIDAD

Mónica Díaz

HUILA

CUERPO

Juan Medina

HUILA

BALANCE

Darwin Riascos

CAUCA

EXÓTICO

Martha Camacho

SANTANDER



**OTROS CONCURSOS
DEPARTAMENTALES**

CAUCA

En la 12ª edición del concurso "El mejor café del Cauca" se inscribieron 208 lotes y se eligieron **16 finalistas**, subastados ante más de **15 compradores** provenientes de **China, Corea del Sur, Estados Unidos y Colombia**.

TOLIMA

En la 1ra feria internacional de café Expo Tolima: Corazón Cafetero de Colombia se realizó el primer concurso departamental de calidad. Con **158 lotes recibidos y catados**, los 20 mejores puntajes fueron subastados y se vendieron **19** ante **11 clientes: 9 nacionales y 2 internacionales**.

CUNDINAMARCA

Se llevó a cabo el primer concurso de calidad de café en Cundinamarca, Taza Departamental, con **102 lotes participantes**, de los cuales 30 pasaron a la segunda ronda con puntajes SCA de al menos 84,5. En el laboratorio central de la FNC/Almacafé se seleccionaron los mejores 10, y los 7 más destacados fueron incorporados en el inventario del programa de cafés especiales Craft by FNC para su oferta a clientes nacionales e internacionales.

**ANTIOQUIA
(CONCURSOS MUNICIPALES)**

Dentro de la estrategia de apoyo y promoción de café diferenciado en Antioquia, el equipo de Craft by FNC y la Cooperativa de Caficultores de Antioquia apoyaron en 2023 tres concursos municipales en El Retiro, El Peñol y La Ceja, y uno en curso para cosecha de final de año para los municipios de San Andrés, Toledo e Ituango, todo por puntaje en taza.

CONCURSO LIDERANDO CON CALIDAD

Se realizó con éxito el concurso Liderando con Calidad para fortalecer el liderazgo de los representantes gremiales de comités departamentales y municipales en calidad del café. Se recibieron lotes de 147 representantes gremiales de todo el país y se premiará a tres ganadores en la feria de Cafés de Colombia Expo.



[GRI 102-6]

**CAFIX, LA RUTA DE INDUSTRIALIZACIÓN
DE LOS CAFETEROS COLOMBIANOS**

Cafix es una plataforma de FNC que facilita la exportación de café en pequeñas cantidades, con ventajas como la eliminación de trámites de exportación, asesoría personalizada, tarifas económicas con empresas de mensajería de calidad, seguridad en toda la cadena, verificación de la calidad y la posibilidad de exportar desde cualquier municipio vía puntos de recibo autorizados.

5.100 productores de café ya la conocen

Cafix es un proyecto innovador que brinda oportunidades de negocio e ingresos para los caficultores, que además les permite aprender sobre costos, mercados y preferencias de los consumidores, impulsándolos a la industrialización y promoviendo la calidad del café colombiano en el mundo.

En 2023 se presentó a 5.100 productores, y se brindó asesoría personalizada y virtual a 436, además de 46 socializaciones presenciales y virtuales en varios departamentos. Hoy Cafix tiene rutas de exportación en varios países de América y otros continentes, y se desarrollan nuevas rutas con ayuda de ProColombia.

Se han realizado **84 exportaciones con un total de 2.668 kg de café tostado a un precio promedio de venta de 18,17 dólares/kg, y 250 kg de verde** a un promedio de **11,64 dólares/kg**. La plataforma tiene registrados 244 productores y 102 compradores internacionales, y 10 rutas habilitadas para exportación (Estados Unidos, Canadá, Chile, Portugal, Malta, Australia, Nueva Zelanda, China, Japón y Corea del Sur).

[GRI 102-6]

**TAZA MÓVIL Y LABORATORIOS FLEXIBLES,
UNA ESTRATEGIA PARA LA CALIDAD**

Con estas iniciativas se compraron **8,2 millones de kg de cps en 9 departamentos**.

El laboratorio de calidad móvil (Taza Móvil) y la estrategia de laboratorios flexibles brindan el servicio de análisis de calidad física y sensorial a los productores para lograr mejor precio, servicio y fidelización, tanto para ellos como para las cooperativas.

En los últimos 3 años, con Taza Móvil se han atendido a **6.901 productores en 20 departamentos y 232 municipios**, se han comprado 1,7 millones kg de café y se han entregado más de 38.000 reportes de calidad a 17.900 caficultores.

Gracias al Taza Móvil y a los laboratorios flexibles, en 2023 se compraron 8,2 millones de kg de cps en 9 departamentos (Cauca, Nariño, Tolima, Cúcuta, Santander, Antioquia, Huila, Caldas y Boyacá).

**196.917 FINCAS CUMPLEN AL MENOS
UN ESTÁNDAR DE SOSTENIBILIDAD**

La FNC facilitó la certificación y/o verificación de **196.917 fincas de café con al menos un estándar de sostenibilidad (casi las mismas que en 2022)**, para beneficio de **116.740 caficultores**.

La comercialización de cafés regionales y sostenibles representó en total primas y reliquidaciones por **\$53.938 millones**.



[GRI 102-6]

233 CLIENTES
Y 45 DESTINOS
ALCANZADOS
POR LA FNC

De la mano de las oficinas en el exterior, la Gerencia Comercial sigue diversificando su portafolio en busca de nuevos nichos de mercado y consolidando relaciones con clientes nuevos y potenciales. En 2023 se establecieron relaciones con **83 clientes nuevos**, para un total de **45 destinos y 233 clientes**, 12,6% más que el número de clientes en 2022. Esto se tradujo en la venta de **1,69 millones de sacos de 60 kg** por **USD 476 millones**.

El equipo comercial ha enfocado esfuerzos en mercados potenciales y no tradicionales como China y Medio Oriente, donde se doblaron las ventas con respecto a 2022 al alcanzar **166.973 sacos de 60 kg**.



[GRI 102-6]

VENTAS DE
BUENCAFÉ
ALCANZAN
USD 203
MILLONES

Es la segunda mejor facturación de la historia en los 50 años de la fábrica de los caficultores colombianos.

Buencafé celebró 50 años transformando el café colombiano en oportunidades para los caficultores del país. Por cinco décadas ha llevado el sabor y aroma del café colombiano a hogares de todo el mundo.

Sus ventas alcanzaron **USD 203 millones**, la segunda mejor facturación de la historia en los 50 años que cumple la fábrica de los caficultores colombianos.

En 2023 se vendieron **10.250 toneladas** a cerca de **60 países** y se despacharon **1.539 contenedores**. Las compras de café verde como insumo alcanzaron 537.000 sacos a nuestros caficultores.

El resultado neto ascendió a **USD 40,9 millones**, 20% de rentabilidad sobre las ventas totales: la tasa de cambio con las coberturas negociadas aportó 12%, la operación de Buencafé 7% y Buendía 1%. Los ingresos por coberturas fueron USD 8 millones.

Se empacaron 112 millones de unidades entre bolsas y frascos, de los cuales el **98% llevan el logo de 100% Café de Colombia y 10% correspondió a productos certificados con estándares de sostenibilidad**.

De los ingresos, 54% corresponde a ventas de marcas propias de privados, 33% a granel o industrial y 13% a ventas de Buendía en Colombia y Ecuador. Por destino, 47% fueron en Norteamérica, 15% en Europa, 16% en Colombia, 14% en el resto de Suramérica, 4% en Asia, 3% en China y 1% en Medio Oriente.

Estos resultados se obtuvieron en un contexto mundial desafiante de inflación, menor consumo de alimentos, altos precios de materias primas y la incertidumbre de las cadenas de suministro globales.

Buencafé ha impulsado productos de mayor valor agregado, en especial los destinados al sector minorista. En 2023, estas ventas representaron **67%** de los ingresos totales.

IMAGEN RENOVADA: Buendía renovó su imagen con un look moderno y cercano a los consumidores, que exalta atributos como el color, la transparencia y las tazas por frasco, y conserva los propios de la marca, como el sello de Café de Colombia.

Las ventas de Buendía en Colombia y Ecuador superaron los **USD 27 millones**, 5% más vs. 2022 y representando 13% de la facturación total. La marca ocupa el tercer lugar en volumen en café soluble tanto en Colombia como en Ecuador, y en el segmento de descafeinado Buendía lidera en Colombia.



CONSTRUYENDO
FUTURO A TRAVÉS
DE LA INNOVACIÓN

En 2023, Buencafé desarrolló y concretó la primera venta de café hiper instantáneo (lío­filizado de alta disolución en agua fría) en respuesta a las nuevas tendencias de consumo en China, preparaciones para bebidas frías para el verano y satisfacer los gustos de un consumidor joven.

También desarrolló un nuevo producto, extracto cold brew, galardonado con la medalla de bronce Monde Selection, que certifica la calidad del café tostión media y respalda el cumplimiento de rigurosos estándares internacionales.

EMPAQUES MÁS
SOSTENIBLES

Gracias a la estrategia de reducción de peso en los envases, Buencafé logró en los últimos tres años reducir más de 500 toneladas de diversos materiales, como plástico, cartón, madera de un solo uso y vidrio.

50 AÑOS CON LOS
CAFICULTORES

En la conmemoración de los 50 años, más de 800 caficultores de 14 departamentos visitaron la fábrica en Chinchiná, donde conocieron de primera mano el proceso de liofilizado.



[GRI 102-6]

INGRESOS DE PROCAFECOL CRECEN
23,5% A \$684.853 MILLONES

Se cosecharon los frutos de una buena gestión, superando todos los récords para la empresa.

Procafecol registró ingresos operacionales (incluyendo ventas y otros) por \$684.853 millones, **23,5% más** que en 2022, el anterior récord histórico en ingresos. Las regalías transferidas al Fondo Nacional del Café (FoNC) superaron los **\$40.000 millones** en 2023, y los **\$229.000 millones** desde su creación.

Algunos retos fueron la inflación, que elevó los costos de las materias primas, la volatilidad en la tasa de cambio y en el precio del café. Aun así, la compañía mejoró su rentabilidad, con un Ebitda récord, gracias a eficiencias en otros gastos.



Tiendas en Colombia: Este canal acumuló ventas por **\$396.889 millones**, que representan 59% de las ventas totales y superaron en 28% las de 2022. El año cerró con **368 tiendas en Colombia** (304 propias y 64 franquiciadas).



Consumo masivo (canal moderno): Ventas por **\$99.334 millones**, 22% más que en el año anterior y 111% por encima de lo presupuestado; este canal representa 15% de las ventas totales gracias a más clientes, incluyendo nuevas tiendas de descuento y más productos codificados por cliente.



Consumo masivo (canal tradicional): Creado en abril de 2021, este canal vendió **\$28.545 millones**, 6% más que el año anterior, y aporta 4% de las ventas de la compañía gracias a una excelente ejecución en punto de venta, mayor distribución y cobertura. Ha permitido llegar a más de 120.000 tiendas de barrio con el café Juan Valdez.



Canal institucional: acumuló ventas por **\$22.579 millones**, 25% más vs. 2022 y 18% más sobre lo planeado, y representa 3% de las ventas totales. El crecimiento se ha dado por nuevos clientes y profundización en existentes.



Mercado internacional: El canal internacional tuvo ventas por **USD 27,9 millones (\$121.072 millones)**, 15% más vs. 2022 y aporta el 18% de las ventas de la compañía. En este mercado, todos los canales apalancan el crecimiento, principalmente tiendas e institucional.

Con presencia en todos los continentes, mercados ya consolidados como Ecuador, Perú y Estados Unidos siguen creciendo. El negocio de aerolíneas también crece, con nuevos negocios con empresas como Frontier y Breeze. En 2023 se concretaron nuevas tiendas en países como Egipto.



ACCIONES RELEVANTES

Entre las acciones significativas de la marca Juan Valdez para conectar a más consumidores están:

Lanzamiento cápsulas Nespresso

En febrero se lanzaron las cápsulas de café Juan Valdez compatibles con las máquinas Nespresso, en 3 presentaciones diferentes: orgánico, mujeres cafeteras y Paisaje Cultural Cafetero.



Innovación de productos

Por primera vez, se realizó una innovación 100% con inteligencia artificial. En medio de una activación de marca en una tienda cercana a universidades y para conquistar a las nuevas generaciones, con inteligencia artificial se lanzaron dos productos novedosos y se ofreció degustación a los visitantes.



Lanzamiento de bebida fría lista para beber

En agosto se lanzó la bebida fría de café lista para consumir, con lo que Juan Valdez incursiona en una nueva categoría, una nueva forma de tomar *on the go*, fácil de llevar, práctico y mostrando la versatilidad del café.



[GRI 102-6]

INGRESOS DE ALMACAFÉ EN CLIENTES DISTINTOS A LA FNC CRECEN 27,6% A \$52.353 MILLONES

La estrategia de diversificación en sectores conexos al café, como industria, agroindustria y consumo masivo, soportaron un crecimiento de 105% en los ingresos de clientes distintos a FNC en los últimos 6 años.

Almacafé sigue agregando valor a la FNC al apoyar logísticamente su operación comercial, garantizar la calidad del café y ofrecer dividendos.

En 2023 obtuvo ingresos por **\$106.894 millones**, de los cuales **\$54.542 millones** (51%) provinieron de la FNC y **\$52.353 millones** (49%) de otros clientes.

El fortalecimiento de su estrategia comercial, que abarca almacenamiento, agenciamiento aduanero, gestión de compras y de transporte nacional e internacional, y servicios especializados en café –trilla, torrefacción y los de la Oficina de Calidad de Café–, arrojó los siguientes resultados:



Café

23 nuevos negocios

102 clientes en total, para clientes de materia prima diferentes a la FNC.



Industrial

5 nuevos negocios

30 clientes que incluyen energía, maquinaria, vehículos y materiales de construcción y ferretería, entre otros.



Agroindustrial

8 nuevos negocios

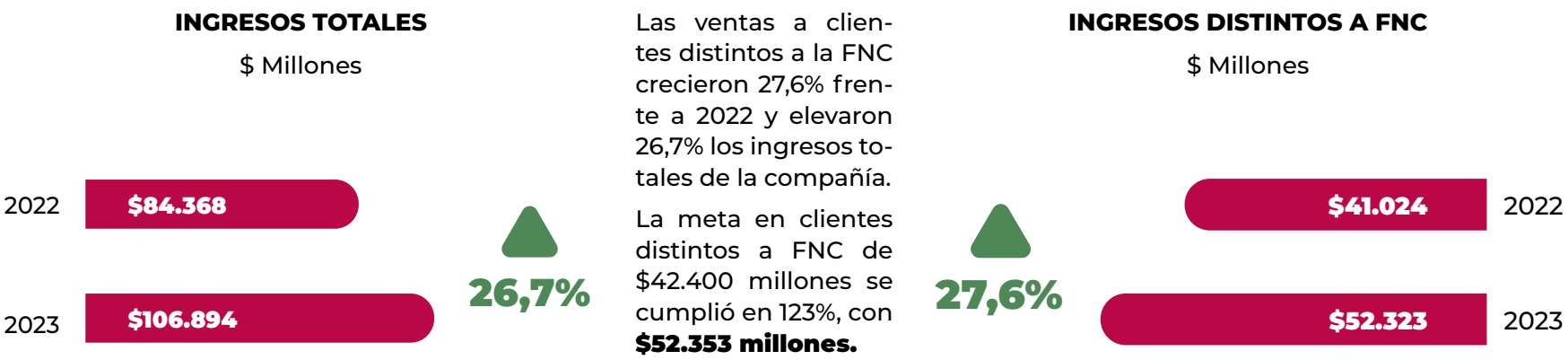
Entre fertilizantes, agroinsumos, azúcar y arroz, para un total de 30 clientes.



Consumo masivo

8 nuevos negocios

Clientes de producción y/o comercialización de alimentos y bebidas, para un total de 30 clientes.



LOS SIGUIENTES LOGROS DESTACAN

Alianzas comerciales: Gracias a nuevas alianzas como operador logístico integral para la cadena de suministro, se obtuvo un ingreso de \$943 millones sin costos directos asociados.

App móvil Almacafé: Cumplimos un año con la app móvil para el servicio de agenciamiento aduanero. En su primera fase ofreció trazabilidad de las operaciones de exportaciones. En octubre inició el desarrollo de la fase de importaciones.

Fortalecimiento de torrefacción industrial: Se unificaron las dos plantas de tostión en Bogotá y se fortaleció el servicio con una nueva línea de empaque con detección de rayos x para garantizar inocuidad del producto, consolidando la promesa de valor de café como producto final.

Laboratorio de agroquímicos y ocratoxinas (ALAO): En septiembre se obtuvo del Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (ONAC) la acreditación para análisis multi-residuo de plaguicidas en café verde y se sigue atendiendo ocratoxinas con método base pendiente de acreditación.

SOSTENIBILIDAD

Programas de café sostenibles: Consolidación del acompañamiento a los programas de cafés sostenibles de FNC (4C, FLO y orgánico), y participamos en la cadena de custodia de los cafés sostenibles, confirmando el compromiso de Almacafé con las buenas prácticas de sostenibilidad.

Responsabilidad social: Demostramos en las evaluaciones de comercio ético de los clientes (auditoría SMETA, códigos de proveedores) que hemos incorporado los asuntos de no discriminación, equidad, diversidad e inclusión y respeto de los derechos humanos para mantener la relación comercial con los clientes.

Estrategia ambiental: Se actualizó la planificación de la gestión ambiental, con enfoques de validación de criterios de impacto en disminución de la huella de carbono, demanda desconectable voluntaria, evaluación de viabilidad para instalar otros sistemas solares fotovoltaicos y establecer contratos de energía verde.



CAFÉ DE COLOMBIA DESTACA LA DIVERSIDAD CON ESLOGAN ‘TIERRA DE MUCHOS ORÍGENES’

La marca participó en reconocidos eventos de la industria, para lo cual desarrolló y construyó espacios que le dieron visibilidad y acercaron a exportadores a potenciales compradores.

EL MEJOR CAFÉ DEL MUNDO EN FERIAS INTERNACIONALES

En 2023, Café de Colombia participó en 9 ferias internacionales:



La participación en estas ferias permite destacar la diversidad de orígenes y las características distintivas de nuestro café, bajo el slogan “Tierra de muchos orígenes (Land of Many Origins)”, ante una audiencia de más de **621.000 profesionales** de la industria.

Se sirvieron **21.000 tazas de café** de Colombia de 23 departamentos productores, y **110 exportadores** contaron con barras de degustación o peceras de catación para mostrar la diversidad de nuestro producto insignia y tener contactos comerciales.

VISIBILIDAD DE LA MARCA CAFÉ DE COLOMBIA EN EVENTOS NACIONALES:

Café de Colombia también ha participado, patrocinado y/u organizado los siguientes eventos a nivel local:

12th World Conference of Science Journalists 2023, del 27 al 31 de marzo en Medellín, donde participaron **750 periodistas** del mundo; la marca Café de Colombia entregó más de **700 tazas de café**.

Los campeonatos nacionales de Arte Latte, Cafés Filtrados, Catadores y Baristas, que acercan los cafés especiales a los consumidores finales y transforman a baristas, catadores (254 participantes) y 26 jueces en embajadores del café colombiano.

Talleres de calidad y cómo reconocer un café 100% colombiano: la marca desarrolló **24** talleres presenciales para educar y sensibilizar a los consumidores colombianos sobre la grandeza de nuestro café, en los que participaron **377 personas** que pudieron comparar y apreciar

las diferencias entre un café 100% colombiano y otros orígenes.

Congreso de Oncología, del 24 al 25 de noviembre, donde la marca entregó café a más de 200 médicos, acercándose a expertos en salud para que reconozcan los beneficios del consumo de café.

Cafés de Colombia Expo 2023, del 19 al 22 de octubre, atrajo una **asistencia récord de más de 26.000 visitantes**, que pudieron ver la oferta comercial de **115 expositores**.

En 2023 la marca mantuvo **su alianza con ProColombia**, participando en **6 eventos internacionales y 3 nacionales** para consolidar al café como bebida insignia de Colombia.

SE LANZA CAMPAÑA DE CONSUMO INTERNO ‘EL TRIÁNGULO CAFÉ DE COLOMBIA’

Muchos empaques en supermercados confunden a los consumidores y no son café 100% colombiano. La mejor forma de corroborarlo es identificando el logo de Café de Colombia.

“El Triángulo de Café de Colombia” reúne los valores más importantes de nuestros caficultores: disciplina, esfuerzo, constante innovación y amor por la tierra que nos entrega el grano más excelso. Para ellos, producirlo es un orgullo: un proceso largo y de gran dedicación. Por eso queremos que los colombianos sepan cómo identificar esta maravillosa marca.

La campaña ha tenido un despliegue mediático nacional: con pauta en redes sociales y medios digitales, influencers, prensa y artículos de relaciones públicas. En 2023, en pautas digitales y redes sociales hubo un alcance promedio mensual de **9.950.629 personas y 6.263.217 interacciones**.

A nivel orgánico en redes, hubo **96.460 interacciones de enfoque nacional y 2.083 interacciones con enfoque internacional**, incluidos me gusta, comentarios y clics hacia realacademiadelcafe.com.



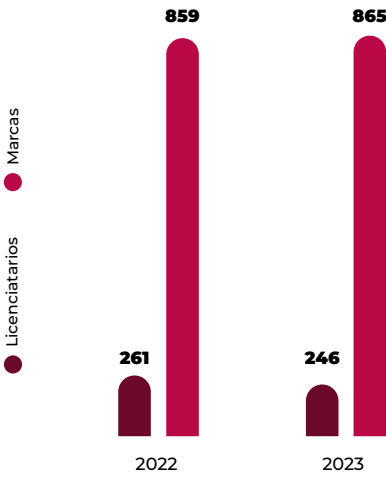
SESIONES EN REAL ACADEMIA DEL CAFÉ CRECEN 10% A 936.908

Como parte de la campaña “El Triángulo de Café de Colombia”, la marca cuenta con un módulo en realacademiadelcafe.com para enseñar a identificar y consumir café 100% colombiano con DO (y el logo de Café de Colombia) proveniente de los 23 departamentos productores.

La plataforma alcanzó **936.908 sesiones de consumidores** (10% más vs. 2022) que aprendieron cómo identificar el café 100% colombiano y recibieron sus certificados como embajadores del producto insignia del país.

MÁS MARCAS EN PROGRAMA 100%

El logo de Café de Colombia es utilizado en más de 860 marcas de café transformado alrededor del mundo (en 109 países) como respaldo de origen y calidad. El interés por su uso en marcas privadas de café transformado sigue en aumento.



Fuente: FNC.

El crecimiento del programa responde a una estrategia conjunta de la Dirección de Mercadeo y la Coordinación de Propiedad Intelectual, basada en una constante capacitación a la cadena productiva sobre la importancia del origen como factor determinante de la calidad del café y los beneficios de valor agregado para los usuarios de las DO y el logo Café de Colombia.



VENTAS EN COMPROCAFEDECOLOMBIA.COM CRECIERON 33% A \$213,31 MILLONES

La tienda virtual acerca el café colombiano al consumidor final y alienta a las marcas con denominación de origen a unirse.

Pese a la inflación, al mayor valor de las ventas vs. 2022 contribuyeron más pedidos y unidades vendidas, 8% y 10% respectivamente.

Uno de sus objetivos en 2023 fue consolidarse como la principal tienda en línea de café 100% colombiano sin intermediarios (entre marcas y consumidor final), con transferencia inmediata de las ventas a las cuentas de las marcas y sin cobrarles

comisión o costos administrativos.

Esto ha servido como incentivo para que más marcas con denominación de origen (DO) se sumen, en especial las que no cuentan con su propio canal en línea y enfrentan desafíos para acceder a grandes superficies.

En 2023 se refrescó la imagen para llegar a más jóvenes, enriqueciéndola con ilustraciones o collages que reflejan los

sabores y el origen del café 100% colombiano, cambio proyectado vía las redes sociales de [@ComproCafedeColombia](https://comprocafede colombia.com).

Desde mayo se introdujo la venta de la “Colección Cafetera”, que comprende los productos de promoción de la marca Café de Colombia, que también han potenciado las ventas y la presencia de la tienda virtual.

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3

1.472.643 CONTACTOS DEL SERVICIO DE EXTENSIÓN CON CAFETEROS

En 2023, el Servicio de Extensión de la FNC alcanzó **1.472.643 contactos con caficultores** mediante métodos individuales y grupales, 21% más que en 2022 (1.220.000 contactos).

METODOLOGÍAS DE EXTENSIÓN

INDIVIDUAL



Visitas:

A finca:
426.217

En oficina:
275.507

GRUPAL



770.919
contactos

48.995
eventos

	EVENTOS	CONTACTOS
Reunión	31.995	420.527
Demostración de método	6.197	80.579
Foro	3.194	103.227
Curso corto	2.149	31.038
Demostración resultados	2.948	38.640
Gira	1.606	26.352
Día de campo	680	67.092
Concurso	226	3.464

EL PROGRAMA DE GESTIÓN EMPRESARIAL SE ENFOCÓ EN SUS 2 COMPONENTES:

Capacitación grupal en manejo administrativo de la finca, para lo cual el Servicio de Extensión conformó más de 2.000 grupos de caficultores interesados, ofreciendo tres niveles de formación según su grado de conocimiento en temas administrativos, de aplicación de herramientas y técnicas que le faciliten la toma de decisiones más adecuadas para el manejo de las fincas.

Plan 2.000 Fincas para costos de producción. Más de 2.000 caficultores aportan información sobre costos asociados al cultivo y manejo agronómico y administrativo, así como registro de producción e ingresos de la finca, ejercicio que permite al gremio obtener, como referentes, estructuras de costos e indicadores técnico-económicos para diferentes regiones del país.

CON 5,323 ÁRBOLES/HA, DENSIDAD DE SIEMBRA ES LA MÁS ALTA EN LA HISTORIA CAFETERA



87% del área cafetera está sembrada con variedades resistentes, también porcentaje récord, gracias a la estrategia **'Más agronomía, más productividad, más calidad'**.

En sus actividades de capacitación, asesoría y asistencia técnica a los caficultores, el Servicio de Extensión siguió fortaleciendo el enfoque e impulsando la adopción de las prácticas definidas en la estrategia **Más agronomía, más productividad, más calidad**. La eficaz adopción por parte de los caficultores de las 8 prácticas agronómicas en sus sistemas de producción y de las 7 labores del beneficio del café ha mejorado la productividad y calidad del grano.



PRÁCTICAS AGRONÓMICAS DEL CAFÉ

1. Sembrar variedades con resistencia durable a la roya del cafeto.
2. Usar colinos de café de origen conocido.
3. Sembrar o renovar los cultivos en las épocas correctas.
4. Establecer la densidad de siembra óptima.
5. Definir ciclos de renovación para mantener el cultivo joven.
6. Adecuar la luminosidad del cultivo a las condiciones de la zona.
7. Corregir la acidez del suelo, ajustándose al cultivo de café.
8. Fertilizar adecuadamente los cafetales.



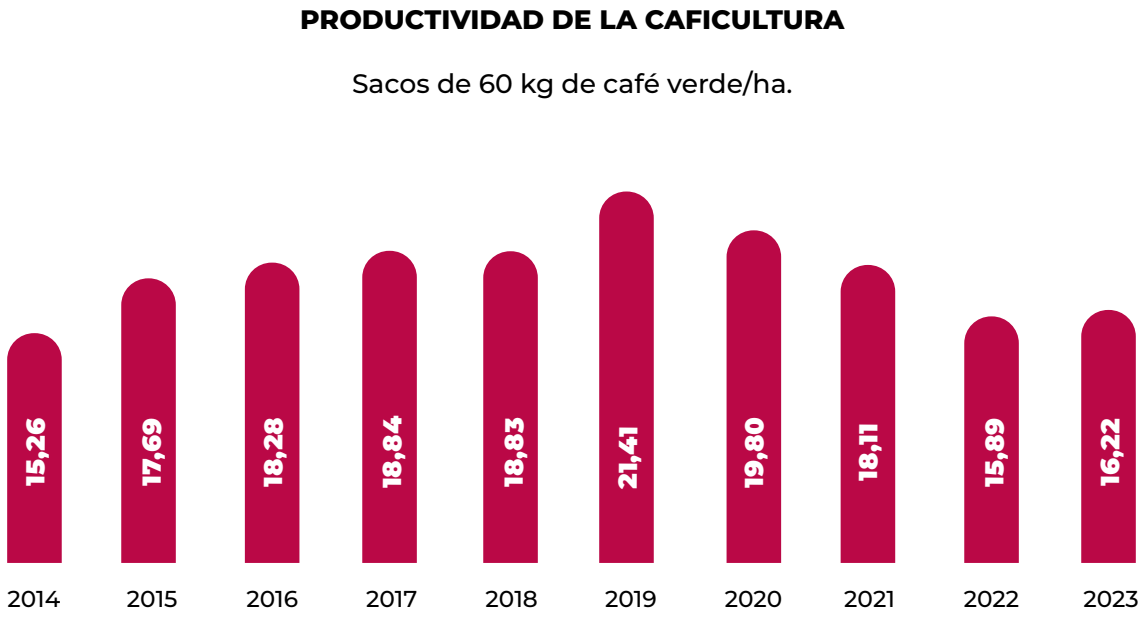
LABORES DE BENEFICIO DEL CAFÉ

1. Asegure la calidad de la recolección del café.
2. Procese separadamente cada tanda de café.
3. Retire frutos y granos de inferior calidad.
4. Mantenga limpios y calibrados los equipos.
5. Monitoree la fermentación con Fermaestro®.
6. Retire completamente el mucílago.
7. Obtenga y mantenga el café pergamino seco (cps) a una humedad de entre 10 y 12%.

LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTAS PRÁCTICAS HA ARROJADO RESULTADOS IMPORTANTES:



A pesar del impacto del fenómeno de La Niña hasta 2022, Colombia mantuvo una producción promedio de los últimos 6 años cercana a los **13 millones de sacos de café al año**.



Fuente: Sistema de Información Cafetera (Sica).

La renovación de cafetales sigue siendo una labor vital para la productividad y rentabilidad de la caficultura. En 2023 se reportaron **77.239 ha renovadas o de nuevas siembras**.



[GRI 103-1 | 103-2 | 103-3]

TRAS 40 AÑOS DE LA LLEGADA DE LA ROYA

CENICAFÉ CONSTRUYE UNA CAFICULTURA RESISTENTE

Con el manejo agronómico integrado y variedades más productivas con calidades de taza superiores, resultado de los programas de mejoramiento genético, se contuvieron los nocivos efectos de esta enfermedad.

Desde la llegada de la roya al país en 1983, la FNC ha luchado contra esta grave enfermedad que afecta el cultivo de café arábigo. A pesar de la gran capacidad adaptativa del microorganismo ante la resistencia de la planta, la estrategia de usar variedades multilínea ha demostrado ser efectiva para enfrentar este problema de forma sostenible.

El trabajo articulado entre Cenicafé, con el desarrollo de nuevas variedades y la entrega de semillas, el Servicio de Extensión, que brinda un acompañamiento técnico al caficultor, y el resto de la institucionalidad cafetera, que concreta oportunidades de financiamiento, permite mantener la incidencia de la enfermedad en niveles que no requieren fungicidas, ahorrando al caficultor unos 230 millones de dólares anuales y cuidando el medio ambiente.

La tecnificación de sistemas de producción adaptados a las variaciones ambientales, la implementación de las siete buenas prácticas² de beneficio y el manejo agronómico adecuado con tecnologías escalables son la base para desarrollar nuevas alternativas de procesamiento que incrementan la oferta de



café de alta calidad cumpliendo las regulaciones ambientales y del mercado.

Entre los resultados sobresalientes en investigación científica y tecnológica están:

- **Publicación del genoma completo de la roya** (*Hemileia vastatrix*), recurso de referencia mundial para estudios de diversidad genética y evolución del patógeno.
- Seguimiento continuo en la transición La Niña-Neutro mediante acciones técnicas de adaptación emitidas en **boletines agrometeorológicos** con información de la Red Climática Cafetera y el IDEAM.
- **Estimación de la condición sumidero de carbono** en el cuarto año del ciclo por zoqueo de café a libre exposición, con una tasa de captura anual superior a 4 toneladas de CO2 por hectárea.
- **Renovación del parque productivo**, distribuyendo vía los comités departamentales **74,9 toneladas de semillas**: 40% de

variedad Cenicafé 1 y el resto Castillo® general y zonal.

- Se hicieron diversos estudios de **identificación y control de plagas**, como el picudo quebrador que ha afectado cultivos en el macizo andino de Nariño y el hongo causante de la enfermedad de las cerezas del cafeto (CBD).
- **Disminución de 50% en la dosis de glifosato**, con herbicidas seguros y menores restricciones, que permiten mejorar la eficacia del control de arvenses.
- Uso de biorreactores de temperatura controlada para avanzar en la **fermentación controlada** y obtener atributos especiales de manera confiable.
- **Entrega de diversos productos de investigación al Servicio de Extensión** para incentivar el cambio técnico enfocado en los factores que para la Gerencia Técnica soportan la rentabilidad, la resistencia y la resiliencia de la caficultura.

² (I) Asegurar la calidad de la recolección, (II) procesar cada tanda de café de manera independiente, (III) retirar los frutos y granos de inferior calidad, (IV) limpiar y calibrar los equipos de beneficio, (V) monitorear la fermentación con Fermaestro®, (VI) retirar el mucilago con un buen lavado y (VII) obtener y mantener el pergamino seco con humedad de 10-12%.

FNC MANTIENE LIDERAZGO DE INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL EN COLOMBIA

73% de los caficultores tiene cédula o tarjeta cafetera inteligente, con más de 382.000 bancarizados a diciembre, frente a 52% de adultos con cuentas de ahorro activas en el país.

La **cédula/tarjeta cafetera inteligente (CCI/TCI)** es un documento gremial que la FNC entrega a los caficultores y sirve como: (i) instrumento para ejercer sus derechos gremiales, y (ii) cuenta de ahorro con el Banco de Bogotá para facilitar procesos de pago, ahorro y beneficios.

El **73% de los caficultores tiene CCI o TCI**, mientras que, según el Reporte de inclusión financiera 2022 de Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera, **en Colombia 52% de los adultos tiene al menos una cuenta de ahorros activa**.

En Tolima, Caldas, Risaralda, Nariño y Norte de Santander, más de 80% de los productores cuentan con CCI o TCI, un respaldo permanente que los conecta con el sector financiero formal.



La tasa de uso anual de la **CCI o TCI es de 5%** y se sigue trabajando en fomentar un menor uso del efectivo.

[GRI 203-1]

CAFETEROS AHORRAN \$903 MILLONES EN RETIROS DE OTRAS REDES GRACIAS A FNC

En 2023 se mantuvo el beneficio de retiros gratis en cajeros de otras redes.

La CCI/TCI ha permitido que los caficultores accedan a servicios y canales bancarios con tarifas preferenciales y beneficios como exención de la cuota de manejo, consignaciones nacionales sin comisión y retiros gratis en cualquier cajero del país, sin importar el banco o la red a la que pertenezca.

Este último beneficio empezó en marzo de 2020 y fue renovado el 1 de enero de 2024. En total, se han realizado 4,4 millones de transacciones en los últimos 7

años. En 2023, las transacciones en cajeros de otras redes disminuyeron 31% con respecto al año anterior.

En 2023, la exoneración de pago por retiros en cajeros de otras redes representó para los cafeteros un ahorro de **\$903 millones** en 162.837 transacciones.

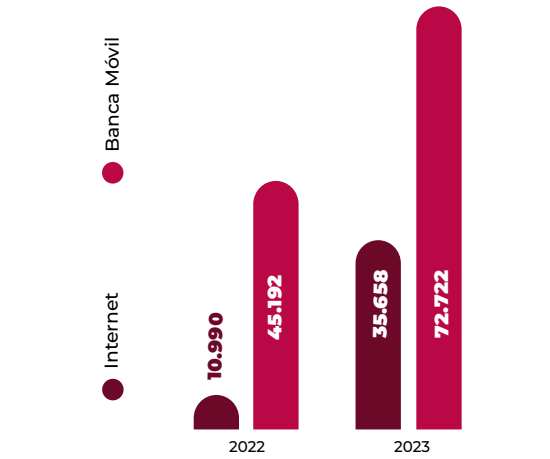
CRECE USO DE CANALES DIGITALES

En 2023 siguió siendo una prioridad promover el uso de los canales digitales. Con la habilitación en 2022 de las compras en línea con la CCI/TCI a través de PSE, las transacciones y pagos por internet se triplicaron en el último año. **Y las transacciones vía Banca Móvil crecieron 61%.**

En cuanto al uso de la CCI/TCI en el Canal Cafetero de las cooperativas, en 2023 se registraron \$39.911 millones en compras

de café y **\$1.080 millones** en dispensaciones de efectivo.

Desde 2015, las tarifas preferenciales de la CCI/TCI se han traducido en ahorros por **\$383.000 millones** para los caficultores y la institucionalidad.



[GRI 203-1]

94.090 CRÉDITOS FINAGRO A PRODUCTORES POR MÁS DE \$1,77 BILLONES

El número de créditos para financiar actividades clave de la caficultura creció 18% vs. 2022; destaca el doble de créditos y refinanciamientos otorgados vía el Banco Agrario.

En 2023, con recursos del Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro), se otorgaron **94.090** créditos a productores por más de **\$1,77 billones**, el monto más alto en los últimos 9 años. Esta colocación incluye todas las entidades financieras y la cartera de redescuento y sustitutiva para financiar las diferentes actividades cafeteras (sostenimiento, beneficiaderos, renovación y maquinaria).

CRÉDITOS OTORGADOS A CAFETEROS

	No. DE CRÉDITOS	MONTO EN \$ MILLONES
2019	57.798	919.647
2020	74.247	969.162
2021	70.070	1.433.090
2022	79.948	1.763.948
2023	94.090	1.771.553

Fuente: Finagro.



De los créditos otorgados, **68,8%** fueron para pequeños productores de ingresos bajos, **20,34%** para pequeños productores, **10,17%** para medianos y **1,4%** para grandes productores.

26.225 caficultores se beneficiaron de las tasas de interés preferenciales de las Líneas Especiales de Crédito (LEC) administradas por Finagro, con ahorros por subsidios a tasa de interés por **\$63.788** millones. Los pequeños productores fueron quienes más se beneficiaron, con 95% de los recursos, invertidos en las diferentes líneas de crédito para la actividad cafetera.

La labor de los extensionistas en la estrategia “Más agronomía, más productividad, más calidad” ha sido clave para que los cafeteros presenten al Banco Agrario proyectos viables que requieran financiamiento con las condiciones y recursos definidos por Finagro.

En 2023, se alcanzaron **36.113 créditos (el doble que en 2022) por \$399.513 millones** (141% más que en 2022) otorgados vía el Banco Agrario, destinados principalmente a renovación de cafetales y construcción de beneficiaderos.

DESTINO DE CRÉDITOS (VÍA BANCO AGRARIO)

ACTIVIDAD	No. DE CRÉDITOS	MONTO EN \$ MILLONES	PART.
Sostenimiento	6.344	49.471	12,38%
Nuevas siembras	4.887	64.773	16,21%
Construcción de beneficiaderos	4.119	65.118	16,30%
Renovación de cafetales:			
Técnicos jóvenes (< 9 años al sol/12 años a la sombra y semisombra)	12.708	143.643	35,95%
Por zoca (> 54 meses)	2.167	14.191	3,55%
Siembra cafetales envejecidos (≥ 9 años al sol/12 años a la sombra y semisombra)	4.705	50.257	12,58%
Maquinaria y equipo	1092	11.542	2,89%
Maíz amarillo	46	214	0,05%
Frijol	41	274	0,07%
Maíz blanco	4	30	0,01%
Total	36.113	399.513	100%

Fuente: Gerencia Técnica de FNC.

El Gobierno nacional, mediante la circular 48 Finagro, anunció la apertura de recursos a partir del 11 de septiembre de 2023 por **\$35.000 millones para el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR)**, con el que se busca apoyar a unos 34.000 productores entre pequeños de ingresos

bajos y pequeños con 40% y 30%, respectivamente, del valor de proyecto para la renovación por siembra de más de 6.700 hectáreas de café envejecidas y susceptibles a la roya. Al cierre del año se ejecutó **90,4%** del presupuesto asignado.

[GRI 203-1]

CON ALIANZA BANCO AGRARIO-FNC, CRÉDITO CAFETERO CRECE A \$2,02 BILLONES

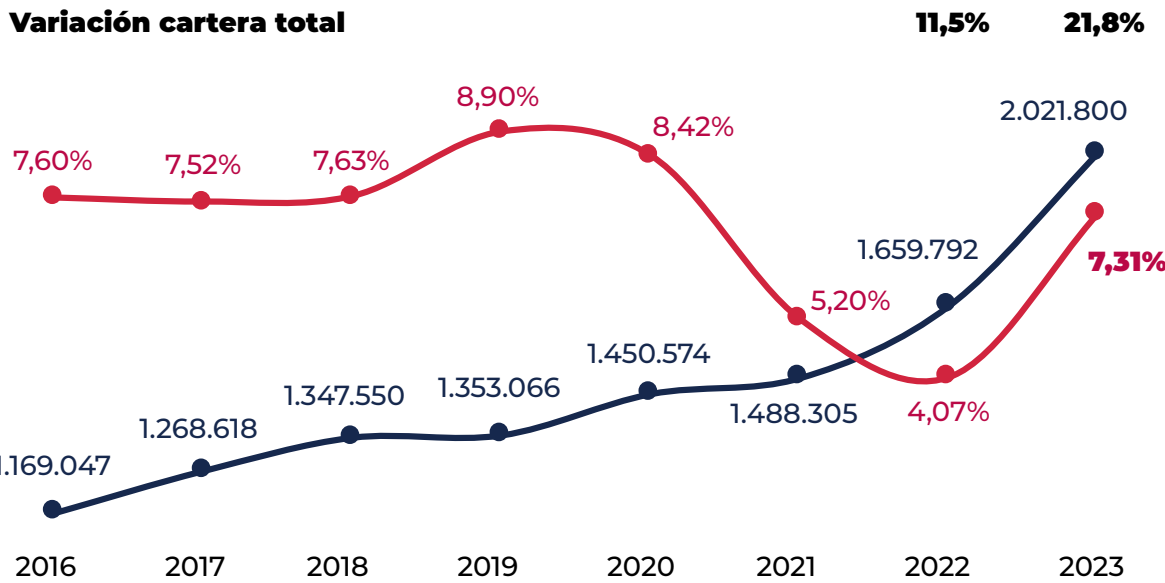
El trabajo articulado con la FNC, con apoyo del Servicio de Extensión, ha sido fundamental.

En 2023, el Banco Agrario y la FNC siguieron trabajando de la mano para garantizar el acceso cafetero a créditos acordes al ciclo productivo del cultivo y su comportamiento financiero en ahorro, inversión y pago de obligaciones.

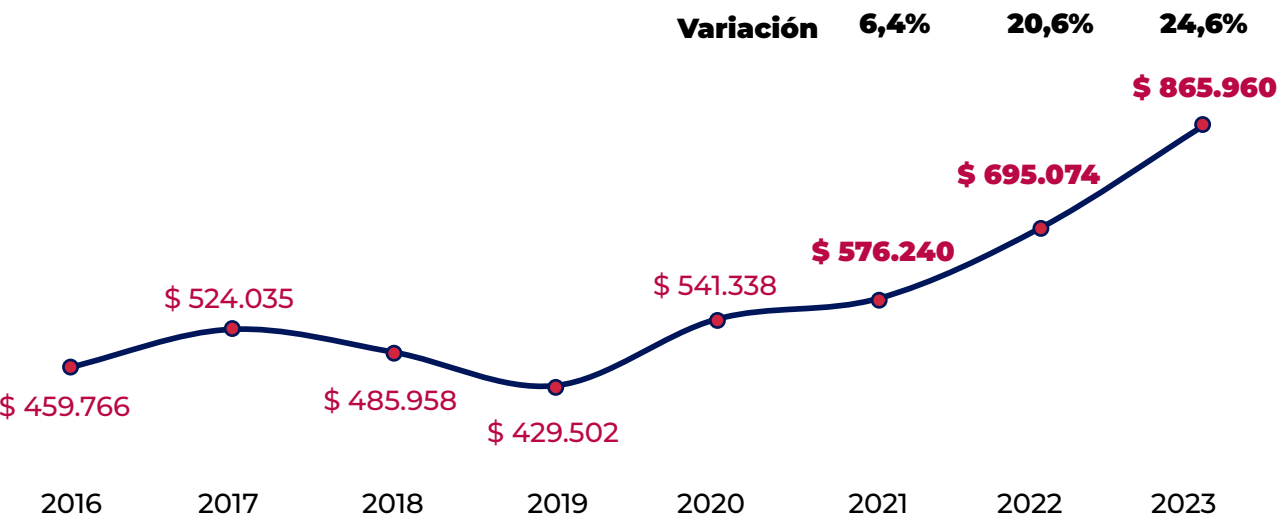
Parte del éxito de esta alianza es el apoyo del servicio de extensión. En 2023 la cartera superó los \$2,02 billones, con un índice de cartera vencida de 7,3%.

Los desembolsos superaron los \$865.000 millones, 24,6% más que en 2022, lo que incluye apoyos para normalización de cartera a tasas de interés más favorables.

CARTERA TOTAL (\$ MILLONES) VS ÍNDICE DE CARTERA VENCIDA %



DESEMBOLSOS (\$MILLONES)



Recursos de Finagro 2023
Participación en no. de desembolsos: 98%
Participación en recursos totales: 95%

Fuente: Banco Agrario de Colombia.



PROYECTOS DE INNOVACIÓN (ECONÓMICA)

CALIDAD

Almacafé y la FNC consolidan iniciativas tecnológicas para acompañar el análisis de calidad y la compra de café: **1. Detección de defectos físicos** y tamaño de grano mediante análisis de imágenes; **2. Uso de una nariz electrónica para análisis sensorial**; y para la detección de defectos físicos, se usa aprendizaje automático (*machine learning*); **3. Inteligencia artificial, midiendo el tamaño de los granos y clasificándolos en grupos** según su apariencia física y defectos, en alianza con Google y Servinformación.

En alianza con Telenatura, el desarrollo de la **nariz electrónica del café busca apoyar la evaluación de su calidad** para beneficio de todos los actores de la cadena, especialmente los productores. Esta reducirá los tiempos de análisis y las pérdidas económicas por diferencias de calidad, aumentando la confianza y certeza en la comercialización.

IMPLEMENTACIÓN IOT PARA MONITOREO DE VARIABLE EN FINCA

El internet de las cosas (IoT en inglés) aporta una solución digital para **capturar información, dar trazabilidad y relacionar variables de producción** en finca (recolección y beneficio, fermentación, secado) con **variables de calidad del café** (humedad, defectos en taza, perfil de taza, residuos químicos) para **retroalimentar al productor, mejorando la calidad**.

AGENDAMIENTO DE VISITA A FINCA VÍA EL WHATSAPP DE LA FNC



Escanéelo y acceda a estos servicios

Para acercar aún más la FNC al caficultor, apalancado las tecnologías de inteligencia artificial (IA) y chatbot, ahora ofrecemos la **posibilidad de agendar visitas a las fincas** a través del servicio de **atención por WhatsApp**, lo que brinda a los caficultores respuestas oportunas, y hace que la labor del Servicio de Extensión sea más efectiva.

Además, estamos enfocados en **mantener el número de fincas certificadas para fortalecer la oferta de café sostenible**. A través de **WhatsApp**, los caficultores pueden **firmar sus cartas de compromiso 4C** sin tener que desplazarse de sus fincas, medida que **simplifica el proceso y facilita la participación de más productores**.





FOMENTANDO EL
**DESARROLLO
INTEGRAL DE
LAS FAMILIAS
Y COMUNIDADES
CAFETERAS**

[GRI 103-1 103-2 103-3 203-1]

FNC INTEGRA A LOS HOGARES CAFETEROS A LA BÚSQUEDA DE SU BIENESTAR INTEGRAL

Como pilar fundamental de la caficultura la familia cafetera enfrenta desafíos relacionados con su bienestar integral.

Las relaciones familiares con equidad son un buen ejemplo de esto, por lo que la implementación de la Política de Equidad de Género para la Mujer Caficultora sigue trazando la hoja de ruta hacia el desarrollo sostenible.

Como parte de las acciones priorizadas en 2023, se desarrollaron los encuentros familiares **Día de la Familia Cafetera** para fortalecer la integración familiar, la comunicación asertiva y el reconocimiento de los miembros del hogar y sus roles, para beneficio de **1.087 miembros de hogares cafeteros en 18 departamentos**.

El fortalecimiento del liderazgo cafetero, en particular de las mujeres, ha sido una prioridad. En 2023, **674 mujeres caficultoras** participaron de **encuentros presenciales y 2.486 personas más en cursos virtuales**. En agosto, se llevó a cabo la **Cumbre Nacional de Mujeres Líderes Gremiales**, donde se dieron cita 41 mujeres representantes departamentales, además de 7 líderes de grupos de mujeres cafeteras acompañadas por la FAO, ONU MUJERES y la ONG Solidaridad. La cumbre se centró en fortalecer sus habilidades de posicionamiento político y en acciones en el marco de la Política de Equidad de Género para la Mujer Caficultora en sus territorios.



Para fortalecer la autonomía y el empoderamiento económico de las mujeres en el negocio del café, se creó un **premio que reconoce su aporte a la economía del cuidado** en el concurso Colombia Tierra de Diversidad y visibiliza su trabajo silencioso, indispensable, pero no valorado en los hogares cafeteros. En esta misma línea se sigue trabajando en sinergias con el área comercial para ofertar el café de las caficultoras colombianas como **uno especial con contenido social**.

2023 también fue un año para motivar la participación de la juventud rural en el negocio cafetero a partir de la sensibilización y visibilización de las distintas oportunidades que les ofrece, con **14 encuentros Más Jóvenes, Más Calidad, Mejores Ingresos**, donde 920 jóvenes se formaron en autodisciplina, calidad del café y oportunidades comerciales.



920 jóvenes atendidos en 14 encuentros

Bajo el convenio de **Formación Continua FNC-Sena** se llevó a cabo la estrategia **Jóvenes Cafeteros Movilizadores de la Economía Rural**, donde 300 jóvenes de 20 departamentos fueron formados por la Universidad del Rosario bajo la modalidad virtual sincrónica en habilidades para el emprendimiento. Los 4 más destacados participaron de una gira institucional donde visitaron las diferentes direcciones de Oficina Central y recibieron formación de Juan Valdez, la Universidad del Rosario, la Universidad Minuto de Dios y la U. Sergio Arboleda para reforzar conceptos de creatividad e innovación para el emprendimiento.

Otro aspecto clave para la familia cafetera es la administración de los recursos financieros. En 2023 se beneficiaron **1.492 miembros de familias cafeteras** con formación en manejo de dinero bajo la estrategia **Cuentas sin Cuento**, en alianza con la Fundación Bancolombia.

TABLA DE RESUMEN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	BENEFICIARIOS
Encuentros Día de la Familia Cafetera para fortalecer la integración familiar, la comunicación asertiva y el reconocimiento de los miembros del hogar y sus roles.	1.087 miembros de hogares cafeteros en 18 departamentos.
Fortalecimiento de liderazgo femenino.	674 mujeres en encuentros presenciales y 2.486 personas en cursos virtuales.
Cumbre Nacional de Mujeres Líderes Gremiales para fortalecer habilidades de posicionamiento político y desarrollo de acciones en el marco de la política de equidad.	41 mujeres representantes departamentales y 7 líderes de grupos de mujeres cafeteras (acompañadas por FAO, ONU Mujeres y Solidaridad).
Reconocimiento del aporte de las mujeres a la economía del cuidado en el concurso Colombia, Tierra de Diversidad para fortalecer su autonomía y empoderamiento económico.	Amplio espectro.
Encuentros Más Jóvenes, Más Calidad, Mejores Ingresos para formar en autodisciplina, calidad del café y oportunidades comerciales, motivando su participación en el negocio cafetero.	920 jóvenes en 14 encuentros presenciales.
Jóvenes Cafeteros Movilizadores de la Economía Rural: Formación virtual por la Universidad del Rosario en emprendimiento creativo e innovador (en convenio con el Sena).	300 jóvenes de 20 departamentos.
Cuentas sin Cuento , en alianza con Fundación Bancolombia, para mejorar manejo del dinero.	1.492 miembros de familias cafeteras.

Las estrategias nacionales de equidad de género y empalme generacional complementadas con acciones adelantadas por los comités departamentales que incluyen diplomados, días de campo, talleres, encuentros, participación en ferias y campamentos, dieron como resultado **9.539 familias participantes en acciones para promover la equidad de género y 6.713 familias en acciones que promovieron el empalme generacional**, para un total de 16.252 familias cafeteras participantes.

FAMILIAS CAFETERAS CON EQUIDAD DE GÉNERO Y EMPALME GENERACIONAL	2022	2023	VAR.
Familias cafeteras participantes en acciones para promover la equidad de género y el empalme generacional	16.960	16.252	-4,2%
Familias participantes en acciones para promover la equidad de género	10.190	9.539	-6,4%
Familias participantes en acciones para promover el empalme generacional	6.770	6.713	-0,8%

MÁS DE 320.000 BENEFICIARIOS³ DE PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA

En 2023 la FNC ejecutó **392 proyectos de infraestructura** por **\$99.457 millones**, sobre todo en los segmentos de mejoramiento de vías y vivienda rural.

La FNC completó **4.894 obras** de mejoramiento de vivienda, saneamiento básico (acueductos, suministros de agua, potabilización y alcantarillados), infraestructura social y energización.

Se construyeron más de **33,8 km de placa huella** y se mejoraron **4.915 km de vías rurales**. Todas estas obras de infraestructura beneficiaron a **320.188 personas**.

INFRAESTRUCTURA				
SEGMENTO	INDICADOR	EJECUCIÓN		
		2022	2023	VAR.
Vivienda, saneamiento básico, infraestructura social y energización.	# obras mejoradas y/o construidas	2.870	4.894	71%
	m de placa-huella construidos	25.674	33.800	31,7%
Vías	km mejorados en vías rurales	5.034	4.915	-2,4%

DOCUMENTO DE POLÍTICA DE EDUCACIÓN CAFETERA, SOCIALIZADO EN LOS COMITÉS DEPARTAMENTALES

En materia de educación y en cumplimiento de la recomendación mandatoria del Congreso Cafetero de 2022, la Dirección de Desarrollo Social socializó la Política de Educación Cafetera en 11 comités departamentales (Santander, Risaralda, Quindío, Magdalena, Antioquia, Huila, N. de Santander, Cundinamarca, Cauca, Nariño y Cesar-La Guajira).

Este ejercicio se ha complementado con la capacitación de **más de 33.000 estudiantes en programas de educación formal, educación superior y técnicos laborales** (ETDH-certificado laboral) que aportan a la caficultura, **más de 4.300 familias para el desarrollo personal y cafetero, y 123 grupos asociativos y comunitarios**.

ESTRATEGIA "MI FINCA, UN ENTORNO SALUDABLE Y SEGURO"

En el marco de la estrategia **Mi finca, un entorno saludable y seguro** creada en alianza con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Ministerio de Trabajo, se promovió entre las familias caficultoras y sus grupos de trabajo la conciencia de los riesgos laborales propios de la caficultura y la adopción de acciones para su cuidado y gestión, haciendo del comportamiento seguro en el trabajo su estilo de vida.

Mediante cursos con la Fundación Manuel Mejía, por WhatsApp y material educativo como cartilla, rotafolio, radionovelas, pódcasts y señalética, en 2023 se ayudó a **1.343 familias cafeteras** a cumplir las normas estipuladas. Además, se entrenaron 60 extensionistas como formador de formadores y se implementó un piloto en 30 fincas caficultoras.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS BENEFICIARÁN ZONAS CAFETERAS DEL PAÍS

En 2023 se firmó un convenio de cooperación entre Enlaza y la FNC para impulsar el crecimiento, bienestar, progreso y desarrollo en los territorios cafeteros, en cuyo marco se estructuró un primer proyecto para mejorar infraestructura y dotar equipos de cómputo y mobiliario en 5 escuelas rurales de Mocoa, Putumayo, que será gestionado vía obras por impuestos.

En paralelo se avanzó en estructurar un proyecto para promover la cultura y el emprendimiento en los jóvenes, que en conjunto con el Fondo Cultural Cafetero será presentado a la Corporación Colombia Crea Talento (CoCrea) para ser financiado con recursos de Enlaza.

Y se estableció un memorando de entendimiento entre la FNC y la Universidad del Rosario para colaboración académica, por ejemplo en un proyecto de innovación a presentar junto con USAID para brindar herramientas comerciales y de emprendimiento a jóvenes rurales del Huila.



PROYECTOS DE INNOVACIÓN (SOCIAL)

CONECTIVIDAD RURAL A INTERNET EN CALDAS

Como una de las apuestas más innovadoras del Comité de Cafeteros de Caldas en los últimos años, en convenio con la Gobernación de Caldas–Secretaría de Desarrollo, Empleo e Innovación, esta permite que las familias caficultoras en la zona rural dispersa cuenten no solo con Internet, sino con una plataforma digital que les da acceso además a televisión, señal de celular y otros. El proyecto piloto se ejecuta en el municipio de Risaralda, que se eligió por su topografía y por contar con fibra óptica hasta la cabecera municipal.

El proyecto recurre al sistema de radioenlace para generar la señal hasta las fincas vinculadas. La única condición es que haya línea de vista entre la torre y el usuario. El radioenlace parte de torres específicamente construidas y dotadas con tecnología de punta, como paneles solares y modernas antenas, para que las familias cafeteras y rurales tengan conectividad digital permanente.

Ya hay 3 torres instaladas y en operación en el municipio de Risaralda; en total serán 5 que llevarán el servicio hasta el vecino municipio de Anserma. Unas 160 familias de Risaralda ya tienen el servicio y se proyecta que en el pilotaje en ejecución se llegue a 222 familias cafeteras. La red de antenas instaladas puede conectar a 1.261 usuarios, cada uno identificado por la estructura técnica del proyecto: 736 en Risaralda en 29 veredas y 525 en Anserma en 11 veredas.

La inversión inicial fue de \$1.300 millones, de los cuales \$750 millones los aportó la Gobernación–Secretaría de Desarrollo, Empleo e Innovación, y \$550 millones el Comité de Cafeteros de Caldas–FNC como administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC).

³ Esta cifra puede presentar diferencias con respecto a lo reportado en informes anteriores porque este año se incluyen los beneficiarios de proyectos de infraestructura vial y social.

PROMOVRIENDO EL **CUIDADO DE** **LOS RECURSOS** NATURALES



FNC IMPULSA LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE CAFÉ CON AGREGACIÓN DE VALOR PARA EL CAFICULTOR

En 2023 se potencializó la sostenibilidad ambiental mediante proyectos y programas de cuidado de los recursos naturales. Con las acciones de mitigación y adaptación al cambio climático de las fincas cafeteras, sobre todo la siembra de árboles, la FNC contribuye a la captura de más de 4.595 t de CO2 equivalente.

En 2023, con el liderazgo de los comités departamentales, se desarrollaron proyectos de adaptación al cambio climático, con los que se logró la siembra de **228.065 árboles** en sistemas agroforestales, **364.868 árboles** en plantaciones y **1.026.952 árboles** como cercas vivas, para un total de **1.619.885 árboles**, 20% más que en 2022 (1.349.955 árboles). Gracias a estas siembras, se estima que se **contribuye anualmente con la captura** de 4.595 t de CO2eq.

Entendiendo la importancia de la adaptación al cambio climático para el sector cafetero y dando cumplimiento a una recomendación del Congreso Cafetero de 2022, el 1 y 2 de noviembre se realizó la **Cumbre de Café y Cambio Climático** con **36 caficultores de 17 departamentos** y 1.900 personas en la transmisión virtual. En ella se discutió la importancia de reconocer la biodiversidad del paisaje cafetero, identificar oportunidades de financiación climática y comprender las prácticas de adaptación y mitigación aplicables al sistema de producción del café.

Además, en 2023 se ratificaron esfuerzos en proyectos que entregan un valor adicional entendiendo **su potencial de participación en el mercado de carbono**. El primero es el convenio con PurProject para la siembra de 328.000 árboles en 4 municipios cafeteros del Huila.

El segundo es el proyecto de siembra de árboles y reforestación entre Nestlé y la FNC, que en 2023 avanzó 14% con la siembra de **1.015.530 árboles** (1.504 ha), además aportando al propósito de sembrar 7,5 millones de árboles en los próximos 5 años en Antioquia, Valle del Cauca y Risaralda.

Por otro lado, por la importancia de preservar los bosques naturales, su biodiversidad y las fuentes hídricas de las regiones cafeteras, agregando valor a la producción de café, **3.258 ha** se suman

a las **áreas de conectividad ecológica del país** y predios protegidos con acuerdos de conservación.

En su último año de ejecución, el proyecto Alianza por el Avance de la Sostenibilidad de la Caficultura, cofinanciado por Tim Hortons, logró formalizar **629 acuerdos de conservación** con familias cafic



cultoras para **1.328 ha** en los municipios de Ciudad Bolívar, Socorro y Garzón. **Además, se formaron 1.954 familias cafeteras** en el manejo de riesgos en sus fincas. Se entregaron 1.084 filtros para proveer de agua segura por 8 años y se entregaron **200 beneficiaderos ecológicos**, ahorrando un 80% de agua, es decir, **10 millones de litros/kg** de café cereza.

Además de las prácticas de conservación promovidas, en los proyectos se incluye un **componente transversal de educación ambiental** con la comunidad. En 2023, el proyecto del Comité del Cauca **Biodiversidad, Café y Madera** trabajó con hogares cafeteros en jornadas de conceptualización, salidas de observación de aves y reconocimiento del entorno natural con señalización, elaboración de abono orgánico, talleres de manualidades, reciclaje, jardinería y siembra de árboles. También destaca el trabajo conjunto con la Fundación Manuel Mejía (FMM) en el diploma ambiental mediante el cual **1.105 caficultores, caficultoras, hijos y actores de la institucionalidad cafetera** recibieron 7 módulos de capacitación en temas ambientales en 19 departamentos.



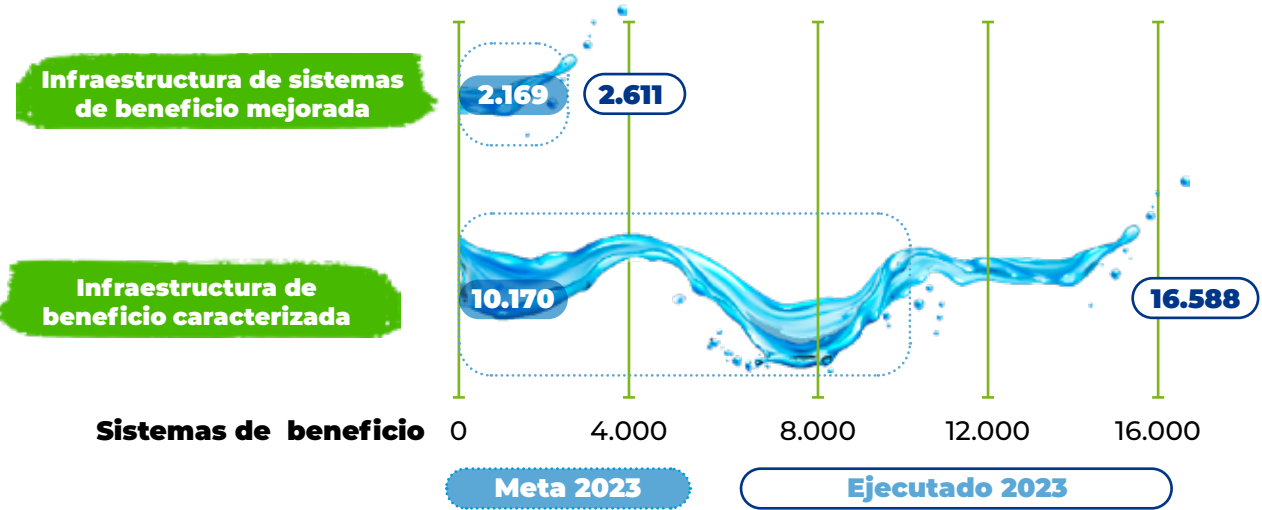
[GRI 103-1 103-2 103-3 306-2]

FNC APUESTA POR MEJOR TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA PARA AHORRAR AGUA Y PROTEGER FUENTES HÍDRICAS

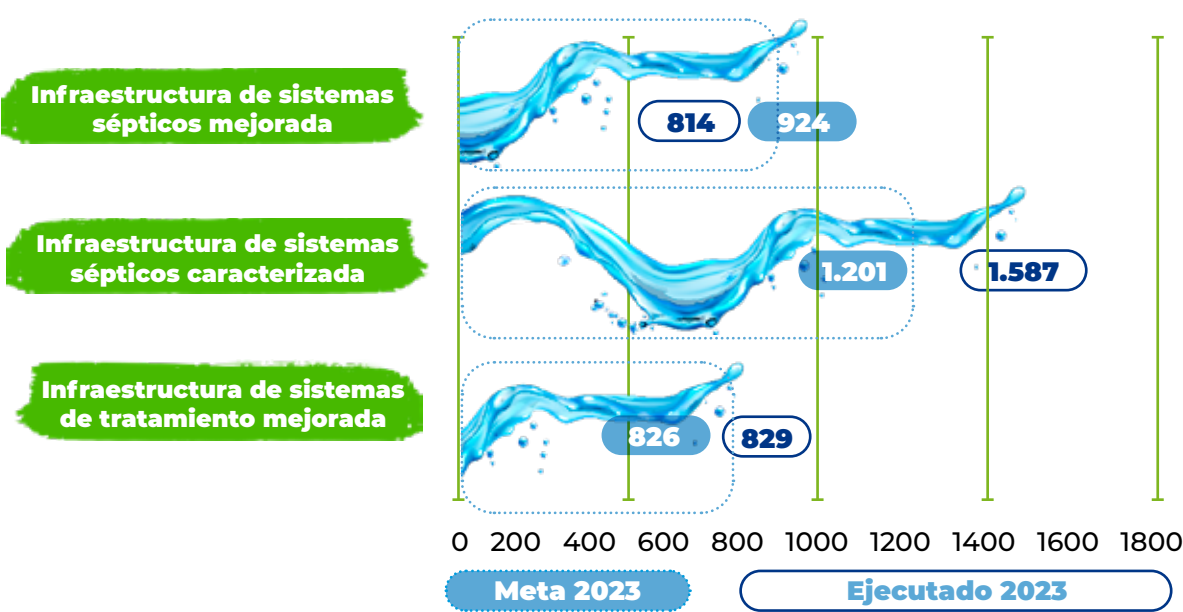
El agua en la caficultura colombiana es un recurso fundamental para lograr la calidad del café suave reconocida a nivel mundial. Y los recursos obtenidos cada año de cooperantes o instituciones aliadas son determinantes a la hora de fijar metas de caracterización o mejora de la infraestructura de beneficio o sistemas de tratamiento.

En 2023 se mejoraron **2.611 sistemas de beneficio (100% de cumplimiento de la meta)** y se instalaron **1.279 ahorradores de agua en grifos** y sanitarios que aportan a la meta de ahorro de agua en las fincas. Se mejoraron **829 sistemas de tratamiento de aguas residuales del café** y **814 sistemas sépticos en vivienda**, que reducen la carga contaminante de las fincas cafeteras (beneficio y vivienda).

En 2023 el consumo de agua promedio fue de **15,30 l/kg de café pergamino seco (cps)**, un ahorro de **8.909.890 m3/año**, equivalente al consumo promedio de 230.000 personas, población del municipio de Dosquebradas (que hace parte del Paisaje Cultural Cafetero).



Estas apuestas también se ven plasmadas en la continuación de proyectos como **“El agua en el corazón de las comunidades”** del Tolima, que en 2023 inició una segunda fase cuyo propósito es lograr una producción sostenible de café de la más alta calidad y un buen manejo hídrico, con ahorros anuales potenciales de **35 millones de litros de agua** y tratamientos de aguas residuales y vertimientos.



Además, con el apoyo del Servicio de Extensión, los promotores de desarrollo rural y el personal de proyectos, se alcanzaron 2.937 fincas con clasificación de residuos sólidos, 21.420 fincas con protección de suelos mediante siembras a través de la pendiente y uso de coberturas nobles, 18.524 fincas con correcta aplicación de los plaguicidas, y 18.134 fincas con buenas prácticas de fertilización.

"NO AL PLÁSTICO DE UN SOLO USO"

2023 fue el primer año en que dijimos “no al plástico de un solo uso”.

En 2023, en el marco de la estrategia **FNC Consciente, 78% de los colaboradores** a nivel nacional recibieron capacitación para hacer un uso responsable del agua, la energía y los residuos sólidos. Se instalaron ahorradores de agua en 63 sedes, sistemas de iluminación eficientes en 39, y se trabajó con 10 asociaciones de recicladores de oficio para la transformación de los aprovechables en nuevas materias primas.



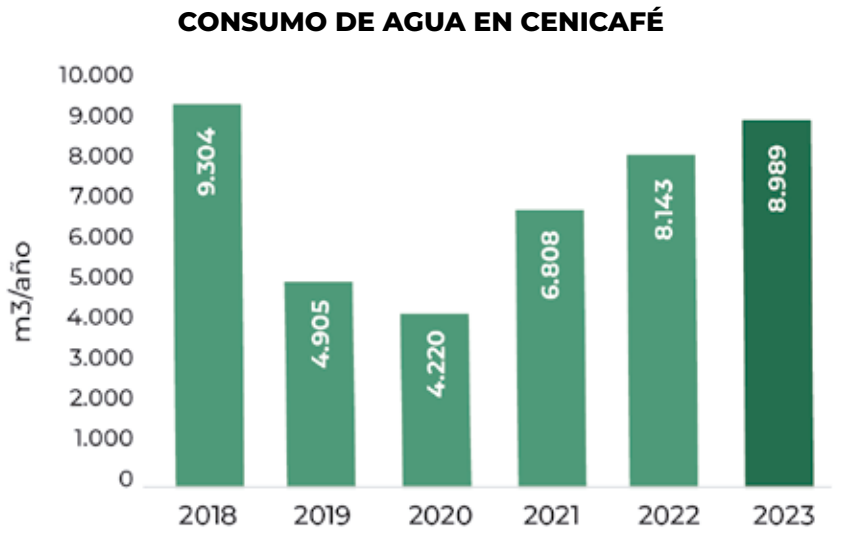
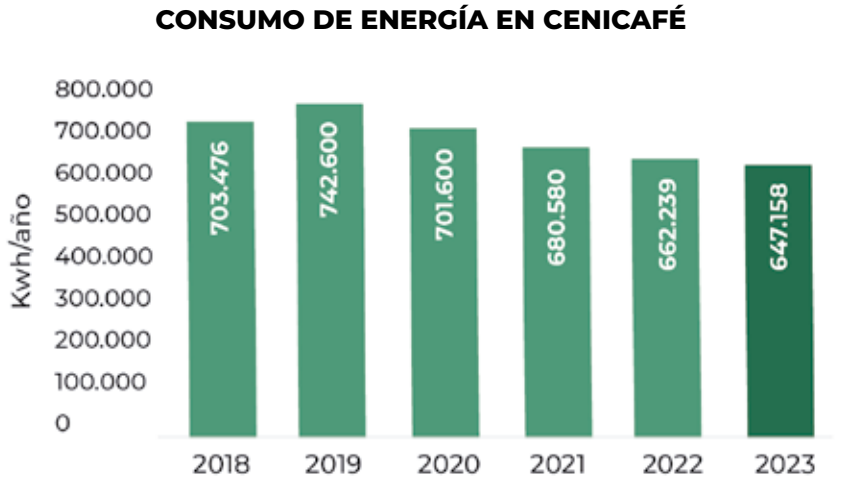
[GRI 103-1 103-2 103-3 302-1 306-2]

EMPRESAS DEL GREMIO, COMPROMETIDAS EN GESTIÓN AMBIENTAL

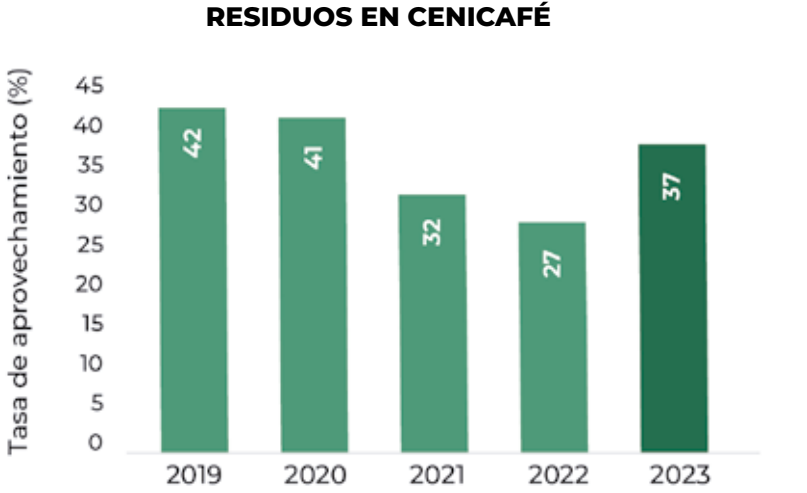
CENICAFÉ REDUCE CONSUMO DE ENERGÍA

En el **Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé)**, se cumplió con las metas de consumo propuestas. En agua, 53,1 l/persona-experimento-día y un consumo de energía eléctrica de 2,7 kWh/persona-experimento-día. El consumo de agua no se redujo vs. 2022, pero se han realizado prácticas de ingeniería para lograr una disminución considerable, logrando estabilizar los valores.

Dado que los consumos de agua y energía varían según el número de experimentos y personas, Cenicafé se propuso tener metas asociadas a límites de consumo y no a una disminución del mismo cada año.



Se aprovechó 37% de los residuos sólidos, superando la meta propuesta y contribuyendo a la economía circular.



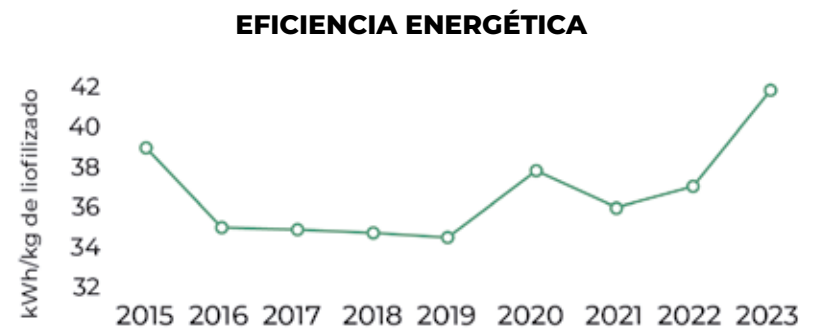
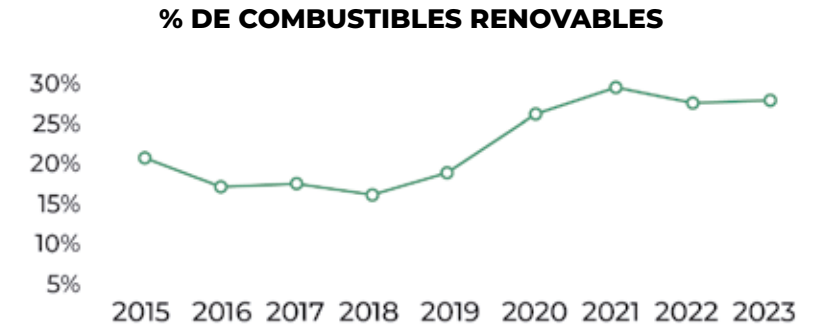
Se instalaron paneles solares en diferentes sitios del Centro y se realiza una investigación-evaluación de un sistema de paneles para suministro de energía eléctrica en beneficiaderos de café (en el marco de la **construcción de un beneficiadero de café sostenible**).

BUENCAFÉ MANTIENE COMPROMISO REAL

Con acciones en diversos frentes, **Buencafé** mantiene un compromiso real con la protección del ambiente.

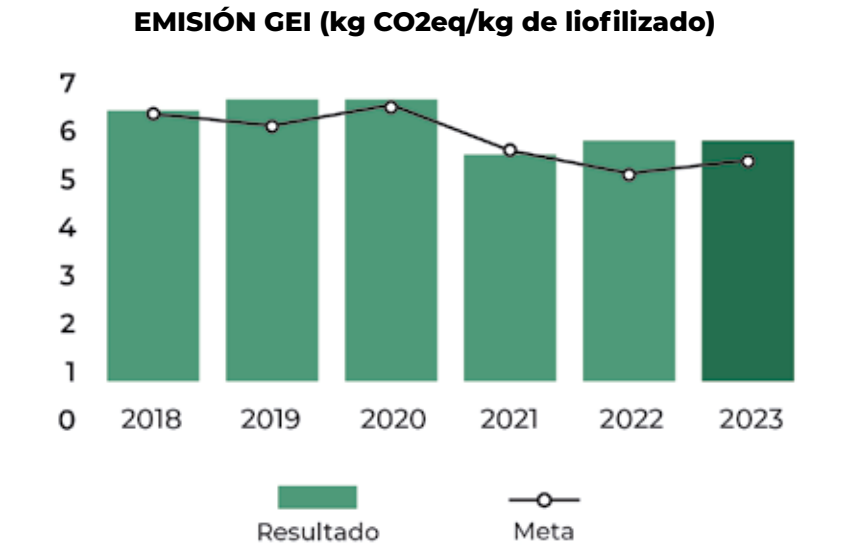
En 2023, se logró el mayor consumo de cisco de su historia: un promedio mensual de 478 t; pese a una menor generación de borra, la biomasa usada como combustible se mantuvo en 27%.

La intensidad energética fue de **41,3 kWh/kg café liofilizado**, 11,9% más vs. 2022 por la necesidad de conservar un consumo energético base cuando una o dos de las cinco plantas no están produciendo.



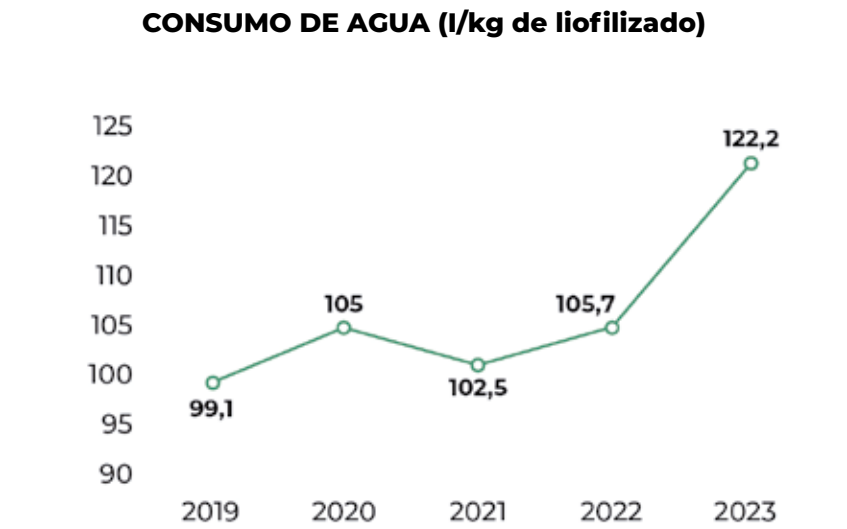
[GRI 103-1 103-2 103-3 305-1]

En emisiones de **gases de efecto invernadero (GEI)**, en 2023 el valor alcanzado, **5,6 kg CO2 eq/kg de café liofilizado**, fue ligeramente superior a la meta anual de 5,3 kg CO2 eq/kg de café gracias al fortalecimiento de programas de eficiencia energética y consumo de agua según las condiciones de productividad de la planta.



[GRI 103-1 103-2 103-3 303-1]

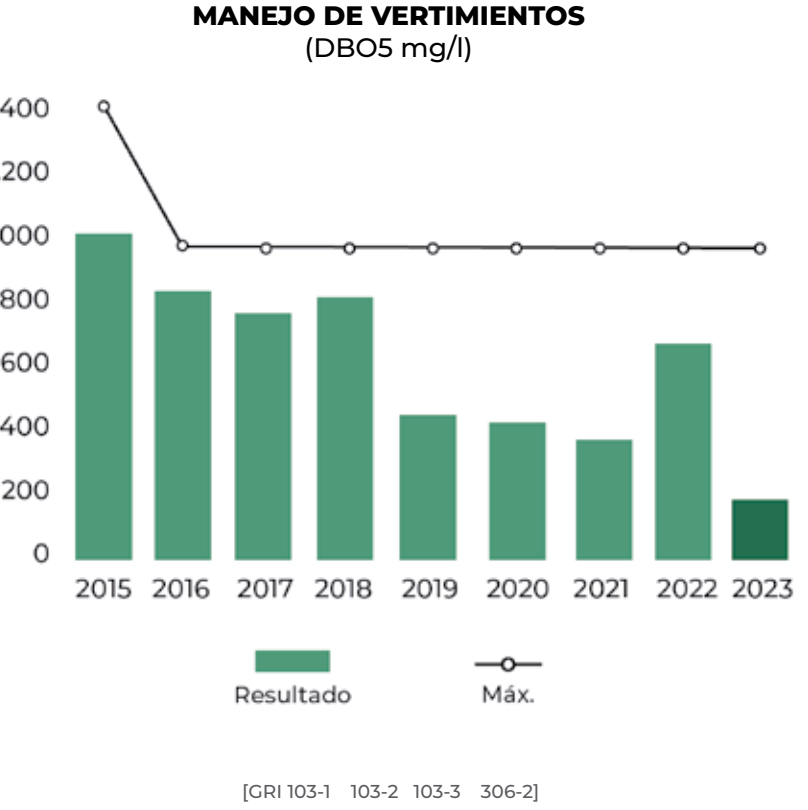
Los mayores usos de agua y energéticos se deben a una menor producción junto a la necesidad de mantener operativos ciertos equipos, en especial los cuartos fríos.



En 2023 se utilizaron **15.751 m3** de agua lluvia en la reposición de las torres de enfriamiento, un ahorro de **\$65.7 millones**.

[GRI 103-1 103-2 103-3 306-1]

Continúa el buen desempeño de la planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR), en cumplimiento de los requisitos legales aplicables. El indicador demanda biológica de oxígeno (DBO5) se redujo sustancialmente a **179 mg/l** vs. los 687 mg/l de 2022.

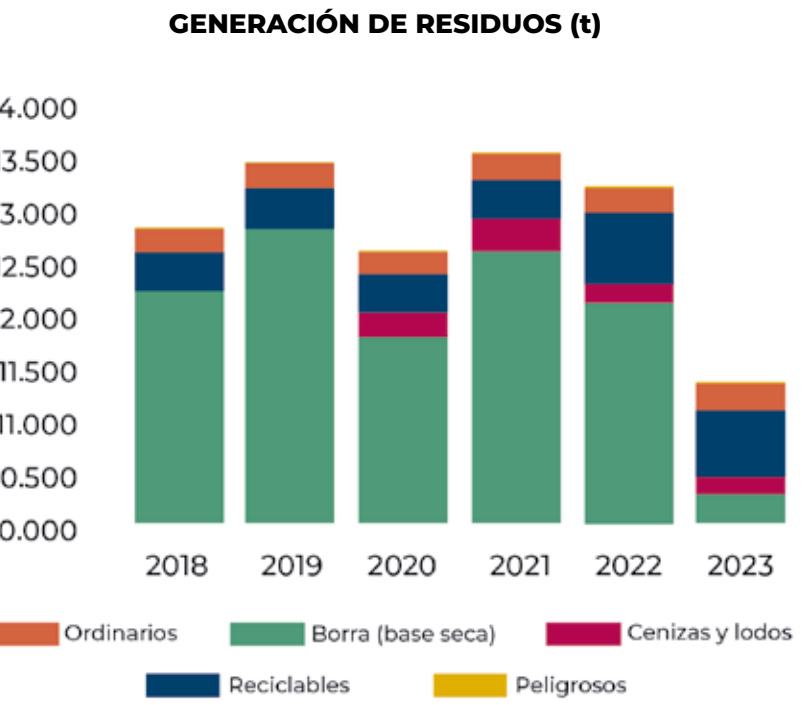


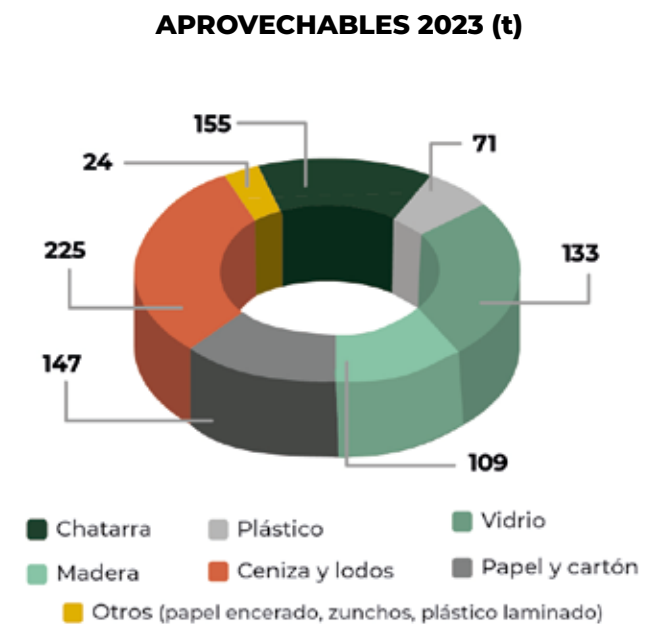
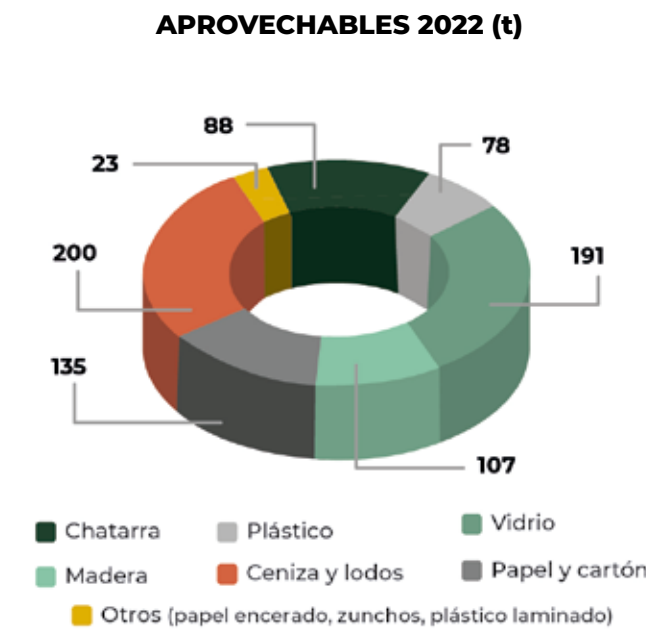
[GRI 103-1 103-2 103-3 306-2]

En gestión de residuos, se siguen aprovechando la ceniza de la caldera y los lodos de la PTAR (abono y compostaje municipal), plástico laminado, papel encerado (proveniente de rollos de etiquetas) y zunchos, con un **aprovechamiento de 250 t** y enviando a relleno sanitario solo 1% de la generación.

El ahorro por la sustitución de gas natural en la nueva caldera de biomasa y no disposición de borra al relleno en 2023 fue de **\$700 millones**.

Estas iniciativas de economía circular, con el aprovechamiento como combustible de toda la borra generada, son equiparables al impacto ambiental de plantar y cuidar unos 38,000 árboles en un año, lo que equivale a capturar 760 t de CO2 equivalente.





Con estas prácticas de sostenibilidad en la fábrica, las acciones que serán clave para seguir reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero serán tres:

- Dados los excelentes resultados de las pruebas de la quema de residuos de madera en la caldera de biomasa, para 2024 se quiere continuar dicho ejercicio para permitir establecer la viabilidad de proyectos.
- Continuar el uso de plataformas para la aplicación de ciencia de datos, que acentúa los ahorros de energía eléctrica y gas natural.
- Seguir visibilizando el certificado obtenido desde julio de 2023, que establece que la energía consumida en Buencafé es 100% renovable.



[GRI 103-1 103-2 103-3 302-1 302-3 306-2]



Almacafé también priorizó el mejorar su desempeño ambiental al incorporar prácticas que prevengan, mitiguen, corrijan o compensen su impacto ambiental y los efectos de cambio climático derivados de sus procesos productivos.

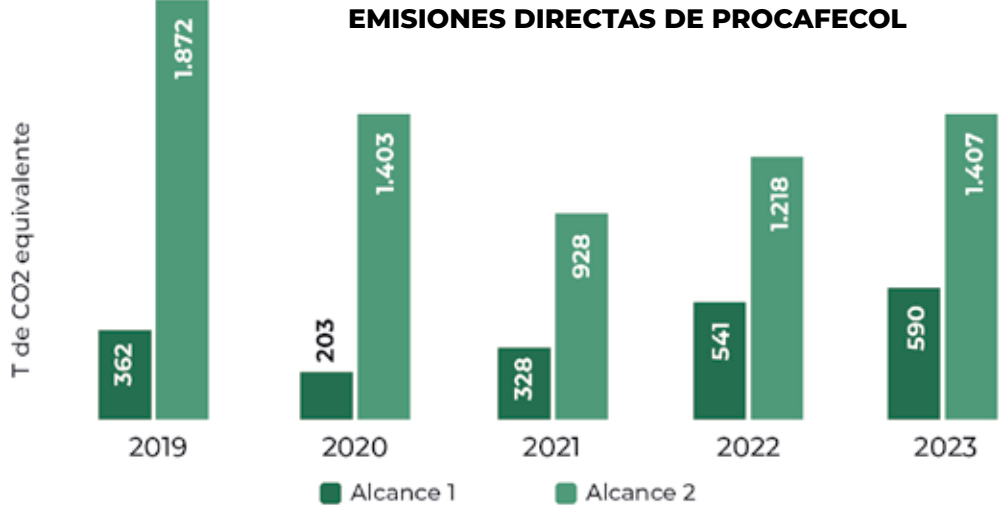
Como muestra de ello, el **índice de consumo de energía eléctrica** en plantas trilladoras fue de 4,6 kWh/saco de café y en almacenes de 9,6 kWh/movimiento de mercancía. El consumo de agua fue de 35,5 l/persona*día, 6,5% menos vs. 2022; el consumo de combustible de la planta torrefactora fue de 6,5 kg de GLP/saco de café tostado, 10% más con respecto a 2022 por pruebas para la nueva línea de tostión (mayor capacidad de producción); y **se aprovechó 99% de las 23 t generadas de residuos sólidos**.

Con el funcionamiento del **sistema solar fotovoltaico** en Soacha y la generación y **autoconsumo de 261,5 MWh** se evitaron 29,4 t de CO2, con un **ahorro por compra de energía de \$200 millones**; y con la venta de energía excedente al Sistema Interconectado Nacional (SIN) se recibieron \$27 millones adicionales.

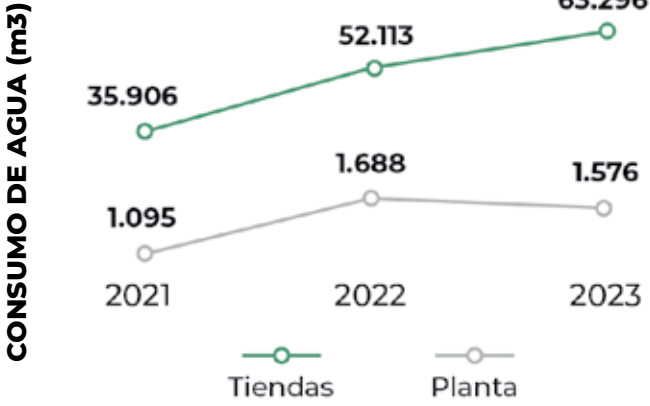
[GRI 103-1 103-2 103-3 302-1 305-1]

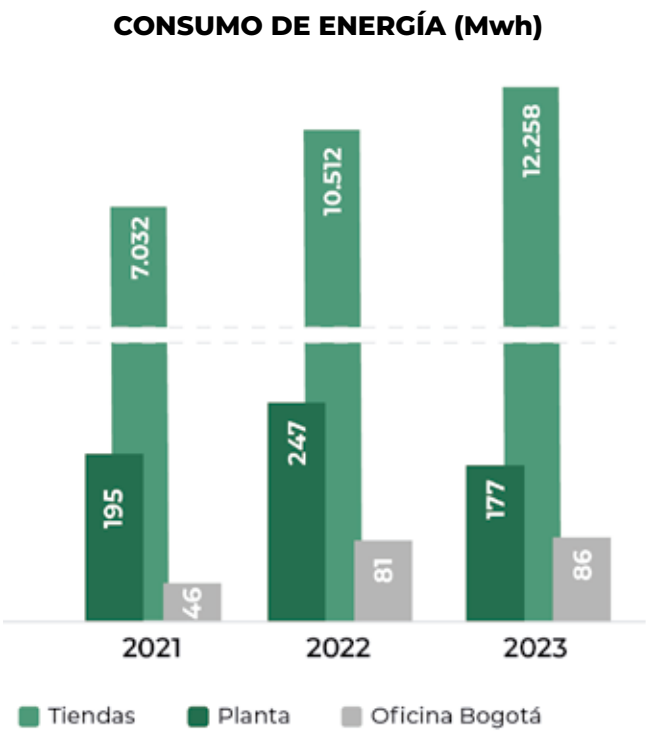
PROCAFECOL

Procafecol calculó por cuarta vez su huella de carbono y midió los alcances 1, 2 y 3, contabilizando las emisiones de todos sus canales y cadena de suministro extendida con miras a crear una estrategia de prevención, corrección, mitigación y/o compensación de los GEI generados.



Destacan los ahorros de 6,6% de agua y 28,4% de energía en la planta de producción en 2023.



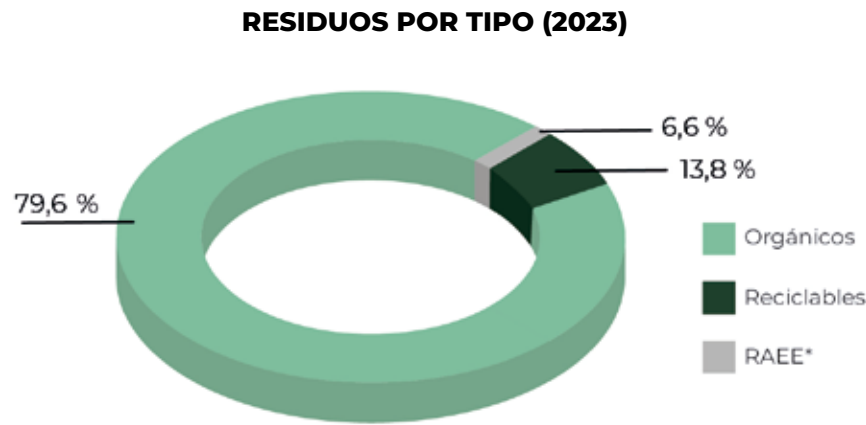


La empresa avanza en el compromiso adquirido en 2022 de llegar a cero emisiones netas de carbono a 2050 (*Race to Zero*) y consolidar el marco de gobernanza climática y de economía circular.

[GRI 103-1 103-2 103-3 306-2]

En acciones de economía circular, se logró servir **148.353 bebidas en vasos reutilizables** bajo el programa Vaso Reúso, y con el programa “No rompas el ciclo de la sostenibilidad” se certificó el **aprovechamiento de 74 t de residuos reciclables y 200 t de orgánicos en 41 tiendas de Bogotá y la planta de producción.**

Con el programa de “Reciclaje de cápsulas”, se recuperaron más de 12.000 unidades, y con la eco-innovación de envases y empaques de sándwiches, ensaladas, vasos y pitillos, en 2023 se evitó el uso de 44,6 t de plástico.



*RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos) y residuos peligrosos.



PROYECTOS DE INNOVACIÓN (AMBIENTAL)

CÁLCULO DE LA HUELLA AMBIENTAL Y COMPENSACIÓN

En Cundinamarca avanzamos en la implementación de un piloto que aplica las tecnologías *Carbon Space* satelital y “Tokenización – *Blockchain* (cadena de bloques)” para calcular la huella de carbono, certificar ambientalmente los procesos en fincas cafeteras y facilitar la comercialización de bonos de captura de carbono. Este proyecto se ha desarrollado en tres etapas: el cálculo, el plan de sostenibilidad y la compensación.

Las fincas beneficiadas están en los municipios de La Vega, Cachipay y Guayabal de Siquima, con un promedio de 3,9 ha de café. **El 50% de estas fincas son exportadoras de café verde y tostado, y el 100% cuentan con el sello 4C.** Además, 25% son líderes en el comité municipal.

Gracias al registro de la labor de los cafeteros y la adopción de tecnologías recomendadas por Cenicafé, como Ecomill, se ha logrado mantener un equilibrio en su huella de carbono, con resultados positivos, lo que además les ha permitido comprender que es posible obtener un ingreso por su labor ambiental.

Este logro se alcanzó gracias a la articulación del aliado externo Preserva, la Dirección Ambiental, Innovación y el Comité de Cafeteros de Cundinamarca para cumplir con las tres etapas del proyecto.

FORTALECIENDO LA REPRESENTATIVIDAD EFECTIVA PARA ASEGURAR LA LEGITIMIDAD





GRI 102-1 102-3 102-5

FNC, GREMIO LEGÍTIMO Y REPRESENTATIVO QUE TRABAJA POR EL BIENESTAR CAFETERO

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) **es una entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, de carácter gremial**. Es una organización democrática, participativa, pluralista, pluriétnica multicultural, deliberante y no partidista, que trabaja por la prosperidad y el interés general de los **552.814** productores de café del país (federados y no federados) y sus familias; **96,7%** de los productores son pequeños (con hasta 5 ha), **2,4%** medianos (entre 5 y 10 ha) y 1% grandes (+10 ha). Es reconocida como la entidad gremial representativa de las familias cafeteras, que trabaja permanentemente por su bienestar y conoce el entorno político, social, económico y legal del sector. Tiene sede en Bogotá y presencia en todas las zonas cafeteras del país, además de oficinas de representación en EEUU, Holanda, Japón

ESTRUCTURA GREMIAL



GRI 102-18

CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS

Máxima autoridad e instancia de deliberación, conformado por 90 delegados de los comités departamentales

COMITÉ NACIONAL DE CAFETEROS

Comité Directivo + representantes del Gobierno

COMITÉ DIRECTIVO FNC

1 representante por cada comité departamental + Gerente General

COMITÉS DEPARTAMENTALES

180 representantes

COMITÉS MUNICIPALES

4.596 representantes

GRI 102-16

CÓDIGO DE ÉTICA Y BUEN GOBIERNO

Para fortalecer nuestra gobernanza gremial y el comportamiento ético, tanto interno como externo, contamos con un Código de Ética y Buen Gobierno que contiene los principios y valores que rigen las actuaciones, el relacionamiento y las pautas de conducta de nuestra Federación, los caficultores federados, los representantes gremiales y las demás partes relacionadas. Está articulado en torno a los valores:

- TRANSPARENCIA:** Dar a conocer la información de manera clara, oportuna y correcta, sin que esto signifique revelar secretos industriales, información sensible, reservada o privilegiada.
- RESPECTO:** Procurar el respeto individual y colectivo entre las personas y sus derechos, al igual que por la institución, sus bienes, sus valores y sus normas.
- INTEGRIDAD:** Actuar correctamente, de acuerdo con las normas éticas y sociales.
- BÚSQUEDA DEL BIEN COMÚN:** Trabajar por el bienestar del caficultor y por la promoción y construcción del interés general.
- PROBIDAD:** Actuar de manera íntegra, recta y honesta.
- MORALIDAD:** Comportamiento coherente con los preceptos de la moral establecida y aceptada, así como consciente de qué acciones son correctas o buenas y cuáles no lo son.
- COMPROMISO:** Empeño en la consecución de los fines y propósitos de la entidad; con su misión, visión y objetivos; con su imagen, así como con una clara actitud de servicio y el obrar en beneficio del caficultor.
- EQUIDAD:** Promover la valoración de las personas sin importar las diferencias culturales, sociales o de género.
- BUENA FE Y LEALTAD:** Actuar con honradez, fidelidad, honor y convicción de verdad.
- RESPONSABILIDA:** Asumir y cumplir con los compromisos adquiridos con diligencia y cuidado, tomar decisiones orientadas a mitigar riesgos e implementar medidas administrativas efectivas



POR UNANIMIDAD, CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS EXTRAORDINARIO ELIGIÓ AL GERENTE GENERAL DE LA FNC

En abril de 2023, tras un proceso abierto y participativo, el Congreso Nacional de Cafeteros (extraordinario) eligió por unanimidad a Germán Bahamón como gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC).

Albeiro Hernán Duque, presidente del congreso, fue quien tomó juramento para sellar así el compromiso del nuevo directivo con los caficultores de Colombia y con la institucionalidad cafetera.

“La cercanía del gerente con cada región alimentará la unidad gremial. Mi contacto será permanente con cada uno de ustedes”, dijo Bahamón, quien proviene de las nuevas regiones cafeteras y se comprometió a construir sobre los logros pasados para asegurar el futuro de la caficultura.

Entre sus líneas estratégicas relevantes está la necesidad de fortalecer la **asociatividad cafetera, penetrar en nuevos mercados internacionales, mejorar la calidad del café y la industrialización**, además de la necesidad de implementar prácticas de **eficiencia, eficacia y austeridad** e incorporar avances **tecnológicos como la cadena de bloques (block-chain)** en el comercio internacional.

Por último, se comprometió a trabajar en unidad con los caficultores y el Gobierno

para fortalecer la industria cafetera, asegurando su sostenibilidad y prosperidad a largo plazo mediante la preparación de una generación de cafeteros con una actividad rentable.

LA UNIDAD GREMIAL, BASE PARA CONSTRUIR UNA CAFICULTURA PRÓSPERA

Con el eslogan “Un café con Germán en la región”, en 2023 el gerente general se reunió presencialmente con los representantes de comités departamentales y municipales para generar un espacio cercano y cálido donde pudieran conocerse, discutir la coyuntura actual y necesidades del gremio, así como las propuestas a desarrollar en su gestión para la sostenibilidad y prosperidad de los caficultores colombianos.

En 2023 la FNC realizó **22 talleres con más de 2.234 representantes de comités municipales** para capacitarlos en buen gobierno y coyuntura actual, lo que benefició principalmente a quienes están en su primer período, es decir, 50% de los representantes municipales y 42% de los líderes gremiales totales.



Pijao, Quindío 2023



**Testimonio:
representante
municipal.**

EN SU TERCER AÑO, PÓDCAST LLEGA A LA EMISIÓN 404 CON MÁS DE 120.000 RADIOESCUCHAS

Con este programa la FNC acompaña al liderazgo cafetero y a las familias caficultoras.

La FNC ha estado apoyando a los líderes cafeteros y a las familias caficultoras a través del podcast “La salud de todos es asunto de todos”, estrategia de comunicación digital que le permite mantenerse cerca de los productores, brindándoles información actual, noticias,

música y reflexiones en un formato alegre y agradable dos veces a la semana.

Según una encuesta de evaluación de desempeño⁴, el podcast es escuchado por unos 120.000 caficultores y es bien valorado por ellos.



EXPORTADORES E INDUSTRIALES DEL CAFÉ MIGRAN A APLICATIVO PARA ADMINISTRAR SUS REGISTROS

Para exportar café desde Colombia y/u operar como trilladora, tostadora o fábrica de café soluble, es necesario estar vigente en el Registro Nacional de Exportadores de Café o en el Registro de la Industria Nacional de Café, según lo establecido en el artículo 25 de la Ley 9 de 1991, reglamentado por la Resolución 5 de 2015 para exportadores, y el artículo 421 del Estatuto Aduanero Decreto 1165 de 2019, reglamentado por el Comité Nacional en la Resolución 1 de 2002 para la industria del café.

Para dar cumplimiento a estas normas y facilitar el proceso, la FNC desarrolló un aplicativo web que permite a los exportadores e industriales del café administrar y gestionar sus registros, renovaciones y actualización de datos. En 2023, de los 1512 exportadores y 844 industriales del café con registro vigente, 89% (1.288) y 100%, respectivamente, migraron a este aplicativo.

A partir de 2024, este será el único medio autorizado para realizar trámites relacionados con los registros.

⁴ Encuesta de evaluación de desempeño de FNC, elaborada por el Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (Crece) con una población objetivo de 527.154 caficultores.

En 2023

de los

• **1512**
exportadores y

• **844**
industriales del café

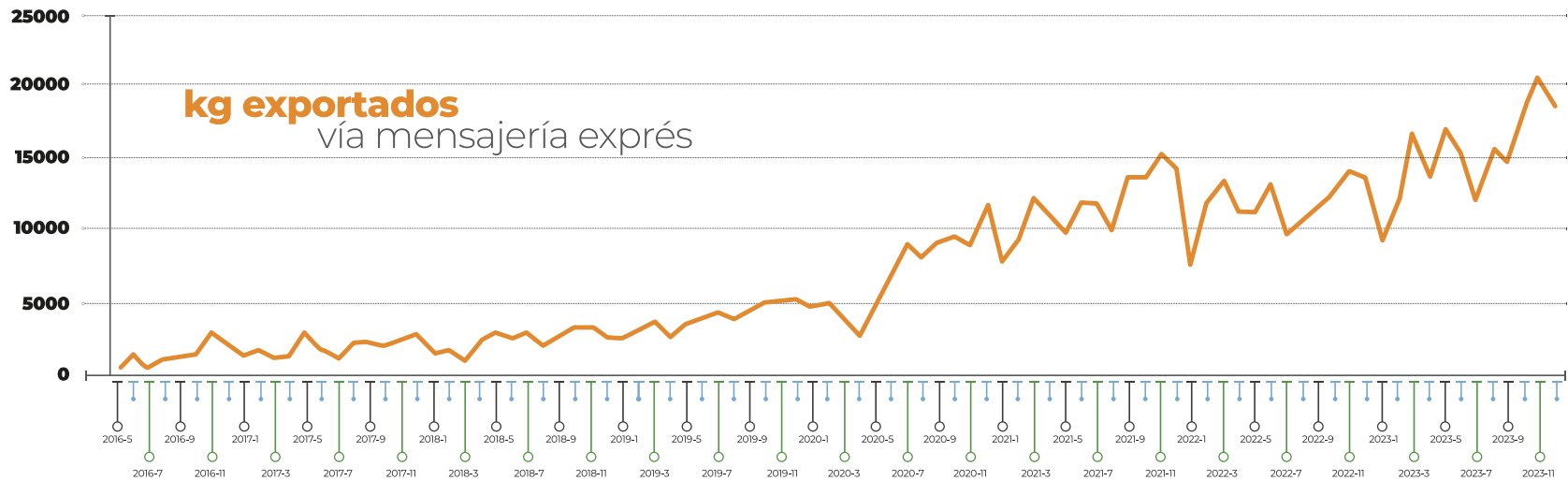
el **89%**
(1.288 exportadores)

y el **100%**
(844 industriales del café)

migraron
a este aplicativo

EXPORTACIONES EXPRÉS VÍA EMPRESAS DE MENSAJERÍA CRECEN 30%

Esta modalidad de envío de pequeñas cantidades se consolida como una gran opción en la industria.



Fuente: FNC

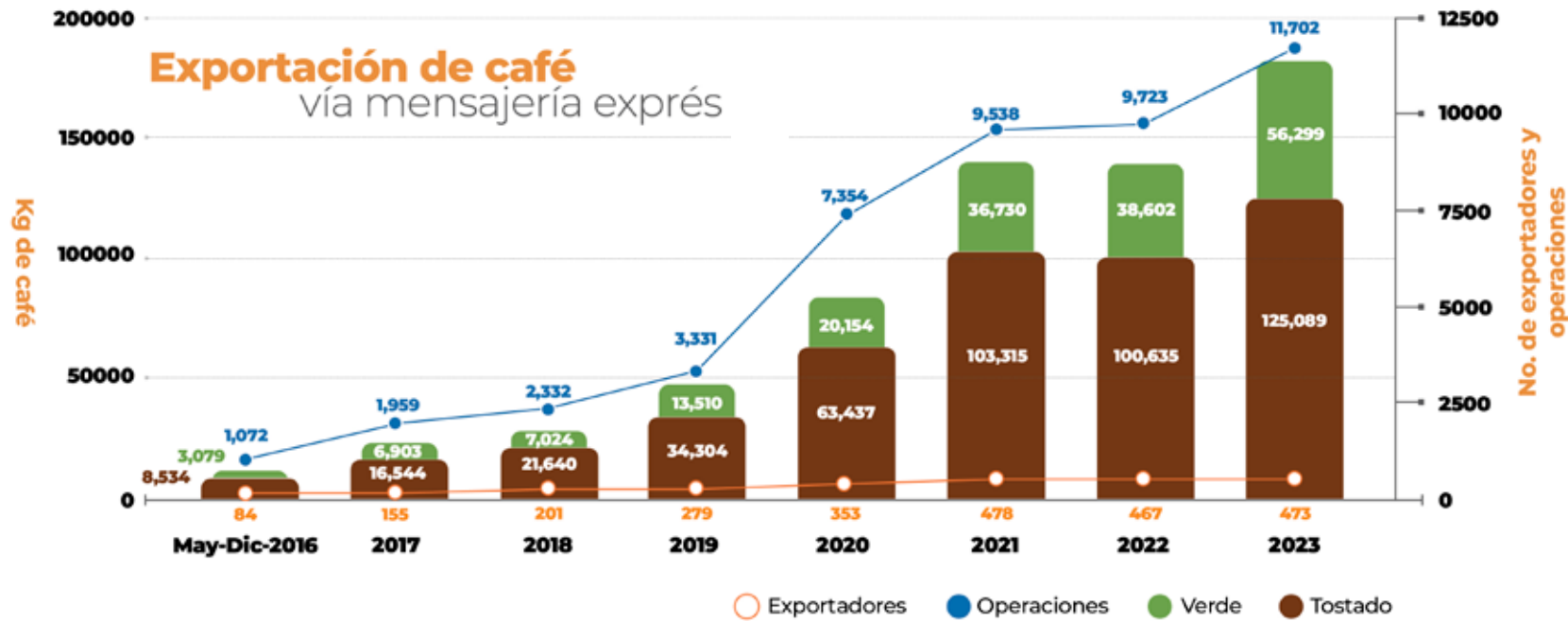
En 2023 se exportaron **183.022 kg** de café (verde, tostado, soluble y extracto) en la modalidad exprés o simplificada (pequeñas cantidades), **30% más** que en 2022.

Un total de **11.702 operaciones** vía empresas de mensajería fueron realizadas por 473 usuarios. Las exportaciones de café tostado crecieron 24%, las de verde 46%, mientras que las de soluble o extracto registraron una pequeña caída de casi 6%.

Desde su inicio en 2016, la exportación exprés de café ha beneficiado a productores y otros interesados en entregar productos de alta calidad a clientes y consumidores sin intermediarios, vía empresas de mensajería (*couriers*) y el operador postal nacional. Cada envío puede contener hasta 60 kg de café verde o su equivalente en procesado.



INSTRUCTIVO PEQUEÑAS CANTIDADES



Fuente: Regulación Cafetera FNC

RELACIONAMIENTO PERMANENTE CON AUTORIDADES NACIONALES Y DEMÁS ACTORES DE LA CADENA



La Oficina de Regulación Cafetera mantiene relaciones con autoridades como el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian), la Policía Fiscal y Aduanera (Polfa) y el Mincomercio para mejorar los procedimientos de exportación de café.

También ofrece capacitaciones a actores de la cadena, incluyendo caficultores, exportadores, agentes de aduana, Almacafé y empresas de courier. En 2023, se capacitaron **800 personas** en exportación de café, uso de la plataforma de registro y otros aspectos importantes para la industria cafetera.

CAFETEROS COLOMBIANOS SE ADAPTAN A REGULACIONES MÁS ESTRICTAS DE MERCADOS CLAVES

Ante exigencias regulatorias más estrictas, el gremio cafetero colombiano ha adoptado medidas y controles pertinentes para preservar esos mercados claves.



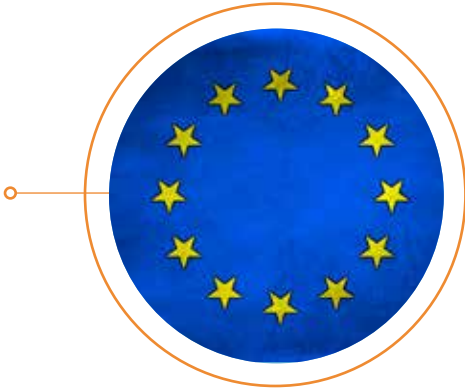
Japón

Desde 2017, este país ha establecido requisitos estrictos para importar alimentos, incluido el café, con el fin de garantizar la calidad y seguridad alimentaria. Colombia tomó medidas, como análisis de clorpirifós, para cumplir con estas regulaciones y mantener el acceso al mercado japonés.

Desde el 14 de septiembre de 2023, Japón aumentó al 30% las inspecciones de importaciones de café colombiano, que estarán vigentes un año. Si se encuentra algún incumplimiento de la Ley de Sanidad Alimentaria, se incrementarán al 100%. El Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar (MHLW) establece listas positivas de sustancias químicas por alimento, y cualquier sustancia que no esté en ellas tiene un límite máximo de residuos (LMR) predeterminado de 0.01 ppm.

Unión Europea

La Unión Europea (UE) emitió un reglamento que modificó los límites máximos de residuos (LMR) para el clorpirifós y el clorpirifós-metilo en productos agrícolas. Como resultado, se revocaron todas las autorizaciones vigentes para productos que contenían estos elementos, incluyendo café, a partir del 13 de noviembre de 2020. En respuesta, el Comité Nacional de Cafeteros estableció medidas de prevención y autocontrol mediante la Resolución 6 de 2020 para garantizar la calidad del café exportado a ese mercado.



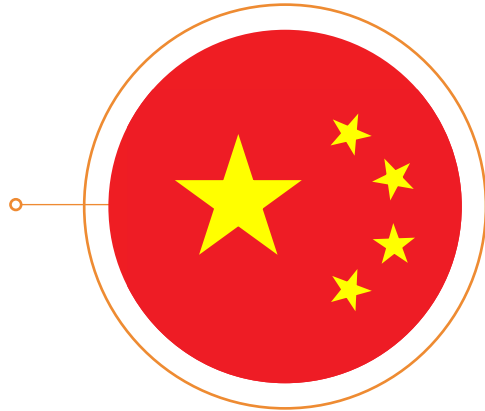


Estados Unidos

La Agencia de Protección Ambiental (EPA) emitió una regla final en agosto de 2021 que revocó todas las tolerancias para los residuos de clorpirifós en alimentos a partir del 28 de febrero de 2022, lo que afectó los envíos de café, que debieron cumplir con las nuevas normativas.

China

Se estableció que a partir del 1 de enero de 2022 todos los envíos de café grano sin tostar deben ser procesados por una planta trilladora registrada ante la Administración General de Aduanas de China (GACC), y se les asignará un número de registro. Las plantas tostadoras y fábricas de café soluble deben registrarse directamente ante la GACC. El ICA como autoridad competente en Colombia en alianza con la FNC hizo las inscripciones iniciales y sigue coordinando el registro de las nuevas plantas trilladoras interesadas en acceder al registro ante la GACC.



OTRAS INSTANCIAS Y MEDIDAS QUE AYUDAN A PREPARARNOS

El Parlamento Europeo aprobó una propuesta de Reglamento sobre Comercio de Bienes Asociados con la Deforestación, que requerirá que las empresas verifiquen que los productos no provengan de tierras deforestadas o degradadas y cumplan con la legislación local y de derechos humanos. El reglamento afectará al café y será aplicable a partir del 30 de diciembre de 2024, con algunas excepciones para micro y pequeñas empresas.

SEGUIMIENTO A PRINCIPALES REFORMAS DE INCIDENCIA EN EL SECTOR



La Dirección Jurídica ha estado involucrada en la aprobación de tres leyes fundamentales para el sector en las legislaturas 2022-2023 y 2023-2024, buscando beneficios para las familias caficultoras. Y está atenta a cambios propuestos en salud, educación, trabajo, seguridad y tierras que afectan al sector agropecuario, supervisando 93 proyectos para sugerir modificaciones que benefician la calidad de vida de los caficultores o protejan sus intereses.

Leyes y actos legislativos aprobados en la pasada legislatura con acompañamiento y vigilancia de la FNC:

- **Ley 2277 de 2022**, mediante la cual se expidió la reforma tributaria.
- **Ley 2294 de 2023**, por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 Colombia, Potencia Mundial de la Vida.
- **Ley 2276 de 2023**, por la cual se decreta el Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y Ley de Apropiações para la vigencia fiscal del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023.
- **Ley 2299 de 2023**, que adiciona y modifica el presupuesto general de la Nación 2023.
- **Acto Legislativo 01 de 2023**, que reconoce al campesino como sujeto de especial protección constitucional e integra al bloque de constitucionalidad la declaración de la Naciones Unidas sobre los derechos de los campesinos y los trabajadores de zonas rurales.
- **Acto Legislativo 03 de 2023**, que crea la Jurisdicción Especial Agraria y Rural modificando la Constitución para dotar al campesinado de una justicia especializada.



La Dirección Jurídica ha estado involucrada en varios proyectos de ley (PL) y decretos que afectan al sector cafetero:

REFORMA LABORAL
(PL 166 DE 2023)

Que busca una reforma laboral abordando temas como el contrato agropecuario, el jornal rural, estabilidad laboral, contratos a término indefinido, jornada laboral, indemnización, tercerización e intermediación laboral, entre otros. La FNC ha expresado sus preocupaciones y busca mayor claridad en la normativa.

REFORMA PENSIONAL
(PL 293 DE 2023 SENADO)

Que establece un Sistema de Protección Social Integral para la Vejez. La FNC ha propuesto fortalecer el pilar semicontributivo, fijar aportes para productores agropecuarios y abordar temas de la reforma laboral.

REFORMA A LA SALUD
(PL 339 DE 2023 CÁMARA)

Que busca transformar el sistema de salud. La FNC ha hecho observaciones sobre aseguramiento, régimen de transición y sostenibilidad fiscal.

PROYECTO DE LEY ESTATUTARIA DE EDUCACIÓN

Que regula el derecho fundamental a la educación. La FNC está atenta a encontrar oportunidades para la educación de los caficultores con el modelo de Escuela y Café y para la Fundación Manuel Mejía.

PL 154 DE 2023 SENADO

Que crea el programa de donación voluntaria "Quiero a los cafeteros", declara el café como bebida nacional e incentiva el consumo interno.

PL 239 DE 2023 CÁMARA

Que declara el café como bebida nacional y busca fomentar programas de competitividad, innovación y desarrollo del sector.

PL 260 DE 2023 CÁMARA

Que busca aliviar las obligaciones financieras de pequeños y medianos productores agropecuarios.

PL 153 DE 2023 SENADO

Que busca dar garantías a los propietarios de bienes inmuebles afectados por invasiones de tierras.

ALCANCE DE MECANISMOS DE ESTABILIZACIÓN DEL FEPCAFÉ SE AMPLÍA

En 2023, se implementaron las reformas legales necesarias para desarrollar mecanismos orientados a una gestión integral de los riesgos que afectan el ingreso cafetero.

Con la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, se modificó la Ley 1969 de 2019, que amplió el marco normativo del Fondo de Estabilización de Precios del Café (FEPCafé) para operar mecanismos de estabilización y estructurar incentivos que promuevan la gestión de riesgos (productivos y/o de mercado) de forma previsiva con instrumentos financieros, buscando un uso más eficiente de sus recursos.

El FEPCafé contribuirá a estabilizar el ingreso cafetero con la implementación de dos tipos de mecanismos:

PREVENTIVOS:

Buscan remunerar al productor cuando el ingreso esperado se vea afectado por eventos adversos como el clima, desastres naturales o negociaciones anticipadas de la cosecha, promoviéndolos cuando el precio interno está por encima del costo promedio de referencia.

REACTIVOS:

Buscan compensar al productor cuando el precio del café en Colombia está por debajo del costo promedio de referencia, por ejemplo, vía compensaciones monetarias basadas en el ahorro colectivo de los productores.



En ambos casos, se debe observar como referente el costo promedio de producción, para cuya estimación el Comité Nacional del FEPCafé aprobó en 2023 la metodología, que constituye un soporte técnico riguroso de funcionamiento acorde a la diversidad de la caficultura colombiana.

En la coyuntura actual del mercado interno de café, con un precio que corrigió su tendencia hacia su promedio de largo plazo, costos de producción crecientes y una menor productividad media debido a fenómenos climáticos, el Comité Nacional del FEPCafé aprobó también la metodología del mecanismo de Compensación del Ingreso Cafetero, que busca aliviar pérdidas temporales de rentabilidad cuando el precio interno promedio caiga por de-

bajo del costo medio de producción.

La reglamentación para su implementación se desarrollará en 2024 y su activación dependerá de la evolución de las variables de mercado, a las cuales se hará monitoreo permanente.

Finalmente, para el fortalecimiento del Fondo a mediano plazo, el Comité Nacional revisará alternativas normativas que promuevan una fuente de autofinanciación asociada a la dinámica del mercado, lo que permitirá un mayor ahorro en épocas favorables de precio para enfrentar mejor sus eventuales caídas, que ponen en riesgo la rentabilidad de la caficultura.

[GRI 102-2 203-1]

PAISAJE CULTURAL CAFETERO ES MODELO DE TRABAJO ARTICULADO

En julio de 2023 se llevó a cabo la reunión del Comité Técnico Intersectorial del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (CTIPCCC) con la participación de los ministros de Ambiente y Desarrollo Sostenible y de las Culturas, los gobernadores de Valle del Cauca y Quindío, y el gerente general de la FNC.



En este se presentaron los avances del 5° informe de la CTI, que resume los resultados del Plan de Manejo. En la reunión, la ministra de Ambiente, Susana Muhamad, expresó su preocupación por las amenazas a la conservación del PCCC, como la explotación minera y los monocultivos, e instó a la FNC y otras instituciones a colaborar para una Evaluación Ambiental Estratégica.

Germán Bahamón, gerente de la FNC, reafirmó la importancia de seguir uniendo esfuerzos y destacó la necesidad de fomentar emprendimientos, especialmente entre los jóvenes cafeteros,

en torno al turismo y procesamiento y comercialización del grano, para contribuir al crecimiento de sus negocios y al desarrollo económico.

Una vez aprobado el informe, fue presentado a la Comisión de Ordenamiento Territorial del Congreso de la República y las asambleas departamentales de los cuatro departamentos que conforman el PCCC: Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, para su revisión y discusión, y finalmente publicado en la página web del PCCC para conocimiento y consulta de la ciudadanía.

ACCIONES IMPLEMENTADAS

Entre las distintas gestiones realizadas para el Plan de Manejo del PCCC y plasmadas en el informe presentado en agosto 2023, destaca la inversión de recursos públicos por **\$25.625 millones** en diferentes proyectos ejecutados por el Fondo de Promoción Turística (Fontur), de los cuales 51% se destinó a temas de infraestructura, 43% a competitividad y 6% a promoción y mercadeo.

Destacan también las acciones con enfoque de género de la FNC para fortalecer asociaciones de mujeres que comercializan cafés especiales de la zona de influencia, para beneficio de **484 mujeres**, y el desarrollo de cafés sostenibles, con la certificación de **5.282 fincas cafeteras** en Quindío y Valle del Cauca, con una inversión de más de **\$107 millones**.

MinCultura apoyó a través del Programa Nacional de Concertación Cultural, que busca impulsar, facilitar, apoyar y hacer visibles procesos y actividades culturales mediante la entrega de recursos asignados por convocatoria abierta: 205 iniciativas por \$5.876 millones en 2023.



QR Informe PCCC

CONVENIO DE ASOCIACIÓN CON MINCULTURA PARA FORTALECER EL PLAN DE MANEJO



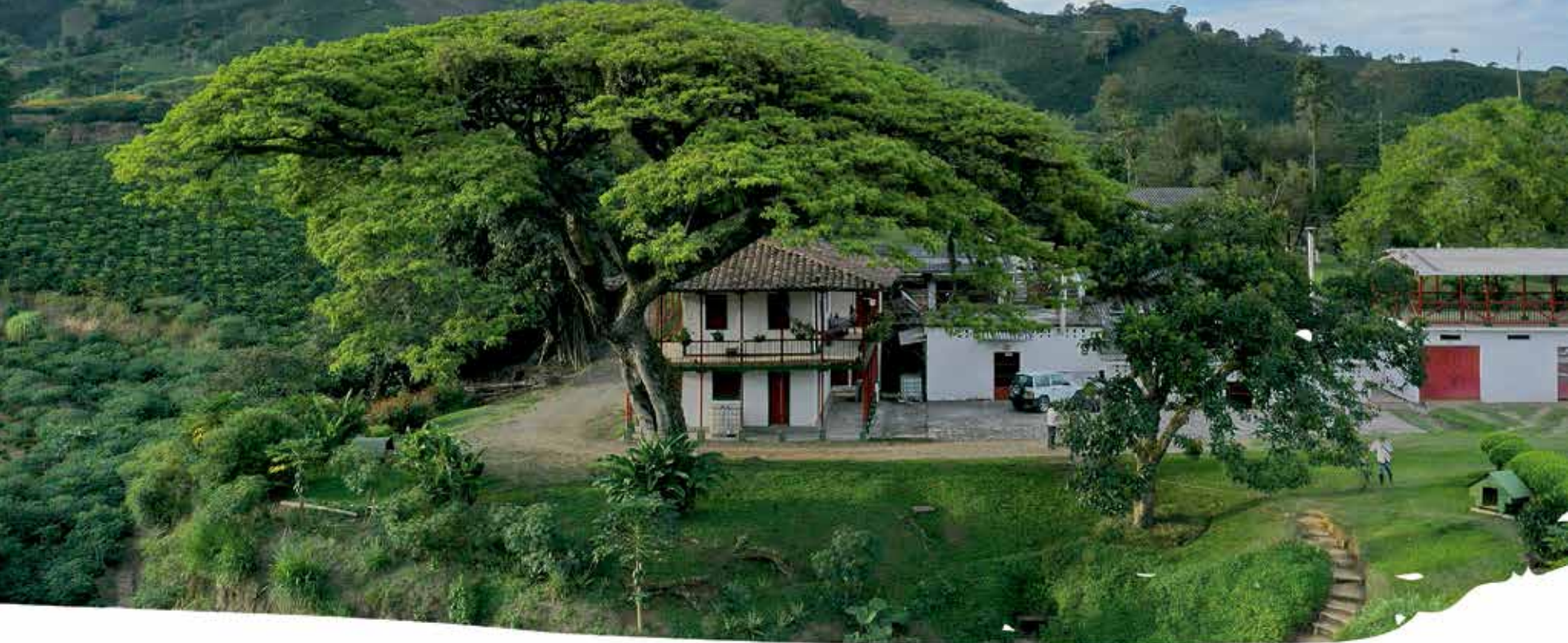
El convenio de asociación entre la FNC y el Mincultura en 2023 se enfocó en tres áreas: promoción y fortalecimiento del PCCC; participación en eventos tales como la feria Cafés de Colombia Expo 2023 y el II Encuentro de Jóvenes del PCCC; y el fortalecimiento de la Red de Emprendedores del PCCC. Se promocionó el PCCC también en la Guía Rutas por Colombia, destacando su riqueza cultural, económica y natural más allá del Eje Cafetero conocido. www.rutascolombia.com

En Cafés de Colombia Expo se presentaron muestras de cafés de la región, con marcas autorizadas para el uso del logo del PCCC, y se orientó sobre cómo obtener este sello y unirse a la Red de Emprendimiento.

En noviembre se llevó a cabo el II Encuentro de Jóvenes del PCCC con la participación de **43 jóvenes**, incluidos 10 jóvenes del Huila como invitado especial, centrado en innovación y sostenibilidad, buscando inspirarlos para emprender y desarrollarse en sus comunidades.



Conformada por **233 emprendedores**, la Red de Emprendedores del PCCC vio definir su modelo de gobernanza y ganó visibilidad vía la página web del PCCC. Se hizo entrega formal de proyectos elegidos por la CTI para cada departamento del PCCC en un esfuerzo conjunto con FNC busca avanzar en el desarrollo sostenible y la valoración del PCCC como un tesoro cultural y económico de Colombia.



PROYECTOS DE INNOVACIÓN (GOBERNANZA)

NUEVOS CANALES PARA CONECTARNOS CON EL CAFICULTOR COLOMBIANO

Como nuevo canal digital, WhatsApp ha ayudado a establecer una conexión directa entre los caficultores y la FNC para brindar servicios de valor. **En promedio, cada usuario interactúa 3 veces en el chatbot durante el mes.**

Dado el mayor uso de este canal, seguimos trabajando en incorporar nuevos servicios que no requieran presencia física, sin comprometer la seguridad y para mejorar la eficiencia organizativa. Algunos de los servicios incorporados son:

Consulta individual de trámites relacionados con expedición, reexpedición y cancelación de la cédula/tarjeta cafetera inteligente. Cada año, gestionamos un promedio de 131.000 novedades. La inclusión de este servicio ha permitido reducir significativamente los tiempos de respuesta a los caficultores.

Con el fortalecimiento de este canal, buscamos diversificar cada vez más las formas en que nos conectamos con nuestro cliente principal, el caficultor. Nuestra meta es ofrecer un servicio cada vez más oportuno y de alta calidad, aprovechando las tecnologías de la información y las comunicaciones.



GESTIONANDO
**PROYECTOS CON
TRANSPARENCIA**
PARA TRANSFORMAR
EL CAMPO



FNC EJECUTA 1.107 PROYECTOS POR MÁS DE \$253.600 MILLONES

Gestionando alianzas y proyectos de valor con excelencia, la reestructuración persigue la eficiencia de los procesos y el acercamiento al caficultor. Se concretaron 601 nuevos proyectos con al menos 466 aliados, apalancando 3,2 veces los recursos del FoNC.

En 2023, la consolidación de los procesos de alianzas nacionales, internacionales y gestión de proyectos, liderada desde la Gerencia General, resultó en la creación de la **Dirección de Alianzas y Proyectos**, que prioriza el apoyo a las dependencias en formulación de proyectos, gestión de alianzas y apalancamiento de recursos, entre otros. Este cambio busca optimizar costos y eficiencia en las operaciones, mejor servicio y un acercamiento al caficultor y su familia.

Desde la consolidada Dirección se siguió avanzando en identificar iniciativas alineadas con la estrategia de valor de la FNC para atender necesidades y nuevas oportunidades para los caficultores.

Se logró una ejecución en proyectos de impacto económico, social, ambiental y de gobernanza de **más de \$253.600 millones**.

Por aliado o fuente de financiación, destaca el **Fondo Nacional del Café (FoNC)** con \$61.000 millones, **24%** del total, seguido de las **gobernaciones**, con **\$54.000 millones (21%)**, y los **aliados internacionales**, con más de **\$39.000 millones (15%)**.



[GRI 102-6 103-1 103-2 103-3 203-1]



Alineada con el Gobierno y su Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, la FNC trabaja en transformación productiva, internacionalización, acción climática, convergencia regional y la paz total, con 40 proyectos con gobernaciones, 444 con alcaldías y 25 con entidades públicas, por \$108.000 millones en total.

A través del Sistema General de Regalías (SGR) se ejecutaron proyectos por más de \$25.000 millones, 22% del total ejecutado con entidades nacionales.

En el ámbito nacional se apoyó la estructuración y gestión de recursos para **un proyecto en el Cauca** que hace sinergia con la Gobernación, la Universidad del Cauca, el Comité Departamental y Cenicafe, en una propuesta de investigación enfocada en calidad sostenible, por **\$25.000 millones** (aportando a los ejes social, ambiental y económico). La gestión de recursos se hará principalmente ante el **Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación-Plan Bienal de Convocatorias CTel 23/24**.

Con recursos de **aliados internacionales** se ejecutaron **62 proyectos por más de \$39.000 millones**, ejecución que se mantuvo relativamente estable vs. 2022 gracias al trabajo articulado con los comités departamentales, las oficinas en el exterior y la Gerencia Comercial. La FNC alcanzó **36 aliados internacionales**, destacando la participación de la Agencia de EE.UU. para el Desarrollo Internacional (USAID), la Fundación Howard G. Buffett, Starbucks, Nestlé, Nestrade, JDE Peets y la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ).

Además del buen desempeño de ejecución, el relacionamiento estratégico se fortaleció con mesas de trabajo con aliados internacionales tradicionales y nuevos, lo que generó **sinergias y avance en líneas temáticas prioritarias para la FNC**. Ejemplo de ello fueron las mesas articuladas con programas de USAID como Generando Equidad, Agricultura Sostenible y Naturaleza Productiva.

En 2023, las oficinas de la FNC en Nueva York, Ámsterdam y Tokio, con los comités departamentales, la Gerencia Comercial, y Alianzas y Proyectos, gestionaron **12 nuevos proyectos** por más de **\$8.878 millones**, con 5.199 beneficiarios directos en cinco departamentos.

Las líneas de acción incluyen sostenibilidad ambiental, bienestar del caficultor, equidad de género, formalización de tierras, sustitución de cultivos ilícitos y regulaciones de la Unión Europea para el mercado del café, entre otros.

En sostenibilidad de la caficultura, protección ambiental y mejor productividad, en **Antioquia** se siguió trabajando con RGC en el proyecto **Farmer Brothers**, que beneficia a más de 600 productores que hacen parte de este clúster.

En **Santander**, con **Efico Foundation**, se apoyó a jóvenes estudiantes para establecer su primer cultivo de café. Y con **Key Coffee** se gestionaron filtros

comunitarios de agua para 4 instituciones educativas, mejorando la calidad de agua para sus estudiantes.

En **Tolima**, **JDE Peets** y **GIZ** unieron esfuerzos para un proyecto de mejor uso del agua en el beneficio del café y enriquecimiento de bosques nativos, mientras que **AGF-SEJ** dotó infraestructuras de beneficio para ahorrar agua y manejo de residuos.

En **lo social**, se realizaron proyectos que fortalecen las capacidades de los productores y fomentan la equidad de género y una caficultura inclusiva y libre de violencias. En **Antioquia**, con el **Programa Generando Equidad de USAID y Procafecol**, se empodera a las mujeres y se fortalece su liderazgo en la producción de su propio café.



En **Huila** continuó el abastecimiento de café de mujeres a la cadena de restaurantes **First Watch**, diseñando también un proyecto de enfoque social para **480 mujeres**. Se implementaron filtros de agua para más de 200 mujeres y sus familias. E **Ishimitsu** apoya a productores con discapacidades mediante la compra de su café con una prima especial.

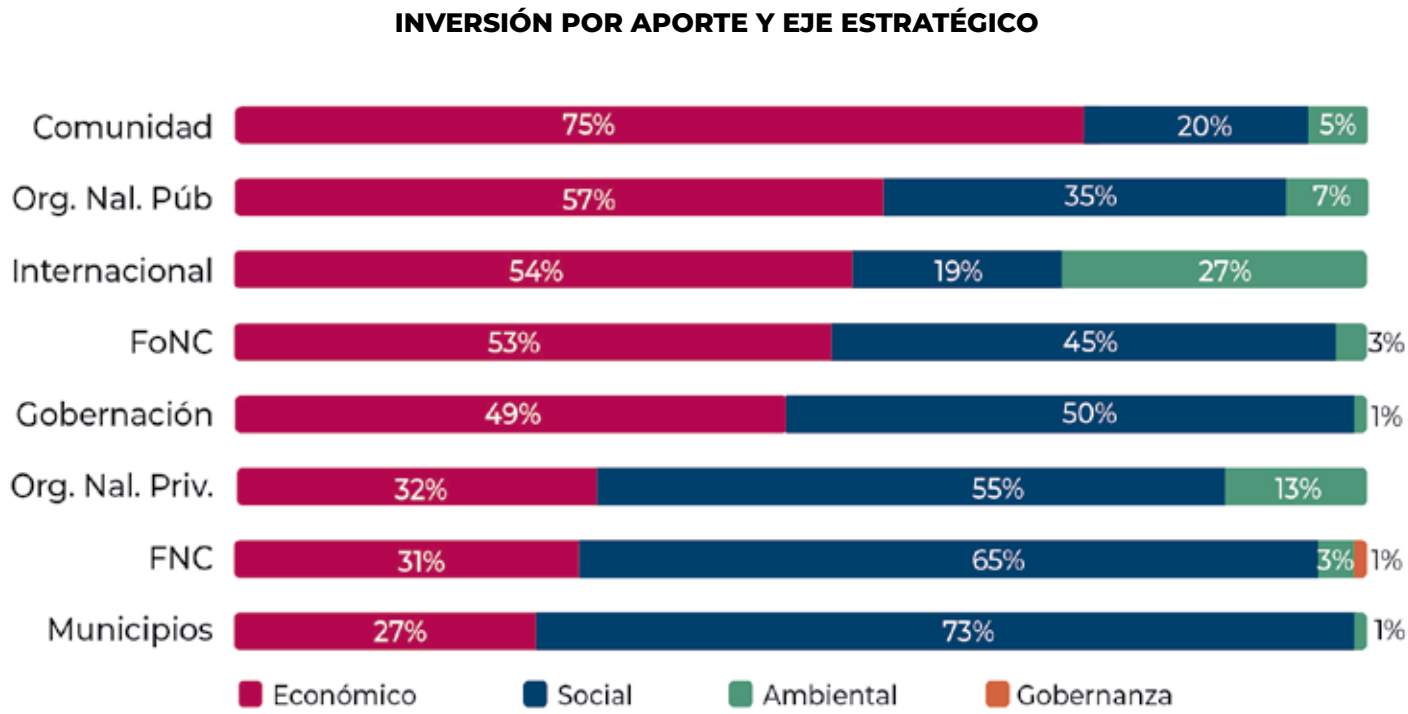
En **Cauca**, con **AGF-Mitsui-URT**, se gestionó la segunda fase del proyecto para mejorar la calidad, productividad y ventas asociativas de familias restituidas.

Otro frente de trabajo importante fue la preparación para cumplir los requisitos comerciales antideforestación en la Unión Europea, promoviendo una alianza con Deutscher Kaffeeverband e.V, Global Risk Assessment Services y 4C Services en **Cauca** para capacitar a los caficultores sobre estas regulaciones y adquirir imágenes satelitales de hasta 1,200 predios.



EJE ECONÓMICO DESTACA EN LA EJECUCIÓN

En cuanto a las ejecuciones por eje y tipo de aportante, se invirtió sobre todo en el eje **económico** con recursos del **FoNC, entidades nacionales públicas, gobernaciones, comunidad** y aliados **internacionales**. La **FNC, las entidades nacionales privadas** y **municipios** invirtieron sobre todo en el **eje social**.



- El **eje económico** sigue siendo el de mayor ejecución, con **\$123.300 millones**, donde la **renovación de cafetales** representa el **56%**.
- En el **eje social** se ejecutaron **\$113.500 millones**, de los cuales **60%** fueron para inversiones en **infraestructura vial**.
- En el **eje ambiental** se ejecutaron **\$16.500 millones**, con **42%** destinado a adaptabilidad a la variabilidad climática.



ECONÓMICO: \$123.322.346.250 (49%)

Se destinaron en su mayoría a **renovación de cafetales (56%)**.
Renovación, cafés especiales, beneficio húmedo y seco, fertilización.



SOCIAL: \$113.546.342.267 (45%)

Se destinaron sobre todo a **infraestructura vial (60%)**.
Vías, vivienda, saneamiento básico, infraestructura social, educación.



AMBIENTAL: \$16.513.729.479 (7%)

Se destinaron principalmente a **adaptabilidad a la variabilidad climática (42%)**.
Adaptación a la variabilidad climática, agua, suelo, bosques.



GOBERNANZA: \$231.607.209 (0,1%)

Se destinaron a: *Capacitación y liderazgo gremial*

Total: **\$253.614.025.205**

PROYECTOS RECURRENTE DE LA GERENCIA COMERCIAL POR USD 7,3 MILLONES

Con el apoyo y la gestión de las oficinas del exterior, la Gerencia Comercial siguió implementando proyectos recurrentes con clientes de largo plazo como Nespresso, Nestlé y Starbucks, para que los beneficiarios reciban mejores precios, capacitaciones, acompañamiento técnico, chapolas y apoyo de infraestructura productiva, entre otros. Estos proyectos y/o convenios sumaron **USD 7,3 millones** e impactaron a más de **31.000 productores** en 11 departamentos.

HACIA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LAS REGIONES CAFETERAS

A futuro, desde la Gerencia General se propuso trabajar con los comités departamentales para fomentar la industrialización de las distintas regiones, impulsando la construcción de infraestructura colectiva con grupos de caficultores para lograr un sector de mayor valor agregado, equitativo y sostenible.

Este enfoque busca escalar en la cadena de valor del café, contribuir al bienestar social y ambiental de la caficultura, y dinamizar la economía rural.

[GRI 102-6 103-1 103-2 103-3 203-1]

COMITÉS DEPARTAMENTALES EJECUTAN PROYECTOS DE GRAN IMPACTO EN LAS REGIONES

En línea con la estrategia de valor de la FNC, son importantes proyectos en lo económico, social y ambiental. A continuación, se presentan los proyectos más importantes de cada comité departamental:

 Comité / Cooperante	 Proyecto	 Inversión (\$ millones)	 Logros
Antioquia ⁵	Construcción de Vivienda Nueva Rural Dispersa en 12 municipios	6.569	Construcción de 208 unidades de vivienda y de 882 estufas eficientes que benefician a 4.360 personas .
Boyacá	Competitividad de la caficultura	1.418	• 435 hectáreas de café renovadas. • 3.023.000 cafetos resistentes a la roya sembrados. • 16 convenios con 14 municipios cafeteros que beneficiaron a 459 caficultores para siembras de café, mejor infraestructura de beneficio y mejoramiento de vivienda. • 2.070 caficultores beneficiados con la entrega de 1.600 kg de semilla certificada y 3 millones de bolsas. • 361 beneficiarios, análisis de suelos, construcción de secaderos solares, apoyo para el control de gotera y manejo de broca.
Caldas	Construcción del Piloto de Conectividad Digital en Zona Rural Cafetera del Municipio de Risaralda	1.623	Construcción de una red general para conectividad digital rural con capacidad para conectar hasta 1.200 familias cafeteras rurales en el municipio de Risaralda y disposición de los primeros 222 equipos de punto final .

 Comité / Cooperante	 Proyecto	 Inversión (\$ millones)	 Logros
Cauca Jacobs Douwe Egbert (JDE) Keurig	El agua en el corazón de las comunidades cafeteras del Cauca	2.561	• 1.695 caficultores capacitados en guía ambiental para el sector cafetero y normas de gestión del agua en Colombia. • 383 infraestructuras productivas instaladas en fincas de mujeres cafeteras. • 390 mujeres caficultoras capacitadas en uso y mantenimiento de la infraestructura productiva entregada y buenas prácticas agrícolas. • 1 planta de tratamiento compacta instalada. • 5 sistemas de potabilización bajo modelo alternativo. • Instalación de sistemas de micro medición en los acueductos.
Cesar/La Guajira/Bolívar	Mejoramiento de la productividad de la caficultura	1.008,9	• Entrega de 4.927 kg semilla de café de variedades resistentes, 2,7 millones de chapolas, 10,7 millones de bolsas. • Incentivo en fertilizantes a 1,8 millones de árboles nuevos de café. • 2.024 familias beneficiadas • 1.993 ha renovadas.
Cundinamarca Agencia de Comercialización e Innovación para el Desarrollo de Cundinamarca	Tarjeta Red Progreso Agropecuario Cafetera	7.000	9.774 caficultores con apoyo para la nutrición de cafetales mediante la entrega de la Tarjeta Red Progreso Agropecuario Cafetera, con valores entre \$250.000 y \$2,5 millones por beneficiario.
Huila Gobernación	Apoyo al caficultor para mejorar sus ingresos mediante la diversificación de cultivos y el acompañamiento y entrenamiento especializado en el Huila	9.794	• Asistir técnicamente a 8.000 caficultores en la diversificación de cultivos mediante transferencia de tecnología: • Sembrar 2.000 hectáreas de maíz y frijol como alternativa de diversificación productiva en el cultivo de café. • Capacitar a 24 caficultores en catación avanzada. • 1.300 análisis de suelo. • 748 sistemas de secado tipo túnel para el secado de grano de café.

⁵ Se ajustó ejecución con respecto a lo reportado en el informe al congreso; el resto de la inversión será ejecutada en la siguiente vigencia.

 Comité / Cooperante	 Proyecto	 Inversión (\$ millones)	 Logros
Magdalena ⁷ Fondo Colombia en Paz, Corpamag, Ejército nacional, PDET, Programa Colombia Sostenible	Fortalecimiento a los pequeños productores de café a través de la implementación de sistemas agroforestales y conservación ambiental en la Sierra Nevada de Santa Marta	1.059	65 familias caficultoras renuevan 65 ha de café con variedades resistentes e implementan filtros verdes para descontaminar las aguas mieles y tanques-tina para ahorro y manejo del agua. - Capacitación en buenas prácticas agrícolas, análisis de suelos en sus fincas y entregas de fertilizante según los análisis de suelo
Nariño ⁸ Fundación Howard G. Buffett	Infraestructura Vial Buffett – Fase II El Rosario	7.107	Construcción de: 2,31 km de placa huella. 37 alcantarillas y 16 muros de contención. 1 batea y 1 box culvert.
N. Santander ⁹ Gobernación	Restauración de la caficultura	14.652 ¹⁰	- Renovación de 2.404 ha y acompañamiento técnico a 3.404 beneficiarios. - Entrega de 13.265.000 chapolas y 14.496 bultos de cal. 14.912 bultos de materia orgánica. 35.563 bultos de fertilizantes. 2.000 análisis de suelos. - Mejor productividad y fortalecimiento de capacidades a 600 mujeres y jóvenes.
Quindío	Desarrollo experimental para la competitividad del sector cafetero	10.164	900 fincas caracterizadas y perfiladas sensorialmente. 900 caficultores formados en buenas prácticas agrícolas en el cultivo del café. 600 fincas recibieron nivelación tecnológica en procesos de beneficio del café

 Comité / Cooperante	 Proyecto	 Inversión (\$ millones)	 Logros
Risaralda	Risaralda más joven y productiva	2.397	133 despulpadoras, 37 m de plástico, 8.239 bultos de fertilizante, 27 tanques-tina, 2.320.000 colinos de café. 1.200 análisis de suelo. 72 guadañas, 160.000 chapolas y 5 módulos semi integrados. 1.000 pruebas de taza.
Santander ¹¹ SGR	Implementación de tecnologías innovadoras a caficultores durante el proceso de beneficio del café con impacto sobre la calidad	936	696 caficultores se han capacitado en buenas prácticas agrícolas. - Dotación de 696 kits de calidad. 19 módulos integrados de beneficio ecológico. 45 módulos de marquesina solares híbridas de café. 191 jóvenes capacitados en empalme generacional y que sean motivados en el proceso del café.
Tolima Gobernación	Apoyo al fortalecimiento y sostenibilidad de la caficultura incentivando las renovaciones y nuevas siembras	5.000	8.476 caficultores beneficiados en 37 municipios. 1.075 ha incentivadas en nuevas siembras. 2.676 ha incentivadas en renovación por siembra o zoca.
Valle del Cauca Recursos del Fondo Nacional del Café Caficultores	Sostenibilidad de la caficultura a través del programa Productividad desde el Principio, vigencia 2023-2027.	2.361	4.526 caficultores beneficiados. 654 kg de semilla por esquema de fomento. 9.427.000 bolsas de polietileno para la producción de colinos de café. 7.388.800 de chapolas de variedades resistentes a la roya. 3.892.210 colinos de café de variedades resistentes a la roya. 1.351 análisis de suelo para café. - Apoyo en incentivo (fertilización y mano de obra) para la siembra de 1.384.329 árboles de café en áreas nuevas.

⁷El proyecto inició el 1 de julio del 2022 y su ejecución continuará hasta abril 2024, por lo que se ha reportado en varias vigencias.

⁸Se ajustaron las metas del proyecto, pero el valor ejecutado es igual al reportado en el informe al congreso.

⁹El proyecto inició el 20 de enero de 2022, por lo que se ha reportado para varias vigencias; se ajustaron las metas y ejecución.

¹⁰La mayor inversión del proyecto vs. 2022 se debe a una adición de recursos por el alza en los precios de los fertilizantes.

¹¹ Se reporta nuevo proyecto de mayor cobertura con respecto al que se venía reportando.



Comité / Cooperante

Oficinas Coordinadoras
Ecopetrol



Proyecto

Mantenimiento y adecuación
de escuelas rurales en Yopal,
Casanare



Inversión (\$ millones)

3.412



Logros

- Mantenimiento y adecuación de **15 sedes de las escuelas** ubicadas en zona rural de Yopal, **beneficiando a 556 niños y jóvenes.**
- **556 familias capacitadas** en: prevención de abuso, consumo de sustancias psicoactivas y todo tipo de violencia a los niños, niñas, adolescentes y maestros de las diferentes sedes de las instituciones educativas.



GESTIONANDO **RECURSOS CON TRANSPARENCIA** PARA TRANSFORMAR EL CAMPO

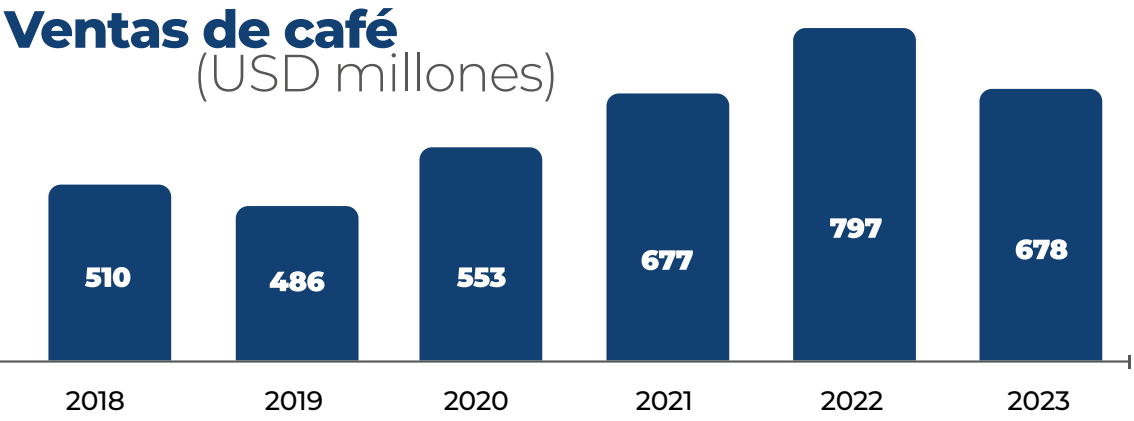


FoNC FINANCIA BIENES PÚBLICOS CAFETEROS Y SERVICIOS INSTITUCIONALES POR \$462.000 MILLONES

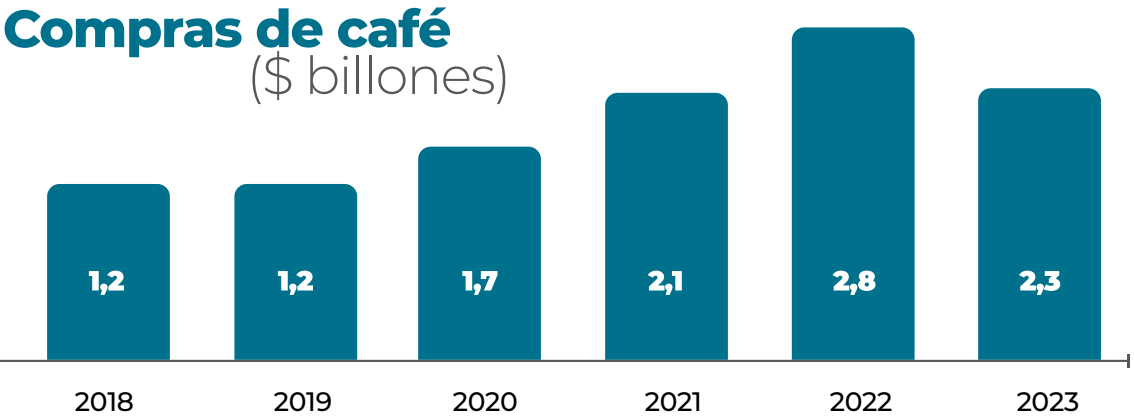
Esta inversión clave en bienes públicos cafeteros y servicios institucionales creció 15% (casi \$59.000 millones) vs. 2022.

En 2023 el Fondo Nacional del Café (FoNC) tuvo ingresos por **USD 769,8 millones**, de los cuales **USD 474,7 millones** provinieron de la comercialización de café verde, **USD 203,2 millones** de Buencafé y **USD 91,8 millones** de la actividad institucional.

Con ventas de café por **USD 678 millones**, la comercialización de café verde y liofilizado se consolidó como motor en la generación de ingresos para el FoNC.



Fuente: Gerencia Financiera y de Recursos Organizacionales (algunas cifras fueron ajustadas versus informes anteriores).



Como parte del ciclo de comercialización, el FoNC compró café por **\$2,3 billones**.

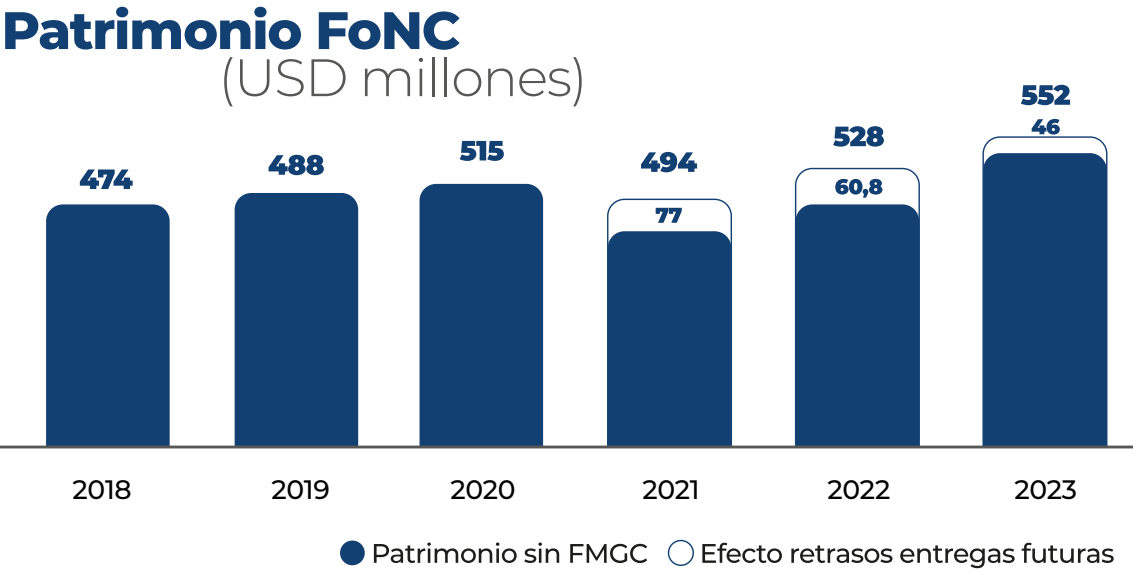


De los ingresos por **USD 91,8 millones** de la actividad institucional, **USD 78,1 millones** correspondieron a contribución cafetera y **USD 9,4 millones** a regalías, que aumentaron 32% con respecto a 2022.

Con los ingresos institucionales y los excedentes de las actividades comerciales, el FoNC financió bienes públicos cafeteros y servicios institucionales por **USD 106,7 millones**, que equivalen a **\$462.000 millones**.

PATRIMONIO DEL FoNC AUMENTA A USD 552 MILLONES

Al cierre de 2023, el FoNC consolidó un patrimonio de USD 552 millones (sin incluir la provisión de la Flota Mercante Gran Colombiana [FMGC] y los efectos de los retrasos en los compromisos de compra de café con entrega futura por USD -46,4 millones).



Patrimonio sin incluir provisión FMGC y efecto retrasos fijaciones futuras (algunas cifras fueron ajustadas versus informes anteriores).

Las variables macroeconómicas y cafeteras, junto a las entregas parciales de los compromisos de compra de café con entrega futura, impactaron positivamente el patrimonio del FoNC en 2023.

Por otra parte, desde 2016 se registra un pasivo contingente para el reconocimiento de las obligaciones pensionales y los procesos jurídicos derivados de la Flota Mercante Gran Colombiana, que en 2023 fue de **USD 202 millones**, destacándose el impacto de 37 puntos porcentuales en el endeudamiento del FoNC.

Producto de la confianza del sector financiero tanto local como internacional, el FoNC cuenta con líneas de crédito por **USD 888 millones (\$3,4 billones)** que permiten, en caso de requerirse, apalancar la garantía de compra.

Para mantener la confianza del sector financiero que per-

mite costear el capital de trabajo requerido por el FoNC y la garantía de compra, es esencial mantener su salud financiera, que a su vez depende del comportamiento de las actividades comerciales.

En 2023, las **operaciones comerciales incrementaron en USD 32,6 millones** las finanzas del FoNC. De presentarse alguna afectación en el ciclo de comercialización, puede impactar su estabilidad financiera y poner en riesgo el acceso a la financiación con la banca nacional e internacional.

Por lo tanto, la entrega del café por parte de los cafeteros y las cooperativas en los plazos y tiempos acordados ayuda a mantener el normal ciclo comercial para salvaguardar las finanzas del FoNC. **Los retrasos en los compromisos de compra de café con entrega futura afectaron el patrimonio del FoNC en USD -46,4 millones en 2023.**



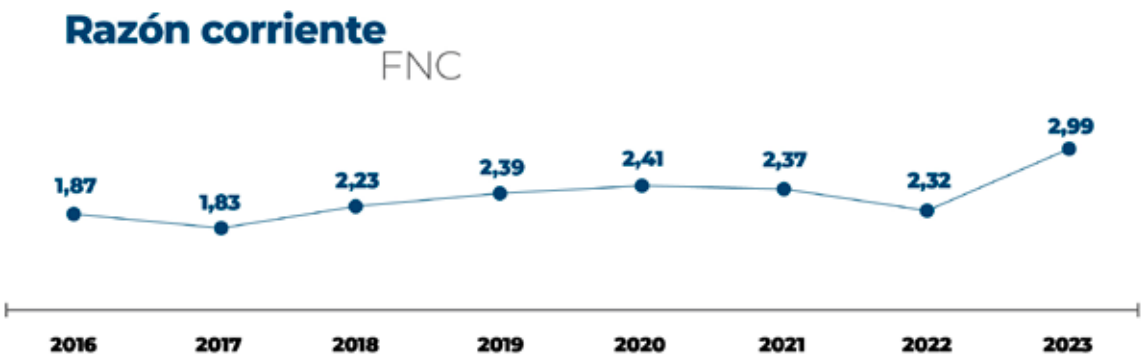
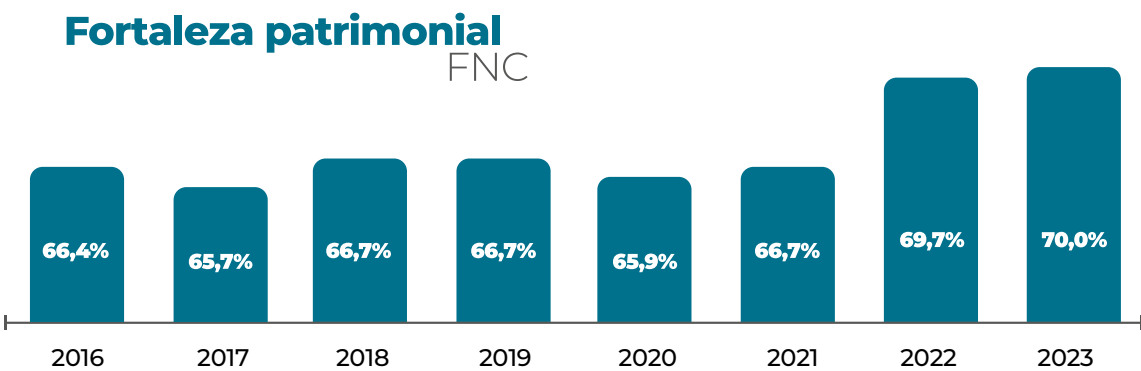
PATRIMONIO DE LA FNC CRECE \$26.000 MILLONES EN 2023

Es el quinto año consecutivo con presupuesto superavitario en la Oficina Central, sin deuda con el sistema financiero y una estructura de finanzas estable que consolida la prosperidad financiera de la FNC.

Cumpliendo la política de prosperidad financiera de la FNC aprobada por el Congreso Cafetero y respaldada por el Comité Directivo en 2017, en los últimos 8 años ha aumentado sostenidamente el respaldo de las obligaciones pensionales de la FNC.

Gracias a la formulación cuidadosa y diligente de los presupuestos de la FNC, el eficiente uso de los recursos y la gestión de ingresos, desde 2019 la FNC tiene presupuesto superavitario en la Oficina Central y se mantiene sin deuda con el sistema financiero.

El patrimonio de la FNC creció \$26.000 millones en 2023, con activos respaldados en 70% como fortaleza patrimonial, la cifra más alta de los últimos 8 años, y una razón corriente que desde 2018 refleja que sus activos corrientes casi triplican los pasivos corrientes.



RENTABILIDAD DE INMUEBLES CRECE A 5,16%

En 2023 se renovaron 36 contratos de arrendamiento y se celebraron 3 nuevos, lo que mejoró la rentabilidad de los inmuebles gestionados.

Como parte de la estrategia de contar con nuevas fuentes de ingreso que contribuyan a la prosperidad financiera del FoNC y de la FNC, se adoptó la política de gestión de bienes inmuebles, cuyo objetivo es optimizar su uso y rentabilidad.

Se enajenaron inmuebles improductivos de FNC por **\$977 millones**, con un margen adicional del 4% sobre el avalúo comercial, y están en trámite de enajenación un inmueble de la FNC y uno del FoNC no necesarios para la comercialización de café por **\$1.755 millones**.

Se han formulado proyectos inmobiliarios en los comités departamentales con retornos que contribuyen a las metas de prosperidad financiera.

En 2023 se renovaron 36 contratos de arrendamiento y se celebraron 3 nuevos, lo que mejoró la rentabilidad de los inmuebles gestionados de 4,54% en 2022 a 5,16% en 2023.



POR UNA ORGANIZACIÓN Y TALENTO COMPROMETIDOS CON LA MODERNIZACIÓN Y AUSTERIDAD DE LA FNC

En la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) promovemos ambientes de participación diversos e inclusivos, el desarrollo de competencias del ser y del hacer, la comunicación en doble vía, el fortalecimiento del liderazgo y una vida en equilibrio para todos nuestros colaboradores.



TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

Bajo el liderazgo del gerente general y respaldado por el Comité Directivo, la estructura organizacional fue ajustada, promoviendo prácticas de eficiencia, eficacia y austeridad, según los siguientes direccionamientos:

Fortalecer la presencia en las regiones manteniendo un contacto cercano y permanente, y trabajando articuladamente por objetivos comunes.

Consolidar el relacionamiento con el sistema cooperativo para fortalecerlo y abrir oportunidades a la asociatividad.

Consolidar alianzas y proyectos optimizando recursos, articulando equipos, alineando objetivos, y fortaleciendo su seguimiento y control.

Desarrollar operaciones eficientes y rentables para optimizar los procesos y fortalecer la gestión.

LO ANTERIOR SE MATERIALIZÓ EN TRES FRENTE

- Se estructuró una Gerencia de Operaciones para fortalecer el relacionamiento, la presencia y el enlace cercano y permanente con las regiones.
- Se modificaron las responsabilidades de la Gerencia Administrativa y Financiera, enfocándose en los temas financieros y consolidando servicios organizacionales.
- Se reorganizaron procesos de supervisión, logística, riesgos y aseguramiento de la cadena de valor, buscando consolidar y centrar su gestión en el propósito misional.

APROPIACIÓN DE NUESTRO PROPÓSITO SUPERIOR

El propósito superior de la FNC se ha posicionado como uno de los elementos estratégicos que generan mayor conexión y compromiso con los colaboradores.

1.229 colaboradores a nivel nacional definieron el propósito de su rol alineado con el propósito superior. Para esto, se desarrollaron más de 100 talleres liderados por los facilitadores internos.

En el marco de la política de diversidad, inclusión y equidad, y como uno de los compromisos más relevantes con el talento, en 2023 seguimos trabajando en dos grandes iniciativas para que la FNC sea una organización diversa e incluyente con una cultura de tolerancia cero.

AVANZA CERTIFICACIÓN SELLO EQUIPARES Y ELSA: ESPACIOS LABORALES LIBRES DE ACOSO

Por eso, este año inició el proceso de certificación del **sello Equipares** con el diagnóstico organizacional, donde participaron **1.512** colaboradores. Se conformó el Comité de Igualdad de Género para asegurar el cumplimiento de los requisitos del sistema, y se reglamentó el procedimiento para investigar, corregir y sancionar los casos de acoso sexual laboral.

VOLUNTARIADO INSTITUCIONAL CONSTRUYENDO SONRISAS, IMPACTANDO VIDAS

En nuestra tercera edición y con más de **635** colaboradores, se realizó a nivel nacional el voluntariado Construyendo Sonrisas con mejoras locativas en **14** escuelas de municipios cafeteros del país.

COMPROMETIDOS CON LA CALIDAD DE VIDA

En 2023, los resultados de nuestra política de beneficios evidenciaron nuestro compromiso para conciliar la vida personal, familiar y laboral:

2.862 días donde nuestros colaboradores pudieron disfrutar de tiempo por cumpleaños propios y de un familiar, logros y licencias principalmente.

309 colaboradores optaron por el beneficio de trabajo híbrido.

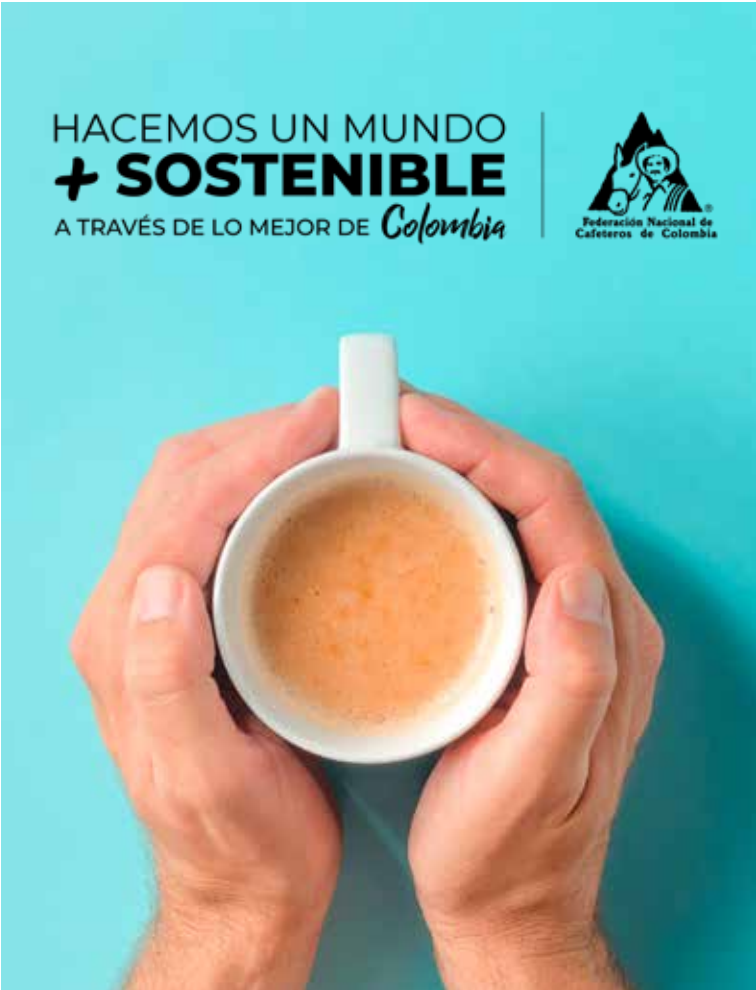
Se disfrutaron **12 días de balance** para atender temas personales y familiares.

Se desembolsaron **\$2.951 millones en préstamos** para beneficio de 412 colaboradores en educación, salud, vehículo, vacaciones o vivienda.

Los convenios con empresas dentro del plan de beneficios para nuestros colaboradores se usaron y/o solicitaron **6.953** veces.

608 colaboradores se beneficiaron de **2.255** entradas gratis al Parque del Café.

338 colaboradores y su grupo familiar disfrutaron de los centros vacacionales.



SALUD MENTAL Y BIENESTAR INTEGRAL

En 2023, se desarrollaron 35 espacios ConSenti-do con temas enfocados en bienestar financiero y salud mental para que el colaborador pueda afianzar conceptos, conocer herramientas y desarrollar estrategias de integración entre la vida personal, laboral y familiar.

NUEVAS EXPERIENCIAS PARA COLABORADORES

En el rediseño de la experiencia del colaborador, para fortalecer su conocimiento, sensibilizarlo frente a la labor caficultora y conectar su trabajo con el propósito superior, se diseñaron 4 experiencias: Día de campo, industrialización del café, taller de catación de café y taller de preparación de café. En 2023, hicimos un primer piloto en Bogotá de día de campo con 167 colaboradores y de taller de catación con 129 colaboradores.

MAYOR CULTURA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SST)

1er. Congreso Nacional de SST de la Institucionalidad Cafetera: Con 6.078 asistentes de toda la institucionalidad cafetera, cooperativas de caficultores y otras partes interesadas culminaron con éxito las 13 horas de conferencias realizadas por 2 días, donde 18 conferencistas presentaron más de 15 temáticas relacionadas con la actualidad en los asuntos de SST.

CAPACITACIÓN FNC 2023



GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Una de nuestras prioridades es la productividad y su impacto en el desempeño de la organización, que conectan directamente con el reto de austeridad. Más allá de la medición de competencias y el seguimiento a los indicadores corporativos, debemos garantizar que se establezcan objetivos de desempeño individuales.

En 2023 inició el proyecto FloreSer, gestión de personas, talento y desempeño que concretar en los equipos de trabajo acuerdos que evidencien su nivel de productividad y contribución a los resultados, con un equipo piloto conformado por 20 líderes, donde se recorren las siguientes disciplinas:

- 1. Espacios emocionales seguros.
- 2. Establecimiento de acuerdos de desempeño.
- 3. Desarrollo personal.
- 4. Evaluación de desempeño y potencial.
- 5. Reconocimiento del desempeño exitoso.

FORMACIÓN, EL RETO DE INCREMENTAR COMPETENCIAS Y HABILIDADES

A nivel nacional, en 2023 se desarrollaron las siguientes acciones de formación:

	32 acciones de formación en Gestión Ambiental, Proyectos, Innovación, Industria 4.0, Liderazgo y Emprendimiento.	1.462 trabajadores 200 jóvenes caficultores	28 horas promedio
	232 acciones de formación (cursos cortos, seminarios, talleres, diplomados) en Sistema de Gestión Integral, Seguridad y Salud en el Trabajo, cumplimiento normativo.	3.879 trabajadores	9 horas promedio
	88 acciones de formación en actualización para el desarrollo de otras habilidades profesionales.	2.266 trabajadores	22 horas promedio
	2 acciones de formación especializada para el Servicio de Extensión en temas de densidad de siembra y variedades de café.	672 trabajadores	48 horas promedio

SOBRE ESTE INFORME



Este informe se ha elaborado conforme a los estándares GRI: opción esencial, y corresponde a la gestión de la FNC en 2023.

GRUPOS DE INTERÉS

La FNC cuenta con una estructura que mantiene canales abiertos y permanentes con todos sus grupos de interés; sin ellos la consecución de nuestra estrategia de valor no sería posible.

A partir de la información recogida continuamente por medio de los mecanismos e instancias de involucramiento, se consolidó un listado de asuntos importantes y relevantes para cada grupo de interés. A continuación se muestran los diferentes medios o mecanismos de involucramiento con los grupos de interés y asuntos que estos consideran relevantes.

CAFICULTOR

Subgrupos

Caficultor grande, mediano y pequeño, mujeres caficultoras, jóvenes y familias.

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

La misión de la FNC es procurar el bienestar del caficultor colombiano. Para esto hemos consolidado canales de comunicación y relacionamiento continuo para entender las necesidades del gremio y transferir al caficultor las mejores prácticas y tecnologías que apoyen su proceso productivo, aporten a su desarrollo social y aumenten su rentabilidad.

TEMAS RELEVANTES

Transferencia de tecnología, garantía compra, mejorar la rentabilidad, maximizar la productividad, calidad del café y propuestas de valor.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Congreso Nacional de Cafeteros, comités departamentales, Comité Directivo, comités municipales, página web, redes sociales, Un café con Germán en las regiones, encuentros del gerente general con caficultores y representantes gremiales, encuesta de percepción integral, páginas web de los comités departamentales, metodologías grupales e individuales aplicadas por el Servicio de Extensión, encuentros gremiales de liderazgo, programas radiales y periódicos regionales cafeteros, programa de TV *Las aventuras del Profesor Yarumo*, mensajes de texto, podcast y chatbot.

GOBIERNO

Subgrupos:

Presidencia de la República

Ministerios

Departamentos
administrativos

Consejerías presidenciales e
institutos descentralizados

Contraloría General de la
República

Procuraduría General de la
Nación

Gobernaciones y Alcaldías

Congresistas

Oficina de Asesores del
Gobierno para Asuntos
Cafeteros del Ministerio de
Hacienda

ALIADOS

Subgrupos:

Gobierno(s)

Organizaciones/ONG
nacionales

Empresa privada

Organizaciones/ONG
internacionales

Embajadas

Fondos públicos/privados

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

Buscamos mantener un diálogo respetuoso y constructivo para crear y sostener alianzas que apoyen nuestra misión, protejan el ingreso de las familias cafeteras y garanticen la sostenibilidad del sector. Además, estamos comprometidos con el cumplimiento de la regulación y el contrato de administración del Fondo Nacional del Café, y más recientemente del Fondo de Estabilización de Precios del Café (FEPCAFÉ).

TEMAS RELEVANTES

Comunidad, proyectos de alto impacto social, ambiental y económico.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Comité Nacional de Cafeteros, Congreso Nacional de Cafeteros, encuentros con comités departamentales y municipales, redes sociales, página web, boletines de prensa.

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

Una relación proactiva y sólida con nuestros aliados es fundamental para lograr la implementación de nuestra estrategia de valor y la gestión de proyectos con excelencia.

TEMAS RELEVANTES

Adopción de estándares de calidad, intercambio de conocimiento, gestión de proyectos productivos, sociales y ambientales.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Relacionamiento directo, redes sociales, página web, boletines de prensa.

COMPRADORES DE CAFÉ Y CONSUMIDORES

Subgrupos:

Comercializadores

Industria tostadora

Grandes superficies

Tiendas de café

Consumidor final

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

Buscamos construir confianza y relaciones de largo plazo para mantener negocios de alto valor y asegurar la sostenibilidad de la garantía de compra.

TEMAS RELEVANTES

Producto con valor agregado de alta calidad.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Contacto personal directo, encuesta de satisfacción de clientes externos realizada por la Gerencia Comercial, encuesta de satisfacción del cliente realizada por Buencafé, oficinas comerciales de la FNC en Estados Unidos, Asia y Europa, boletines de prensa, encuestas de satisfacción del consumidor realizadas por Procafecol, encuestas y grupos focales de consumidores, página web, correo electrónico, participación y/o presencia en ferias internacionales, redes sociales, Real Academia del Café, personaje Juan Valdez.

COLABORADORES

ENFOQUE DE LA RELACIÓN Y TEMAS RELEVANTES

Todo lo que hacemos y nuestros impactos positivos no serían posibles sin nuestro capital humano. Por lo que hemos basado nuestra Gestión del Talento en 3 componentes principales:

Competencia, entendida como la habilidad para realizar el trabajo.

Compromiso, que es la voluntad de hacer el trabajo.

Contribución, que implica encontrar significado en lo que hacen nuestros colaboradores.

De esta forma buscamos asegurar que el trabajo que se realice desde Gestión Humana contribuya con la estrategia de valor a través de colaboradores que pongan su talento y habilidades al servicio de la Federación y estos a su vez encuentren en la empresa un lugar donde sus expectativas de vida, profesionales, personales y de propósito sean correspondidas.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Un café con Germán, Intranet institucional, buzón de convivencia laboral, Comités de Salud Ocupacional, correos corporativos de Gestión Humana y Comunicaciones y pódcast.

ASOCIACIONES Y GREMIOS

Subgrupos:

Asociación 4C (Common Code for the Coffee Community)

Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex)

Cámara Colombo China de Inversión y Comercio

Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria

Cámara de Comercio Colombo Americana

Coffee Association of Canadá

Consejo Privado de Competitividad

Corporación Colombia Internacional (CCI)

Corporación Colombiana de Inversiones Agropecuarias Agrosavia (antes Corpoica)

Corporación Colombiana de Logística S.A

Corporación Connect Bogotá

Corporación Reconciliación Colombia

Fundación Empresarios por la Educación

Creame Incubadora de Empresas

Fundación Banco Arquidiocesano de Alimentos

Fundación Colombiana del Pacífico

Fundación Museo de los Niños

Fundación para la Enseñanza de Oficios

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec)

National Coffee Association (NCA)

Organización Internacional del Café (OIC)

Origin

Pacto Global (adherido desde 2003)

Specialty Coffee Association (SCA)

Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC)

TEMAS RELEVANTES

Representación de los intereses de los caficultores colombianos.

Promoción de la sostenibilidad.

Posicionamiento relevante de la FNC como gremio.

Fortalecimiento del sector.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Relacionamiento directo. Redes sociales. Página web.

MEDIOS Y COMUNICACIÓN

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

Queremos ser fuente de información confiable y de primera mano sobre la institucionalidad cafetera y buscamos siempre la transparencia y cobertura de nuestros espacios de participación.

TEMAS RELEVANTES

Actualidad del sector y el gremio, resultados de gestión.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Páginas web, boletines de prensa, ruedas de prensa (incluidas virtuales), redes sociales, relacionamiento directo.

INSTITUCIONALIDAD CAFETERA

Subgrupos:

Almacafé

Procafecol

Oficinas en el exterior

Fundación Manuel Mejía

Cooperativas

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

El relacionamiento constante y articulado con todas las partes de la institucionalidad cafetera es fundamental para alcanzar nuestra misión; sin ellos no podríamos impactar a todos los eslabones de la cadena de valor cafetera.

TEMAS RELEVANTES

Gestión comercial, precio, mercado.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Reuniones de coordinación, carteleras, Un Café con Germán, correos, redes sociales, pódcast.

PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

Subgrupos:

Proveedores nacionales

Proveedores extranjeros

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

Gestionar la contratación de bienes y servicios con el fin de satisfacer las necesidades de las partes interesadas, asegurando el cumplimiento de los requisitos legales y la normatividad de la FNC.

TEMAS RELEVANTES

Gestión de compras desde la inscripción del proveedor hasta la generación del contrato u orden de compra o servicio.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Contacto directo, correo compras y contratación, participantes en el ciclo logístico de compras.



[GRI 102-46, 47]

MATERIALIDAD

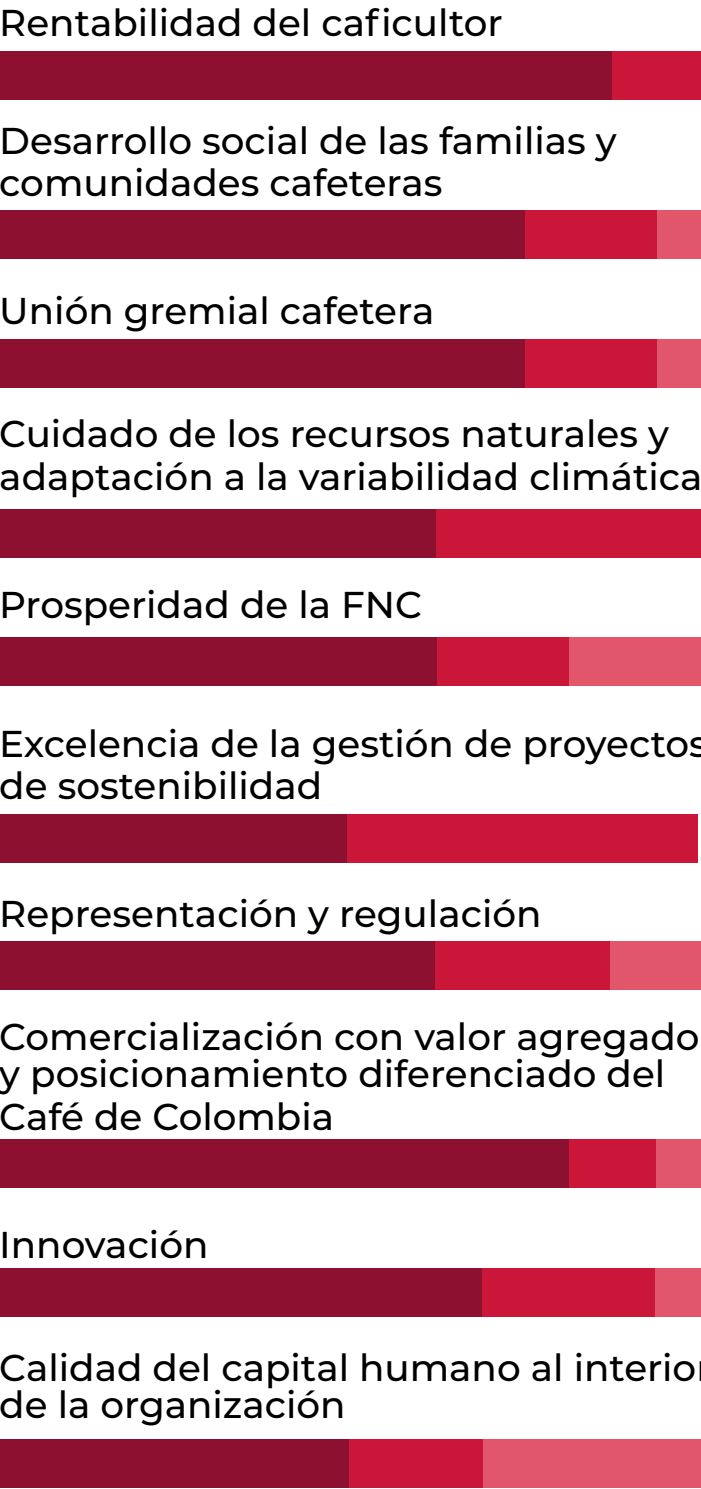
A finales de 2018 se realizó un ejercicio de actualización de la materialidad de la FNC, dentro del cual se validaron los temas más relevantes para la sostenibilidad de la organización desde la perspectiva interna (estrategia del negocio, políticas corporativas, impactos de la FNC) y la externa (de sus grupos de interés). Esta materialidad ha quedado plasmada en los sucesivos informes de sostenibilidad y gestión. Validada en los controles anuales de la estrategia de valor de la FNC, sigue vigente en 2023.

Para la actualización en 2018 se realizó un taller con los líderes de las diferentes áreas de la Federación. En primer lugar, se buscó identificar los impactos significativos económicos, ambientales y sociales desde y hacia la FNC. Una vez identificados, los participantes debían relacionarlos con los temas materiales ya existentes, para así confirmar los asuntos anteriores, identificar posibles temas faltantes o eliminar asuntos ya no relevantes.

De este ejercicio surgió una lista de temas materiales que luego fueron priorizados, según su importancia para los grupos de interés y los impactos significativos de la FNC, por medio de una encuesta con los participantes del taller. En la encuesta se confirmó que todos los asuntos eran relevantes y debían ser reportados.

Los resultados de este ejercicio se muestran a continuación:

IMPORTANCIA GRUPOS DE INTERÉS



● Alta ● Media ● Baja



IMPORTANCIA SEGÚN IMPACTOS FNC



● Alta ● Media ● Baja

TEMA MATERIAL Rentabilidad del caficultor	Cobertura Caficultor Gobierno / Aliados
Desarrollo social de las familias y comunidades cafeteras	Caficultor Gobierno Aliados / Institucionalidad cafetera
Unión gremial cafetera (Gobernanza, participación y democracia)	Caficultor Gobierno Institucionalidad cafetera Medios de comunicación
Cuidado de los recursos naturales y adaptación a la variabilidad climática	Caficultor Gobierno Aliados / Institucionalidad cafetera
Prosperidad de la FNC	Caficultor Gobierno Aliados Institucionalidad cafetera Proveedores y contratistas Empleados
Excelencia en la gestión de proyectos de sostenibilidad	Caficultor Gobierno Aliados Institucionalidad cafetera
Representación y regulación	Caficultor Gobierno Compradores de café y consumidores Países productores
Comercialización con valor agregado y posicionamiento diferenciado	Compradores de café Consumidores Institucionalidad cafetera
Innovación	Caficultor Gobierno Aliados Institucionalidad cafetera
Capital humano	Empleados

CONTRIBUIMOS CON 16 DE LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) IMPACTANDO EL 43% DE LAS METAS

EJE ECONÓMICO

CONTRIBUYENDO A LA **RENTABILIDAD Y PROSPERIDAD** DEL CAFICULTOR.

PRODUCTIVIDAD

1. Profundización de estrategia “Más agronomía, más productividad, más calidad”.

2. Mayor desarrollo tecnológico para el Servicio de Extensión.

3. Apoyo a nuevas áreas de producción.

PRECIO

4. Más diferenciación por calidad.

5. Estabilización de precios e ingresos.

6. Tostado en origen.

7. Nuevos mercados y ampliación del consumo interno.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

8. Manejo eficiente de la finca y nuevas tecnologías.

9. Menores costos logísticos.

EJE SOCIAL

FOMENTANDO EL **DESARROLLO INTEGRAL DE LAS FAMILIAS Y COMUNIDADES CAFETERAS**

10. **Protección social:** Promoviendo nuestro bienestar en salud, trabajo y vejez.

11. **Educación rural:** Formando vidas.

12. **Infraestructura:** Construyendo futuro.

13. Familias cafeteras con **equidad de género** y empalme generacional.

14. **Asociatividad:** Unidos hacemos más.

15. **Proyectos especiales.**

EJE AMBIENTAL

PROMOVIENDO EL **CUIDADO DE LOS RECURSOS NATURALES.**

17. Reforestación en zona cafetera.

18. Cuidado del suelo y el agua.

19. Manejo de residuos / Economía circular.

EJE GOBERNANZA

FORTALECER UNA **REPRESENTATIVIDAD EFECTIVA** PARA ASEGURAR LA LEGITIMIDAD DE LA FNC.

16. Impulso al liderazgo, la asociatividad y la participación.

ANEXOS

ANEXO REVISORÍA FISCAL

LEY 603 DE 2000

La Federación Nacional de Cafeteros ha dado cabal cumplimiento a las normas de propiedad industrial (Decisión 486 de 2000-Régimen Común de Propiedad Industrial, Decisión 345 de 1993-Régimen Común de los Derechos de Obtentor de Variedades Vegetales) y los derechos de autor

(Decisión 351 de 1993-Régimen Común sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, y Ley 23 de 1982, mediante la cual se regulan los derechos de autor en Colombia), conforme a las siguientes actividades:

1. Protección, mantenimiento y defensa de los derechos de propiedad industrial (signos distintivos, patentes de invención, modelos de utilidad, entre otros) y propiedad intelectual (derechos de autor) de la FNC como entidad gremial de derecho privado y como administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC).
2. Vigilancia de las gacetas publicadas por las diferentes oficinas de propiedad industrial, a nivel mundial, con el objetivo de ejercer el derecho de defensa y velar por los derechos de propiedad industrial que ostenta la FNC.
3. Acciones tendientes a velar por los derechos preeminentes de la FNC como entidad gremial de derecho privado y como administradora del FoNC en Colombia y en el exterior.
4. Pactos donde se previenen los conflictos de PI y derechos de autor en los diferentes acuerdos de voluntades, confidencialidad y protección de datos personales e información propia de las instituciones.

El análisis y estudios tendientes a proteger los derechos de propiedad industrial y de propiedad intelectual de la FNC como entidad gremial de derecho privado y como administradora del FoNC contemplan la observancia y respeto de los derechos de terceros.

Además, declaramos que las actividades y procesos relacionados con licenciamiento de marcas y patentes de propiedad de la FNC-FoNC, administración de las denominaciones de origen (DO) e indicación geográfica protegida (IGP, autorizaciones de uso, vigilancia de mercado,

reportes anuales a la Superintendencia de Industria y Comercio [SIC] entre otras), supervisión del adecuado uso de los activos intangibles de propiedad de la FNC-FoNC de acuerdo a las políticas aprobadas y vigentes, capacitación y promoción en relación a las DO e IGP, así como el programa de licenciamiento del logo Café de Colombia conocido como Programa 100% Café de Colombia, diseño y propuesta de políticas para el manejo de la PI de la FNC-FoNC, se desarrollan en consonancia con la normatividad vigente en materia de propiedad industrial e intelectual.

ARTÍCULO 778 DEL CÓDIGO DE COMERCIO

Tras la revisoría fiscal de 2022, la red internacional de empresas de contabilidad, impuestos, consultoría y asesoramiento empresarial BDO determinó que estamos dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 778 del Código de Comercio (modificado por el art. 7 de la Ley 1231 de 2008), ya que la FNC actualmente tiene un procedimiento estructurado y documentado para la recepción de facturas y

la aceptación de facturas endosadas permitiendo su libre circulación; este trámite está vinculado a nuestro sistema de gestión documental (Isolución), formato FE-BS-P-0019, punto 5.4 “Endoso y/o cesión de derechos económicos de facturas”.

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA – RESOLUCIÓN 000001 DEL 03/12/2019

Para el debido cumplimiento de la facturación electrónica según la normativa vigente, la FNC, en su calidad de gran contribuyente, está obligada a emitir factura electrónica desde septiembre de 2018. Para solventar esta obligación, se conformó un equipo interdisciplinario liderado por los equipos de Gestión Tributaria y Tecnología de la Información, quienes desarrollaron el Proyecto de Facturación Electrónica en cuyo marco se implementó un sistema de facturación en todas las dependencias de la FNC.

Ese mismo equipo se ha mantenido al tanto de la evolución

normativa y desde 2019 ha hecho los ajustes para adaptar los desarrollos al sistema de facturación enmarcados en la Resolución 1 de 2019 y al cumplimiento de los aspectos técnicos y normativos requeridos por la Dian. En consonancia, para la transmisión de las facturas a la Dian, la FNC cuenta con los servicios de dos proveedores tecnológicos debidamente autorizados, lo que asegura el cumplimiento de los requisitos aplicables al sistema de facturación electrónica en la operación normal y en caso de presentarse algún inconveniente.

DECRETO 1406 DE 1999

En cuanto al cumplimiento de aportes sociales, en cumplimiento del Decreto 1406 de 1999, artículos 11 y 12, informamos que la FNC ha efectuado de forma correcta y oportuna sus aportes al Sistema General de Seguridad Social, y que ha cumplido sus obligaciones de autoliquidación de aportes al sistema en debida forma, sin encontrarse en mora por este concepto al cierre del ejercicio.

[GRI 102-12 | 102-13]

LISTA DE AFILIACIONES Y ASOCIACIONES

NOMBRE

JUNTA DIRECTIVA

PRINCIPAL

SUPLENTE

Asociación 4C (Common Code for the Coffee Community)

Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex)

Cámara Colombo China de Inversión y Comercio

Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria

Cámara de Comercio Colombo Americana

Coffee Association of Canadá

Consejo Privado de Competitividad

Corporación Colombia Internacional (CCI)

Corporación Colombiana de Inversiones Agropecuarias Agrosavia (antes Corpoica)

Corporación Colombiana de Logística S.A

Corporación Connect Bogotá

Corporación Reconciliación Colombia (en liquidación)

Fundación Empresarios por la Educación

Fundación Colombiana del Pacífico

Creame Incubadora de Empresas

Fundación Banco Arquidiocesano de Alimentos

Fundación Museo de los Niños (en liquidación)

Fundación para la Enseñanza de Oficios

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec)

National Coffee Association (NCA)

Organización Internacional del Café (OIC)

Origin

Pacto Global (adherido desde 2003)

Specialty Coffee Association (SCA)

Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC)

1

1

1

1

1

1

1

1

[GRI 102-55]

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

CONTENIDOS GENERALES					CONTENIDOS GENERALES				
ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN	ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN					ESTRATEGIA				
GRI 102 CONTENIDOS GENERALES 2016	102-1	Nombre de la organización.	60		102-12		Iniciativas externas.	107	
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios.	10, 18, 69		102-13		Afiliación a asociaciones.	107	
	102-3	Ubicación de la sede.	60		ÉTICA E INTEGRIDAD				
	102-4	Ubicación de las operaciones.	18		102-14		Declaración de los altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones.	9	
	102-5	Propiedad y forma jurídica.	60		GOBERNANZA				
	102-6	Mercados atendidos.	16, 20, 23, 24, 25, 27, 29, 31, 74, 78		102-16		Valores, principios, estándares y normas de conducta.	61	
	102-7	Tamaño de la organización.	90		PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores.	90		102-18		Estructura de gobernanza.	60	
	102-9	Cadena de suministro.	19		PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES				
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.	Como parte de una reorganización, se fusionaron algunas áreas y se creó una Gerencia de Operaciones.		102-40		Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	94	
	102-11	Principio o enfoque de precaución.	Dentro del Sistema de Gestión Integral se desarrolla la gestión de riesgos de la FNC. Los riesgos han sido identifi-cados y priorizados en sus diferentes categorías y se han definido acciones enfocadas a mitigar los riesgos y al logro de los objetivos.		102-41		Acuerdos de negociación colectiva.	90	
					102-42		Identificación y selección de grupos de interés.	94	
					102-43		Enfoque para la participación de los grupos de interés.	94	
					102-44		Temas y preocupaciones clave mencionados.	94	
					102-45		Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	La Federación, como persona jurídica de derecho privado, sin ánimo de lucro y de carácter gremial, consolida sus	

CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
GRI 102 CONTENIDOS GENERALES 2016		resultados financieros con las inversiones patrimoniales donde ostenta una participación igual o superior al 50% de su capital:		
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	Almacenes Generales de Depósito de Café S.A. (Almacafé). Promotora de Café de Colombia S.A. (Procafecol) y sus subsidiarias. Oficinas en el exterior. Sociedad Forestal Cafetera del Valle S.A. (Soforestal). Sociedad Promotora Agroindustrial S.A.S. (Proagrocafé). Pretensados de Concreto del Oriente Ltda. (Pretecor). Comités de Cafeteros Almacenes SAS.	
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas de los informes.	99	
	102-47	Lista de los temas materiales.	99	
	102-48	Reexpresión de la información.	En el presente informe no hubo reexpresión de información.	
	102-49	Cambios en la elaboración de informes.	Con estándares GRI, desde 2019 el Informe de Gestión anual incorpora el de Sostenibilidad y el de la Industria.	
	102-50	Periodo objeto del informe.	1 enero a 31 diciembre de 2023.	
	102-51	Fecha del último informe.	2022	
	102-52	Ciclo de elaboración de informes.	Anual	

CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
GRI 102 CONTENIDOS GENERALES 2016	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe.	informacion.fnc@cafede-colombia.com	
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI.	94	
	102-55	Índice de contenidos GRI.	108	
	102-56	Verificación externa.	El presente informe no fue sometido a verificación externa.	
TEMAS MATERIALES				
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS				
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	20, 31, 34, 37, 44, 74, 78	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
GRI 203 IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS 2016	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	38, 39, 40, 44, 69, 74, 78	

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	ENERGÍA			
	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	52, 55	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
	302-01	Consumo energético dentro de la organización.	52, 55	
	302-03	Intensidad energética.	52, 55	
GRI 302 ENERGÍA 2016				
	AGUA			
	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	53	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
GRI 303 AGUA 2018	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
	303-01	Extracción de agua por fuente.	53	
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	EMISIONES			
	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	53, 55	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
	305-01	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	53, 55	
GRI 305 EMISIONES 2016				

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	EFLUENTES Y RESIDUOS			
	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	51, 52, 53, 55, 56	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
	306-01	Vertido de aguas en función de su calidad y destino.	53	
	306-02	Residuos por tipo y método de eliminación.	51, 52, 53, 55, 56	
GRI 306 EFLUENTES Y RESIDUOS 2016				
	FORMACIÓN Y ENSEÑANZA			
	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	90	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
	404-02	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	90	
GRI 404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA 2016				



**ESCUCHAMOS, HACEMOS
TRANSFORMAMOS**