

INFORME DEL **GERENTE** 2024

LA
FUERZA
DE
TODOS



CONTENIDO

4 | **EDITORIAL**

6 | **ESTRATEGIA**

10 | **ECONÓMICO**
Más rentabilidad

34 | **SOCIAL**
Más bienestar

40 | **AMBIENTAL**
Más competitividad

44 | **GOBERNANZA**
Más unión y gremialidad

52 | **ALIANZAS**
estratégicas

60 | **FINANZAS**
Prosperidad

AGREGAMOS

VALOR

EN BENEFICIO DE LAS

FAMILIAS
CAFETERAS

En medio de las realidades propias de la caficultura, el clima cambiante y la volatilidad del precio del café en la bolsa de Nueva York y de la tasa de cambio, nos acercamos al cierre de 2024, que promete dejarnos muy buenas noticias en materia de producción e ingresos para recuperarnos de la estrechez del año pasado.

En el año cafetero 2023/24, el precio internacional subió 20% frente al promedio del año cafetero anterior, para alcanzar un precio interno promedio de \$1.632.049, que apunta a seguir mejorando. La producción nacional se ha recuperado hasta los 12,8 millones de sacos, 20% más que en 2022/23, y también exportamos 15% más.

Como gremio avanzamos en los propósitos de sostenibilidad financiera y rentabilización de nuestras empresas, tarea en la que debemos continuar con un esfuerzo constante de austeridad y eficiencia, en busca de oportunidades y nuevos negocios.

En lo comercial, para posicionar nuestra marca y aumentar la cuota exportadora, se ha dado un nuevo giro a las oficinas en el exterior, llegando a nuevos segmentos de mercado y conectando a los productores con compradores de cafés selectos, para lo cual *Craft* ha sido una poderosa herramienta de acción en el mercado global.

Con recursos del Fondo Nacional del Café (FoNC), la garantía de compra, a través de la red 34 cooperativas y 494 puntos, ha sido de gran ayuda. Entre enero y septiembre, se compraron 84,5 millones de kilogramos de café pergamino seco (cps), 7% más que en el mismo periodo de 2023, por \$1,22 billones, 4,4% más que el año anterior, pagando primas por cafés regionales y sostenibles por \$59.327 millones.

**12,8 MILLONES
DE SACOS
PRODUCIDOS**

20% MÁS
QUE EL AÑO ANTERIOR

También destacan los resultados de Buencafé, que a septiembre alcanzó ventas por USD 168 millones y espera cerrar el año en unos USD 227 millones. En el periodo se despacharon 8.556 toneladas en más de 1.390 contenedores, y se compraron más de 285.000 sacos de café verde a los caficultores colombianos, con sobreprecios de cafés especiales por USD 2,5 millones.

Procafecol tiene cada vez más tiendas en Colombia, 373, y en el exterior, 238, profundizando su presencia en mercados actuales, lo que incluye una novedosa estrategia en Estados Unidos, y abriendo nuevos.

Almacafé avanza en una modernización logística hacia su consolidación como brazo industrial de los cafeteros, con soluciones de vanguardia que permiten en cuestión de horas llegar a mercados como China y Estados Unidos con producto terminado.

Continuando nuestra misión de investigación, Cenicafe entregó la variedad Castillo 2.0 con una mejor resistencia a la variabilidad climática y a las plagas, impulsando en el futuro la renovación de cafetales con esta variedad.

Precisamente en renovación, a septiembre alcanzamos 67.466 hectáreas renovadas, 11,5% más que un año atrás y esperamos cerrar el año con 90.000 ha, 10% del parque cafetero actual. Esa tarea debe ser una constante en nuestro negocio, y seguiremos gestionando recursos que la faciliten y apoyen. El Servicio de Extensión ha sido crucial en apoyar a los productores para que accedan a los beneficios gestionados por la Federación.

La Fundación Manuel Mejía (FMM) seguirá siendo nuestro apoyo en educación para en 2025 seguir impulsando el empalme generacional, la formación en barismo, catación y tueste, que atraigan a más jóvenes para exportar este talento en una nueva estrategia de marca Colombia.

Finalmente, como un hito de esta administración, pusimos en marcha en las regiones las primeras centrales de transformación de café cereza, para que los caficultores puedan mejorar la calidad del grano cuidando el medio ambiente.

Esta iniciativa marcará el rumbo para mejorar los ingresos de las familias cafeteras, que, junto con una mayor productividad, contribuyen a la sostenibilidad de nuestra caficultura.

“

Nuestro compromiso ha sido eficiencia, austeridad y resultados. ¡Y seguimos avanzando en estos propósitos!

”

GERMÁN BAHAMÓN
Gerente general de la FNC

CON UNA ESTRATEGIA
DE VALOR CLARA
**TRABAJAMOS POR UNA
CAFICULTURA SOSTENIBLE**

En su estrategia de valor, la FNC mantiene un firme compromiso con la sostenibilidad, promoviendo el sano equilibrio entre desarrollo económico, bienestar social, protección ambiental y cohesión gremial.

En 2024, además de sus labores misionales, que incluyen la provisión de bienes y servicios públicos, la FNC planteó cuatro oportunidades de generación de valor:



1.

Industrialización de la caficultura: Los caficultores escalan en la cadena de valor al transformar sus productos. Esta estrategia incluye el desarrollo de centros de experiencia regional; fomento de centrales de beneficio y puntos de compra de café cereza, y exportación de pequeñas cantidades (junto con cooperativas y asociaciones).

2.

Eficiencias por reconfiguración logística: Un mejor acopio y transporte de café implica reubicación y modernización de puntos de trilla, almacenamiento en silos con temperatura y humedad controladas, y uso de *big bags*, lo que optimiza la logística, reduce costos, conserva el producto y reduce su impacto ambiental.

3.

Conquista de nuevos mercados, preservando la calidad: La expansión a segmentos no tradicionales, como café descafeinado, diversifica oportunidades y asegura precios competitivos. Se buscan también nuevos destinos como Oriente Medio o Lejano Oriente (China, Corea del Sur), preservando los más cercanos (Brasil, México y EE.UU.), lo que consolida la presencia del café colombiano en el mundo.

4.

Eficiencia y austeridad empresarial con transformación organizacional: A nivel corporativo se persigue la eficiencia, usando menos recursos sin dejar de proveer bienes públicos al caficultor. Se fomenta la rentabilidad de los inmuebles y nuevos modelos de negocio sostenibles, al tiempo que se apalanca la ejecución de recursos con aliados.



MAPA DE LA ESTRATEGIA CON OPORTUNIDADES DE GENERACIÓN DE VALOR

VISIÓN

Para el 2027 la **FNC** será un gremio próspero y efectivo, que trabaja para un **caficultor** empoderado que toma las mejores decisiones para su desarrollo económico y social respetando el medio ambiente. **Unidos** marcamos la diferencia.

MISIÓN

Procurar el **bienestar** del caficultor colombiano a través de una efectiva organización gremial, democrática y representativa.



FNC MUESTRA LOGROS IMPORTANTES EN LOS EJES ECONÓMICO, SOCIAL, AMBIENTAL Y DE GOBERNANZA



ECONÓMICO: Más rentabilidad

Para avanzar hacia una caficultura más tecnificada, productiva y rentable, se impulsa una renovación anual de 100,000 ha, con la meta en el Cuadro de Mando Integral (CMI) de cerrar el año en una productividad promedio de 16,58 sacos de café verde por ha. A septiembre, se renovaron **67,466 ha**, 87% de la meta al tercer trimestre, aspirando a una densidad promedio de 5,353 plantas/ha a fin de año. En cuanto a edad promedio de cafetales, a septiembre se alcanzó 6,68 años, superando la meta anual de 6,71 años fijada en el CMI.

En lo comercial, se fijó la meta de comprar 170,6 millones de kg de cps en el año. A septiembre, se adquirieron **84,5 millones de kg** (50% de la meta). Buscando comprar 10,7 millones de kg de café de alta diferenciación, se han exportado **187.374 sacos de 60 kg** a mercados como China, India, México y Medio Oriente (87% de cumplimiento).



DESARROLLO SOCIAL: Más bienestar

La meta anual es construir o mejorar 1.100 km de vías rurales y 4,403 unidades de vivienda. A septiembre, se lograron 1.057 km y 3.657 unidades, un cumplimiento de 96% y 83%, respectivamente. La FNC ha atendido a más de 23,000 caficultores en equidad de género y empalme generacional, con un avance del 95%.



COMPROMISO AMBIENTAL: Más competitividad

La FNC planea sembrar **975,594 árboles**, con 499,415 ya sembrados a septiembre según lo reportado en el CMI. Se alcanzaron 372 ha de conservación y se busca cerrar el año con más de 800 ha, lo que refuerza el compromiso ambiental de la FNC para preservar los ecosistemas cafeteros.



GOBERNANZA: Más unión y gremialidad

La meta anual es organizar 4,108 eventos gremiales; a septiembre ha habido 3,392, 82% de la meta. Y para fortalecer la conexión de los líderes cafeteros con actores públicos, ha habido 319 reuniones de las 367 planificadas (87%).



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

La FNC apalancó en 3,8 veces los recursos del FoNC, con una ejecución de **\$123.600 millones en 729 proyectos activos**. En recursos de terceros, se ejecutaron \$81.500 millones, cumpliendo 94% de la meta. La eficacia en la implementación de proyectos alcanzó un 84%, cerca de la meta del 90%.

El apalancamiento es la relación entre cada peso aportado por el Fondo Nacional de Café (FoNC) y los recursos de aliados para ejecutar proyectos. En este caso, por cada peso del FoNC, terceros aportaron 2,9 pesos adicionales.



PROSPERIDAD CORPORATIVA

Buscando eficiencia, la relación ingresos-gastos fue de 1,4. Los gastos disminuyeron 6,05%, el patrimonio aumentó 3,8% y los inmuebles alcanzaron una rentabilidad de 5,14%.

En gestión humana, 73% de los colaboradores ha hecho uso de sus vacaciones, con un balance laboral adecuado. Hay un cumplimiento del 98% en proyectos TIC, mejorando la cobertura de servicios digitales. Y se cumplió 70% de la meta anual en generación de contenido para redes sociales.





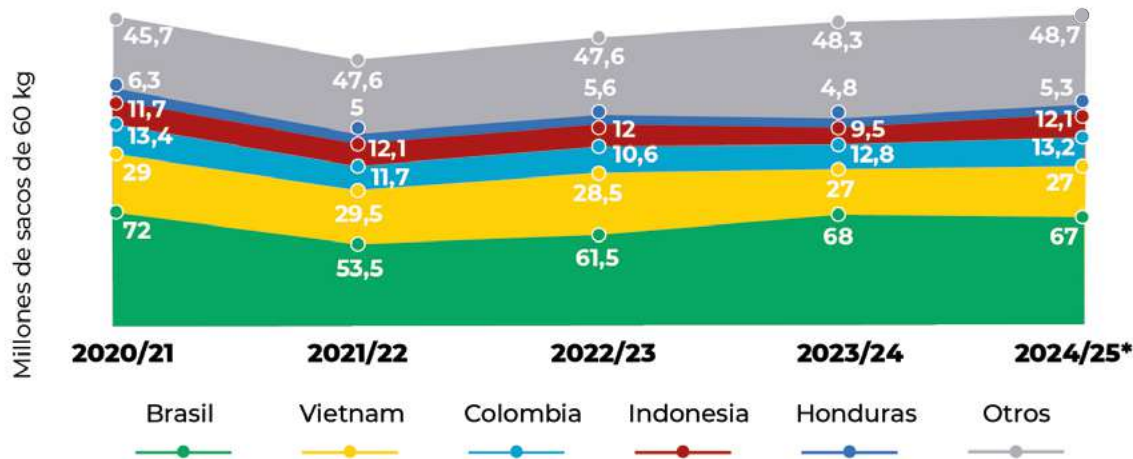
ECONÓMICO

MÁS RENTABILIDAD

BALANCE MUNDIAL DEL AÑO CAFETERO 2024/25 ARROJARÍA SUPERÁVIT DE 0,85 MILLONES DE SACOS

Para ese año se esperan aumentos en la producción de Colombia e Indonesia.

Producción mundial de café
Año cosecha 2020/21-2024/25*



Fuente: Global Data (Coffee Market Insight, octubre 2024)

El año cafetero 2023/24 cerró con un superávit de 0,55 millones de sacos de 60 kg.

Según la consultora Global Data, la producción mundial de café fue de 170,36 millones de sacos, 2,7% más que en 2022/23, debido a la recuperación del mayor productor mundial, Brasil, que pasó de 61,5 a 68 millones de sacos.

Sin embargo, por condiciones climáticas adversas hubo importantes caídas en Vietnam, Indonesia y Honduras de 5,3%, 20,8% y 15,8%, respectivamente, lo que frenó la recuperación de la producción.

La participación de cafés arábigos en la producción mundial fue de 57,5%, 3,8 puntos porcentuales más que en el año cafetero 2022/23.

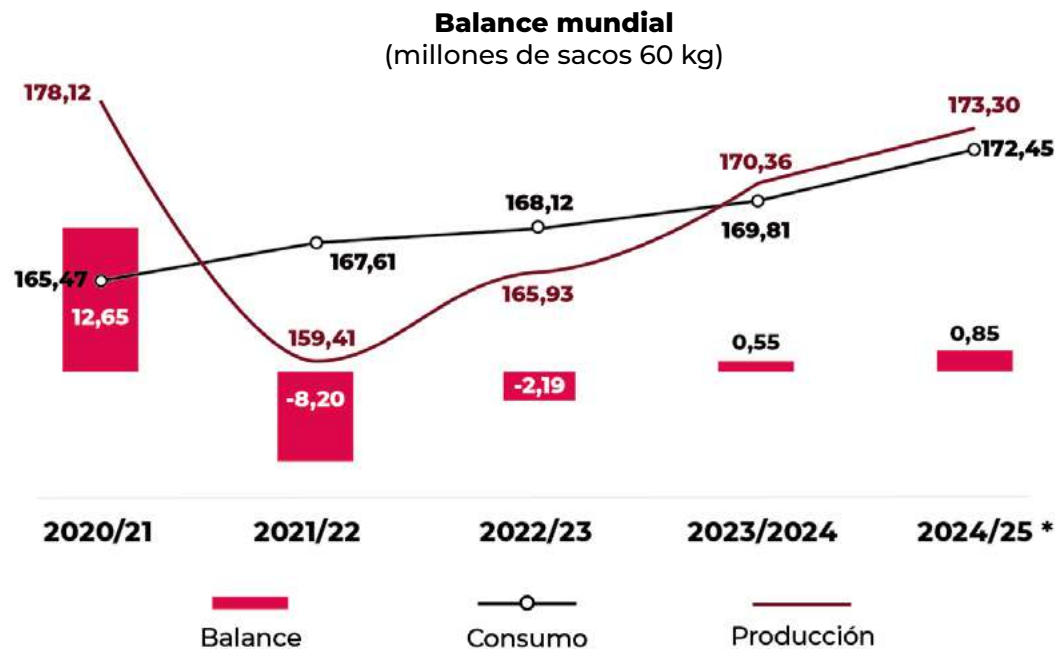
El consumo mundial alcanzó 169,81 millones de sacos, 1% más que el año anterior, a pesar de los persistentes precios altos del café verde y de pronósticos de oferta más ajustados, factores que han limitado una posible reducción en los precios al consumidor.



Para el año cafetero 2024/25, la consultora Global Data proyecta que la producción mundial crecerá 1,7% a 173,30 millones de sacos, con un aumento de 3,5% en Colombia y 27,4% en Indonesia. Y se espera una producción estable en Brasil y Vietnam, en línea con lo observado en 2023/24.

También se prevé que el consumo crezca a 172,45 millones de sacos por las expectativas de mejora en los procesos de entrega a países consumidores.

Como resultado, el balance mundial para el año cafetero 2024/25 alcanzaría un superávit de 0,85 millones de sacos.



Fuente: Global Data. *Proyecciones



PRODUCCIÓN NACIONAL CRECE A 12,8 MILLONES DE SACOS EN AÑO CAFETERO 2023/24

La cifra es 20,2% superior a la del periodo anterior por la mejor situación climática en el país. Este incremento se vio acompañado de mayores exportaciones y menores importaciones.

Balance año cafetero 2023/24 (millones de sacos 60 kg)



	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24
Producción e importaciones	15,0	15,1	13,8	12,7	13,7
Producción	14,1	13,4	11,7	10,6	12,8
Importaciones	0,9	1,7	2,1	2,1	0,9
Exportaciones y consumo	14,9	15,1	14,2	12,5	14,1
Exportaciones	12,6	12,8	11,9	10,3	11,9
Consumo	2,3	2,3	2,3	2,2	2,2
Balance	0,1	0,0	-0,4	0,2	-0,4

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



En el año cafetero 2023/24, la producción nacional fue de **12,8 millones de sacos de 60 kg de café verde**, 20,2% más que en 2022/23. El aumento fue producto, principalmente, de mejores condiciones climáticas vs. las de 2022/23.

En el mismo periodo, **el consumo de café en Colombia fue de 2,2 millones de sacos¹**, un 0,4% inferior a lo observado en el año cafetero 2022/23, a causa de la situación económica del país y la inflación persistente.

En 2023/24 se exportaron **11,9 millones de sacos de 60 kg**, 15,2% más que en el año cafetero 2022/23, y las importaciones fueron de 0,9 millones de sacos, 54,9% menos que hace un año.

El principal mercado de exportación del café colombiano siguió siendo Norteamérica, con 47,8% de participación; Europa permaneció como el segundo mayor mercado con 27,1%, y Asia fue el tercero, con 20,8%.

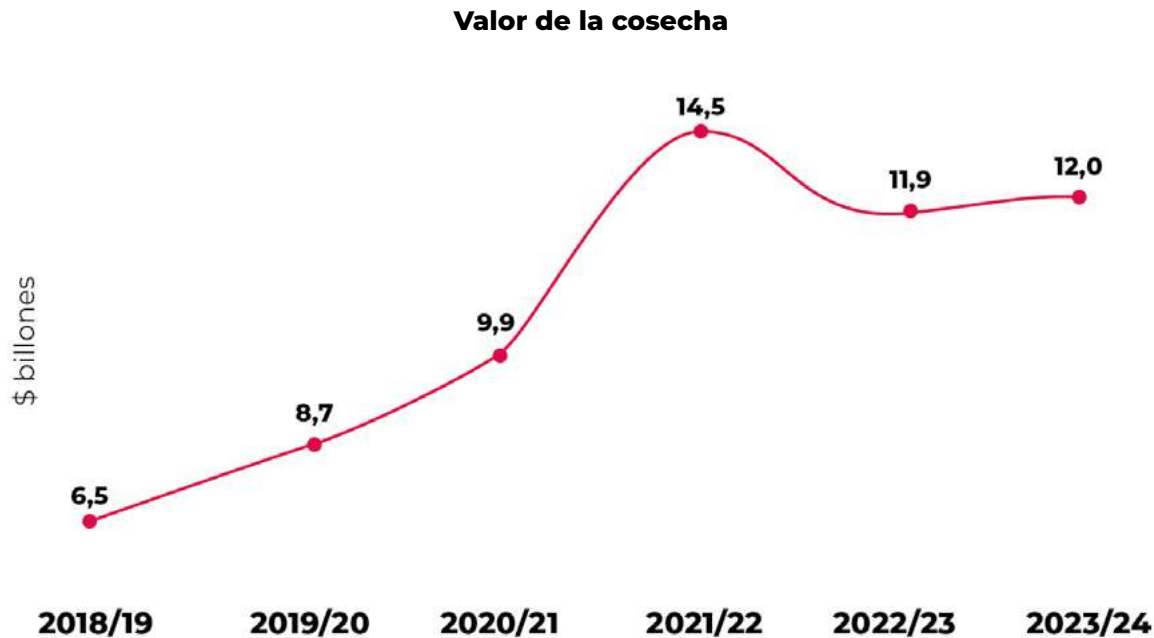
¹ Debido al cambio metodológico en el cálculo del consumo interno, los datos no son comparables a los usados en años anteriores. Esto puede generar cambios en el balance cafetero de los años pasados.

VALOR DE LA COSECHA ALCANZA 12 BILLONES EN EL AÑO CAFETERO

El precio promedio en la Bolsa de Nueva York de 208,16 ¢/lb y la mejor producción explican este incremento.

El precio internacional del café colombiano depende de tres variables fundamentales: el precio del Contrato KC, el diferencial por calidad y la tasa de cambio; cualquier variación de estos factores lo afecta.

En el año cafetero 2023/24, el precio del Contrato KC en la Bolsa de Nueva York aumentó **20,40%** a un promedio de **208,16 ¢/lb** por condiciones climáticas adversas en Vietnam, que llevaron a un aumento en la demanda de arábigo. Y a finales del año cafetero, Brasil presentó pronósticos de helada, lo que contribuyó al mayor precio del contrato KC.



Fuente: Investigaciones Económicas FNC.

El diferencial de los suaves colombianos cerró el año cafetero en un promedio de **14,52 ¢/lb**, **65,50%** menos que el promedio de 2022/23.

La tasa de cambio (TRM) se apreció **11,30%** vs. el año cafetero anterior, cerrando en promedio en **\$4.002 por dólar**, pese a esto la moneda estadounidense sigue siendo fuerte como consecuencia de las decisiones de política monetaria de la Reserva Federal.

Por estos factores (el precio del Contrato KC, los diferenciales de origen y la tasa de cambio), el precio interno de referencia para la compra de café en Colombia cerró el año cafetero 2023/24 en un promedio de **\$1.632.049 por carga**, 8,77% por debajo de lo visto en el año cafetero anterior (\$1,788,844).

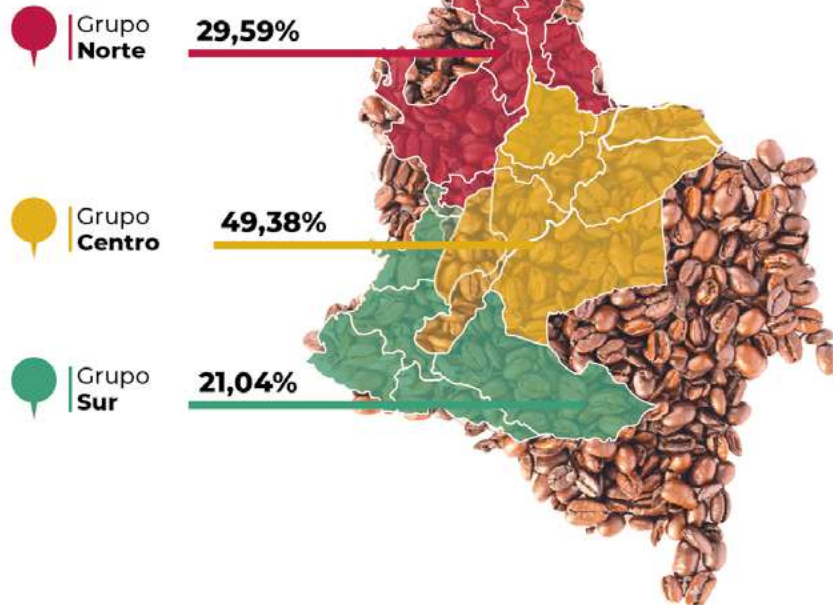
La mayor producción en el año cafetero y el buen precio en la bolsa de Nueva York elevaron el valor de la cosecha a **\$12 billones**, **1,2%** más con respecto al del año cafetero anterior.

DESDE LA FINCA HASTA LA TAZA FNC APUESTA POR LA TRANSFORMACIÓN Y AGREGACIÓN DE VALOR

El portafolio comercial de la FNC llegó a 249 productos (café de distintos tipos y preparaciones) con 13 programas gracias al trabajo articulado de la Gerencia Comercial y Almacafé. Los caficultores, por su parte, recibieron un precio de compra promedio de **\$1.806.582** por carga, **6% más** que el precio base de referencia.

Entre enero y septiembre, el volumen de compras alcanzó **84,5 millones de kg** de café pergamino seco (cps), **7% más** que en el mismo periodo de 2023, y su valor alcanzó los **\$1,22 billones**, **4,4%** más que en los primeros nueve meses de 2023.

Participación sobre el total de las compras (%)



9º Concurso Nacional de Calidad de Cafés Especiales

COLOMBIA, TIERRA DE DIVERSIDAD



MI FEDERACIÓN ES LA MEJOR VITRINA PARA MI *café*

En subasta Colombia, Tierra de Diversidad, Nariño vendió la libra más cotizada, a 66,5 USD/lb

En la 9ª versión del concurso Colombia, Tierra de Diversidad se presentaron **1.018 lotes de 13 departamentos**, de los cuales **211** tuvieron puntajes de más de **86 puntos** en el protocolo de la Specialty Coffee Association (SCA). En la subasta internacional, celebrada en Bogotá en el marco de la feria "Cafés de Colombia Expo 2024", se premiaron las 5 categorías del concurso: acidez, cuerpo, suavidad, balance y exótico, con tres ganadores por categoría, lo que permitió incluir más departamentos.



Los lotes vendidos, equivalentes a **18.730 kg** de café verde, alcanzaron una reliquidación de un poco más de **\$1.575 millones**, y un precio promedio de **20,03 USD/lb**.

Otros concursos departamentales de calidad de café



Cauca: En la 13ª edición del concurso El Mejor Café del Cauca se inscribieron **290 lotes** y se eligieron 15 finalistas, subastados de forma presencial ante más de 19 compradores de Malasia, China, Dinamarca, Estados Unidos, Filipinas y Colombia. El caficultor Óscar Riascos logró el precio más alto en la historia del concurso, **33,20 USD/lb.**

Tolima: En la 2ª edición de Expo Tolima: Corazón Cafetero de Colombia, del 1 al 3 de noviembre, se tenía prevista la participación de **38 municipios** productores de café del departamento en 4 categorías: cafés lavados tradicionales, lavados varietales, honey y natural. Se estima la visita de más de 40 compradores internacionales.

Más de 8.000 productores atendidos por Taza Móvil y laboratorios flexibles

Se adquirieron 8,8 millones de kg de cps con ambas estrategias.

Entre enero y septiembre, el Taza Móvil atendió a unos **1.500 productores** en 7 departamentos y 49 municipios, se compraron **386.000 kg** de café y se entregaron **317 reportes de calidad** como retroalimentación. Y en los laboratorios flexibles en Cauca y Nariño se atendieron a 6.600 productores y se compraron 8,4 millones de kg de cps.

167.286 fincas con al menos un estándar de sostenibilidad

La FNC facilitó la certificación y/o verificación de **167.286 fincas de café** con al menos un estándar de sostenibilidad, para beneficio de **138.185 caficultores**. Su comercialización representó primas y reliquidaciones por **\$59.327 millones**.



Servicio de exportación, una alternativa para avanzar en la cadena de valor

Este modelo logístico en implementación por la FNC permite la exportación de café verde y tostado en origen a tarifas competitivas, eliminando barreras geográficas y abriendo nuevos canales de distribución para que los productores avancen en la cadena de valor. Entre enero y septiembre se exportó el equivalente a **638 sacos de café verde y 8.395 kg de tostado a 15 países**.

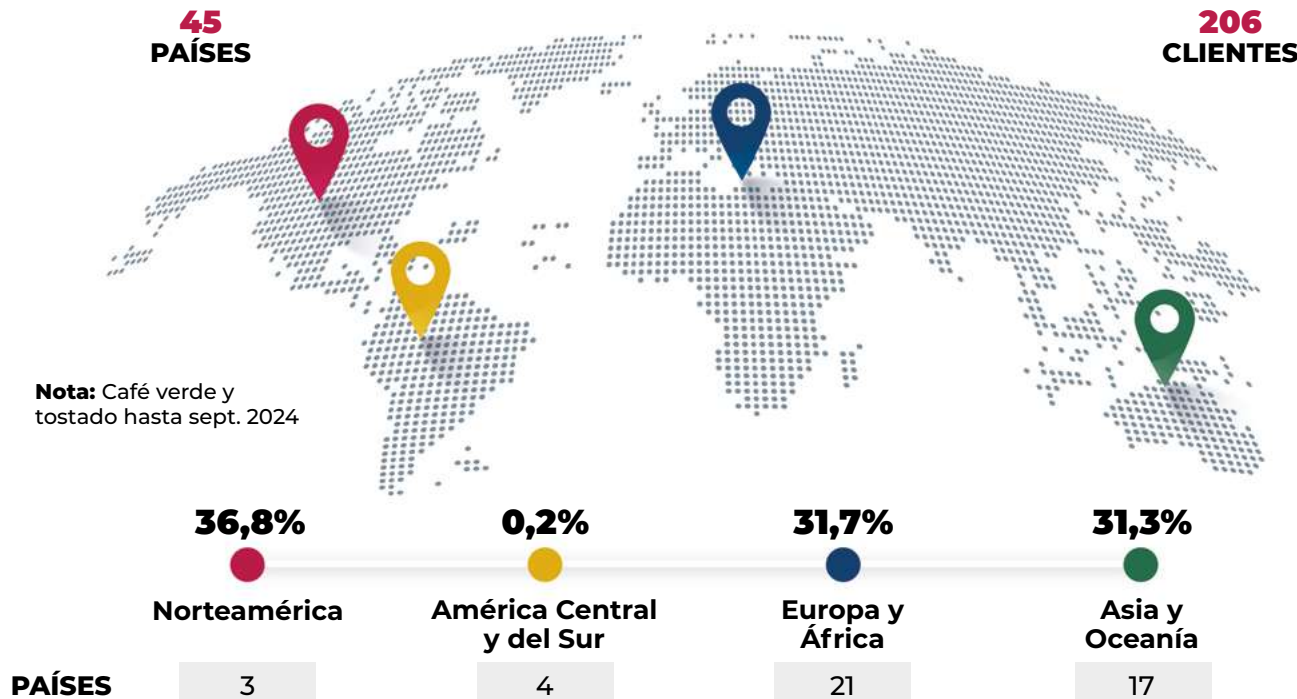


FNC LLEGA A 206 CLIENTES EN 45 DESTINOS

En 2024, se establecieron relaciones con 46 clientes nuevos para un total de 45 destinos y 206 clientes a septiembre, lo que se tradujo en la venta de **1,7 millones de sacos de 60 kg por USD 453 millones**.

Las ventas de café de valor agregado (sostenibles, regionales, estándar plus y cafés *craft* de especialidad) alcanzaron **1,3 millones de sacos 60 kg**, 70% del total de ventas, mostrando la orientación de la FNC hacia la búsqueda de nuevos clientes y mercados de mayor valor.

EXPORTACIONES FNC 2024



Se redoblaron esfuerzos en mercados potenciales y no tradicionales como China y Medio Oriente, con crecimientos de las exportaciones de 23% y 93%, respectivamente, vs. los primeros nueve meses de 2023.



Entre los lanzamientos como parte de la estrategia de transformación y valor agregado está **¡Dios Mío Coffee!**, café 100% colombiano producido por mujeres cafeteras, desarrollado entre la FNC y Almacafé.

ENTRE ENERO Y SEPTIEMBRE Ventas de Buencafé crecen 8% a USD 168 millones

1 En volumen, se vendieron **8.556 toneladas** a más de **60 países**. Se han despachado más de **1.390** contenedores.

2 Como insumo, se compraron más de **285.000 sacos** de café verde a los caficultores colombianos, con sobrepagos de cafés especiales por **USD 2,5 millones**.

3 Para seguir posicionando el Café de Colombia, **99% de las ventas al detal** usaron el logo **100%**, segmento que representa **74% de los ingresos, que crecieron 19%**. El 14% correspondió a productos con algún estándar de sostenibilidad.

4 Se espera cerrar el año en unos **USD 227 millones**.

Respondiendo a las tendencias de mercado y gustos de los consumidores, **en el último año hemos desarrollado nuevos productos cool fresh** como: miel de maple, vainilla y lata de 400 g para Walmart México, que representaron ingresos por USD 5,3 millones. Además Buencafé realizó más de **6 lanzamientos** en diferentes categorías, todas con café 100% colombiano como protagonista: galletas, helados, café con panela orgánica, mezcla de café latte y latte caramelo.



Del total de ventas por ingresos, 42% fueron en Norteamérica, 16% en Colombia, 15% en Europa, 15% en el resto de Suramérica, 6% en Asia, 4% en Medio Oriente y 2% en China.

Destaca que la marca Buencafé incursionó en nuevos países como **China, España y Estados Unidos**. Sus ventas en Colombia y Ecuador superaron los **USD 22 millones** (13% más que en 2023) y representaron 12% de las ventas totales.



Como productor responsable y sostenible, Buencafé sigue mejorando su gestión ambiental, con **6% menos consumo de agua y energía** por cada kg de café liofilizado producido entre enero y septiembre vs. el mismo periodo de 2023. Se redujo 24% la disposición de residuos ordinarios enviados al relleno sanitario y 11% la emisión de gases de efecto invernadero.



Ingresos de Procafecol crecen 5,6% a \$539.849 millones

Con cifras preliminares a septiembre, Procafecol registra ingresos operacionales (incluyendo ventas y otros) por **\$539.849 millones**, 5,6% más vs. 2023, y además mejoró su rentabilidad, con un Ebitda récord de **\$43.706 millones**, es decir, 8,3% de las ventas.

Este año se espera que las regalías transferidas al FoNC rondan los \$40.000 millones y que superen los \$260.000 millones desde su creación.

- **Tiendas en Colombia:** Este canal acumuló ventas por **\$316.226 millones** (8% más frente al mismo periodo de 2023), 60% de las ventas totales. Hay **373 tiendas** en Colombia, y se espera abrir unas 5 más en lo que resta del año.
- **Consumo masivo (canal moderno):** Registró ventas por **\$71.623 millones** (14% de las ventas totales) y mejoró sus márgenes para volverse más rentable.
- **Consumo masivo (canal tradicional):** Ventas por **\$24.639 millones** (15,6% más que el año anterior), que representan 5% de las ventas totales gracias a ejecución en punto de venta, mayor distribución y cobertura.
- **Canal institucional:** Ventas por **\$18.216 millones** (8,9% más frente al mismo periodo de 2023), que representan 3% del total, gracias a nuevos clientes y profundización de los existentes.
- **Mercado internacional:** Ventas por **USD 24,6 millones** (18% más vs. 2023), que representan 19% de todas las ventas; abarcan todos los continentes, y Estados Unidos, México, El Salvador y Turquía muestran los mayores crecimientos. Este año se espera concretar nuevas tiendas en Emiratos Árabes, México y República Dominicana.

Como acciones relevantes, destacan el lanzamiento de cafés de especialidad (geisha, caturra y bourbon rosado), innovación con nuevos productos, alianzas en artículos de marca con Stanley y Domenica, y nuevas tiendas en países como Dubái, México y República Dominicana.



Ventas de Almacafé a clientes distintos a la FNC crecen 14,9% a \$44.042 millones

Entre enero y septiembre, Almacafé tuvo ingresos totales de **\$99.689 millones (22% más vs. el mismo periodo del año anterior)**, de los cuales **\$50.646 millones** provinieron de la FNC y **\$44.042 millones** (14,9% más que en 2023) de otros clientes. El enfoque estratégico ha elevado 108% los ingresos por clientes distintos a la FNC en los últimos años.

La consolidación de su estrategia comercial segmentada por sectores estratégicos arrojó estos resultados:

Almacafé también registra un aumento del **112%** en la apertura de **nuevos negocios en 2024**, con **14 nuevos negocios** respecto al año anterior.



Agroindustrial

4 nuevos negocios

23 clientes en total entre fertilizantes, agroinsumos, azúcar y arroz.



Industrial

7 nuevos negocios

43 clientes en total incluyen energía, maquinaria, vehículos y materiales de construcción y ferretería, entre otros.



Consumo masivo

4 nuevos negocios

29 clientes en total Con clientes de producción y/o comercialización de alimentos y bebidas.



Café

33 nuevos negocios

108 clientes en total Para clientes de materia prima diferentes a FNC.



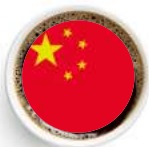
Otros aspectos por destacar son:

- **Nuevas alianzas comerciales estratégicas:** Se fortaleció el portafolio de servicios, promoviendo una mayor integridad en la cadena de suministro.
- **Centros de experiencia regional:** En julio se inauguró **Al Sur**, el primero de los 15 centros de experiencia regionales proyectados, lanzando también su propia marca de café.
- **Operación logística de Dios Mío Coffee:** Diseño de los productos (café en grano y molido, *k-cups* y cápsulas) y desarrollo del modelo logístico de comercialización en línea.
- **Marca Policía Nacional de Colombia:** Se brindó apoyo a la institución en el diseño y desarrollo de su marca de café.
- **Sostenibilidad Almacafé:** Se cumple con los criterios de evaluación de los cuatro pilares de la Auditoría de Comercio Ético de los Miembros de SEDEX (SMETA, las siglas en inglés: normas laborales; salud y seguridad; medio ambiente, y ética empresarial) y de programas de cafés sostenibles (estándares de trabajo, salud y seguridad, desempeño ambiental y ética empresarial).

CAFÉ DE COLOMBIA SE POSICIONA COMO “EL MEJOR CAFÉ DEL MUNDO”

Con base en su origen como determinante de calidad, el renombre y las ventas del café colombiano siguen potenciándose a nivel nacional e internacional.

A septiembre, Café de Colombia participó en **5 ferias internacionales**:



Hotelex 2024

Shanghái, China
27 al 30 de marzo.



Specialty Coffee Expo (SCA) 2024

Chicago, Estados Unidos
11 al 14 de abril.



Seminario internacional

Indicaciones Geográficas en el marco del 30 aniversario del Consejo Regulador del Tequila (CRT) y del 50 aniversario de la denominación de origen tequila.

Guadalajara, México
25 y 26 de abril.



The World Coffee 2024

Busan, Corea del Sur
1 al 4 de mayo.



The World Coffee 2024

Copenhague, Dinamarca
27 al 29 de junio.

En el **14° SCTA Coffee Forum and Dinner** en Basilea, el 3 y 4 de octubre, SCAJ **World Specialty Coffee Conference and Exhibition 2024** en Tokio, del 9 al 11 de octubre, y **Café Show Seúl**, del 6 al 9 de noviembre, se busca cerrar el año con la participación de la marca en **8 eventos internacionales**.

Se participó, siempre bajo el slogan “El mejor café del mundo (**The Richest Coffee in the World**)”, ante más de **461.988 profesionales** de la industria; se sirvieron **13.896 tazas de café** de 23 departamentos, y **108 exportadores** contaron con barras de degustación o peceras de catación para mostrar su producto y captar contactos comerciales.

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

- **Copa Antioqueña de Tostadores**, del 17 al 19 de julio en Medellín. Con una exposición de marca ante **1.500 asistentes** en esta competencia.
- **Campeonatos nacionales de Cafés Filtrados, Catadores y Cold Brew**, con **109 competidores** y 22 jueces embajadores del café de Colombia. En el último trimestre se desarrollarán los campeonatos de Baristas, Tostadores, Catación Juvenil, Olla y Arte Latte.
- **6 talleres de calidad y cómo reconocer un café 100% colombiano**: con la participación de **49 personas**, que pudieron comparar y apreciar las diferencias entre un café 100% colombiano y otros.

CAFÉ DE COLOMBIA MANTUVO SU ALIANZA CON PROCOLOMBIA, PARTICIPANDO EN 12 EVENTOS INTERNACIONALES Y 3 NACIONALES



A septiembre, la tienda en línea **comprocafedecolombia.com** alcanzó ventas por **\$160.030.047**, con **5.360** productos vendidos, un crecimiento de **25% en el volumen de pedidos**. Se celebró la tercera edición de su aniversario, ofreciendo descuentos exclusivos e impulsando 123% más ventas frente al aniversario 2023.



Y la segunda edición de la Semana del Café (Coffee Week, del 27 al 31 de agosto) logró **124%** más ingresos y **393%** más unidades vendidas.

Este año se inició una estrategia de comunicación con influenciadores llamada “Colombiano de Pura Cepa” para poner a pensar al público si el café que toman es 100% colombiano. En esta estrategia participaron **10 deportistas y un médico especializado**, desde Radamel Falcao hasta ganadores de medallas olímpicas.

Con 14 contenidos, la campaña ha alcanzado a **1.640.807 personas** con **173.713 interacciones**.

En las diferentes redes sociales se ha tenido contenido orgánico con un **alcance total de 13.547.522 personas y 137.157 interacciones**.

El programa 100% Café de Colombia ha seguido creciendo, con más de **890 marcas de café** en 107 países, gracias a una estrategia conjunta de la Dirección de Mercadeo y la Coordinación de Propiedad Intelectual basada en capacitar a la cadena productiva del café sobre la importancia del origen como determinante de la calidad y los beneficios de las denominaciones de origen y el logo Café de Colombia.



RETOS PARA 2025:

- **Seguir** dando a conocer la marca Café de Colombia® y apoyando a las 550.000 familias cafeteras colombianas.
- **Continuar** acciones y campañas para incrementar las ventas de las marcas que forman parte de www.comprocafedecolombia.com
- **Potenciar** el mensaje sobre la importancia de consumir café 100% colombiano dirigido a públicos jóvenes que aún no han desarrollado un sabor aprendido de café y resaltar la importancia de comprar productos colombianos.
- **Continuar** el programa 100% para elevar el número de marcas con denominación de origen, indicación geográfica protegida y el logo Café de Colombia.

5,340 ÁRBOLES/HA LA DENSIDAD MÁS ALTA DE LA HISTORIA

A septiembre, el parque cafetero alcanzó una densidad de siembra de 5,340 árboles/ha, la más alta de la historia en la caficultura colombiana, con 87,5% del área sembrada con variedades resistentes, gracias a la estrategia '**Más agronomía, más productividad, más calidad**', que promueve las mejores 8 prácticas agronómicas y las 7 labores del beneficio para mejorar la productividad y calidad del grano.

- La caficultura se mantiene joven, con una edad promedio de árboles de **6,68 años**.
- El estado fitosanitario, fortalecido con sondeos en campo, se mantiene sin riesgos de daño económico.



1.191.294 CONTACTOS DEL SERVICIO DE EXTENSIÓN CON CAFICULTORES

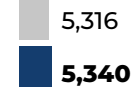
A septiembre, el Servicio de Extensión tuvo **1.191.294 contactos con caficultores** con métodos individuales (visitas a finca y en oficina) y grupales (reunión, demostración de método, foro, curso corto, gira, día de campo), cifra ligeramente superior a la del mismo periodo de 2023 (1.185.594).

Indicadores

2023 a sep. 2024 a sep.



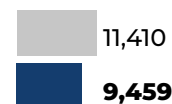
Densidad de siembra árboles/ha



Renovación de cafeteles ha



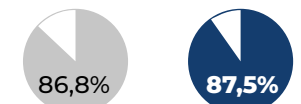
Nuevas siembras ha



Edad de los cafetales Años



Variedades resistentes % del área total en café



Fuente: Gerencia Técnica FNC.

Con el impacto de la variabilidad climática hasta 2024¹, Colombia mantuvo la producción promedio para los últimos 6 años (2019-2024¹) cercana a los **12,7 millones de sacos de café al año, con una productividad promedio de 18,3 sacos de café verde por hectárea.**

Por último, la renovación sigue siendo de vital importancia para la productividad y rentabilidad de la caficultura: a septiembre se reportó la **renovación y nuevas siembras de 67.466 hectáreas**, 11,5% más que en el mismo periodo de 2023.



Retos a futuro y metas asociadas

- Lograr **90%** del área cultivada en variedades resistentes, edad promedio inferior a **6,5 años**, densidad de siembra superior a **5.500 árboles/hectárea** y tasas de renovación anual cercanas a **14% del área cafetera.**
- Estabilizar la productividad promedio en **21 sacos** de café verde por hectárea, con volúmenes de cosecha que permitan una producción nacional de más de **14 millones de sacos de café verde al año.**
- Consolidar la calidad del café colombiano aplicando las 7 prácticas del beneficio húmedo del café, y seguir fortaleciendo el uso y aplicación del análisis de suelos.

¹ Para este año, se utilizan las cifras a 30 de septiembre (año cafetero 2023/24)

MÁS DE \$27.000 MILLONES ASIGNADOS EN 2024 PARA RENOVACIÓN DE CAFETALES

El Programa de Apoyo a la Renovación de Cafetales es de gran ayuda para que los productores mantengan una caficultura joven, productiva y rentable. A septiembre, se ejecutó 58% de los recursos.

Este programa busca impulsar las renovaciones mediante la entrega de un incentivo en especie (fertilizante) para conservar y estabilizar la producción nacional en volúmenes adecuados que favorezcan la rentabilidad por unidad de superficie. Las acciones del programa están enfocadas en:

1

Renovar la caficultura tecnificada **joven** que finaliza su ciclo productivo.

2

Renovar la caficultura tecnificada **envejecida** para incorporar estas áreas a la caficultura joven.

3

Sembrar nuevas áreas de café.


A septiembre, se incentivaron **67.916.185 árboles renovados o sembrados** en **11.881 hectáreas de café**, con una ejecución de recursos por casi **\$15.621 millones** (58% del total asignado para 2024), **beneficiando a 21.509 caficultores**.




 **21.509** caficultores

 **22.226** fincas

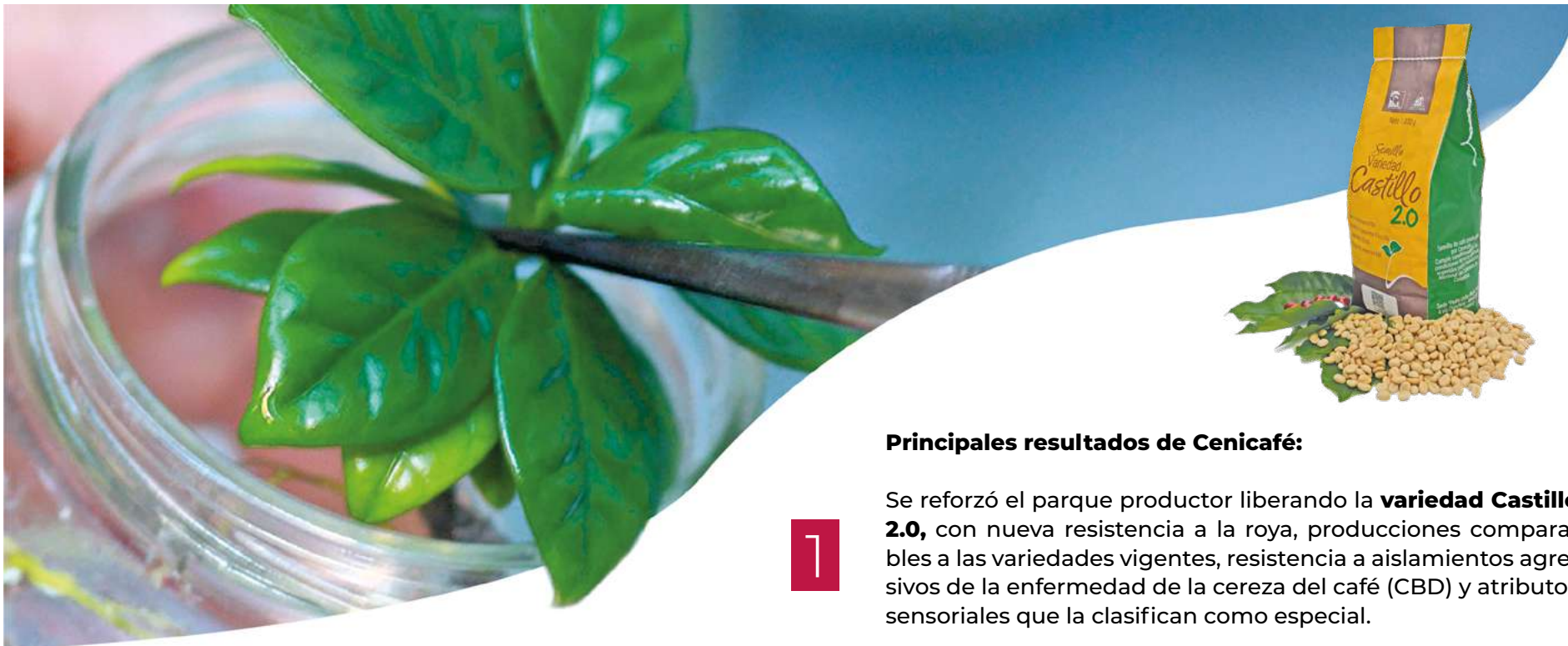
 **11.881** hectáreas

 **\$15.620.722.550** en recursos ejecutados

 Departamentos atendidos

 **67.916.185** árboles





LA CAFICULTURA TECNIFICADA ES
PILAR DE LA PRODUCTIVIDAD
**CENICAFÉ LIBERA
VARIEDAD CASTILLO 2.0**

La presencia de El Niño por 12 meses consecutivos desde el segundo semestre de 2023, con desvíos de la temperatura media del aire de entre +0,5 y +1 °C, aceleró el crecimiento de los cafetos, concentró las floraciones y promovió condiciones favorables de humedad del suelo, que mejoraron las expectativas de cosecha para sistemas de producción jóvenes, densos y con variedades mejoradas.

Principales resultados de Cenicafé:

- 1** Se reforzó el parque productor liberando la **variedad Castillo 2.0**, con nueva resistencia a la roya, producciones comparables a las variedades vigentes, resistencia a aislamientos agresivos de la enfermedad de la cereza del café (CBD) y atributos sensoriales que la clasifican como especial.
- 2** Se distribuyeron **78,4 toneladas de semilla** para renovaciones, con un cumplimiento del Acuerdo de Nivel de Servicio del 83%. Entre los comités que demandaron mayor cantidad destacan Tolima (9.948 kg), Cauca (9.914 kg) y Santander (9.317 kg.)
- 3** Los herbicidas seguros y con menores restricciones en el ámbito mundial fueron verificados, permitiendo **disminuir la dosis de glifosato hasta en un 50%**, mientras que se mejora la eficacia en el control de arvenses sin afectar la producción de café. Además, se evaluaron insecticidas químicos de nueva generación, ethiprole e isocycloseram, para el **control de broca**.

4

Se clasificaron **54 líneas genéticas mejoradas según su tiempo de madurez** (temprana, temprana-intermedia, intermedia-tardía y tardía), evidenciando diferencias en su tasa de respiración.

5

Se encontraron **plásticos biodegradables** aptos para almácigos de café.

6

Con la técnica de espectroscopía de infrarrojo cercano (NIRS) se diferencié espectralmente el café arábico del robusta para **desarrollar modelos de predicción** que permitan identificar mezclas.

7

Con vistas a la producción de cafés diferenciados, **se determinaron los efectos en la calidad de los diferentes estados de madurez del fruto en la cosecha**, la reserva antes del despulpado, fermentaciones prolongadas, interrupción de secado y procesamiento por vía seca.

8

Para fundamentar la **tecnificación y descarbonización de la caficultura**, promovidas por la Gerencia Técnica, se transfirieron al Servicio de Extensión **39 productos de investigación** para mejorar la productividad y la sostenibilidad económica y ambiental.



FNC REDUCE LA BRECHA DE INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL EN COLOMBIA

73% de los caficultores están bancarizados, en comparación con el 57% del promedio nacional en municipios rurales.

Gracias a la alianza entre la FNC y el Banco de Bogotá, más de 384.000 caficultores (73% de los productores) están bancarizados vía la cédula o tarjeta cafetera inteligente (CCI/TCI). En comparación, el acceso a cuentas de ahorro en municipios rurales en general es de 57%, según Banca de las Oportunidades.

En Tolima, Risaralda, Caldas, Nariño y Norte de Santander, más del 80% de los caficultores cuentan con CCI o TCI.

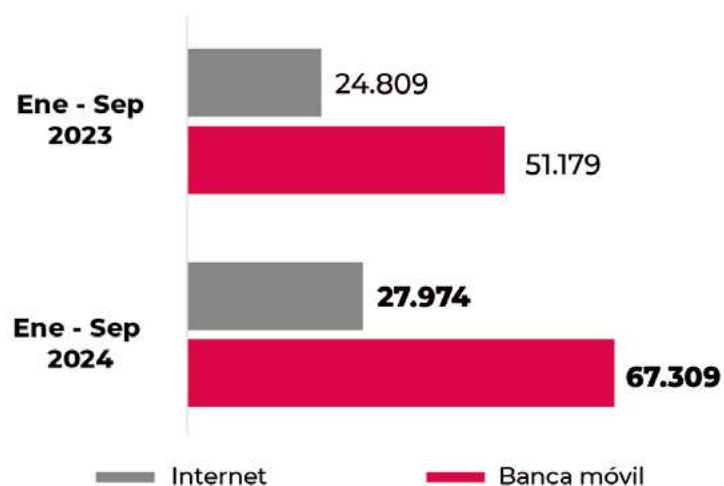
En cuanto a su uso en el Canal Cafetero de las cooperativas, entre enero y septiembre las com-

pras de café ascendieron a **\$32.559 millones, 16,7% más** que en el mismo periodo de 2023 (\$27,889 millones), y las dispensaciones de efectivo alcanzaron **\$649 millones**.

Desde 2022 se habilitaron las compras en línea con la CCI/TCI vía PSE, lo que aumentó las transacciones digitales con este medio. Entre enero y septiembre, las transacciones por internet y Banca Móvil crecieron 13% y 32%, respectivamente, vs. el mismo periodo de 2023.

En contraste, las transacciones en oficinas y corresponsales bancarios mostraron una disminución de 10% y 39%, respectivamente.

Transaccionalidad en canales digitales



Fuente: Gerencia Financiera y de Recursos Organizacionales.

Cafeteros se ahorran \$621 millones en retiros de otras redes

Gracias a beneficios como tarifas preferenciales, exención de cuota de manejo y retiros gratis, entre enero y septiembre los cafeteros se ahorraron **\$621 millones** en retiros realizados en cajeros de otras redes, lo que fomentó además un mayor uso de los cajeros, con **4,6 millones de transacciones** en los últimos 7 años.

Desde 2015, las tarifas preferenciales de la CCI/TCI se han traducido en ahorros por **\$425.000 millones** para los caficultores y la institucionalidad.



POR MÁS DE \$1,48 BILLONES,
67.040 CRÉDITOS
FINAGRO A CAFICULTORES

A septiembre, se otorgaron **67.040 créditos Finagro a caficultores por más de \$1,48 billones**, de los cuales 64,8% fueron a pequeños productores de ingresos bajos, 22,6% a pequeños productores, 11,3% a medianos y 1,4% a grandes.

El número de créditos es ligeramente inferior (2,9%) a los 69.021 otorgados entre enero y septiembre de 2023, pero el monto es 13% superior.

7.969 caficultores se beneficiaron de las tasas de interés preferenciales de las Líneas Especiales de Crédito (LEC), con ahorros por subsidios en tasa de interés por **\$13.570 millones**.

La labor de los extensionistas ha sido clave para que los cafeteros presenten al Banco Agrario y Bancolombia proyectos viables que requieran financiamiento con las condiciones y recursos definidos por Finagro. A septiembre, se alcanzaron **20.521 presentaciones por \$244.190 millones**, destinados principalmente a sostenimiento, nuevas siembras y construcción de beneficiaderos.

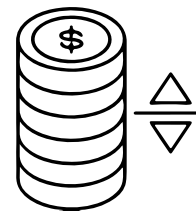


El Gobierno nacional, mediante circular 12 de Finagro, anunció la apertura de recursos a partir del 5 abril de 2024 por **\$50.000 millones para el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR)**, de los cuales \$40.000 millones son para pequeños productores de ingresos bajos con un apoyo de **40% de ICR** y para pequeños productores con **30% de ICR** sobre el valor de la inversión, mientras que para los medianos productores son \$10.000 millones con el **25% de ICR**.

GRACIAS A ALIANZA CON FNC
CARTERA TOTAL DE CRÉDITOS BANCO
AGRARIO CRECE A \$2,2 BILLONES

El Banco Agrario y la FNC, con apoyo clave del Servicio de Extensión, trabajan de la mano para garantizar el acceso de los caficultores a créditos acordes al ciclo productivo y a su perfil financiero.

A septiembre, la cartera total creció a **\$2,2 billones**, pero el índice de cartera vencida subió a 11,93% (vs. 7,31% un año atrás).



Desembolsos Banco Agrario
(\$ millones)

Ene-sep 2023	\$ 618.551	VARIACIÓN -4,5%
Ene-sep 2024	\$ 590.972	



INICIATIVAS DE INNOVACIÓN

ECONÓMICO



Chatbot¹ cafetero en WhatsApp:

Este chat automatiza procesos de preinscripción a programas, solicitudes de certificados contables y consultas al Mecanismo de Compensación del Ingreso Cafetero, superando las 60.000 conversaciones en el año.

Chatea Cenicafé:

Cenicafé y el área de innovación desarrollaron un chatbot con inteligencia artificial para responder consultas de caficultores y extensionistas, brindando acceso continuo a información de investigaciones con un piloto de 12 publicaciones clave para generar respuestas precisas y confiables en tiempo real.

Bootcamp² de innovación en Antioquia:

En colaboración con el Comité de Antioquia, el Sena y Analdex, se estructuró un *bootcamp* de innovación para jóvenes líderes, brindándoles habilidades en innovación y adaptabilidad para enfrentar los desafíos gremiales, económicos y ambientales.

¹ Chatbot es un programa informático que simula una conversación con humanos.

² Los *coding bootcamp* son programas intensivos de desarrollo de software.

REPUTACIÓN Y PRESENCIA EN MEDIOS DE FNC SE FORTALECEN

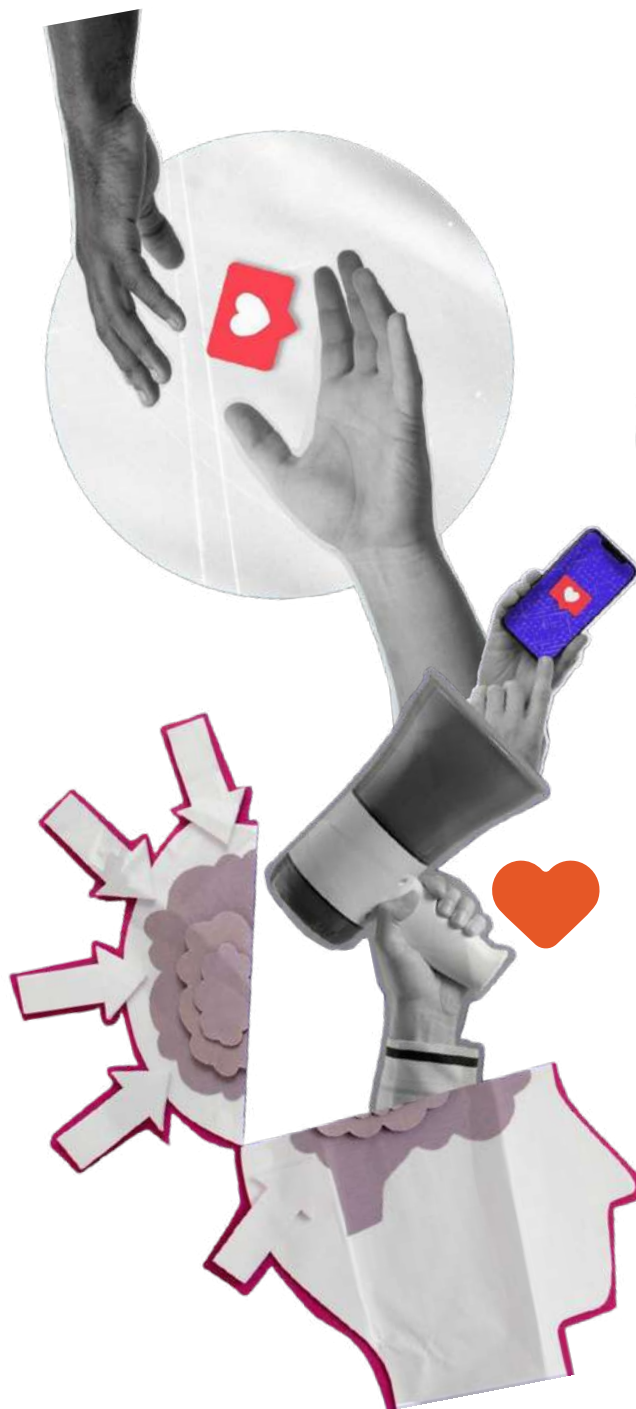
Repuntamos 22 lugares en índice Merco

En el principal medidor de las empresas con mejor reputación corporativa del país, Merco, entramos de nuevo al top 50 al ocupar la **posición 47**, ascendiendo 22 puestos en el último año.

Recorrimos la Colombia cafetera

Uno de los segmentos más destacados en nuestras comunicaciones fue el recorrido por la Colombia cafetera junto al gerente general, Germán Bahamón, espacio en el que visibilizamos su cercanía con los caficultores de todas las regiones como parte de la estrategia *Un Café con Germán en la Región* para fortalecer la presencia y el liderazgo de la FNC.

Estos encuentros nos acercan a las comunidades caficultoras y **permiten compartir las necesidades y avances del sector en tiempo real**, posicionándonos como la voz oficial de los caficultores.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL: REDES SOCIALES CONSOLIDAN NUESTRA COMUNICACIÓN

En el último año, nuestras redes sociales mostraron importantes avances en alcance, interacciones (*engagement*) y posicionamiento estratégico. Se han convertido en herramientas fundamentales de comunicación, logrando conectar con las familias caficultoras, ampliar audiencias y fortalecer relaciones con aliados estratégicos.

El crecimiento es el resultado de una estrategia liderada por la Gerencia General, en coordinación con el equipo de Comunicaciones, que ha enfocado sus esfuerzos en contenidos **relevantes, de impacto y segmentados**.





Facebook es puente con las familias cafeteras

Con 33,7% más seguidores, se consolidó como nuestra red social con mejor penetración entre las familias cafeteras, reforzando su papel de plataforma-puente para **informar, orientar y fortalecer la conexión**.

En octubre de 2024 alcanzamos **115.000 seguidores**, 29.000 o **33,7% más** vs. los 86.000 de oct. de 2023.

X (antes Twitter)

Esta plataforma se mantiene como un canal estratégico para **informar y ser la fuente oficial de la FNC**, jugando un rol clave en visibilizar la presencia mediática y posicionar a Germán Bahamón como el vocero de los caficultores colombianos ante el país y el mundo.

2.800 nuevos seguidores (6,2% más), al pasar de 45.500 en oct. 2023 a 48.300 en oct. 2024.

Instagram

Generamos **admiración y conexión** con la marca FNC y la caficultura colombiana. Para conectar con públicos estratégicos: clientes de Café de Colombia y otros actores de la

industria como tostadores y baristas, esta red ha sido la **principal vitrina para promover el café colombiano y la institucionalidad cafetera** a nivel nacional e internacional.

El número de seguidores creció **51,3% (12.790 nuevos)**, de 24.910 en oct. de 2023 vs. los 37.700 de 2024.

Destacado: '100% colombiano por favor'. Con la serie *100% colombiano por favor*, la FNC recorrió las diferentes regiones cafeteras del país para mostrar tiendas de café de especialidad e impulsar el consumo en este segmento.

17 videos cortos (*reels*) en Instagram y **6.000** interacciones.

LinkedIn

Somos referente institucional nacional y mundial

Esta plataforma profesional ha sido clave en posicionarnos como un referente en la industria cafetera y consolidar nuestro liderazgo en el ámbito empresarial y gremial, buscando **cautivar y generar interacciones** con públicos estratégicos.

35.521 nuevos seguidores, 39,3% más, al pasar de 90.401 en

oct. de 2023 a 125.922 en oct. de 2024.

TikTok

Como nuestra red más reciente, TikTok nos visibiliza como una **institución renovada, cercana y moderna**, especialmente entre las nuevas generaciones.

Con más de **13.500 me gusta**, compartimos temas actuales de manera innovadora, en sintonía con tendencias juveniles y con formatos visuales creativos. Buscamos cautivar a audiencias jóvenes y generar fuertes interacciones.

Destacado: Colaboraciones con jóvenes cafeteros. En una de las acciones más innovadoras, apostamos por la colaboración con jóvenes cafeteros para generar contenido atractivo, conectando con una audiencia juvenil, dinámica y altamente interactiva. No solo visibilizamos a los nuevos cafeteros, sino que captamos la atención de una generación que se está acercando al mundo del café.

Tati Rueda

@tatianarueda028
733.557 visualizaciones
9 publicaciones

Velásquez El Cafeterito

@velasquezelcafeterito
16.592 visualizaciones
5 publicaciones



WhatsApp

Como importante lanzamiento, con esta plataforma **fortalecemos nuestra presencia y mejoramos el vínculo con las nuevas generaciones de caficultores** y otros públicos del sector.

Es una de las más usadas por las familias cafeteras en zonas rurales, lo que nos acerca a nuestro principal grupo objetivo, ofreciendo información directa y transmitiendo eficazmente las acciones institucionales.

El canal fue lanzado en marzo de 2024 y, desde entonces, ha acumulado más de **4.300 seguidores** hasta octubre de 2024.

Youtube

72.822 suscriptores

Destacado: **Café al Aire** (pódcast Institucional de la FNC)
7.238 reproducciones
8 capítulos





SOCIAL

MÁS BIENESTAR

COMITÉ DE EQUIDAD DE GÉNERO SE INAUGURA CON PARTICIPACIÓN DE 16 LÍDERES GREMIALES

Es un hito en la implementación y seguimiento de la política de equidad de género de la FNC.

La hoja de ruta hacia el desarrollo sostenible, inspirada y fortalecida por la política de equidad de género, el empalme generacional y el impulso al desarrollo de infraestructura vial, social, de vivienda y saneamiento básico, refleja el compromiso de transformar las condiciones de vida en las regiones cafeteras, generando un cambio real y duradero para sus comunidades.

Entre las personas beneficiadas con las acciones implementadas por el equipo de Desarrollo Social, **60,2%** son productores cafeteros activos, **12,2%** son miembros de un hogar cafetero y **27,6%** son otros beneficiarios conectados con el ecosistema cafetero¹.

Estos beneficiarios muestran una distribución equitativa por género, son más jóvenes que el promedio cafetero, tienen mayor nivel educativo y viven con mayor intensidad en la ruralidad; además, el **83,8%** está registrado en el Sisbén.



¹ Esta caracterización se hizo a partir del reporte uno a uno de 9.053 beneficiarios, que entregaron los comités departamentales a la Dirección de Desarrollo Social con corte a 30 de agosto 2024.

Una característica relevante de los caficultores en los programas de Desarrollo Social es su **mayor conexión con la institucionalidad cafetera**, reflejada en su mayor participación electoral (79,1% vs. 55,8% del promedio cafetero), mayor liderazgo gremial (17,6% vs. 1,5%) y su mayor participación en programas o certificaciones de café sostenible (63,1% vs. 36,9%).

Un hito este año ha sido la inauguración del Comité de **Equidad de Género**, con la participación de 16 líderes gremiales, para implementar y dar seguimiento a la política de equidad de género de la FNC, y en particular apoyar la implementación de 3 grandes programas: i) Yo Amo a mi Familia Cafetera, ii) Mujeres Liderando la Caficultura y iii) Café de Mujeres.

Con las acciones promovidas en el marco de las estrategias de esta política, se han beneficiado más de **2.150 familias y 4.600 mujeres**; la reducción frente a ejercicios anteriores se debió a finalización de proyectos, cambios de administración en los entes territoriales y a que no se envió recursos a los departamentos, cuyos comités priorizaron otras actividades.

LÍNEA ESTRATÉGICA	BENEFICIARIOS
Transformación cultural	1.100 familias
Autonomía y empoderamiento económico	2.500 mujeres
Participación y representatividad	1.700 mujeres
Acceso a la salud integral	400 mujeres
Vida libre de violencias	850 familias
Mejoramiento de vivienda	200 familias

TOTAL: 2.150 familias - 4.600 mujeres

En el marco de **Cafés de Colombia Expo 2024**, la FNC reconoció a tres mujeres por la calidad de su café para exaltar su aporte a la economía del cuidado y promover su autonomía y empoderamiento económico, y abrió espacio a 10 marcas de café de mujeres para facilitar su comercialización.

El **empalme generacional** sigue siendo clave para la FNC. Entre enero y septiembre, un total de **4.424 jóvenes** participaron en proyectos de empalme generacional y familiar.

Resalta como acción estratégica la alianza entre la FNC y Solidaridad Network, que trabajaron con **194 jóvenes de 18 departamentos** para identificar los desafíos que enfrentan en ecosistemas cafeteros y definir nuevas estrategias para impulsar la permanencia de los jóvenes en el campo y la caficultura.



LÍNEA ESTRATÉGICA	BENEFICIARIOS
7 encuentros regionales para validar la visión y retos de los jóvenes en la caficultura.	200 jóvenes
Encuentros regionales con jóvenes en Magdalena, Quindío y Cundinamarca.	314 jóvenes
Proyecto Semillas del Futuro en Antioquia.	144 niñas y niños
Proyecto El Café un Universo de Oportunidades en Cauca, que apoya la construcción de proyectos de vida.	300 jóvenes
Huila, con su estrategia Chapoleritos, compartió formación en catación y conocimiento del café a niños del departamento.	200 niños y niñas
Santander y Cauca ejecutan proyectos que combinan capacitación con entrega de insumos para establecer cultivos.	566 jóvenes
Actividades de capacitación con jóvenes del Tolima; foros jóvenes proyecto agua y Escuela Regional del Café.	968 jóvenes
Participación en la Feria Cafés de Colombia Expo en eventos de reconocimiento, venta de café y formación.	191 jóvenes
TOTAL: 2.883 niños, niñas y jóvenes.	



3.657 OBRAS DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA, SANEAMIENTO BÁSICO, INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y ENERGIZACIÓN

Pese a baja ejecución de aliados locales, la cifra es 4,2% superior a la del mismo periodo de 2023.

Entre enero y septiembre se ejecutaron 224 proyectos de **infraestructura** en vías, vivienda, saneamiento básico y social, con una inversión de **\$34.566 millones**, beneficiando a **44.048 personas**.

Se completaron **3.657** obras de mejoramiento de vivienda, saneamiento básico (acueductos, suministros de agua, potabilización y alcantarillado), infraestructura social y energización, **4,2% más** que en el mismo periodo de 2023; más de **12,7 km de placa huella construidos** (vs. 17 km en 2023), y **1.057 km de vías rurales mejoradas** (vs. 3.400 km en 2023).

La reducción en estas cifras vs. 2023 se debió a las actuales políticas nacionales de contratación de infraestructura rural y a la baja ejecución de Alcaldías y Gobernaciones en sus primeros dos años de gestión.

Mejor educación cafetera

Se socializó la **Política de Educación** en todos los departamentos cafeteros, definiendo un plan de trabajo para 2025 y complementando programas de educación formal, superior, técnica e informal que apoyan la caficultura.

Más de **8.700 estudiantes** se han formado con la metodología de Escuela y Café y en contenidos de emprendimiento, liderazgo y generación de valor.

La Fundación Manuel Mejía (FMM) ha formado a más de **4.400 personas** con programas educativos, y con la FNC y los comités departamentales ha atendido a más de 180 personas con diplomados, cursos y talleres.

Alianzas estratégicas para beneficio cafetero

En 2024 destaca el convenio con Enlaza (Grupo de Energía de Bogotá), con quienes se gestionan tres proyectos: dos para obras por impuestos (mejoramiento de infraestructura educativa y vías terciarias), y uno para fomentar el turismo cultural (junto con la Corporación Colombia Crea Talento y el Fondo Cultural Cafetero).

La alianza con la Fundación Éxito promueve la seguridad alimentaria y nutricional de 100 familias cafeteras, mejorando la producción de alimentos en finca y el consumo adecuado.

Y se implementaron proyectos de seguridad alimentaria, brigadas de salud (reproductiva, oral, visual, vacunación y optometría, entre otros) y programas para prevenir el trabajo infantil y mejorar la seguridad laboral en las fincas, beneficiando a más de **6.300 personas** con la estrategia **“Mi finca, un entorno saludable y seguro”**.



INICIATIVAS DE INNOVACIÓN

SOCIAL



Innovación en equidad de género:

El proyecto **“De la finca a la marca”**, en alianza con la Universidad Sergio Arboleda, capacita a mujeres caficultoras en creación y posicionamiento de marca y mercadeo digital, brindando apoyo para posicionar sus productos en el mercado.

Empalme generacional:

El proyecto **Una Nueva Generación de Empresarios Cafeteros**, en Santander, involucra a estudiantes rurales en campamentos educativos sobre caficultura y emprendimiento, motivando la sostenibilidad y el arraigo en el sector.



AMBIENTAL

MÁS COMPETITIVIDAD

FNC LIDERA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DE LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ

La caficultura colombiana se adapta al cambio climático y genera valor agregado a la cadena de producción.

Atendiendo una recomendación del Congreso Cafetero, la Dirección de Gestión Ambiental lideró la construcción de la **política de sostenibilidad ambiental de la FNC**, que busca impulsar la **acción climática, la bioeconomía circular y el desarrollo empresarial sostenible**, líneas estratégicas de la Dirección.

Acción por el clima

La FNC inició la primera fase del plan de descarbonización del sector cafetero, priorizando **la medición de la huella de carbono en la cadena de valor del café** para cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y el Acuerdo de París.

Entre enero y septiembre se sembraron más de **620.000 árboles** (35% más que en el mismo periodo de 2023) y se conservaron 91.000 hectáreas de bosques, gracias a alianzas con Nestlé, PUR y Tim Hortons. En Alianza con Nestlé, se ha apoyado la

siembra de más de **1,35 millones de árboles** en Antioquia, Risaralda y Valle desde 2022.

En colaboración con Tim Hortons, se formalizaron **928 acuerdos de conservación para proteger 1.472 hectáreas**, y se entregaron filtros de agua y sistemas de beneficio ecológico en las fincas para ahorrar agua.

La FNC también exploró nuevos modelos de créditos de carbono y conservación de biodiversidad mediante acuerdos con Reseed, Preserva Colombia y Terrasos.

Bioeconomía circular

La FNC promovió la gestión integral del agua, la producción sostenible y la caficultura regenerativa, alcanzando, a septiembre, **20.656 fincas con siembra a través de pendiente y 18.166 con coberturas nobles**.

Se caracterizaron **198.882 beneficiaderos**, con 64,5% en transición a procesos ecológicos y 24,5% ya 100% ecológicos.

El consumo promedio es de **15,3 l/kg de cps** vs. los 40 l/kg de cps de un beneficiadero tradicional, lo que representa un ahorro anual de agua de **8,9 millones de m³**, equivalente al consumo de un municipio de 244.000 habitantes como Tuluá o Dosquebradas.

Como complemento, la FNC elaboró una guía ambiental para la sostenibilidad de las centrales de beneficio, enfocada en maximizar los beneficios ambientales de este modelo de compra de café cereza.

La FNC también participó como gremio líder en el Comité Directivo y Técnico del Proyecto GEF7-CGSM para conservar la Ciénaga Grande de Santa Marta, junto con la Embajada de los Países Bajos y USAID, con el objetivo de optimizar el uso del agua y la conectividad ecológica en zonas cafeteras. El presupuesto total del proyecto es de **USD 8,22 millones**, de los cuales USD 341.166 están destinados a soluciones tecnológicas (tanque tina, Ecomill®, filtros verdes, etc.) para los caficultores.



FNC, PRESENTE EN LA COP16

El sector cafetero liderado por la FNC estuvo presente en la COP16, aportando a por lo **menos 10 de las 23 metas del Marco Mundial de Biodiversidad** y compartiendo esos logros en la **Agenda Académica y Técnica** de la COP16.

Entre las metas se destaca mejorar la biodiversidad y la sostenibilidad en la agricultura (meta 10) y reducir la contaminación a niveles que no sean perjudiciales para la biodiversidad (meta 7).



Desarrollo empresarial sostenible

La FNC impulsó la debida diligencia y la conducta empresarial responsable, alineada con la normativa europea EUDR, y en adelante recibirá la cooperación técnica de la FAO para promover una caficultura libre de deforestación. También implementó el análisis de doble materialidad para evaluar impactos sociales, ambientales y financieros, consolidando la gestión sostenible.

Buencafé redujo su consumo de energía y agua por tonelada de café en 6% vs. 2023.

Almacafé actualizó su metodología para identificar y valorar aspectos ambientales, mientras que Procafecol avanzó hacia el objetivo de cero emisiones netas de carbono para 2050; en economía circular sirvió **163.517 bebidas en vasos reutilizables** (Vaso Reúso), y con el programa “No rompas el ciclo de la sostenibilidad” certificó el aprovechamiento de 51 t de reciclables y 170 t de residuos orgánicos en 42 tiendas de Bogotá y la planta de producción.

La educación ambiental se fortaleció con la tercera entrega del Diplomado en Gestión Ambiental Integral, que benefició a más de **700 caficultores de seis departamentos**.

INICIATIVAS DE INNOVACIÓN

AMBIENTAL



Se construye la política de sostenibilidad ambiental de la FNC para impulsar la acción climática, la bioeconomía circular y el desarrollo empresarial sostenible como líneas estratégicas.



GOBERNANZA

MÁS UNIÓN Y GREMIALIDAD



FNC PRESERVA UNA INSTITUCIONALIDAD SÓLIDA

Con diversas iniciativas de gobernanza, capacitación y optimización tecnológica, la institución potencia el liderazgo cafetero en las regiones.

11 encuentros Café con Germán en la Región

Para rendir cuentas y estar más cerca de las regiones, a septiembre hubo 11 encuentros Café con Germán en la Región con **2,359 líderes** municipales y departamentales. En ellos, con un diálogo abierto y constructivo para trabajar por **Más Federación**, el gerente compartió su visión del futuro de la caficultura, enfocándose en impulsar el desarrollo económico de las familias cafeteras, discutiendo propuestas como las centrales de beneficio, promoviendo la asociatividad y la industrialización del café.



18 talleres de capacitación para +800 representantes

En **18 talleres** en diversas regiones participaron más de **800 líderes** municipales y departamentales, quienes recibieron información y capacitaciones en institucionalidad, mercado y coyuntura cafetera, y código de ética y buen gobierno, destacando la importancia de gestión de recursos y la construcción participativa de planes de desarrollo territorial.

Se escucharon opiniones sobre las propuestas actuales de la FNC como son las centrales de beneficio y los centros regionales de industrialización.



Edición 447 del pódcast *Café al día* y 5ta del videopódcast *Café al aire*

En su quinto año, el pódcast *Café al Día* alcanzó su **edición 447** en su labor de ofrecer información actualizada y noticias del acontecer cafetero, además de música y reflexiones, todo en un formato alegre y ameno. Además de las plataformas tradicionales, este año se comenzó a transmitir en Spotify.

Se lanzó el videopódcast *Café al aire* en YouTube, alcanzando 5 episodios con invitados e historias destacadas del sector cafetero nacional.



Más de 1.500 exportadores con registro vigente ante la FNC

El registro de exportadores de café en Colombia alcanzó un nivel histórico, con **más de 1.500 exportadores con registro vigente** a septiembre de 2024, 608% más en la última década, lo que muestra que más personas incursionan en la exportación de café.

La industria cafetera también ha mostrado dinamismo, con **598** establecimientos con registro vigente, 119% más que hace 10 años, incluyendo 273 trilladoras, 319 tostadoras y 6 fábricas de café soluble.

Crece 27% exportación de pequeñas cantidades

Entre enero y septiembre, las exportaciones de café en pequeñas cantidades, bajo la modalidad de envíos urgentes o tráfico postal, alcanzaron **160,169 kg** (verde, tostado, soluble y extracto), **27,5%** más que en el mismo periodo de 2023, a través de **10,148 operaciones** realizadas por **440 exportadores**.

Preservando el acceso a mercados internacionales

La FNC sigue adoptando medidas de prevención y controles para cumplir las disposiciones sanitarias y de acceso a mercados como Japón, Estados Unidos, China y los de la Unión Europea, lo que incluye límites máximos de residualidad (ej. clorpirifós) y registro de plantas trilladoras.

Atentos a reformas y decretos en beneficio del sector

La Dirección Jurídica se ha mantenido activa en el análisis de iniciativas legislativas en Colombia, especialmente las que afectan al sector cafetero y agrícola. En la legislatura 2024-2025, la FNC ha enfocado sus esfuerzos en temas cruciales como la reforma laboral y la jurisdicción agraria.

En colaboración con otros gremios, se logró eliminar artículos sobre el Contrato Agropecuario que no reflejaban la realidad del mercado laboral en el campo.

Y se ha colaborado con la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) y el Ministerio de Agricultura en el debate y la construcción de propuestas para el Proyecto de Ley de Jurisdicción Agraria.





FEPCAFÉ, LISTO PARA PROTEGER EL INGRESO DEL PRODUCTOR CUANDO SE REQUIERA

Se creó y habilitó el Mecanismo de Compensación del Ingreso Cafetero (Mecic) entre el 2 de mayo y el 31 de agosto; sin embargo, el comportamiento del precio evitó su activación.

Mediante Resolución 01 de 2024, y con recursos por **\$100.000 millones**, el Comité Nacional del Fondo de Estabilización de los Precios del Café (Fepcafé) creó y habilitó el **Mecanismo de Compensación del Ingreso Cafetero (Mecic)**.

Este mecanismo otorga una compensación económica directa al caficultor para aliviar pérdidas temporales causadas por caídas en el precio interno, y estuvo habilitado entre el **2 de mayo y el 31 de agosto 2024** para proteger la cosecha del primer semestre.

Sin embargo, los cambios en el mercado de café revirtieron la tendencia a la baja del precio interno y lo alejaron del costo medio de producción, lo que evitó la activación del mecanismo.

Se monitorean permanentemente las condiciones del mercado y se tiene las capacidades técnicas, operativas y tecnológicas dispuestas para su activación si las condiciones del mercado así lo ameritan.

También se avanzó en la estructuración de un Plan de Gestión Integral de Riesgos, cuyo objetivo es promover acciones integrales para enfrentar los riesgos agroclimáticos, financieros y de mercado que afectan el ingreso cafetero.

Este plan se implementará por fases, con acciones en dos componentes transversales: ampliación de capacidades financieras e incentivo al ahorro.

En 2024, se implementó la metodología de estimación del costo medio de producción aprobada por el Comité Nacional, sobre la cual se actualiza y publica cada mes el costo medio de producción de la caficultura para los mecanismos del Fepcafé.

De forma complementaria, se inició un plan de mejora de esta metodología con tres acciones: I) Ampliación de la base de 2.000 a 2.500 productores. II) Entrega de resultados anuales consolidados. III) Inicio de una encuesta nacional de costos con muestras aleatorias con mayor representatividad de toda la caficultura.





PCCC RECIBE RECURSOS GRACIAS A EJEMPLAR GESTIÓN INTERINSTITUCIONAL

Como líder de la institucionalidad del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC), la FNC realizó en marzo de 2024, en Pereira, la reunión presencial del Comité Directivo Nacional y del Comité Técnico Departamental del PCCC para generar un espacio de conocimiento con los nuevos alcaldes y gobernadores de este patrimonio mundial.

Mostrando la importancia y los desafíos de la gestión compartida del PCCC y las disposiciones legales para su inclusión en los planes de desarrollo territoriales, la reunión tuvo 120 asistentes en

representación del Gobierno nacional y los departamentos del PCCC.

En agosto, se llevó a cabo la 7ª reunión de la Comisión Técnica Intersectorial del Paisaje Cultural Cafetero (CTIPCCC), con la participación de los ministros de las Culturas y Comercio; los gobernadores y directores de las corporaciones autónomas regionales de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca; el director del DNP y el gerente de la FNC, aprobando el 7º Informe de la CTIPCCC y la propuesta de actualización del Plan de Manejo del PCCC.

Destacaron los siguientes resultados en torno a los objetivos del Plan de Manejo reportados por las entidades cogestoras del PCCC entre julio de 2023 y abril de 2024:

- **\$195.000 millones** invertidos en mejora y/o construcción de infraestructura.
- **\$7.600 millones** en proyectos de promoción, difusión y fortalecimiento turístico.
- **\$10.300 millones** en programas de difusión de tradiciones culturales y apropiación social.
- **\$3.046 millones** en programas de relevo generacional.
- **\$60.524 millones en 235 proyectos** gestionados por la FNC con aliados públicos y privados.
- **\$19.000 millones** invertidos en actividades del Programa de Sostenibilidad Ambiental del PCCC, interviniendo **700 ha con herramientas de manejo del paisaje** y capacitando a más de **42.000 personas** en temas ambientales.





INICIATIVAS DE INNOVACIÓN

GOBERNANZA



Reto interno de innovación:

En la FNC, Almacafé y Procafécol se implementaron 16 proyectos para optimizar procesos digitales y operativos, aumentando la eficiencia organizacional y la capacidad de respuesta. Y con el programa **Innovación del 20%**, se fomentan soluciones creativas vía automatización y desarrollo de aplicaciones.

Fortalecimiento del sistema de innovación:

En alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá, la FNC y Almacafé trabajan en una ruta de buenas prácticas en innovación para fortalecer procesos y ampliar redes de contacto.



ALIANZAS

ESTRATÉGICAS

FNC EJECUTA PROYECTOS DE DESARROLLO POR \$123.600 MILLONES

La cifra es ligeramente inferior a la del mismo periodo de 2023, pero el apalancamiento de recursos del FoNC aumentó de 3,3 a 3,8, una ejecución más eficiente del recurso propio gracias a aliados clave.

La **Dirección de Alianzas y Proyectos** siguió identificando iniciativas alineadas con la estrategia de valor de la FNC para atender las necesidades y nuevas oportunidades para los caficultores.

Entre **enero y septiembre** se concretaron 257 nuevos proyectos y se ejecutaron **729**, con al menos 323 aliados, por **\$123.600 millones, monto ligeramente inferior al del mismo periodo de 2023.**

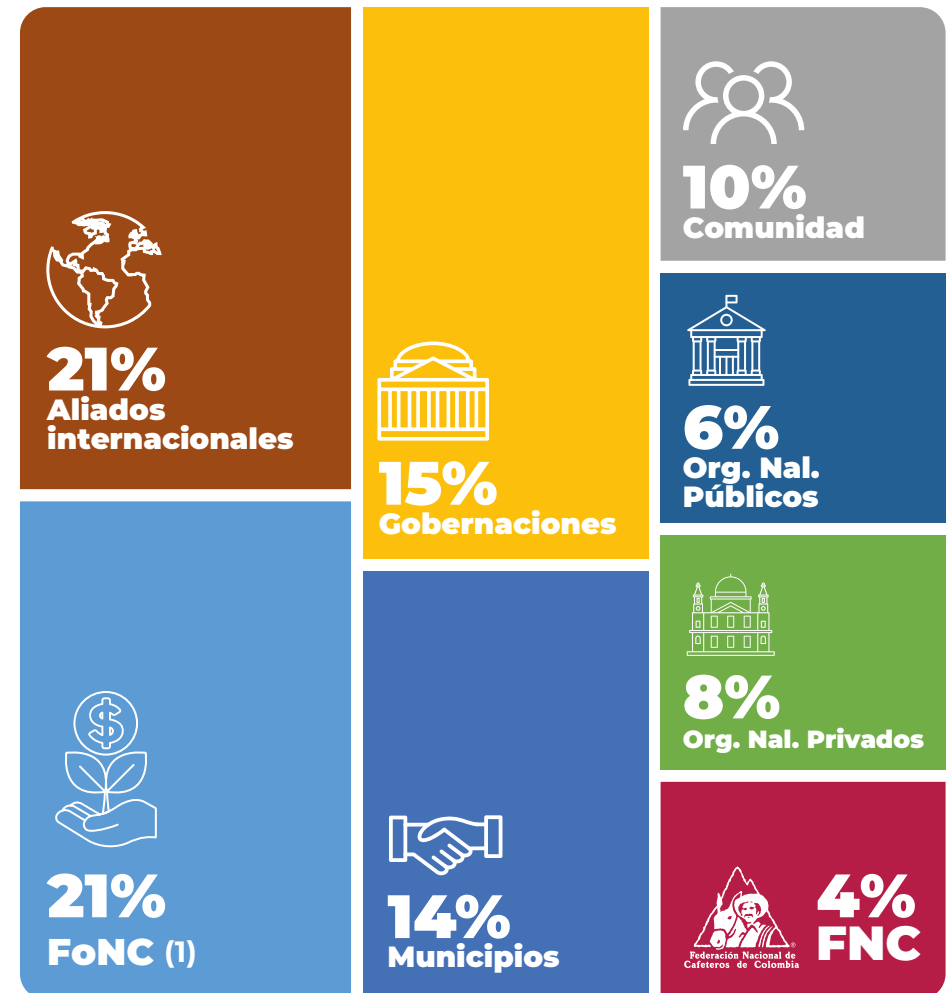
No obstante, la FNC multiplicó por **3,8** los **\$23.621 millones¹ (20,8%)** aportados por el Fondo Nacional del Café (FoNC), lo que refleja una mayor eficiencia en la ejecución del recurso propio gracias a aliados clave.

Los aliados **internacionales**, con **\$24.086 millones (21,2%** del total de recursos), y las **Gobernaciones**, con **\$16.661 millones (14,7%)**, se consolidan como los mayores cooperantes para proyectos de desarrollo con excelencia.

En sintonía con el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, se implementaron 26 proyectos con Gobernaciones, 188 con Alcaldías y 12 con entidades públicas: en total 226 proyectos por más de **\$39.621 millones**, alineados con la **transformación del sector agropecuario para producir más y mejores alimentos**, incluyendo pequeños productores y utilizando ciencia, tecnología e innovación.

Vía el Sistema General de Regalías (SGR) se ejecutaron proyectos por más de **\$17.000 millones**, es decir, **30%** del total de ejecución con entidades nacionales, destinados a mejoras de productividad, costos y primas adicionales sobre el precio del café.

Participación por tipo de aportante



¹ Para el cálculo, se excluye la ejecución del Programa de Renovación Nacional con recursos del FoNC (\$9.900 millones), pues con esta cifra no se apalancan recursos de terceros.

Con recursos de **32 aliados internacionales**, la FNC ha ejecutado **42 proyectos recurrentes** por más de **\$24.086 millones**, entre los que destacan Starbucks, Nestlé, Pur Project, Nestrade S.A., la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo (USAID), y la Agencia de Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ).

Uno de los proyectos destacados es la colaboración con el **Programa Naturaleza Productiva de USAID**, que busca apoyar a **1.000 caficultores** del

Magdalena con una inversión de más de **\$1.700 millones**, para mejorar la conectividad ecosistémica y biodiversidad mediante soluciones basadas en la naturaleza. En Santander, el mismo programa espera beneficiar a **650 caficultores**, de los cuales la mitad serán mujeres, con una inversión de más de **\$800 millones**.

También se trabaja con dos aliados de Estados Unidos: 1. Con **The Coffee Source** en fortalecimiento de escuelas rurales, y 2. Se prepara una propuesta investigativa

para la Convocatoria Spencer, diseñada en conjunto con **la Fundación Manuel Mejía (FMM) y la Universidad del Rosario** para conocer las aspiraciones de jóvenes en tránsito a la adultez y el empalme generacional.

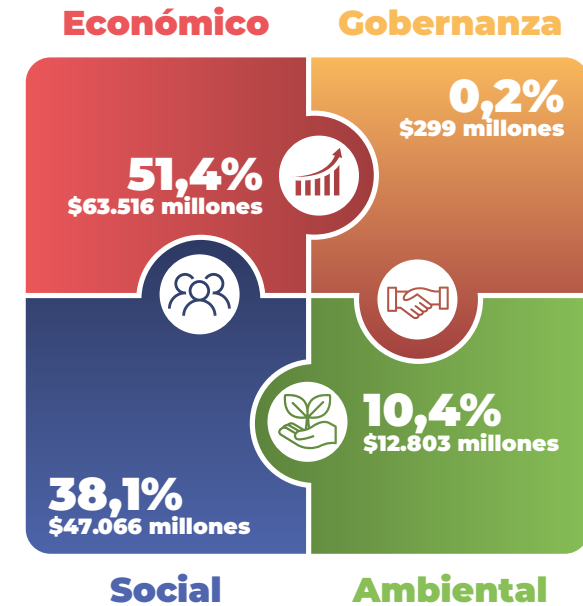
Con cuatro aliados japoneses (**Key Coffee, Marubeni, Ishimitsu y Typica**) se trabaja en mejorar la calidad del agua en escuelas rurales, inclusión de personas con discapacidad, manejo de fertilizantes e innovación de productos productivos.



EJE ECONÓMICO ES EL DE MAYOR EJECUCIÓN DE RECURSOS

En cuanto a la distribución de recursos por eje de la estrategia de valor de la FNC:

- El eje **económico** sigue siendo el de mayor ejecución en proyectos, con **\$63,516 millones (51,4%)**, donde la renovación de **cafetales** representa el **58%** de dichas inversiones del eje.
- En el social se ejecutaron **\$47,066 millones (38,1%)** en proyectos, de los cuales 73% fueron para inversiones en **infraestructura vial y de vivienda**, saneamiento básico y energización, entre otros.
- En el eje **ambiental** se ejecutaron **\$12,803 millones (10,4%)**, de los cuales **54%** fueron para **adaptabilidad a la variabilidad climática**.
- En el de **gobernanza** se ejecutaron **\$299 millones (0,2%)**, destinados en su totalidad a **capacitación y liderazgo** gremial.



Al mismo tiempo, la Dirección de Alianzas y Proyectos sigue trabajando en mejorar los resultados de los indicadores del Cuadro de Mando Integrado (CMI), alineados con la estrategia de valor de la FNC.

CMI ALIANZAS Y PROYECTOS



ÍNDICE DE APALANCAMIENTO

FNC multiplicó **3,8** veces los recursos del FoNC

90%



ALIANZAS NACIONALES E INTERNACIONALES

FNC ejecutó más de **\$85.000 millones** con recursos de terceros

100%



ÍNDICE DE INVERSIÓN DE RECURSOS DEL FONC EN PROYECTOS

FNC invirtió en diversos proyectos los \$23.621 millones del FoNC, apalancados con los de diferentes aliados.

87%



ÍNDICE DE GESTIÓN DE PROYECTOS (IGP)

FNC alcanzó un **93%** de eficiencia en la ejecución de proyectos, controlando el cumplimiento del alcance y costo en el tiempo establecido.

93%

UNIDOS POR EL CAFÉ COLOMBIANO 100% LIBRE DE DEFORESTACIÓN

La FNC trabaja en una agenda integral para avanzar en entender y cumplir los nuevos requerimientos de las normativas del Pacto Verde, enfocándose en la Regulación Europea contra la Deforestación (EUDR, sus siglas en inglés) a la espera de la fecha definitiva para su entrada en vigor.

El trabajo incluye una plataforma para que los exportadores puedan consultar la información de georreferenciación de los productores de su cadena y recoger la autorización de tratamiento de datos de los caficultores (se espera alcanzar 93% a final de año).

EN LÍNEA CON LAS DIRECTRICES ESTRATÉGICAS DE LA ACTUAL ADMINISTRACIÓN
**COMITÉS DE CAFETEROS APUESTAN POR PROYECTOS
 DE INDUSTRIALIZACIÓN Y VALOR AGREGADO**

ANTIOQUIA

Consolidación de **cuatro centrales de beneficio** con capacidad de entre 6.000 y 25.000 kg en Salgar, Cañasgordas, Dabeiba y Frontino, con una producción de 261.000 kg de café cereza. Producto de la gestión con cooperativas, se entregaron **6.749.282 kg de café con sobreprecio.**

CALDAS

20ª edición del Concurso de Cafés Especiales, 1er Concurso de Café Tostado y 9 concursos de calidad municipales. Más de **1.000 caficultores** participan cada año, fortaleciendo la calidad y diferenciación del café como estrategia de rentabilidad para una mejor calidad de vida.


CAUCA

La feria El Mejor Café del Cauca, en Popayán, promovió la calidad y comercialización de cafés especiales, con **12.000 participantes**, fomentando nuevas habilidades de preparación y transferencia de conocimientos en la cadena de valor.

CUNDINAMARCA


Se avanzó en la rentabilidad y operación de tres centrales de beneficio, en Viotá, Nilo y Gachetá, colaborando con asociaciones locales.

HUILA



Apertura del **centro de experiencia Al Sur**, en Neiva, con servicios de capacitación y atención a caficultores; se produjeron 3.360 unidades de café, y se prestó servicio y atención a caficultores para 2.248 kg de cps, 1.518 kg de café excelso y 1.222 kg de café tostado.

NARIÑO




Con la Gobernación, se trabaja en la rehabilitación de **dos centrales de beneficio** en Florida y Linares. En promoción de café, se realizó el concurso La Mejor Taza Albanita, con 110 participantes, y en otros eventos se acopiaron más de 14.000 kg de café de alta calidad.

QUINDÍO



Consolidación de la **central de beneficio El Agrado, en Montenegro**, con servicios de maquila y catación, fortaleciendo el apoyo a caficultores en la transformación del grano.

RISARALDA



Se amplió 33% la capacidad y dotación de un centro de tostión (Asociación Cuchilla del San Juan), mejorando bodegas y laboratorios, y se abrió una tienda de especialidad (Asocafé). Se fortaleció la infraestructura de centrales de beneficio en 3 municipios (Dosquebradas, Quinchía y Santa Rosa de Cabal), brindando servicios de tostión y catación.

SANTANDER



En colaboración con el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial (Imebu), se desarrolla el Centro de Experiencia Regional del Café en Bucaramanga. Se realizaron tres ferias de calidad de café integrando toda la cadena, y se organizaron 18 concursos departamentales de taza, además de competencias locales con cooperativas.

TOLIMA



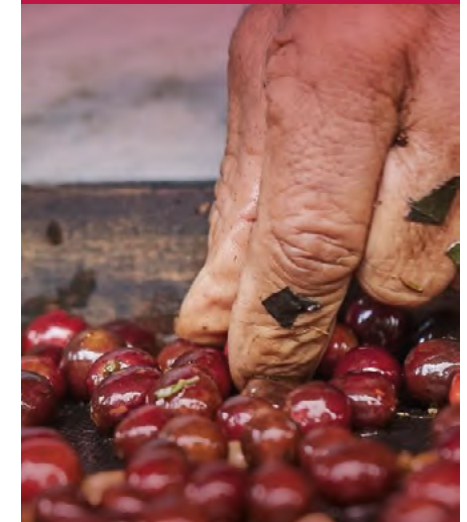
Diseño y dotación de una microcentral en Planadas, que iniciaría operaciones en noviembre, para procesamiento de café de alta calidad con la asociación Asopep. También se habilitaron nuevos puntos de compra en alianza con Almacafé.

VALLE DEL CAUCA



Proyectos de beneficio en Sevilla y el resguardo indígena Cristal Páez, y fortalecimiento de capacidades en el Centro de Experiencia Regional del Café con Cafexcoop.

TERRITORIOS CAFETEROS DE LA ORINOQUÍA Y LA AMAZONÍA



Primer concurso municipal de calidad de café en Mesetas y Lejanías, donde destacaron cafés certificados altamente diferenciados, fortaleciendo la calidad y certificación de origen.



FINANZAS

PROSPERIDAD

FoNC FINANCIA BIENES PÚBLICOS CAFETEROS POR \$343.000 MILLONES

La cifra fue \$10.500 millones superior a la del mismo periodo de 2023.

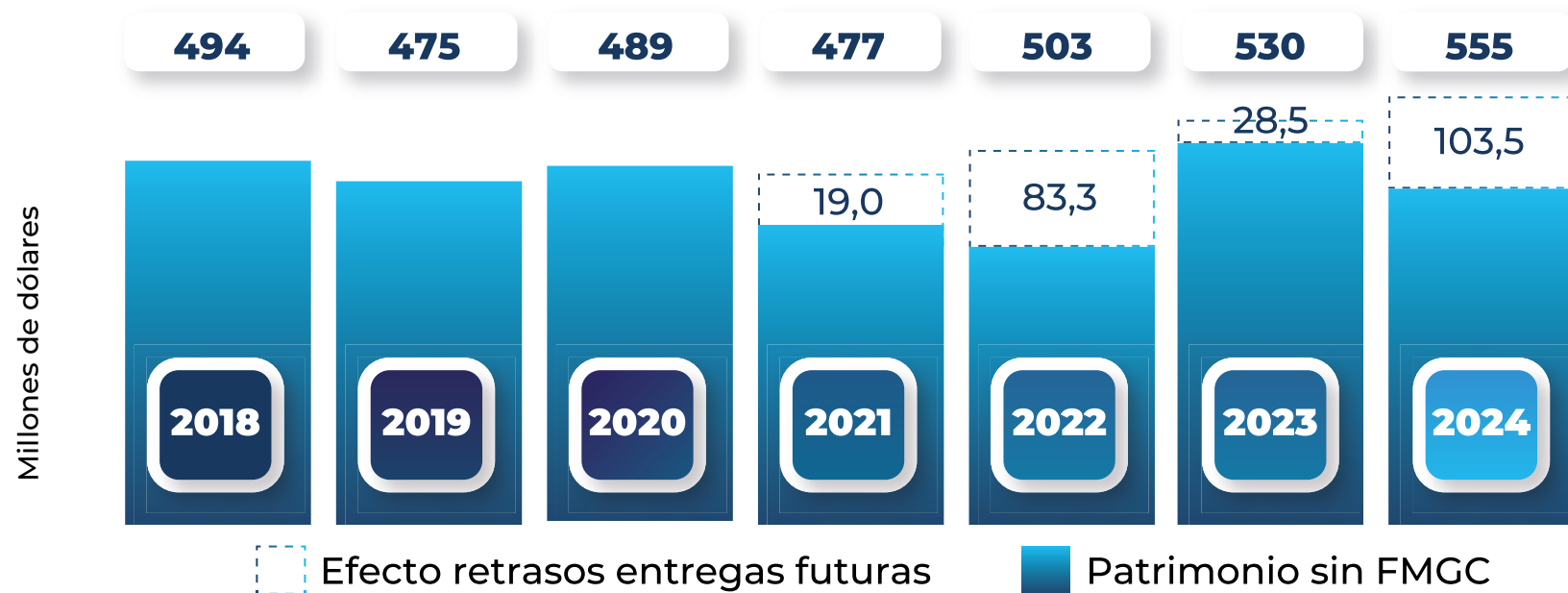
Entre enero y septiembre, el Fondo Nacional del Café (FoNC) registró ingresos por **USD 685 millones** (cifra muy superior a la del mismo periodo de 2023), de los cuales **USD 442,45 millones** provinieron de la comercialización de café verde, **USD 168,31 millones** de Buencafé y **USD 74,2 millones** de la actividad institucional.

Con ventas de café verde y liofilizado por **USD 610,76 millones** (16,4% más que en el mismo periodo del 2023), esta comercialización se consolidó como motor en la generación de ingresos para el FoNC.

La actividad institucional generó ingresos por **USD 74,2 millones** (17,9% más que en el mismo periodo de 2023), de los cuales **USD 64,2 millones** correspondieron al recaudo de contribución cafetera y **USD 8 millones** a regalías.

El FoNC financió bienes públicos cafeteros y servicios institucionales por **\$343.000 millones (USD 86,5 millones)**, cifra \$10.500 millones superior a lo ejecutado en el mismo periodo de 2023 (\$332.487 millones).

El FoNC registró un EBITDA de **USD 36 millones**, lo cual refleja la eficiencia operativa. Así, el **patrimonio del FoNC creció a USD 555 millones** (sin incluir la provisión de la Flota Mercante Gran Colombiana y los efectos de los retrasos en los compromisos de compra de café a futuro [USD -103,5 millones]).



Patrimonio sin incluir provisión FMGC y efecto de retrasos fijaciones futuras (a sep. de cada año).

Producto de la confianza del sector financiero, el FoNC cuenta con líneas de crédito por **USD 888 millones (\$3,7 billones)** que permiten apalancar la **garantía de compra**.

Para preservar la salud financiera del FoNC y la prestación de bienes públicos cafeteros –para beneficio de los productores–, es crucial que quienes venden café a futuro honren sus compromisos de entrega.



PRESUPUESTO CENTRAL DE FNC ES SUPERAVITARIO POR SEXTO AÑO SEGUIDO

En los últimos nueve años, el respaldo a las obligaciones pensionales de la FNC ha crecido sostenidamente y a septiembre alcanzó **134%**, más del doble de la cifra en 2020.

Desde 2019 la FNC tiene presupuesto superavitario a nivel central, **sin deuda** con el sistema financiero gracias a una cuidadosa formulación, eficiente uso de recursos y gestión de ingresos.

El patrimonio aumentó \$69.000 millones a \$861.000 millones, y la FNC respalda sus activos en **72,3% del patrimonio, la cifra más alta en 9 años**; además sus activos corrientes más que triplican sus pasivos (razón corriente).

Gracias a la gestión y **eficiencias en los gastos** de operación de la oficina central y los comités departamentales, entre enero y septiembre se generaron ahorros por **\$19.000 millones** (una reducción del 15%), dando cumplimiento a la actual política de eficiencia, eficacia y austeridad.

GESTIÓN HUMANA LOGRA AHORROS POR \$430 MILLONES, MÁS EFICIENCIA Y VALOR PARA LA FNC Y SUS COLABORADORES

La organización tiene un total de 3.167 empleados distribuidos en varias áreas: 2.148 en los comités departamentales (68%), 317 en la sede Bogotá (10%), 54 en las Inspecciones Cafeteras (2%), 478 en Buencafé (15%) y 170 en Cenicafé (5%).

Este año logramos el objetivo de eficiencia consolidando servicios entre la FNC y Almacafé, fortaleciendo la colaboración en gestión humana y optimizando procesos, incluyendo selección, arquitectura salarial, nómina, experiencia del colaborador y obtención de información. Gracias a esto, se redujeron 61% los costos de carnetización y 80% los tiempos de reportes de nómina, con eficiencias por **\$430 millones**.



DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y EQUIDAD

Este año, se formalizó el protocolo contra el acoso sexual laboral y se lanzó la campaña **“Sí es para tanto”**, reafirmando el compromiso de tolerancia cero, en cumplimiento de la Ley 2365 de 2024 sobre igualdad y no discriminación. Además, la FNC obtuvo el **Sello Equipares**, que reconoce su compromiso con la equidad y la implementación exitosa del sistema de gestión de igualdad de género.

EXPERIENCIA DEL COLABORADOR

En el programa de voluntariado **Construyendo Sonrisas, Impactando Vidas** participaron más de 660 colaboradores, con actividades que mejoraron viviendas, escuelas y comunidades.

El primer **Día de Campo en Familia** conectó a 120 colaboradores con el proceso del café, fortaleciendo vínculos emocionales con nuestra misión y los caficultores.



BIENESTAR, BALANCE Y CALIDAD DE VIDA

La FNC promovió el bienestar y balance de vida con 3.217 días para celebraciones y licencias, 446 colaboradores en trabajo híbrido, 482 beneficiarios de préstamos y 1.968 usos de convenios. Además, se disfrutaron actividades en parques y centros vacacionales, y hubo 32 espacios ConSentido en temas de interés.



FORMACIÓN: INCREMENTAR COMPETENCIAS Y HABILIDADES

Hubo **222 acciones de formación** en áreas clave como liderazgo, innovación, seguridad, sistemas de gestión integral (SGI) y habilidades técnicas.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO: PREVENCIÓN, LA MEJOR INVERSIÓN

Se formaron **56 instructores** en conducción segura de motocicletas en zonas rurales, mejorando la seguridad, reduciendo accidentes y optimizando la productividad de la organización. Se unificó el equipo de seguridad y salud en el trabajo (SST), creando el cargo de Profesional de SST, enfocado en mejorar la gestión en Caldas y Manizales.



ANEXO

REVISORÍA FISCAL

LEY 603 DE 2000

La Federación Nacional de Cafeteros (FNC) 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 propiedad industrial, intelectual 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 con 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.





**Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia**