



INFORME DE GESTIÓN

2025



SABEMOS
LO QUE HACEMOS



Investigaciones Económicas

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

Coordinación de Comunicaciones

Juanita Arboleda Arciniegas. Diseño y diagramación:
Andrés Herrera, Eliana Ruiz Gaviria

Fotografías

Archivo fotográfico FNC, Cenicafé, Buencafé, Copyright FNC 2025

Revisión y corrección

José Octavio Pineda

ISSN

2711-3728

Cómo citar: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2025). Informe de Gestión 2025

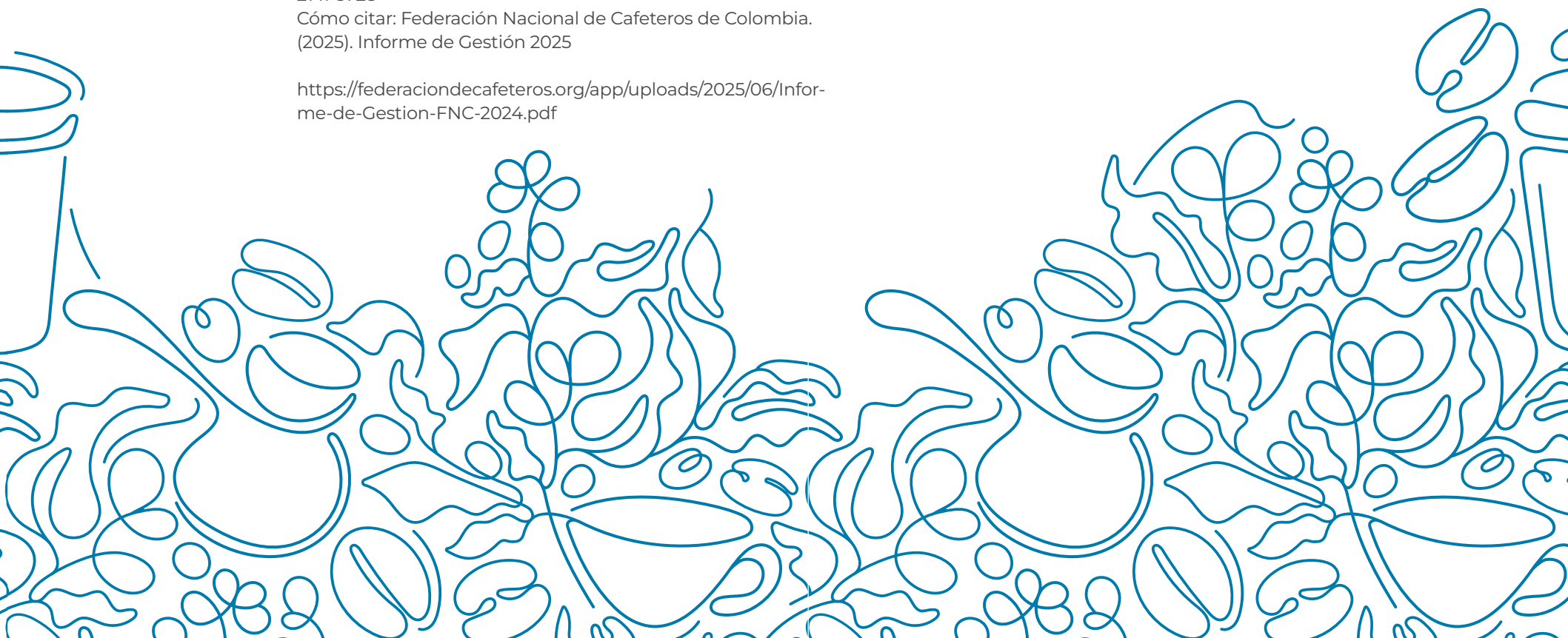
<https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2025/06/Informe-de-Gestion-FNC-2024.pdf>

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



CUERPO DIRECTIVO

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

Reynaldo Díaz Medina
**GERENCIA ADMINISTRATIVA, FINANCIERA
Y DE RECURSOS ORGANIZACIONALES**

Álvaro Gaitán
GERENCIA TÉCNICA

Esteban Ordóñez Simmonds
GERENCIA COMERCIAL

ECONÓMICO

MÁS RENTABILIDAD

13

SOCIAL

MÁS BIENESTAR

40

AMBIENTAL

MÁS COMPETITIVIDAD

47

GOBERNANZA

MÁS UNIÓN Y GREMIALIDAD

59

ALIANZAS

ESTRATÉGICAS

69

FINANZAS

PROSPERIDAD

74

SOBRE ESTE INFORME

79

ANEXOS

83

ÍNDICE GRI

86

GRI 2-22

LA TRANSFORMACIÓN CAFETERA AVANZA A PASO FIRME

El año 2025 arrojó un balance muy positivo para la caficultura colombiana.

La producción alcanzó **13,7 millones de sacos** de café verde, gracias a la adopción de buenas prácticas por parte de los caficultores, siguiendo las recomendaciones del Servicio de Extensión, y la renovación de cafetales con variedades más productivas y resistentes, así como a la investigación de Cenicafé, con una productividad de **21,03 sacos de café verde/ha**.

El precio interno base alcanzó un promedio de **\$2.861.890/carga** de café pergamino seco, 51% más que en 2024, producto de la subida del precio internacional para los suaves colombianos a **383,13 USD ¢/lb¹**, 49,6% más, a pesar de la revaluación de 0,5% del peso colombiano frente al dólar.

La inusitada alza se explica por un apretado equilibrio entre la oferta y la demanda en el mercado mundial, lo que ha reducido gradualmente los inventarios en los últimos cinco años, tanto en los países de origen como en los de destino.

Gracias a la mejora en producción y precios, las exportaciones alcanzaron **13,1 millones de sacos**, 6,6% más, mientras que su valor fue cerca de **USD 6.500 millones²**, 12,9% del valor de las exportaciones totales del país. Con esta situación favorable, el valor de la cosecha alcanzó **\$24,4 billones**, 52% más que el año anterior y una cifra histórica. La participación del sector cafetero en el PIB total alcanzó **1,5%**.

¹Según cifras de la Organización Internacional del Café (OIC).

²Según cifras de Dane/Dian correspondientes a café verde y café industrializado.



Como la producción de café es una actividad intensiva en mano de obra, el mayor ingreso tiene un efecto multiplicador clave, que se traduce en mayor consumo e inversión en las regiones cafeteras, irrigando bienestar a la población rural colombiana.

Como gremio, la FNC mantuvo la sostenibilidad financiera y la rentabilización de las empresas, con un esfuerzo constante de innovación, austeridad y eficiencia, en busca de oportunidades y nuevos negocios.

En lo comercial, con los recursos del Fondo Nacional del Café (Fonc), se alcanzó una participación de **20,6%** en las exportaciones del grano, de las cuales **63,4%** fueron cafés especiales (lo que se traduce en primas adicionales para los caficultores).

Destacan los resultados de las empresas del gremio: la facturación de Buencafé alcanzó **USD 285,6 millones**, los ingresos operacionales de Procafécol alcanzaron **\$863.453 millones** (con regalías para el Fonc por casi \$52.000 millones) y Almacafé tuvo casi **\$148.000 millones** en ingresos.

La Fundación Manuel Mejía formó a cerca de **45.400 caficultores y extensionistas** en productividad y calidad del café, entre otros, e inició formación en barismo, catación y tueste.

En 2025, se reportaron **93.608 ha renovadas o con nuevas siembras** que garantizan la sostenibilidad de la caficultura hacia adelante.

Las centrales de beneficio que impulsamos para mejorar la calidad del grano con menor impacto ambiental se consolidan como el camino correcto para la caficultura del futuro. Muestra de ello es la aceptación del modelo y la sobresaliente calidad obtenida en los primeros volúmenes de café cereza adquiridos a productores.

En cuanto a los nuevos centros de industrialización (CIR), el de Huila superó el punto de equilibrio y muestra un resultado operacional positivo. En marzo inició operaciones el de Caldas, en noviembre se inauguró el de Santander con una inversión total de **\$4.215 millones**,

y se avanza en la construcción del de Boyacá, ampliando así la red nacional de transformación del café.

La FNC lidera la adaptación del sector cafetero colombiano a la nueva Regulación de Libre Deforestación (EUDR) de la Unión Europea, garantizando que nuestro café siga siendo sinónimo de sostenibilidad, trazabilidad y respeto por la naturaleza en el acceso a ese mercado.

La transformación cafetera avanza a paso firme. Hoy muestra resultados tangibles en la sostenibilidad financiera del conglomerado empresarial y, sobre todo, nos invita a mirar hacia adelante con convicción: el café tiene más futuro que pasado.



GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 203-1, 203-2, 3-3, 413-1

INNOVAR ES AHORA UNA CONSTANTE EN FNC

Nuestro propósito organizacional es trabajar por el bienestar y la rentabilidad de los caficultores. Para lograrlo, movilizamos todos nuestros recursos y esfuerzos, enfocándonos en tres pilares estratégicos: innovación, eficiencia y austeridad.

TRANSFORMACIÓN EN FINCA

La Gerencia Técnica ha impulsado una estrategia con indicadores récord, sustentada en tres pilares: el Sistema de Información Cafetera (Sica) como herramienta estratégica de planeación; la investigación e innovación de Cenicafé para el desarrollo tecnológico, y la labor permanente del Servicio de Extensión en transferencia de tecnología.

TECNOLOGÍA Y VARIEDADES

Con la entrega de **80,3 t de semilla de variedades mejoradas**, Cenicafé ha seguido innovando al desarrollar nuevas líneas genéticas para altas temperaturas, preparando a la caficultura ante el cambio climático.

COMPRA DE CAFÉ CEREZA

Desde el inicio del proyecto, en agosto 2024, hasta diciembre 2025, las centrales de transformación y beneficio compraron **2.002.962 kg** de café cereza, equivalentes a **383.786 kg** de pergamino, para estandarizar la calidad y consistencia del café.

GRI 306-1, 306-2, 306-4

ECONOMÍA CIRCULAR

Se transforman subproductos de café en coproductos de alto valor al producir abonos orgánicos y proteína animal, y obtener harina de pulpa de café como insumo industrial, iniciativas impulsadas por la Dirección de Sostenibilidad Ambiental y Cenicafé con los comités del Tolima y Quindío.

INDUSTRIALIZACIÓN REGIONAL

En marzo entró en operación el Centro de Industrialización Regional (CIR) de Caldas, y en noviembre se inauguró el de Santander, con una inversión total de **\$4.215 millones**. Ya se desarrolla el CIR Boyacá.

ALMACENAMIENTO Y LOGÍSTICA (ALMACAFÉ)

Se almacena café pergamino seco (cps) en silos de ambiente controlado en Armenia, con una inversión proyectada de **\$7.628 millones**. Inició la migración del almacenamiento y manipulación de cps en *big bags* en Chinchiná, Manizales, Medellín y Armenia, con una inversión de **\$868 millones**.

CAFENLACE

Esta nueva plataforma de la FNC conecta a los caficultores con sus compradores en el exterior para exportar su café verde o procesado de forma ágil y competitiva.

CRAFT COFFEES

Se potencia la venta de cafés especiales con la línea de negocio *Craft Coffees*, que conecta al productor con el consumidor y trasciende de la venta a experiencias. En 2025 se vendieron **42.778 sacos de 60 kg**, 64,2% más vs. el año anterior.

GRI 2-22, 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 203-1, 203-2, 3-3, 413-1

LOS CUATRO EJES ESTRATÉGICOS MUESTRAN LOGROS IMPORTANTES

Además de solidez financiera institucional, áreas como Alianzas y Proyectos, Comunicaciones y Gestión Humana también avanzan.

ECONÓMICO

Para elevar la productividad, se renovaron o sembraron **93.608 ha** vs. la meta de **100.000 ha**. La densidad alcanzó **5.373 árboles/ha** (la más alta). En lo comercial, se compraron **162,2 millones de kg de cps**, y se vendieron **2,24 millones de sacos de 60 kg de café verde**, con exportaciones a 53 países.

GRI 101-1, 101-2, 306-1, 306-2, 306-4

AMBIENTAL

Siete centrales de transformación y beneficio en operación reportaron la **transformación del 70% de la biomasa generada** en el proceso de beneficio.

Se sembraron **2.259.972 árboles** y se han conservado **962 ha** de bosque.

GRI 203-1

SOCIAL

Se mejoraron **2.754 km** de vías rurales y se construyeron **80.488 m** de placa-huella. Se intervinieron y mejoraron **2.227 viviendas** rurales cafeteras. En Política de Equidad de Género, se cumplió con el 100% de las actividades de sus tres programas.

GOBERNANZA

Se capacitaron más de **4.800 líderes** departamentales y municipales en institucionalidad cafetera y buen gobierno, y se han visibilizado **1.346 líderes** en las redes sociales de los comités departamentales para dar a conocer su labor e importancia dentro de la FNC. Ha habido más de **298.000 contactos** con caficultores con objetivo gremial.

...Y EN OTRAS ÁREAS

GRI 201-4

ALIANZAS Y PROYECTOS

La FNC multiplicó **3,6 veces** los recursos del Fonc al ejecutar **\$211.002 millones** provenientes de **554 aliados nacionales e internacionales**, logrando el 100% de la meta establecida. El **desempeño de gestión de proyectos** logró el **100%**, con **92,5% para el índice de inversión de recursos del Fonc**.

SOLIDEZ FINANCIERA

La relación de ingresos y egresos fue **1,04**, con ingresos suficientes para atender los gastos. Las dependencias redujeron gastos de operación y administración, en línea con los pilares estratégicos.

COMUNICACIONES

Las redes sociales de la FNC generan gran impacto, con una tasa de interacción en **Facebook** de **1,3%** e **Instagram** de **1,9%**, evidenciando el fuerte interés y conexión con nuestras audiencias.

GESTIÓN HUMANA

La implementación estratégica para optimizar el clima organizacional se socializó al **97%** de los trabajadores, con una intervención focalizada en **49** equipos de trabajo, y se realizaron planes de acción y mejora. En la medición del pulso, **85%** de los equipos en la FNC mejoraron su indicador de clima organizacional, y el disfrute de vacaciones pendientes se ha cumplido en **85,7%**.

The infographic is a 2x3 grid of colored squares, each representing a strategic axis. The top row contains: 01 ECONÓMICO + RENTABILIDAD (pink square, image of coffee beans), 02 SOCIAL + BIENESTAR (light blue square, image of a child writing), and 03 AMBIENTAL + COMPETITIVIDAD (teal square, image of a bee on a flower). The bottom row contains: 04 GREMIAL + UNIDAD (orange square, image of people in yellow shirts), and 05 PROSPERIDAD (dark blue square, image of a hand holding a pen). The Prosperidad square includes sub-points: SOLIDEZ FINANCIERA | ALIANZAS Y PROYECTOS | COMUNICACIÓN | TALENTO | TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN. At the bottom, the text 'EJES ESTRATÉGICOS' is followed by 'EFICIENCIA AUSTERIDAD INNOVACIÓN'.

GRI 3-3

COMUNICACIONES, ESTRATEGIA CLAVE DETRÁS DE LA MARCA FNC

En 2025, la FNC consolidó su estrategia de comunicaciones con los mensajes **#LaFuerzaDeTodos**, **#MásFederación** y **Colombia unida sabe a café**, reafirmando que comunicar es construir confianza, reputación y orgullo nacional.

La Coordinación de Comunicaciones ha fortalecido el posicionamiento de FNC como una marca institucional sólida y confiable, referente de gestión estratégica, coherencia comunicacional y reputación corporativa, proyectándose como una organización moderna, transparente y comprometida con su propósito de transformación y liderazgo gremial.



REPUTACIÓN CORPORATIVA LA CONFIANZA DE TODO UN PAÍS

La FNC alcanzó el puesto **34 en el ranking Merco Empresas 2025, avanzando 13 posiciones vs. 2024**. Además, fue reconocida como la #1 en el sector de Asociaciones, Corporaciones y Fundaciones, reflejo del liderazgo institucional en sostenibilidad, transparencia y compromiso social.



Estamos en
el top 10
de empresas con
mejor
reputación digital
de Colombia.



ENTRAMOS AL TOP 10 DE LAS EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN DIGITAL

Por primera vez, FNC alcanzó el **top 10 de empresas con mejor reputación digital en Colombia, según el ranking Merco Digital 2025**, reflejando una estrategia de comunicación sólida, un manejo responsable de sus redes sociales y el fortalecimiento de canales institucionales.

Liderados por la **Gerencia General y el equipo de Comunicaciones**, se impulsaron campañas de largo alcance e impacto, como el **Día Nacional del Café**. Nos sumamos a tendencias mundiales, colaboramos con influenciadores y expertos, e innovamos en formatos y narrativas, transformando la presencia digital de la marca FNC.

Estas acciones visibilizaron la gestión institucional, promovieron el consumo de Café de Colombia, fortalecieron el orgullo cafetero y posicionaron a FNC ante nuevas audiencias y generaciones.

RESULTADOS DE CRECIMIENTO Y PARTICIPACIÓN



Estos crecimientos evidencian una comunidad digital activa, cercana y comprometida con los mensajes institucionales.

La participación (**engagement**), principal indicador de impacto digital sigue en ascenso y refleja una conexión con las audiencias y públicos-objetivo.

COMUNICACIÓN INTERNA "SOMOS CAFÉCRACKS"

El lanzamiento del gentilicio CaféCracks es un hito de identidad interna al reconocer a los colaboradores como embajadores del propósito institucional y reflejar el orgullo de hacer parte de la FNC.

Lanzamos el boletín interno y de bienestar CaféCracks para reconocer el talento, visibilizar equipos y directivos, destacar la visión y el propósito institucional, y compartir actividades de bienestar a nivel nacional.

APOYO A INCLUSIÓN FINANCIERA

En 2025, se apoyó la inclusión financiera con la campaña "**Cédula y tarjeta cafetera, identidad gremial y más servicios financieros**", dirigida a los caficultores registrados en el Sica que cumplen los requisitos.

El propósito es informar y promover las opciones financieras con el Banco de Bogotá y Davivienda, y el rol de la cédula cafetera como documento de identificación gremial.

El Profesor Yarumo fue la imagen de la campaña, que incluyó un webinar nacional, un video educativo, piezas radiales y digitales difundidas por medios nacionales, con el apoyo de los comités departamentales.

ACTUALIZACIÓN WEB, UNA PLATAFORMA AL SERVICIO DEL GREMIO Y DEL PAÍS

En 2025, lideramos la renovación del sitio web de FNC, fortaleciendo su presencia digital y adaptándola a las nuevas necesidades de información. El nuevo portal ofrece una navegación más ágil e intuitiva, integra los contenidos gremiales, económicos y de sostenibilidad.

IMPACTO EN CAFÉS DE COLOMBIA EXPO 2025 CON UN ENFOQUE SALUDABLE E INNOVADOR

FNC presentó en Cafés de Colombia Expo 2025 un nuevo enfoque: el café como alimento saludable, respaldado por la **Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU. (FDA)** y estudios científicos de instituciones como la Universidad de Harvard y la American Heart Association, entre otras.

La feria contó con una experiencia multisensorial única, con un recorrido interactivo que destacó los **beneficios del café** para el cuerpo, la mente y las emociones, culminando en degustaciones y lanzamientos de nuevas formas de consumo, como el Ice Coffee de Café Buendía.



01

ECONÓMICO

BALANCE MUNDIAL DE AÑO CAFETERO 2025/26 ARROJARÍA EXCEDENTE DE 6,59 MILLONES DE SACOS

El superávit esperado se explica por la recuperación en la producción de Vietnam y una producción estable en Brasil e Indonesia.

El año cafetero 2024/25 cerró con un superávit de **4,93 millones** de sacos de 60 kg.

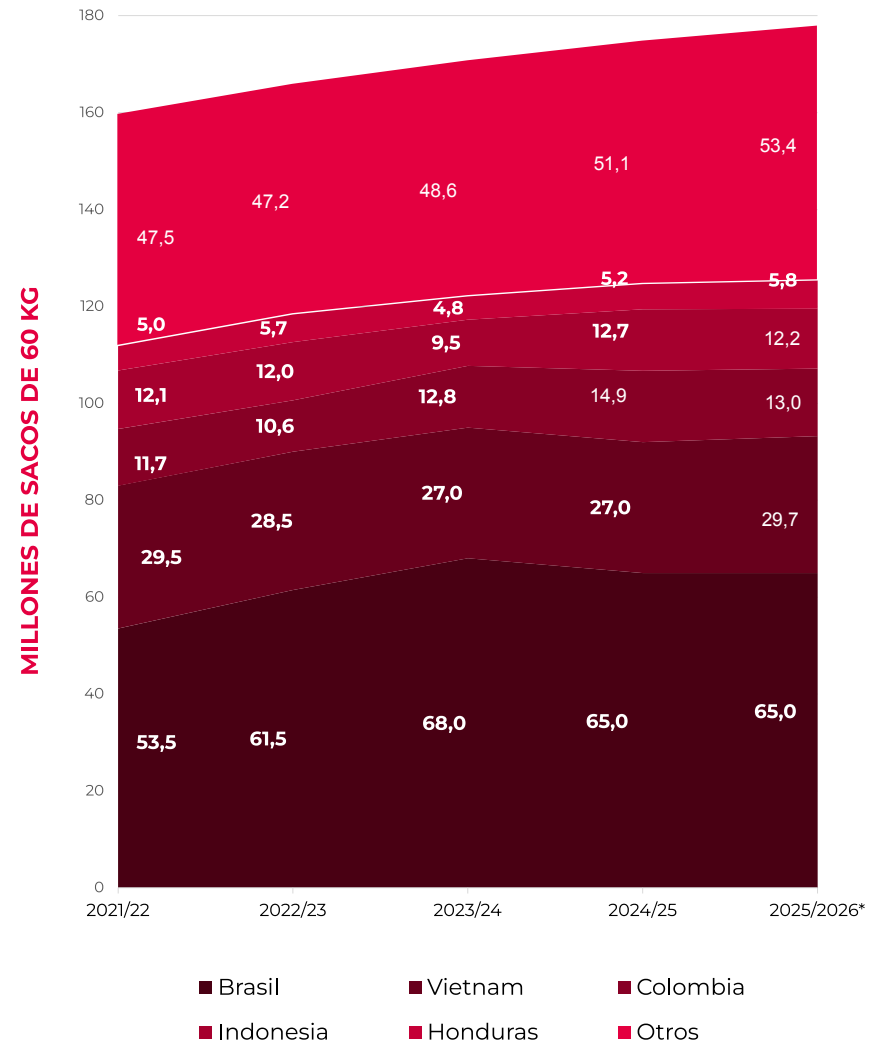
La producción mundial de café fue **175,89 millones** de sacos, 3,1% mayor a la de 2023/24 por la mayor producción de Colombia, de 12,75 a **14,87 millones** de sacos, e Indonesia, de 9,50 a 12,70 millones de sacos.

Pero la situación climática adversa en Brasil (heladas y frentes fríos) en el segundo semestre redujo 4,4% su producción, de 68,0 a 65,0 millones de sacos.

La participación de arábigo en la producción mundial fue de **56,8%**, 0,51 puntos porcentuales menos que en 2023/24.

El consumo mundial alcanzó **170,96 millones** de sacos, 0,7% más que el año anterior, manteniendo su tendencia creciente de los últimos años.

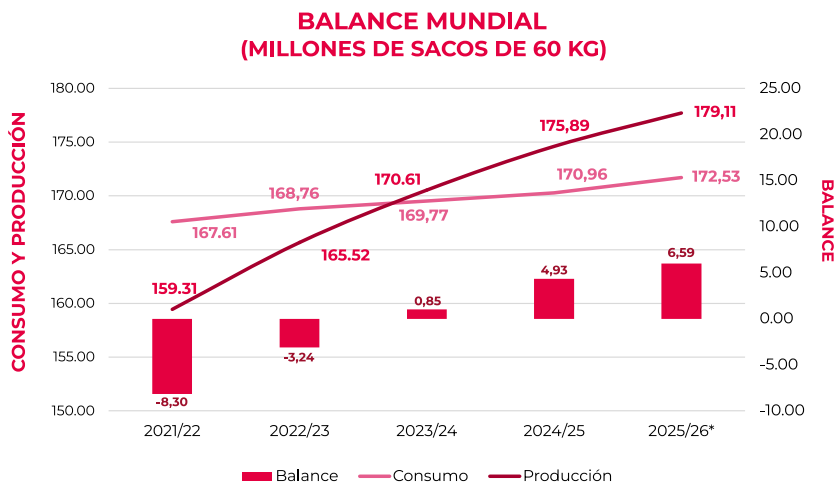
PRODUCCIÓN MUNDIAL DE CAFÉ



Fuente: Global Data (Coffee Market Insight, enero 2026) *Proyección

Para el año cafetero 2025/26, la consultora Global Data proyecta que la producción mundial crecerá 1,83% a 179,11 millones de sacos, impulsada por una mayor producción en Vietnam y Honduras, de 10% y 11% respectivamente. Y se anticipan caídas en Colombia e Indonesia de 12,6% y 3,9%, respectivamente. Para Brasil, se proyecta un nivel estable de 65 millones de sacos por el ciclo de producción bienal y condiciones climáticas favorables.

Se prevé que el consumo crezca 0,91% a 172,53 millones de sacos. Como resultado, el balance mundial para el año cafetero 2025/26 alcanzaría un superávit de 6,59 millones de sacos.



Fuente: Global Data (Coffee Market Insight, enero 2026)*Proyecciones



PRODUCCIÓN NACIONAL ALCANZA 13,7 MILLONES DE SACOS

La cifra es 2,3% menor a la de 2024 por las intensas y prologadas lluvias del primer semestre de 2025. También hubo más importaciones y mayor consumo interno.

En 2025, la producción nacional fue **13,7 millones de sacos de 60 kg de café verde**, 2,3% menos que en 2024, producto de las intensas y prolongadas lluvias del primer semestre de 2025, que afectaron floraciones y desarrollo del grano.

Pese al aumento en los precios al detal, **el consumo de café en Colombia fue de 2,28 millones de sacos**, 2,8% más que el año anterior.

Se exportaron **13,14 millones de sacos de 60 kg**, 6,6% más que un año atrás. Y las importaciones fueron 1,2 millones de sacos, 69,7% más que hace un año.

GRI 2-6-b-i

El principal mercado de exportación de café colombiano fue Norteamérica (Estados Unidos, México y Canadá), con 49,5% de participación. Europa permaneció en segundo lugar, con 28,6%, y Asia fue el tercero, con 16,8%.

BALANCE AÑO CAFETERO 2025 (MILLONES DE SACOS DE 60 KG)					
	2021	2022	2023	2024	2025
PRODUCCIÓN E IMPORTACIONES	14,4	13,5	12,9	14,7	14,8
PRODUCCIÓN	12,6	11,1	11,3	14,0	13,7
IMPORTACIONES	1,8	2,5	1,6	0,7	1,2
EXPORTACIÓN Y CONSUMO	14,8	13,7	12,8	14,5	15,4
EXPORTACIONES	12,4	11,4	10,6	12,3	13,14
CONSUMO	2,4	2,3	2,2	2,2	2,3
BALANCE	-0,5	-0,1	+0,1	+0,2	-0,6

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

GRI 201-1

VALOR DE LA COSECHA **ALCANZA 24,4 BILLONES**

*El alza en los precios vs. 2024 elevó 8,3 billones en el valor de la cosecha, **52%** más que el año anterior.*

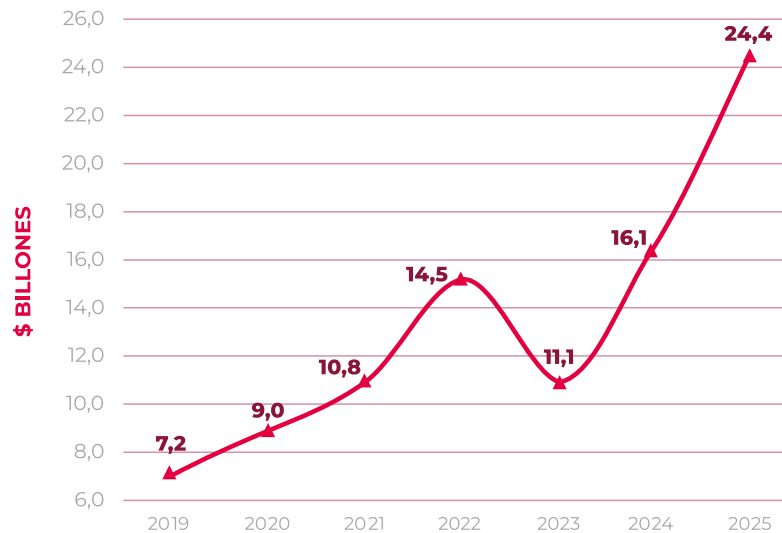
Como sabemos, el precio internacional del café colombiano depende de tres variables fundamentales: el precio del contrato KC, el diferencial por calidad y la tasa de cambio. Cualquier variación de estos factores lo afecta.

En 2025, el precio de la primera posición del contrato KC en la bolsa de Nueva York aumentó **56,37%** a un promedio en **368,18 ¢/lb**; su promedio mensual se mantuvo por encima de 300 ¢/lb casi todo el año, salvo en julio, cuando cerró en un promedio de **297,7 ¢/lb**, mientras que en febrero y noviembre superó los **400 ¢/lb**.

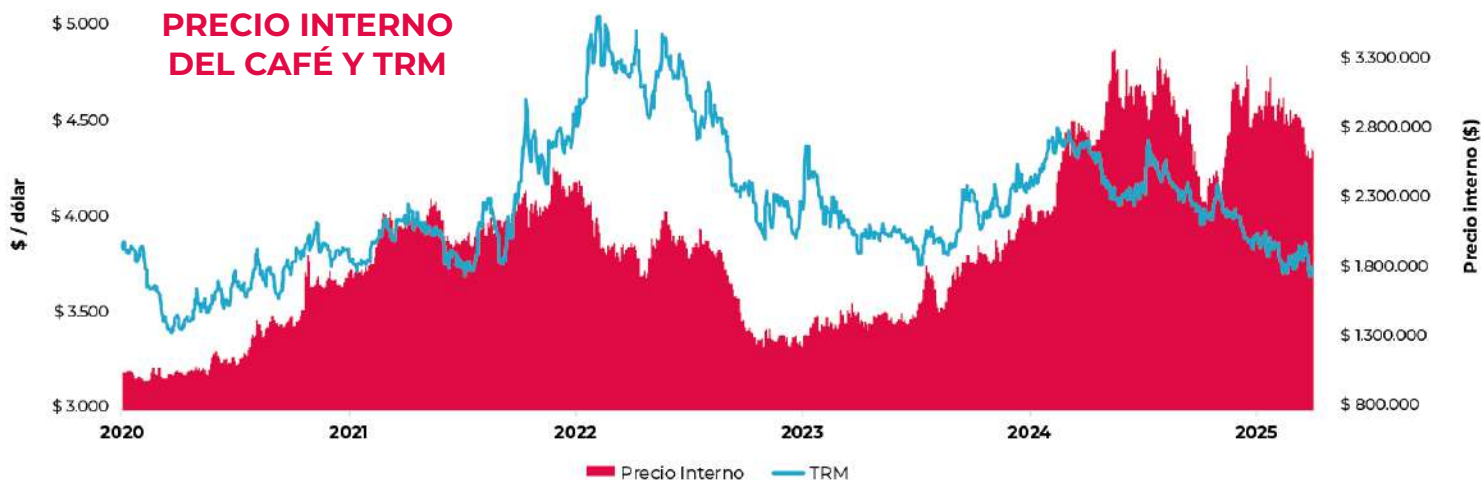
El diferencial de los suaves colombianos cerró en un promedio de **15,10 ¢/lb, 10,92%** más que el promedio del año anterior, y alcanzó su máximo de **27,3 ¢/lb** en agosto. Su mínimo fue en febrero, con un promedio de **3,6 ¢/lb**, la cifra más baja desde mayo de 2008.

La TRM mostró una tendencia general a la baja, cerrando en **\$4.053 por dólar** apreciándose **0,5%** vs. el promedio del año anterior. La apreciación del peso fue estimulada por la moderación de las tasas de interés en Estados Unidos, lo que incentivó a los inversionistas a buscar rendimientos en mercados emergentes. La divisa alcanzó su máximo en enero, con **\$4.300 por dólar**, y su mínimo en noviembre, con **\$3.780 por dólar**.

VALOR DE LA COSECHA



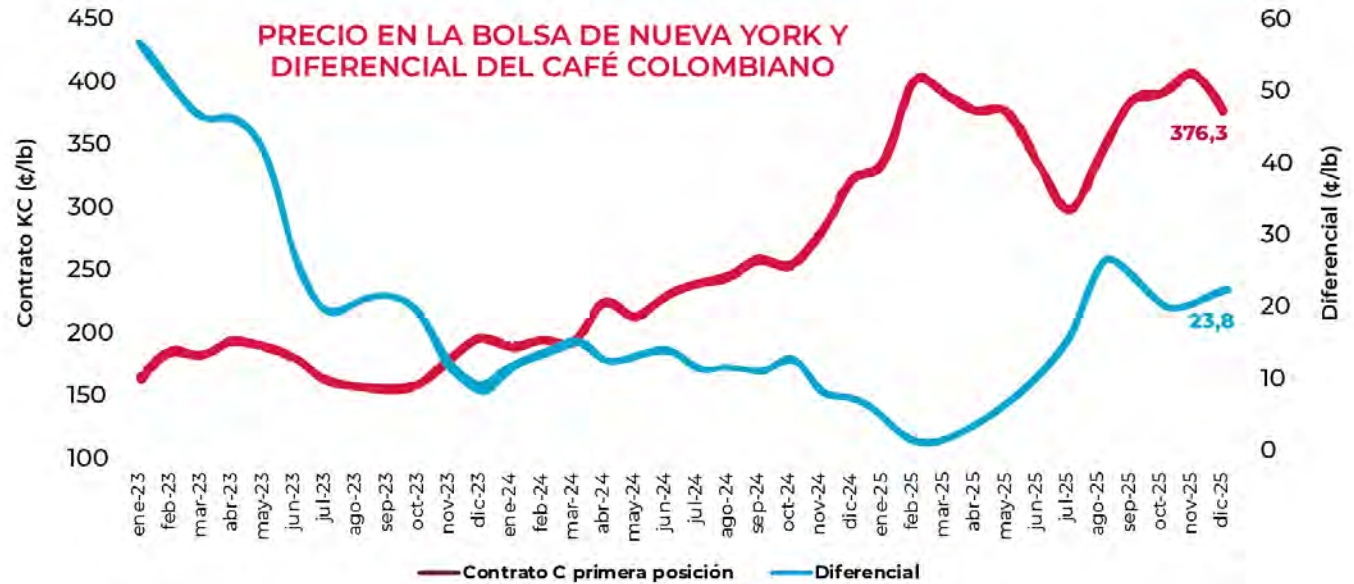
Fuente: IE FNC.



Fuente: Banrep, IE FNC.

Por estos factores (el precio del contrato KC, los diferenciales de origen y la tasa de cambio), el precio interno de referencia cerró en un promedio de **\$2.861.890 por carga**, 51% más que el promedio de 2024.

Los altos precios observados en el año llevaron a que el valor de la cosecha subiera a **\$24,4 billones**, 52% más respecto al del año anterior.



Fuente: ICE, Volcafé, IE FNC.



GRI 2-6

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)

Gracias a la eficacia y transparencia con que la FNC ejecuta proyectos para el caficultor en las dimensiones económica, social, ambiental y de gobernanza, en amplias zonas rurales del país, la institución se ha convertido en un aliado clave de entidades públicas y privadas.

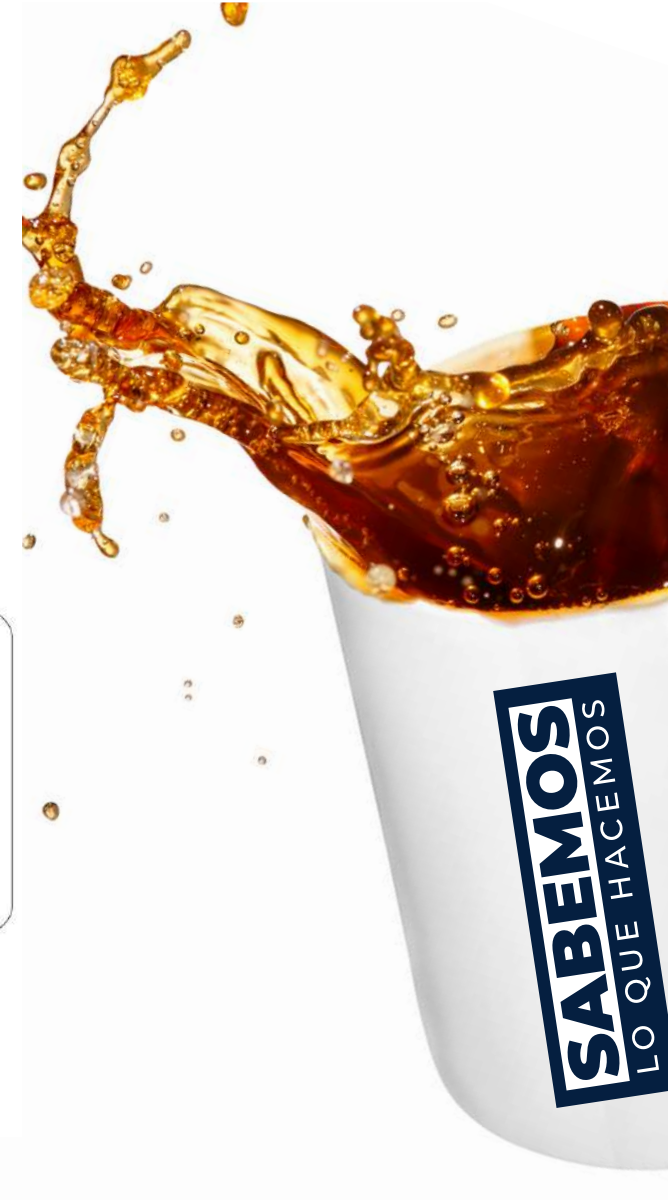
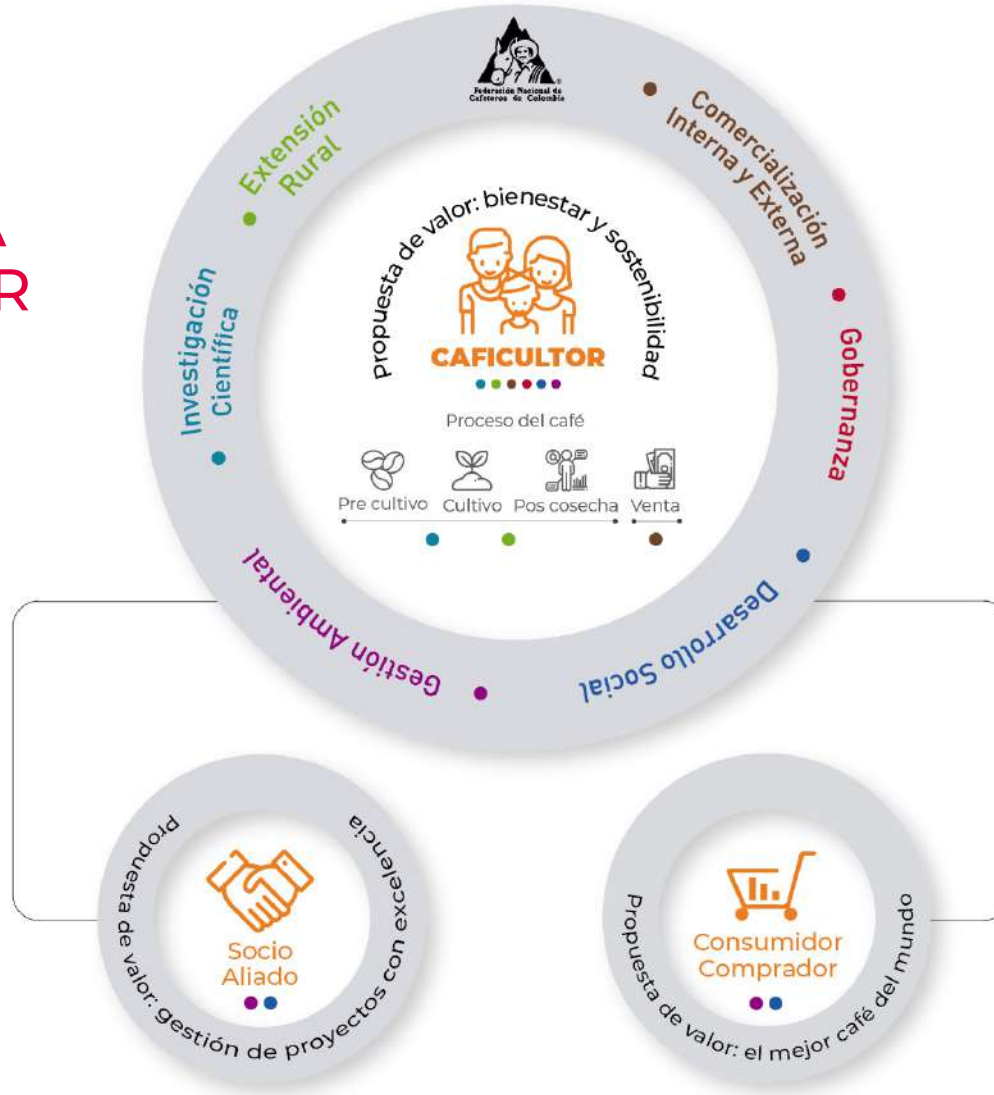
REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFÉ

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 2-6

CADENA DE VALOR



GRI 2-6-a, 2-6-b, 2-6-c, 201-1, 204-1, 3-3

FNC AÑADE VALOR AL GRANO Y AL PRODUCTOR



*Salvaguardando la cadena de suministro con la garantía de compra, sus actividades de comercialización se articulan con **Procafecol, Buencafé y Almacafé** para agregar valor a los productores y consumidores.*

En 2025, el volumen de compras fue de **162,2 millones de kg** de café pergamino seco (cps), impactado tanto por la menor producción como por el retraso de la cosecha por condiciones climáticas. Su valor alcanzó los **\$3,9 billones, 23,4%** más que en 2024 gracias a precios internos históricos, que alcanzaron su máximo el 13 de febrero (**\$3.380.000/carga**).

Con sus **13** programas de compra, la gestión comercial abarcó **214** productos de todas las regiones cafeteras. La garantía de compra ha significado para los productores un precio promedio de **\$2.999.038 por carga, 36,4%** más que en 2024 y **4,8%** más que el precio interno de referencia.

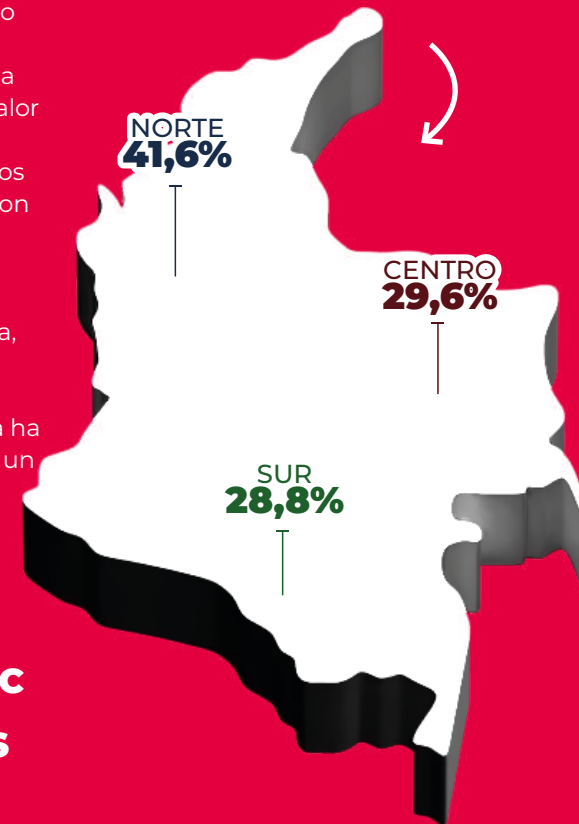
VENTAS DE FNC-FONC ALCANZAN **2,24 MILLONES DE SACOS**

Es un volumen récord en últimos nueve años, por valor de USD 1.170 millones.

Las ventas de café verde de la FNC-Fondo Nacional del Café (Fonc) en 2025 alcanzaron **2,24 millones de sacos de 60 kg, 9,5% más** vs. 2024, por **USD 1.170 millones**. Con 1,42 millones de sacos, 63,4% del volumen correspondió a cafés de valor agregado (sostenibles, regionales, estándar plus y craft).

El número de clientes creció 24% hasta **283**, llegando a **53 países**. Las unidades de negocio de café verde y Buencafé marcaron un hito al llegar a **20,6%** de participación en las exportaciones, demostrando la confianza y preferencia de nuestros clientes.

DISTRIBUCIÓN DE COMPRAS POR REGIÓN

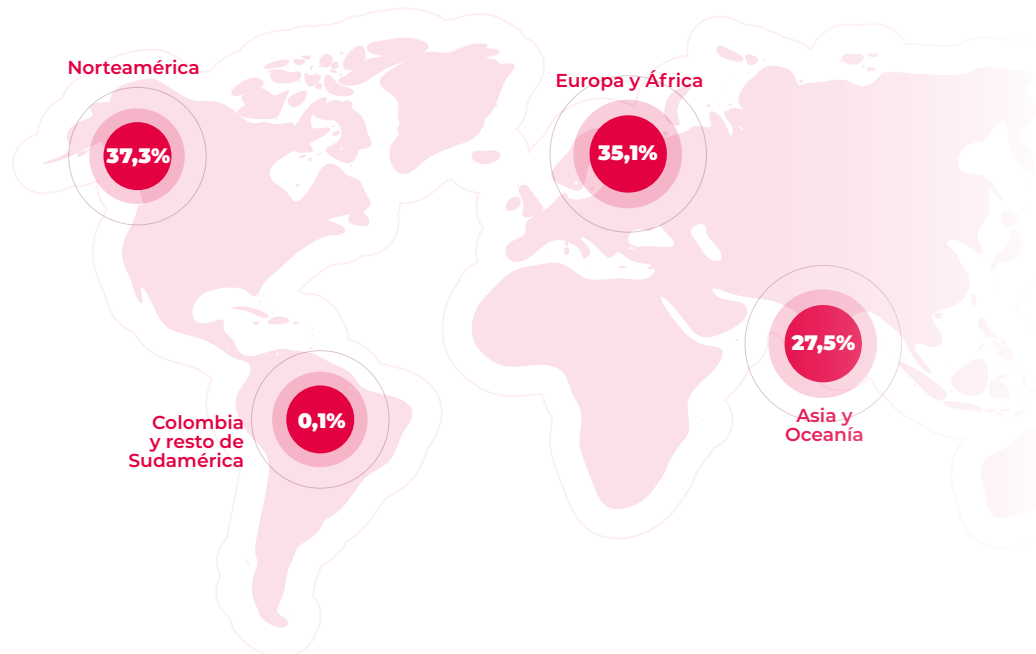




PARTICIPACIÓN **FNC-FONC** EN EXPORTACIONES DE CAFÉ (%)



EXPORTACIONES DE LA **FNC POR MERCADO**



FNC VENDE **64,2% MÁS CAFÉS ESPECIALES**

CON SU ESTRATEGIA CRAFT

La FNC, por medio del Fonc, sigue comprometida con mejorar la rentabilidad de los caficultores mediante su estrategia de cafés de especialidad en su línea de negocio Craft, que los conecta con el consumidor y trasciende de la venta a experiencias.

Resaltando la calidad y singularidad del café colombiano, se vendieron **42.778 sacos de 60 kg, 64,2%** más que en 2024, pagando a los productores reliquidaciones por **\$4.944 millones**.

CONECTAMOS PRODUCTORES Y MERCADOS

AGREGANDO VALOR

42.778
sacos (60 kg)

**CRECIMIENTO
EN VENTAS**

+64,2%
2025 vs. 2024

\$4.944 MILLONES
EN RELIQUIDACIONES



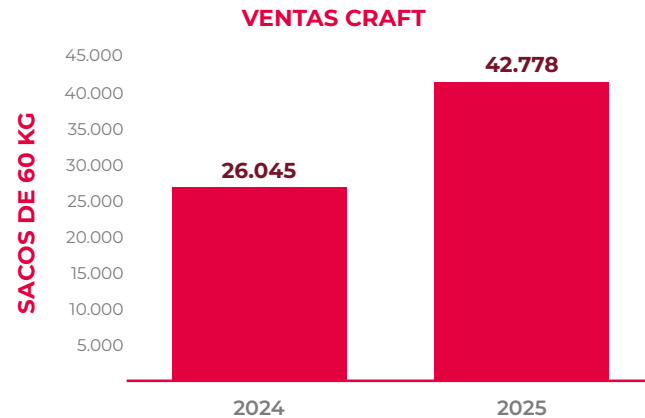
• **19%** | **CAFÉS DE FINCA**
Joyas de nuestra tierra



• **11%** | **CAFÉS DE RELACIÓN**
Historias y calidad única



• **70%** | **CAFÉS DE ORIGEN**
Consistencia y prestigio
de nuestros orígenes




COLOMBIA, TIERRA DE DIVERSIDAD, LA MEJOR PLATAFORMA DE PROMOCIÓN DE CAFÉS ESPECIALES


En la subasta 2025, el precio promedio alcanzó USD 34,58/lb, 72% más que en 2024.


En la 10ª versión del concurso Colombia, Tierra de Diversidad, **24** de los 1.076 lotes presentados calificaron para la subasta internacional, que alcanzó ventas de **USD 444.549 por 12.857 libras**, con **87** compradores inscritos.

El precio promedio fue de **USD 34,58/lb**, 72% más que en la 9ª versión, y el precio más alto alcanzó **USD 105,5/lb**, 59% más que en 2024.





RESULTADOS SUBASTA HÍBRIDA


24 LOTES SUBASTADOS	444.549 USD VALOR FACTURADO
34,58 USD/LB PRECIO PROMEDIO	12.857 LB VOLUMEN SUBASTADO
87 COMPRADORES INSCRITOS	11 PAÍSES INSCRITOS 
644 OFERTAS	105,5 USD/LB PRECIO MÁS ALTO





Cecilia Beatriz Almonacid Rojas
Huila, Palestina, Finca El Porvenir



CONCURSOS DEPARTAMENTALES DE CALIDAD

CAUCA

En el concurso “**El mejor café del Cauca**” (13-16 de agosto) participaron clientes de Estados Unidos, Japón, Taiwán y Colombia.

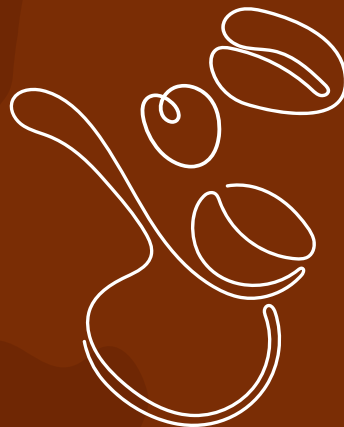
De **223 lotes recibidos**, 16 pasaron a la subasta internacional, donde el caficultor Dilio Norvey, de Piendamó, logró un precio récord de **42 USD/lb.**

CUNDINAMARCA

En el concurso “**Cundinamarca, el café más dulce de Colombia**” (25-26 sep.), en Guaduas, se evaluaron 15 finalistas de 162 lotes presentados. El caficultor William González logró en la subasta **32 USD/lb.**

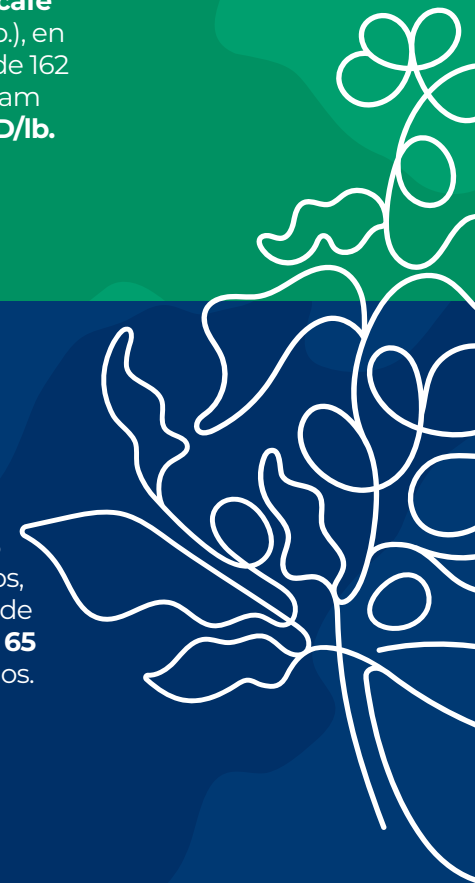
TOLIMA

En la “**III Feria Internacional del Café Tolima, Corazón Cafetero de Colombia**” se subastaron 20 lotes de los 642 presentados ante más de 30 clientes nacionales e internacionales, con un récord de **72 USD/lb** para Jorge Elías Rojas.



HUILA

La Feria FICCA 2025 acogió el concurso Huila Coffee 2025, con 156 lotes acopiados. De los 15 subastados, el caficultor Víctor Andrés Ramírez, de Pitalito, logró un precio histórico de **65 USD/lb**, con destino a Estados Unidos.



SUBASTA ONLINE CRAFT SELECTION

En el marco de Cafés de Colombia Expo 2025 se presentaron 20 lotes de ganadores de las versiones anteriores del concurso Colombia Tierra de Diversidad (primera subasta virtual con el mejor café del país). Durante 3 días seguidos, con compradores de Asia, Europa, EE. UU. y Colombia, se recibieron **534** ofertas y se alcanzó un precio promedio de **46,57 USD/lb.**

El café del productor Wilton Benítez, del Cauca, alcanzó un récord de **200,32 USD/lb**, comprado por el cliente de Taiwán Pebble Coffee.

GRI 2-6-a, 2-6-b, 2-6-c, 201-1, 204-1, 3-3

FACTURACIÓN DE BUENCAFÉ CRECE 28,7% A USD 285,6 MILLONES

2025 fue un año excepcional para el liofilizado 100% colombiano con una utilidad de USD 50.1 millones

La facturación de Buencafé en 2025 alcanzó **USD 285,6 millones, 28,7% más que en 2024³**, generando una utilidad récord de **USD 50,1 millones**. En volumen, vendió **11.986 toneladas de producto terminado** a más de **60 países**, comprando más de **538.000 sacos de café verde** a los productores colombianos.

El 100% de las ventas de producto empacado llevó el sello **Café de Colombia**. Norteamérica concentró 43% de las ventas, seguida de Latinoamérica (27%), la marca Buendía (15%), Europa (11%) y Asia (4%).

Los pilares de eficiencia, austeridad e innovación de Buencafé consolidan su liderazgo global en la producción y comercialización de liofilizado 100% colombiano.

³A partir de este informe se reporta el valor facturado (ventas netas) y no los ingresos operacionales, como se hacía en los informes anteriores.

INNOVACIÓN SIN LÍMITES

En 2025 las ventas por innovación correspondieron al 7,5%. Comprometidos con generar valor a los caficultores, Buencafé revoluciona el mercado de liofilizado con lanzamientos de productos 100% colombianos:

- El más reciente es el exclusivo **Café Buendía Sabor Aguardiente Amarillo de Manzanares**, una alianza con la Industria Licorera de Caldas.
- El sofisticado liofilizado sabor **Maple** para las marcas de clientes en Norteamérica, y la indulgente propuesta para Café Buendía **Chocoavellana**.
- Para los amantes de la intensidad, llegó **Buendía Dark**, con un perfil robusto y baja acidez.
- Pensando en las nuevas tendencias y momentos de consumo, **Iced Coffee** se disuelve en frío para un consumo versátil.

Estos lanzamientos diversifican la experiencia del café colombiano, innovando para satisfacer a todas las generaciones.



Nuevo Centro Logístico Integrado Buencafé

La compañía inauguró en septiembre el **Centro Logístico Integrado Buencafé (Clib)**, una moderna infraestructura de **5.281 m²** y **4.304 posiciones de almacenamiento**, conectada con la Autopista del Café.

Este nuevo centro optimiza el almacenamiento, cargue y distribución a más de 60 destinos, fortaleciendo la capacidad exportadora y reafirmando el propósito de Buencafé: **seguir generando valor a los caficultores de Colombia**.

GRI 2-6-a, 2-6-b, 2-6-c, 201-1, 3-3

INGRESOS DE PROCAFECOL CRECEN 16,2% A \$863.453 MILLONES

En 2025, Procafécol registró ingresos operacionales por **\$863.453 millones**, 16,2% más que en 2024, y mejoró su rentabilidad, con un Ebitda récord de **\$74.820 millones** (8,8% de las ventas), 14,9% más.

Las regalías transferidas al Fonc cerraron en **\$51.824 millones**, cifra también récord, y superaron los **\$320.000 millones** desde su creación.

Tiendas en Colombia: Este canal acumuló ventas por \$471.478 millones (9,4% más que el año anterior), es decir, 56% de las ventas totales, con 375 tiendas en Colombia.

Consumo masivo (canal moderno): Ventas por \$120.108 millones (14,2% de las ventas totales), 24% más vs. 2024, con nuevos clientes como Oxxo y Dollarcity, y mejorando sus márgenes para mayor rentabilidad.

Consumo masivo (canal tradicional): Ventas por \$55.040 millones (+59,2%), que representan 6,5% de las ventas totales gracias a ejecución en punto de venta, mayor distribución y cobertura, alcanzando más de 105.000 puntos.

Canal institucional: Ventas por \$28.010 millones (+13,4%), que representan 3,3% del total, gracias a nuevos clientes y profundización de los existentes, alcanzando ya 380 clientes institucionales.

Mercado internacional: Ventas por USD 42,2 millones (23,8% más), que representan 20,2% de todas las ventas. En los últimos años, se han abierto nuevas tiendas en República Dominicana, Dubái, Egipto y Catar, cerrando negocios y sociedades relevantes en España, Brasil y Chile.

EDICIÓN DE LUJO TRES VARIETALES



Celebramos la *expertise* de los caficultores colombianos
Canal: Moderno

EDICIÓN ESPECIAL 500 AÑOS DE SANTA MARTA



Un café para celebrar 500 años de historia
Canal: Tiendas Col

COSECHA ESPECIAL BOURBON ROSADO



Un homenaje a la pasión y arte de nuestros caficultores

COLECCIÓN NIÑOS

10 referencias, inspiradas en la flora, fauna y el mundo cafetero harán parte de la nueva colección, pensada para los más pequeños.

Como acciones de marca, destaca el lanzamiento de **café de especialidad** (bourbon rosado, tres varietales), innovación en tiendas con temporadas llamativas, colección de artículos de marca para niños y alianzas deportivas con equipos como el River Plate, Chicago Cubs y LA Rams.





GRI 2-6-a, 2-6-b, 2-6-c, 201-1, 204-1, 3-3

ALMACAFÉ SE RENUEVA Y AGREGA MÁS VALOR EN EL ORIGEN

Con nueva imagen que realza su rol transformador, sus ingresos totales crecen 12,5% a \$147.583 millones.

En 2025, Almacafé renovó su identidad visual (*rebranding*) con el lema “Conectamos el origen”, que refleja su rol transformador en la cadena de valor del café y la expansión a nuevos segmentos industriales.

Sus ingresos totales fueron **\$147.583 millones, 12,5%** más frente a 2024, de los cuales **\$79.456 millones** provinieron de la FNC, 12,4% más que el año anterior, y **\$68.127 millones** de otros clientes.

Este desempeño refleja la consolidación del portafolio de servicios y el enfoque de la estrategia comercial en sus nuevos proyectos, buscando fortalecer su posicionamiento como referente global en logística e industrialización del café.

A través de su gestión comercial, generó nuevos negocios por \$3.575 millones, de los cuales \$2.692 millones (75,3%) correspondieron a servicios ya existentes en el portafolio.

Entre los nuevos negocios, destacan los \$154 millones aportados por la línea de cápsulas, un proyecto reciente, con clientes como Amor Perfecto (Vive Café S. A.), La Tostadora S.A.S. y Procafecol S. A.

También se lograron **\$729 millones** por nuevos clientes de terceros gestionados a través de Almacafé Cargo.

Los **Centros de Industrialización Regional (CIR)** registraron ingresos por **\$511 millones, distribuidos así: Neiva, 64,4%, Manizales** (inaugurado en abril), **35,2%** y **Santander** (en noviembre), 0,4%.



TAMBIÉN DESTACAN

Posicionamiento de marca: Almacafé participó en 25 eventos regionales, consolidando su presencia en ferias, congresos y espacios estratégicos para mayor reconocimiento y posicionamiento.

Almacafé Cargo: La nueva empresa de transporte terrestre de Almacafé se posiciona como un aliado logístico estratégico, conectando mercancías con los principales puertos del país con un modelo enfocado en seguridad, trazabilidad y sostenibilidad.



Cafenlace: En octubre se inauguró Cafenlace, la nueva plataforma de exportación que conecta a caficultores de forma ágil y competitiva con compradores internacionales, brindando trazabilidad en línea y reducción de costos logísticos. Aquí, el paso a paso:

AQUÍ, EL PASO A PASO



ESCANEA EL CÓDIGO QR Y
CONSULTA EL PASO A PASO.



GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 2-6-c, 203-2, 3-3

CAFÉ DE COLOMBIA, EL CORAZÓN DE LOS CAFÉS ESPECIALES

La marca sigue trabajando para ser la representante de la calidad y el renombre del café colombiano a nivel nacional e internacional.

Café de Colombia participó en **12 ferias y/o eventos internacionales:**



HOTELEX SHANGHAI 2025

DEL 30 DE MARZO AL 2 DE ABRIL.



SPECIALTY COFFEE EXPO (SCA) 2025

EN HOUSTON, DEL 25 AL 27 DE ABRIL.



WORLD OF COFFEE JAKARTA 2025

DEL 15 AL 17 DE MAYO.



WORLD OF COFFEE EN GINEBRA, SUIZA

DEL 26 AL 28 DE JUNIO.



HOTELEX CHENGDU

DEL 24 AL 26 DE JULIO.



SCAJ WORLD SPECIALTY COFFEE CONFERENCE AND EXHIBITION 2025

EN TOKIO, DEL 24 AL 27 DE SEPTIEMBRE.



16 SCTA COFFEE FORUM & DINNER

DEL 2 AL 3 DE OCTUBRE, EN BASILEA (SUIZA).



BIENAL ORIGIN

DEL 8 AL 10 DE OCTUBRE EN MORELIA, MICHOACÁN (MÉXICO).



HOST MILÁN

DEL 17 AL 21 DE OCTUBRE, MILÁN (ITALIA).



CHINA YIWU FAIR 2025

DEL 11 AL 15 DE NOVIEMBRE, (CHINA).



CAFÉ SHOW SEÚL

DEL 19 AL 22 DE NOVIEMBRE, SEÚL (COREA DEL SUR).



HOTELEX SHENZHEN 2025

DEL 16 AL 18 DE DICIEMBRE, SHENZHEN (CHINA).

La marca estuvo con el slogan “Colombia, el corazón de los cafés especiales” (**Colombia, The Heart of Specialty Coffee**) ante más de **845.000 profesionales** de la industria, se sirvieron **23.977 tazas de café** de 23 departamentos, y se habilitaron **196 espacios** entre las peceras de catación y barras de degustación, donde marcas de café 100% colombiano mostraron sus productos, fortaleciendo su posicionamiento con valiosos contactos comerciales.

¡CAFÉ DE COLOMBIA IMPULSA LA CULTURA CAFETERA EN TODO EL PAÍS!

A nivel nacional, la marca tuvo una presencia activa en los principales eventos de la industria, generando conexión con baristas, tostadores, catadores, caficultores y consumidores.

4 campeonatos nacionales: Arte Latte en Bucaramanga, Filtrados en Medellín, Cold Brew en Neiva y Catadores en Manizales, con **136 competidores y 33 jueces** embajadores del café de Colombia.

15 eventos y/o campeonatos regionales, como Catación Juvenil en Líbano, Tolima; Campeonato Aeropress en Circasia, Quindío; Cali Café Festival, Campeonato Nacional de Mujeres Baristas y patrocinio en la Ruta Harold Tejada.

La marca mantuvo su **alianza con ProColombia, participando en 7 eventos internacionales y 3 nacionales.**

SUS REDES SOCIALES REGISTRARON UN DESEMPEÑO POSITIVO EN 2025



En Facebook la cuenta en español alcanzó a **633.045** personas, mientras que la página internacional llegó a **1.545.244** personas, sumando entre ambas **13.538** interacciones.

Para Café de Colombia Worldwide, **94,6%** de los seguidores se ubican en Estados Unidos y las visitas crecieron **30,2%**, impulsadas por contenidos sobre participación en ferias internacionales.



En Instagram, la cuenta internacional creció más de **100%** en alcance e interacciones gracias al aumento en la frecuencia de contenidos y la pauta digital durante la asistencia a las ferias SCA en Houston (EE. UU.) y Ginebra (Suiza).

La cuenta en español alcanzó **149.499 interacciones**, mientras que la internacional, **11.342 interacciones**. Ambas redes crecieron más de **22%** en seguidores.

REAL ACADEMIA
del
Café



FUNDACIÓN
Manuel Mejía

La **Real Academia del Café**, con la Fundación Manuel Mejía, ofrece cursos presenciales para “democratizar el conocimiento sobre el café” y formar expertos capaces de “apreciar y disfrutar cada matiz de una taza de café 100% colombiano”.

Abarcan cuatro temas (catación, barismo, tostión y cafés filtrados), con una oferta para tanto profesionales como quienes desean profundizar su apreciación del café de especialidad.

La inscripción es directa en **realacademicadelcafe.com** y se promueve en ciudades como Manizales, Pereira, Bogotá, Bucaramanga y Montenegro para mayor acceso en las regiones.



COMPROCAFE DECOLOMBIA.COM

La tienda en línea **comprocafedecolombia.com** alcanzó ventas de \$408.135.596 (**75,9% más vs. 2024**), con **15.632 productos vendidos**.

Se llevaron a cabo campañas clave que impulsaron los resultados:

Aniversario del marketplace (6-8 de junio): Se celebró el cuarto aniversario de la tienda en línea, con marcas que ofrecieron descuentos atractivos: las ventas se dispararon 314% vs. la misma temporada del año anterior.

Semana del Café (Coffee Week, 24-30 de agosto): En su segunda edición, se extendió por más días para impulsar las ventas de las marcas participantes: las ventas crecieron 142% frente a la misma edición de 2024.

Black Coffee Days (Black Friday, 28-30 de noviembre): Aunque los tres días no generaron un incremento significativo en ventas vs. lo visto hace un año, noviembre fue el mes con mejores ventas de 2025.

El Programa 100% Café de Colombia alcanza ya **982 marcas** en **110 países** gracias a una estrategia conjunta de la Dirección de Mercadeo y la Coordinación de Propiedad Intelectual, que capacita a la cadena productiva sobre la importancia del origen como determinante de calidad y los beneficios de las denominaciones de origen y el logo Café de Colombia.

GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 203-2, 3-3, 413-1

1.375.264 ATENCIONES DEL SERVICIO DE EXTENSIÓN A CAFICULTORES

En 2025, el Servicio de Extensión acumuló **1.375.264 atenciones** a caficultores, fortaleciendo los sistemas productivos mediante capacitación, asesoría técnica y el uso de métodos de extensión individuales (visitas a finca y oficina) y grupales (reunión, demostración de método, foro, curso corto, gira, día de campo y concursos), para una atención de 432.399⁵ caficultores como cobertura (**77% del total**).

MÉTODOS INDIVIDUALES

ACTIVIDAD	No. DE ATENCIONES
VISITAS A FINCA	408.342
VISITAS EN OFICINA	276.879
TOTAL	685.221

MÉTODOS INDIVIDUALES

ACTIVIDAD	No. DE ATENCIONES
Reuniones	369.572
Foros	134.378
Demostración de métodos	69.638
Días de campo	56.275
Demostración de resultados	27.850
Giras	21.744
Cursos cortos	7.033
Concursos	3.553
TOTAL	690.043

⁵Un caficultor puede ser atendido en varias ocasiones durante el año, dependiendo de sus necesidades y participación en los diferentes programas estratégicos.



Para los siguientes programas estratégicos del plan operativo, se destacan también sus principales resultados:

- **Actualización de fincas cafeteras: 174.798 predios visitados** para actualizar su información en el Sica.
- **Gestión empresarial: 113.929 atenciones a caficultores**, con capacitaciones en manejo administrativo de la finca (actividades grupales) y el Plan 3.000 fincas.
- **Transferencia de tecnología: Más de 785.215 atenciones** para promover la adopción de las innovaciones tecnológicas de Cenicafé, lo que impacta la tecnificación y fertilización.
- **Crédito cafetero: Más de 83.031 atenciones** para dar a conocer las líneas de financiación de las entidades bancarias.
- **Postcosecha: Más de 106.505 atenciones** para la adopción de las siete prácticas del beneficio húmedo, que estandarizan procesos para una calidad consistente.
- **Cafés especiales: Más de 111.786 atenciones** con los conceptos de sostenibilidad de los diferentes sellos de certificación para mejorar el ingreso por valor agregado y abrir nuevos mercados.

5.373 ÁRBOLES/HA, LA DENSIDAD MÁS ALTA DE LA HISTORIA

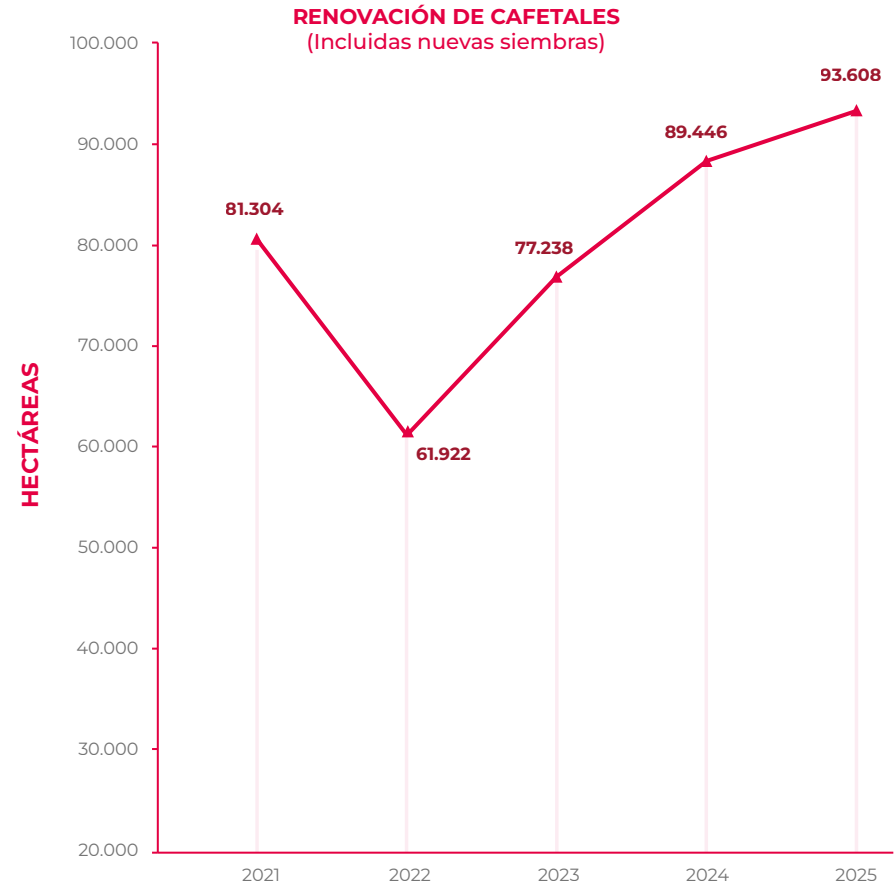
GRI 13.6.1

Gracias a la renovación de cafetales, la densidad de siembra alcanzó **5.373 árboles/ha**, la más alta de la historia cafetera en Colombia, con **88%** del área sembrada con variedades resistentes y **82%** como caficultura joven.

- **6,3 años** es la edad promedio, la menor registrada.
- El estado fitosanitario es óptimo, pues los cultivos se conservan sanos y sin riesgos de daño económico.

INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD

INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	2024	2025
DENSIDAD DE SIEMBRA	ÁRBOLES/HA	5.348	5.373
RENOVACIÓN DE CAFETALES (Renovación y nuevas siembras)	HA	89.446	93.608
NUEVAS SIEMBRAS	HA	13.615	19.067
VARIETADES RESISTENTES	% DEL ÁREA EN CAFÉ	87,7%	88,0%
EDAD PROMEDIO	AÑOS	6,58	6,3



La renovación sigue siendo crucial para la productividad y rentabilidad de la caficultura. Al cierre de año, se reportaron **93.608 ha renovadas y con nuevas siembras**, 4,7% más que en 2024, para una tasa de renovación anual de **11,2%** sobre el área total cafetera.

La productividad alcanzó **21,03 sacos** de café verde/ha, con una producción anual de **13,7 millones de sacos** de café verde.

GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 203-1, 203-2, 3-3

CENICAFÉ: CAFICULTURA PARA EL FUTURO

Bajo la estrategia Más Agronomía, Más Productividad, Más Calidad, Cenicafé desarrolló proyectos de investigación para lograr mayor rentabilidad y competitividad en la producción de café colombiano.

El estudio del comportamiento del clima mostró que el período se caracterizó por condiciones oceánicas en fase de La Niña en el Pacífico tropical, modulando el clima en la región cafetera central (febrero, mes más lluvioso, y julio, el más seco), afectando las floraciones y desacelerando el desarrollo de los cultivos.

- ▶ El uso de **variedades mejoradas (88% del área sembrada)** permitió alcanzar volúmenes de producción históricos.
- ▶ Se entregaron **80,3 toneladas de semilla**, siendo Santander el departamento con mayor demanda (10,18 t).
- ▶ **Variedades híbridas** mostraron **productividades de entre 70% y 125%** superiores a las comerciales.
- ▶ **Variedades híbridas F1**, con propagación in vitro, **redujeron oviposición de la broca entre 25% y 70%**.
- ▶ Se identificaron nuevas fuentes de resistencia contra la **enfermedad de las cerezas del café (CBD)** y se crearon poblaciones altamente resistentes a la roya a partir de cruzamientos novedosos.
- ▶ La poda calavera alternada con zoca común ratificó su ventaja en la producción acumulada, como estrategia de estabilización de los ciclos de producción.
- ▶ **La espectroscopía de infrarrojo cercano (NIRS)** se confirmó como una herramienta robusta para discriminar el origen y la especie de café verde o tostado;

y se aplicó para determinar las propiedades químicas de suelos.

- ▶ Un **beneficiadero sostenible** equipado con paneles solares redujo **3.7 t de CO2/año**.
- ▶ Avanzó la investigación sobre **mosca soldado negra** como biotecnología para valorizar residuos de café, con resultados promisorios en la producción de proteína y biofertilizantes.
- ▶ Se promovió el uso de bioinsumos y parasitoides africanos en programas de control de broca.
- ▶ Se validaron nuevos fungicidas para el control eficaz de la roya y se inició la identificación de nuevos genes de resistencia.
- ▶ Se validó la incorporación de hasta 15% de pulpa de café al suelo antes de la siembra y el aporte de los abonos verdes para cubrir requerimientos de nitrógeno y potasio.
- ▶ Se evaluaron herramientas de IA para estimar la producción.
- ▶ Se implementó un agente de IA que responde consultas técnicas con base en productos de investigación de Cenicafé publicados.



GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 2-6-c, 3-3

FNC BANCARIZA MÁS QUE EL PROMEDIO NACIONAL

73% de los caficultores están bancarizados vs. **61,3%** del promedio nacional de acceso a cuentas de ahorro en municipios rurales y 49,2% en municipios rurales dispersos.

Gracias a la alianza entre la FNC y el Banco de Bogotá, y a la nueva alianza con Davivienda, vigentes hasta 2034 y 2035, respectivamente, más de 387.000 caficultores (73% del total) están bancarizados vía la cédula o tarjeta cafetera (CC/TC) frente al 61,3% del acceso nacional promedio a al menos una cuenta de ahorro en municipios rurales, y 49,2% en municipios rurales dispersos, según Banca de las Oportunidades.

En Tolima, Risaralda, Caldas, N. de Santander, Nariño y Magdalena, más del 80% de los caficultores están bancarizados vía la FNC.

El uso de la CC/TC del Banco de Bogotá en el Canal Cafetero de las cooperativas crece: en 2025 las compras de café sumaron **\$94.531 millones** y las dispensaciones de efectivo, **\$2.991 millones**, 27,8% y 189,4% más que en 2024, respectivamente.

En 2022 se habilitaron las compras en línea con la CC/TC del Banco de Bogotá vía PSE, y desde entonces han incrementado las transacciones no presenciales. En 2025 las transacciones por internet y Banca Móvil crecieron 4,8% y 19,0% vs. 2024.



Fuente: Gerencia Financiera y de Recursos Organizacionales

GRI 203-2

CAFETEROS AHORRAN \$1.159 MILLONES EN RETIROS DE OTRAS REDES

Por los diversos beneficios de la CC/TC del Banco de Bogotá, en 2025 los cafeteros ahorraron **\$1.159 millones** en retiros en cajeros de otras redes, y se acumularon cerca de **5,18 millones de transacciones en cajeros en los últimos 9 años**.

Desde 2015, las tarifas preferenciales de la CC/TC han ahorrado **\$499.000 millones** a los caficultores y la institucionalidad.

GRI 2-6-c

Davivienda, el nuevo operador

En agosto se firmó el convenio de colaboración para que Davivienda sea proveedor de servicios bancarios como operador de la CC/TC con la FNC. Tras pilotos de entrega, en el año se gestionaron **15.451 solicitudes** de CC/TC Davivienda y 175 solicitudes de Tarjeta de Crédito Cafetera.

Estandarización de la información gremial

El Banco de Bogotá lanzó la nueva imagen de la CC/TC, inspirada en nuestras montañas, que se empezó a imprimir en agosto. Los nuevos diseños de ambos bancos estandarizan la información gremial.



GRI 2-6-a, 2-6-b, 2-6-c, 203-1, 203-2, 3-3, 413-1

POR CERCA DE \$2.2 BILLONES

68.103 CRÉDITOS FINAGRO PARA CAFICULTORES

El crédito es una importante fuente de recursos para los caficultores. En 2025 se les otorgaron **68.103 créditos Finagro** por **cerca de \$2.2 billones de pesos**, de los cuales 75,3% fueron para pequeños productores de ingresos bajos, 12,3% para pequeños productores, 10,3% para medianos y 2,1% para grandes.

El número de créditos fue 16,48% inferior a los 81.542 otorgados en 2024, pero su monto fue **6,78% superior**.

3.311 caficultores se beneficiaron de tasas de interés preferenciales de las Líneas Especiales de Crédito (LEC), con ahorros por subsidios en tasa de interés por **\$10.737 millones**.

El apoyo y la guía de los extensionistas han sido claves para que los cafeteros presenten a las entidades sus proyectos y sean financiados con las condiciones definidas por Finagro.



En 2025 se presentaron **26.821 solicitudes por \$425.480 millones**, de las cuales **95,6%** fueron ante el Banco Agrario, **3,4%** ante Bancolombia y **1,1%** ante Davivienda. Estos créditos fueron destinados principalmente a nuevas siembras (26,5%), sostenimiento de café (23,27%) y construcción de beneficiaderos (16,19%).

SOLICITUDES CON APOYO DEL SERVICIO DE EXTENSIÓN

RUBROS	VALOR (\$ millones)	PARTICIPACIÓN POR NO. DE SOLICITUDES
Nuevas siembras	139.580	26,50%
Sostenimiento	68.831	23,27%
Beneficiaderos de café	92.038	16,19%
Renovación de cafetales	50.786	12,21%
Renovación por zoca	24.300	9,41%
Maquinaria y equipo	30.314	5,83%
Renovación de cafetales envejecidos	16.325	4,32%
Adquisición de insumos	2.459	1,86%
Maíz amarillo	429	0,21%
Frijol	395	0,19%
Maíz blanco	23	0,01%
	425.480	100%

GRI 201-4

El Gobierno nacional abrió recursos para todas las cadenas productivas por **\$74.531 millones vía el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR)**, de los cuales para café se han pagado **\$42.176 millones**, siendo las nuevas siembras las de mayor participación en incentivos con **\$11.662 millones**.

GRI 201-4

CON ALIANZA BANCO AGRARIO-FNC, CRÉDITO CAFETERO CRECE A \$2,27 BILLONES

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

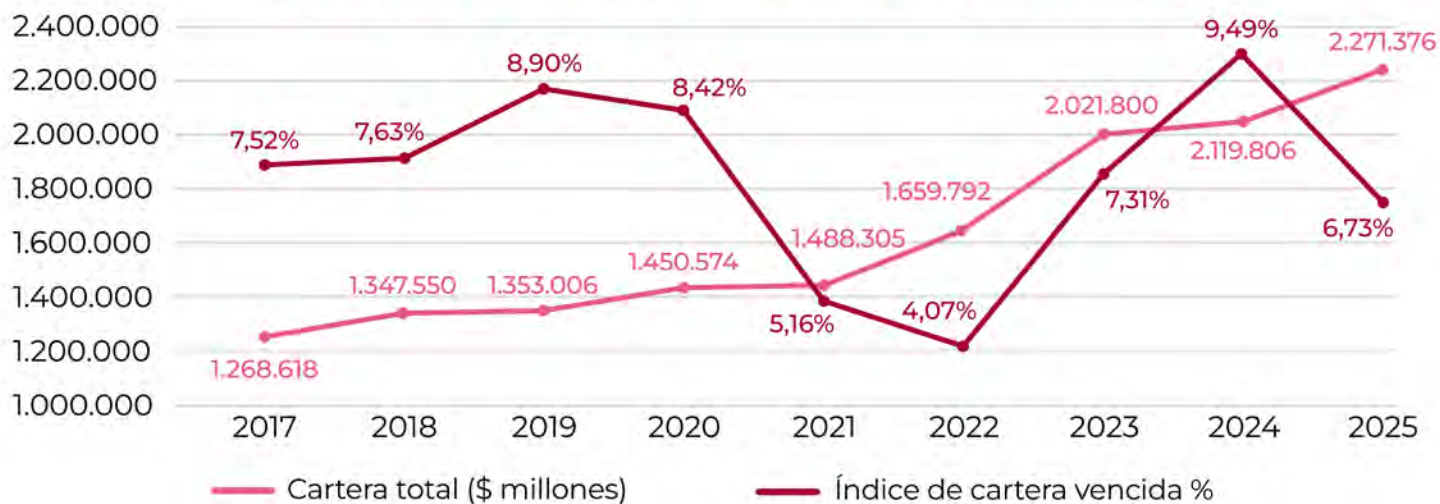
En 2025, el Banco Agrario y la FNC siguieron trabajando de la mano para garantizar el acceso cafetero a créditos acordes al ciclo productivo del cultivo y su comportamiento financiero en ahorro, inversión y pago de obligaciones. Parte del éxito de esta alianza es el apoyo del Servicio de Extensión.

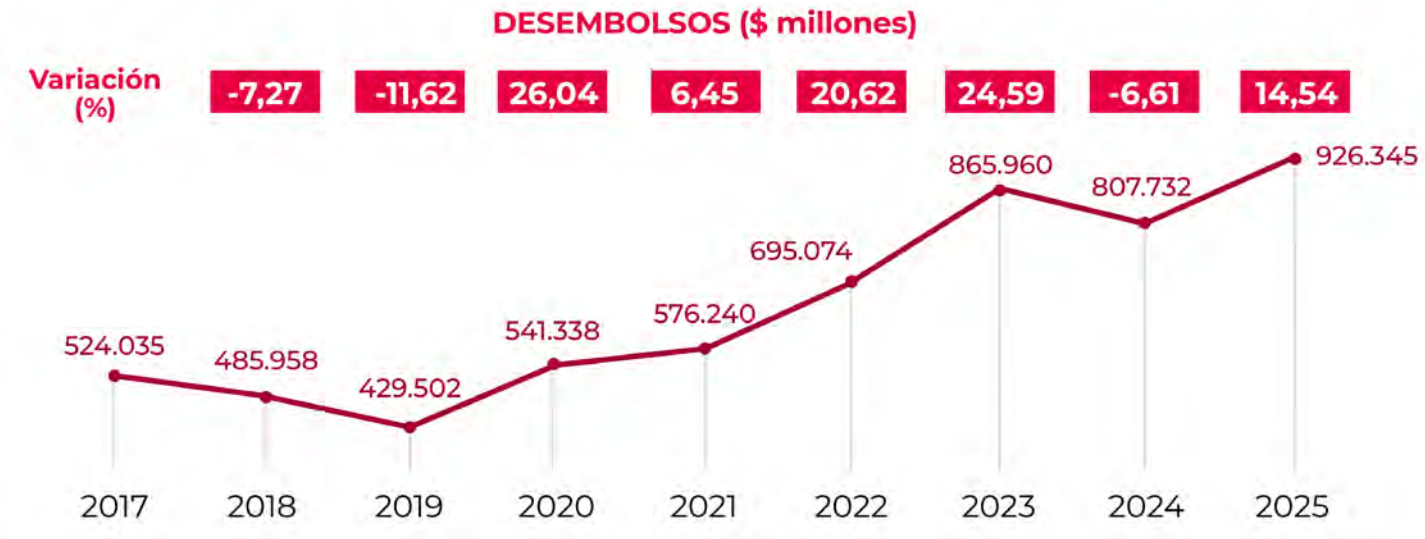
En 2025, **la cartera superó los \$2,27 billones**, con un índice de **cartera vencida de 6,73%**.

Los desembolsos superaron los **\$926.345 millones, 14,54% más** que en 2024, lo que incluye apoyos para normalización de cartera a tasas de interés más favorables.



CARTERA TOTAL (\$ millones) vs. ÍNDICE CARTERA VENCIDA (%)





Fuente: Banco Agrario de Colombia.

DESEMBOLSOS BANCO AGRARIO (MILLONES)	VARIACIÓN	RECURSOS DE FINAGRO 2025	VARIACIÓN
2024 \$808.732	14,5%	Participación en no. de desembolsos	97%
2025 \$926.345		Participación en recursos totales	78%

SOCIAL



GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 2-6-c, 203-1, 203-2, 3-3, 413-1

+27.200 FAMILIAS IMPACTADAS CONSOLIDAN EQUIDAD DE GÉNERO COMO ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

La FNC lleva bienestar integral a las familias caficultoras.

La Política de Equidad de Género se implementó con éxito mediante tres programas de gestión integral, cuyos resultados trascienden la esfera social e impactan la productividad y la economía familiar.

YO AMO A MI FAMILIA CAFETERA: Más de 7.700 familias cafeteras fueron sensibilizadas sobre violencias basadas en género (VBG), salud integral, promoción de la transformación cultural y redefinición de roles en el hogar:

► En alianza con la Fundación WWB, Procafecol y los comités del Eje Cafetero, Cauca, y Valle del Cauca, más de **630 personas** fueron sensibilizadas en prevención de violencias (92% fueron mujeres y 8%, hombres), se formaron **51 colaboradores de comités** para replicar la metodología y se diseñaron rutas de atención VBG para **22 municipios**.

► A nivel nacional se realizó atención integral en salud a **más de 3.400 personas**. Destaca la alianza con Fundación OneSight y los comités de Antioquia, Huila y Tolima, donde **1.622 personas** recibieron examen visual, lentes y monturas gratis para mejorar su visión y el desarrollo de actividades diarias.

MUJERES LIDERANDO LA CAFICULTURA: Se fortaleció el liderazgo de **2.230 mujeres** vía talleres, encuentros y sensibilizaciones, impulsando su rol como protagonistas en liderazgo comunitario y gremial.

CAFÉ DE MUJERES: Más de **17.300 mujeres** han transformado su realidad productiva con programas enfocados en comercialización y diversificación de ingresos, gracias a la gestión de 14 comités departamentales, cuyos proyectos beneficiaron directamente a **14.763 mujeres** en todo el país.

También destaca el fortalecimiento de sus capacidades: **1.365 cafeteras** recibieron formación en administración financiera; y en alianza con las universidades Sergio Arboleda y La Sabana, **292 mujeres** se especializaron en habilidades comerciales, diseño de marca y mercadeo para potenciar la venta de su café tostado.

Estas iniciativas no solo abarcan la entrega de infraestructura y producción de microlotes, sino que integran seguridad alimentaria, cuidado del medio ambiente y fortalecimiento de la asociatividad.

EQUIDAD DE GÉNERO TRANSVERSAL: La equidad de género es un principio integrado en los cuatro ejes de valor de la FNC, un claro compromiso gremial.

Económico: Las ventas de Café de Mujeres crecieron **20,5%**, de 7.754 sacos de 70 kg en 2024 a **9.759 sacos**.

La tasa de atención a mujeres superó el 30% del alcance global del Servicio de Extensión, asegurando la representatividad de género en el acceso a la asistencia técnica.

- Gestión empresarial: 35.858 mujeres **(31%)**.
- Postcosecha: 33.519 mujeres **(31%)**.
- Cafés especiales: 31.410 mujeres **(31%)**.
- Transferencia de tecnología: 238.736 mujeres **(30%)**.

Ambiental: En los proyectos Nestlé, Tim Hortons y Pur Project participan **1.354 mujeres cafeteras** (29%), integrando su liderazgo en la agenda de sostenibilidad.

Gobernanza: **1.390 lideresas gremiales** participaron en **16 sesiones** de CaféIdeas con el gerente general, para que su visión sea un insumo en construir los próximos 100 años de la FNC.

JÓVENES CAFETEROS, PROTAGONISTAS DE LA INTEGRACIÓN GENERACIONAL

En 2025 se aprobó la Política de Integración Generacional que busca promover la integración activa y sostenible de los jóvenes en la actividad cafetera mediante tres rutas: generación de ingresos, liderazgo juvenil e identidad cafetera. Hubo **45.571 jóvenes beneficiarios** (entre 18 y 28 años) de acciones de los comités departamentales y del Servicio de Extensión.

Se desarrollaron acciones con más de 23.600 contactos con jóvenes:

RUTA	2025	
	META	EJECUCIÓN
GENERACIÓN DE INGRESOS	18.373	21.428
PARTICIPACIÓN Y LIDERAZGO	1.121	1.169
INTEGRACIÓN E IDENTIDAD CAFETERA	1.000	1.070
TOTAL	20.494	23.667

GENERACIÓN DE INGRESOS

Se incentiva la participación de nuevas generaciones en la caficultura mediante el arraigo en el café y promoviendo emprendimiento:

► Participación de **21.904 jóvenes** en las actividades del plan operativo del Servicio de Extensión, representando 1,90% del total de atenciones.

- Gestión empresarial: 2.164 jóvenes (1,88% del total).
- Postcosecha: 1.976 jóvenes (1,84% del total).
- Cafés especiales: 1.696 jóvenes (1,84% del total).
- Transferencia de tecnología: 16.078 jóvenes (1,96% del total).

► El programa de **capacitación** entrega conocimiento teórico/práctico y ayuda a establecer las bases para que los jóvenes se conviertan en caficultores; con estas jornadas se alcanzaron más de **12.700 contactos**.

► Por medio de incentivos se beneficiaron a **8.686 jóvenes** con insumos para el establecimiento de cultivos, participación en espacios comerciales, concursos y/o apoyos al emprendimiento. El proyecto **De la Finca a la Marca** apoyó el diseño y posicionamiento de marcas de café de 13 jóvenes emprendedores.





► El proyecto con Procafecol, **Jóvenes Renacer**, en Cundinamarca, compró **16.405 kg de cps** a 38 jóvenes de un grupo de 60, quienes además se formarán en producción y liderazgo. En Huila, **19 jóvenes** aprovisionaron **24.230 kg de cps** para la edición de café de jóvenes de la marca.

PARTICIPACIÓN Y LIDERAZGO

Se han fortalecido habilidades de jóvenes para que asuman roles de liderazgo gremial y toma de decisiones:

Liderazgo: Con la Dirección de Asuntos Gremiales y la Fundación Manuel Mejía (FMM), se diseñó el taller virtual sobre liderazgo gremial para fomentar la participación juvenil en las próximas elecciones cafeteras. Se realizaron 27 acciones de formación presencial, con los que se alcanzaron más de **1.100 jóvenes de 14 departamentos**.

RUTA INTEGRACIÓN E IDENTIDAD CAFETERA

En 2025, en alianza con el Fondo Cultural Cafetero (FCC), se diseñó la metodología para promover la ruta de identidad cafetera que será escalada a nivel nacional en 2026. Esta metodología se validó con pilotos en los comités de Santander, Huila y Cundinamarca, con 163 caficultores. Y se realizaron acciones de construcción de la identidad cafetera en otros 6 comités, **impactando a otros 907 jóvenes**.

\$115.453 MILLONES PARA INFRAESTRUCTURA SOCIAL COMUNITARIA EN ZONA CAFETERA

Los comités y la sede de Bogotá ejecutaron **386 proyectos** de infraestructura (vías, vivienda, social y saneamiento básico) por **\$115.453 millones**, 82% más vs. 2024 (\$63.441 millones):



En alianza con la Dian, producto de donaciones, se construyeron **186 estufas ecoeficientes** en Magdalena, Nariño y Cundinamarca, beneficiando a 121 mujeres cafecultoras y 18 jóvenes. Gracias a las eficiencias del proyecto, se podrán beneficiar otros 17 cafecultores en 2026.



MÁS DE 70 ALIANZAS PARA TRANSFORMAR LA EDUCACIÓN CAFETERA

La transformación de la educación cafetera ha beneficiado a **54.728 cafecultores:**

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Se concretaron 79 alianzas con universidades y centros de formación para beneficiar a 9.282 cafecultores y sus familias.

FORMACIÓN MASIVA (FMM)

La FMM formó a más de **45.380 cafecultores** y extensionistas virtual y presencialmente:

► **CaféU: 43.801 cafecultores formados** en renovación, fertilización, cosecha asistida, mecánica cafetera, educación financiera y calidad del café.

► **1.360 cafeteros capacitados** en temas técnicos, productivos y de institucionalidad, en la sede de Chinchiná.

► **219 personas formadas** en barismo, cafés filtrados, tostión y catación mediante la Real Academia del Café.

EMPREDIMIENTO JUVENIL

Con la Universidad del Rosario, **41 jóvenes cafeteros** se formaron en “Metodologías de emprendimiento ágiles”; 5 de ellos, participaron en Cafés de Colombia Expo 2025.

BRECHA DIGITAL

El proyecto piloto Alfabetización Digital, con Fundación Telefónica, benefició a 25 caficultores. Y se construye la ruta nacional de alfabetización digital.



RUTA DE ADOPCIÓN DIGITAL PARA CAFICULTORES

Ante la necesidad de crear una ruta de adopción digital, se realizó el primer *bootcamp* con los **equipos de Tecnología, Desarrollo Social y Estrategia**, consolidando las ideas de caficultores y líderes gremiales para definir la ruta estratégica de educación digital y adopción de nuevas tecnologías con enfoque diferencial.

Es parte de un proyecto piloto con Telefónica mediante un curso de adopción de tecnologías para caficultores.

FOMENTAR LA CULTURA DE INNOVACIÓN EN LOS CAFICULTORES

Aprovechando las alianzas con **Sena, Colsubsidio, Telefónica y Universidad de los Andes**, destacan las siguientes formaciones:

- ▶ Sena-Analdex en innovación y sostenibilidad, con un componente de realidad virtual para **26 caficultores del César, La Guajira y Bolívar**.
- ▶ Transferencia de conocimiento intergeneracional (entre padres hijos de comités municipales) e innovación para **52 beneficiarios de Valle del Cauca y Nariño**.

INNOVACIÓN SOCIAL



03

AMBIENTAL

GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 2-6-c, 203-1, 2-22, 3-3, 413-1

FNC MARCA EL CAMINO PARA LA CAFICULTURA SOSTENIBLE Y REGENERATIVA

La valorización de subproductos, la resiliencia de la caficultura y el cuidado de la naturaleza son las apuestas del gremio.

GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4

BIOECONOMÍA

En 2025, la FNC profundizó su compromiso con **la bioeconomía circular en la cadena del café**, consolidando un modelo donde los subproductos se convierten en coproductos de alto valor agregado.

La Dirección de Sostenibilidad Ambiental, junto con Cenicafé y los comités departamentales, impulsó dos iniciativas para valorizar la pulpa y el mucílago: **la producción de abono orgánico y la obtención de harina de pulpa** con potencial industrial, lo que no solo fortalece la sostenibilidad ambiental, sino que diversifica ingresos para las familias caficultoras.

El hito más relevante fue escalar el proceso de vermicompostaje de **250 kg a 4,5 t de pulpa por ciclo**, para obtener 1 t de abono orgánico y 100 kg de biomasa de larvas en cada periodo, aplicables en entornos operativos reales.

La cría de **mosca soldado negra** ya es una realidad en la Granja Isidro Parra, Tolima, como base biotecnológica para expandirla a otros comités como una unidad de negocio rentable.

La solidez de estas iniciativas, bajo el proyecto **Bioeconomía circular del café: de residuos a valor**, mereció a la FNC el **2do. lugar entre 109 propuestas** en el Premio al Compromiso Ambiental de ANIF y Banco de Occidente.

Para potenciar y dar continuidad a estas líneas de trabajo, la FNC se unió al Hub de Bioeconomía Andi 2025, liderando el reto de valorizar la biomasa residual del café para fomentar alianzas intersectoriales que se traduzcan en soluciones industriales sostenibles.



GRI 101-1, 101-2

Y la FNC se posicionó como pionera en adoptar la hoja de ruta **Biodiversidad más Empresa**, alineada con las metas nacionales del Plan de Acción de Biodiversidad de Colombia al 2030. El diagnóstico integral de madurez la ubicó en la categoría En Crecimiento, logro que reafirma que la innovación y la sostenibilidad son hoy los motores hacia el futuro de una caficultura moderna, productiva y resiliente.

ACCIÓN CLIMÁTICA

GRI 102-1, 102-5, 102-6, 102-7

La estrategia de acción climática de FNC se fundamenta en **conocer la línea base de la huella de carbono organizacional y de producto**, identificando fuentes de emisión, reconociendo las buenas prácticas existentes y definiendo oportunidades de reducción. Con este propósito **se estimó la huella de carbono organizacional** para los alcances 1, 2 y 3 y la **huella de carbono del producto**, calculando las emisiones asociadas a una taza de café colombiano.

Este ejercicio, bajo el estándar ISO 14064⁵, con información primaria representativa de la caficultura y su cadena de valor, complementa la línea base, fortalece la toma de decisiones y orienta las acciones de reducción, y se consolida como **referente global al visibilizar el aporte de la caficultura en la gestión del cambio climático**.

Entre los avances significativos destacan la identificación de las principales fuentes de emisión, el fortalecimiento de la cultura de reporte, el reconocimiento de la cultura cafetera, particularmente el uso del sol como energía renovable, y la identificación de oportunidades para el aprovechamiento de la materia prima residual.

GRI 101-1, 101-2 | En proyectos de acción climática, **se sembraron 2.259.972 árboles y se conservaron 962 ha de bosque** para proteger la biodiversidad, elevar la resiliencia de los ecosistemas y beneficiar a comunidades locales.

El proyecto **Nestlé & FNC Tree Planting** vinculó 600 nuevos participantes, ampliándose de 25 a 58 municipios, con inversiones adicionales por **USD 14 millones** a 2030. Con **Tim Hortons** se beneficiaron 603 caficultores con formación económica y ambiental, análisis de suelos y filtros purificadores. Con **Pur** se fortaleció la restauración y conservación de las microcuencas cafeteras en el Huila, pasando de 11 a 29 microcuencas, beneficiando a más de 1.009 caficultores en 147 veredas.

La implementación de modelos agroforestales (3.019), cercas vivas (242.481) y plantaciones forestales (94.758) totalizó **340.258 árboles**, principalmente especies nativas, favoreciendo la conectividad ecológica y la restauración de ecosistemas vulnerables.

Jornadas de educación ambiental **beneficiaron a 614 caficultores**, robusteciendo sus competencias en modelos de siembra, importancia de la conservación y mantenimiento de microcuencas.

Reconociendo la labor de la FNC en el cuidado de bosques, la Organización para la Alimentación y la Agricultura de la ONU (**FAO**) otorgó, entre 1.330 postulaciones, el **Reconocimiento Técnico Mundial en “Producción y protección forestal sostenible”** por los impactos positivos del cultivo del café en la conservación de la naturaleza (nominada y reconocida en esta categoría junto a 23 organizaciones del resto del mundo).

GRI 102-10 | En Santander se desarrolló el **piloto de mercados de carbono con pequeños productores**, identificando fincas de alto potencial de captura de carbono asociado a los sistemas agroforestales. Los caficultores participan como titulares en esquemas de créditos de carbono, con ingresos adicionales por conservar árboles en sus fincas.

Se movilizaron **\$2.666 millones** para un proyecto con el apoyo del Gobierno alemán-Ministerio Federal de Cooperación y Desarrollo Económico (BMZ, sus siglas en alemán) a través de Patrimonio Natural, Fondo para la Biodiversidad y la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena, para nuevas siembras de árboles, fortalecer sistemas productivos, renovar cafetales y valorizar subproductos en Huila, que beneficiará a 150 familias cafeteras.

⁵ Especificación con orientación a nivel de organización para cuantificar y presentar informes sobre las emisiones y absorciones de gases de efecto invernadero (alcances 1, 2 y 3).

GRI 2-23

DESARROLLO EMPRESARIAL SOSTENIBLE

Se incorporaron los principios de debida diligencia, integridad y transparencia. Respondiendo a las crecientes exigencias normativas internacionales –en particular el Pacto Verde de la Unión Europea– se recibió **cooperación técnica de la FAO** para aplicar el Manual OCDE-FAO para empresas sobre deforestación y debida diligencia en las cadenas de suministro agrícolas, atendiendo el Reglamento UE 2023-1115 para la comercialización de productos libres de deforestación.

Se diseñó el **modelo de evaluación de riesgo por deforestación de la caficultura**, herramienta única con enfoque preventivo que integra las tres dimensiones del riesgo: amenaza, exposición y vulnerabilidad. Su implementación en Cundinamarca y los territorios cafeteros (Meta, Caquetá, Arauca, Casanare y Putumayo) demostró que la caficultura no es motor de deforestación en el país. Y se elaboró el **Plan de Prevención y Reducción del Riesgo de Deforestación** con nueve acciones de prevención y reducción del riesgo, una de gobernanza y cinco medidas de manejo.

GRI 101-1, 101-2 | Con Cenicafé se adoptó el **Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD)**⁶, un marco estandarizado para identificar, evaluar, gestionar y divulgar riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza, para orientar decisiones e inversiones hacia modelos sostenibles y resilientes. Esto se anunció en el marco de la COP30, reflejando el trabajo de FNC en la protección de las cuencas hidrográficas y el liderazgo de Cenicafé en la búsqueda de buenas prácticas agrícolas amigables con el ambiente.

Los temas estratégicos de bioeconomía, acción climática y desarrollo empresarial sostenible priorizan los asuntos materiales identificados en 2024 y dan continuidad al compromiso de FNC para gestionarlos.

LAS EMPRESAS DEL GREMIO MOSTRARON RESULTADOS SOBRESALIENTES

GRI 304-1 | Ubicado en Chinchiná, Caldas, en una reserva natural que contribuye a preservar, Cenicafé sigue comprometido con la sostenibilidad ambiental.

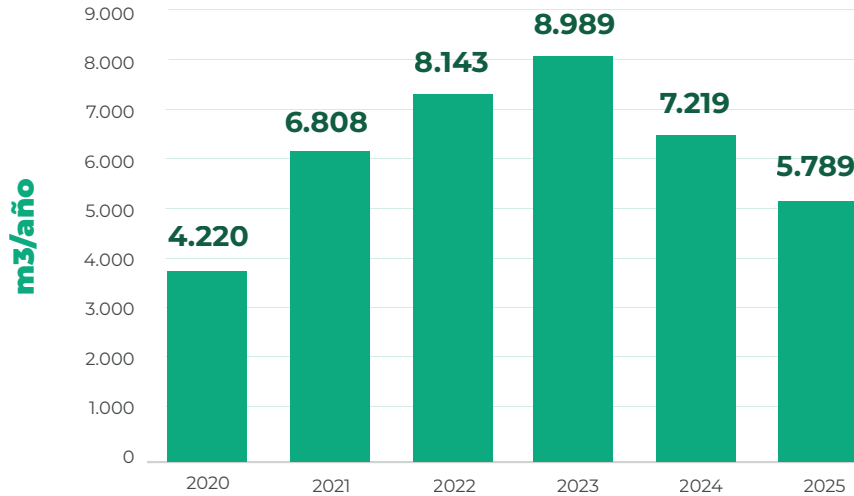
GRI 306-4 | En 2025, aprovechó el 53% de los residuos, 5 puntos porcentuales más que en 2024 y 16 pp más vs. 2023.

GRI 103-4, 103-5, 303-5 | El consumo de agua y energía se mantuvo por debajo de los límites de consumo (55 l/experimento-día y 4,5 kWh/experimento-día, respectivamente).

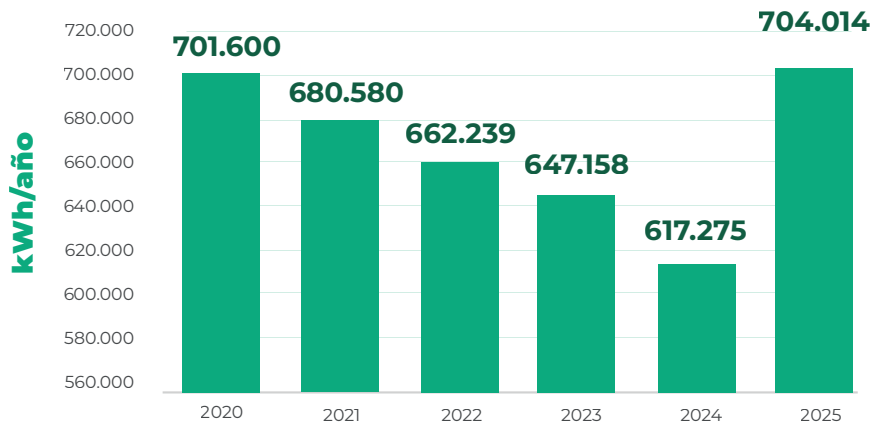
⁶Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con la Naturaleza.

GRI 103-2, 303-1 En agua, se usaron 46 l/experimento-día, y en energía eléctrica 3,7 kWh/experimento-día. Si bien hubo un aumento vs. 2024, los consumos no exceden⁷ los límites establecidos.

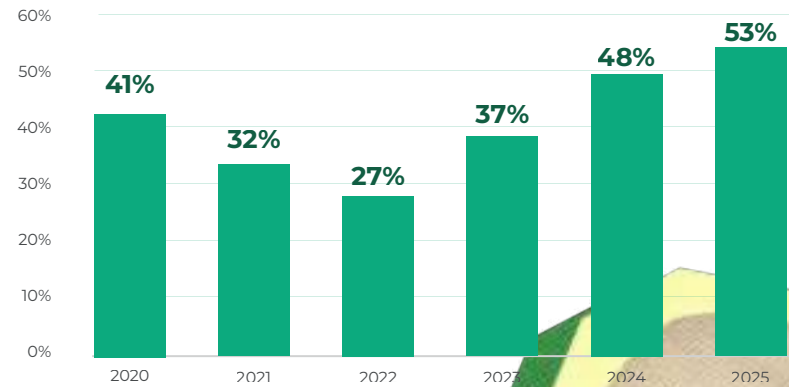
CONSUMO DE AGUA



CONSUMO DE ENERGÍA



APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS (%)



⁷ En promedio, el número de experimentos ha sido estable en los últimos años. No obstante, se han adquirido equipos para desarrollar nuevos experimentos que aumentan los consumos, particularmente los que simulan condiciones ambientales como cámaras climáticas y fitotrones.

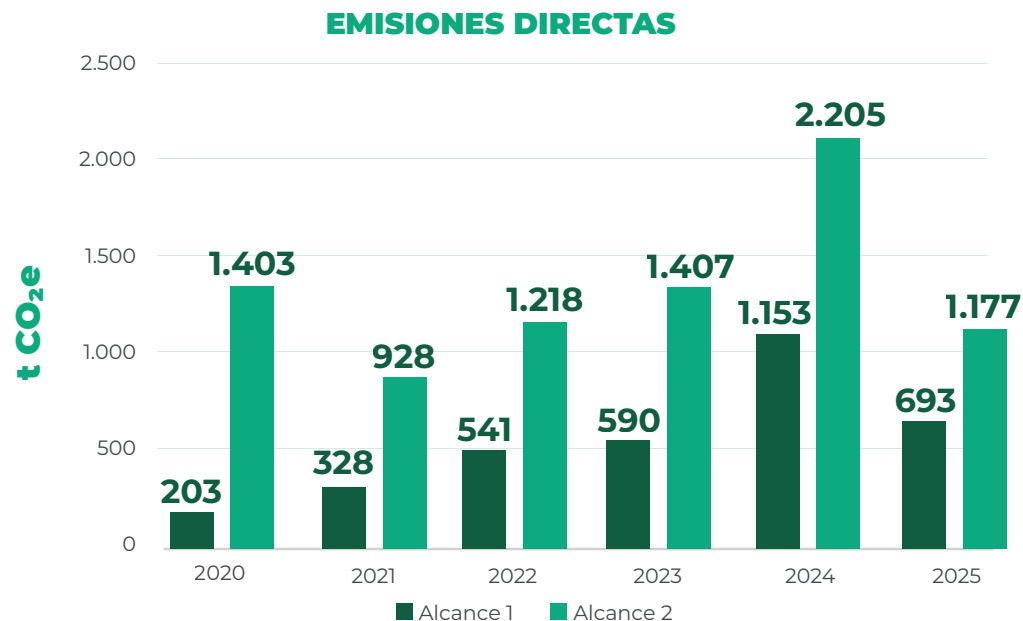


GRI 102-1, 102-5, 102-6, 102-7

PROCAFECOL

Actualizó su **Plan de Descarbonización**, ajustando la hoja de ruta técnica para asegurar el cumplimiento de las metas de reducción a 2030. Se adhirió a la **Exponential Roadmap Initiative (ERI)**⁸, permitiendo el acceso a herramientas prácticas para la gestión climática y el cumplimiento del compromiso Race to Zero.

El inventario de huella de carbono, actualizado bajo estándares ISO y GHG Protocol, en 2025 reportó emisiones de **693 t de CO₂e** (alcance 1) y **1.177 tCO₂e** (alcance 2). Para el alcance 3 (cadena de suministro), la medición se reporta con un año de atraso y se estima en **57.397 tCO₂e** para 2024. Para mitigar emisiones directas, se estructuró un modelo de reconversión tecnológica para sustituir equipos refrigerantes.



*Se ajustó la metodología del cálculo reportado en 2024 para alcance 2. La cifra inicialmente estimada en 1.135 tCO₂e fue corregida a 2.205 tCO₂e al actualizar el factor de emisión utilizado.

Con el proyecto **Mujeres Cafeteras**, se reducen emisiones (alcance 3) vía reconversión de equipos de beneficio (3 despulpadoras nuevas y 17 reparadas, 9 tanques de fermentación nuevos y 15 reparados, y 8 procesadoras de pulpa nuevas y 19 reparadas).

GRI 101-1, 101-2 | Se restauraron 12 ha mediante herramientas de manejo del paisaje y la siembra de 5.285 árboles con 34 especies nativas, promoviendo la biodiversidad y resiliencia climática en Valle del Cauca.

GRI 306-2, 306-4 | Con el programa **No Rompas el Ciclo de la Sostenibilidad** se aprovecharon **158 t de residuos reciclables (92,7% más que en 2024)** y **417 t de orgánicos (58,6% más que en 2024)**. En envases, el uso de resina posconsumo (PCR) en botellas de agua (con y sin gas), jugo de naranja y aloe vera puso en el mercado **9,95 t** de material reciclado.

Con el programa **Vaso Reúso** se sirvieron 190.703 bebidas en vasos reutilizables, 10,4% menos que en 2024, y el Programa de **Recolección de Cápsulas** recuperó 23.160 unidades, 33,8% menos vs. 2024, por fluctuaciones en el comportamiento y los hábitos de retorno de empaques de los consumidores en las tiendas.

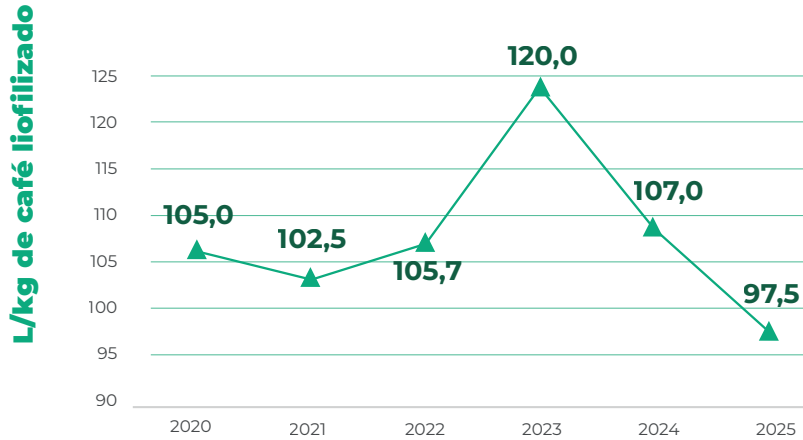
⁸ La Hoja de Ruta Exponencial (ERI) es una iniciativa climática colaborativa que une a empresas para impulsar acciones que reduzcan a la mitad las emisiones para 2030, a la vez que mejoran sus resultados empresariales.

GRI 103-1, 103-2, 103-4, 103-5, 303-5

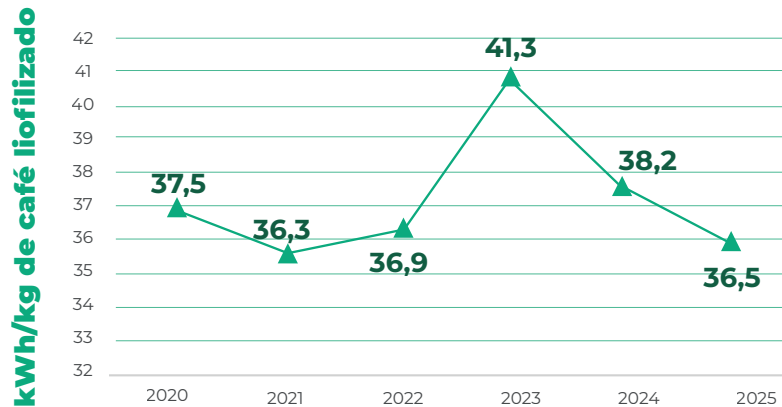
BUENCAFÉ

Ha consolidado un modelo de **operación eficiente** al elevar la producción, pero reducir el consumo de agua (-8,9%) y la intensidad energética (-4,5%). Con un modelo de economía circular, la participación de biomasa creció al 33,6% de su matriz energética.

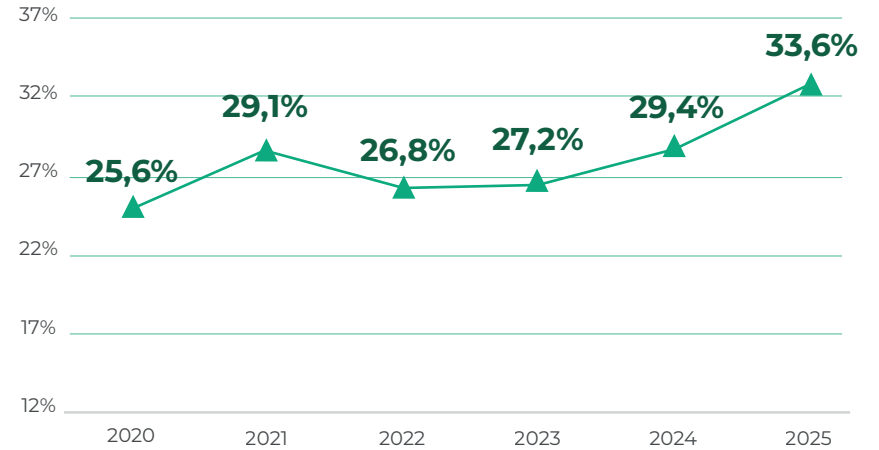
CONSUMO DE AGUA



INTENSIDAD ENERGÉTICA

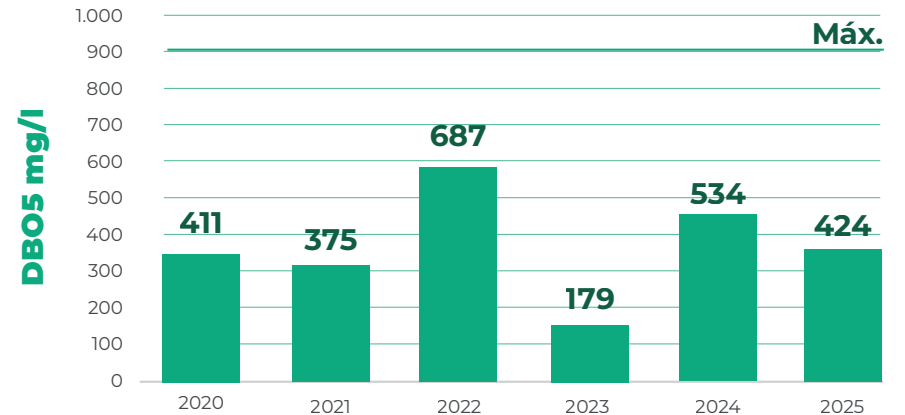


% DE COMBUSTIBLES RENOVABLES



GRI 303-1, 303-2, 303-4 | Se mantiene en operación la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales, donde la Demanda Bioquímica de Oxígeno (DBO5) se calculó en **424 mg/l**, muy por debajo del límite normativo de 900 mg/l.

MANEJO DE VERTIMIENTOS





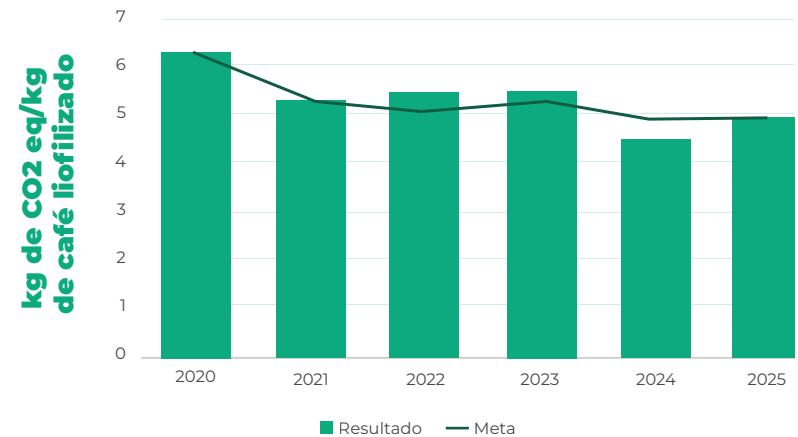
GRI 103-1, 103-2, 103-5

La puesta en marcha del nuevo **Centro Logístico Integrado Buencafé (Clib)** logró el gran hito de la certificación internacional **LEED BD+C Silver**, un reconocimiento a su diseño de alta eficiencia. El Clib integra tecnología fotovoltaica con una capacidad de 67,5 kWp para que el almacenamiento y las oficinas operen con energía limpia, impulsando la transición definitiva hacia una operación baja en carbono.

GRI 102-5, 102-6

El valor de los **gases de efecto invernadero (GEI)** fue de **4,96 kg de CO2 eq/kg de café liofilizado**, manteniéndose dentro del rango meta.

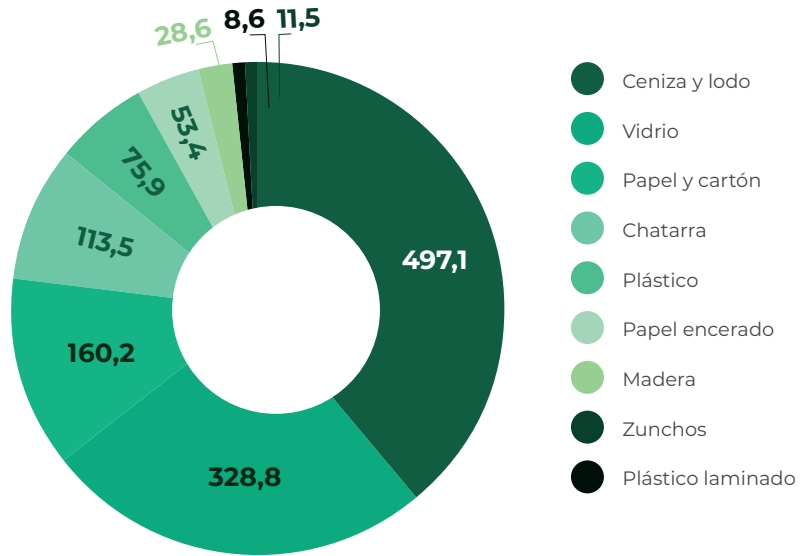
EMISIÓN DE GEI



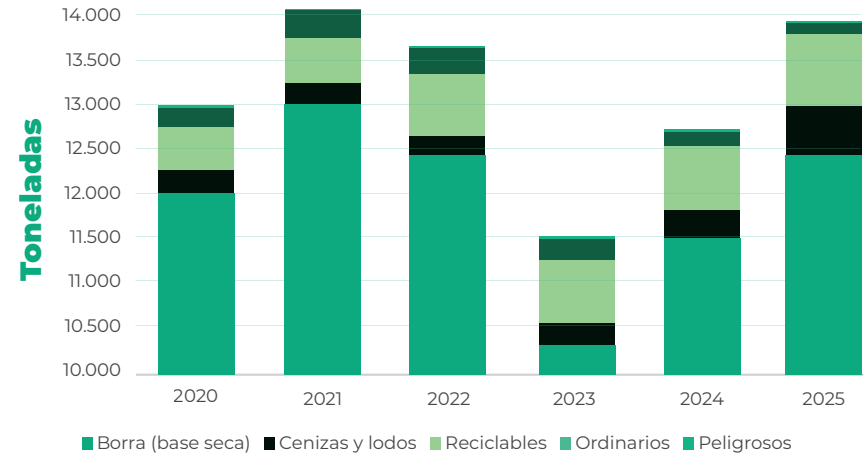
GRI 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

En manejo de residuos y aprovechables, la compañía mitigó en 32,6% el envío de residuos a rellenos.

APROVECHABLES 2025 (t)



GENERACIÓN DE RESIDUOS

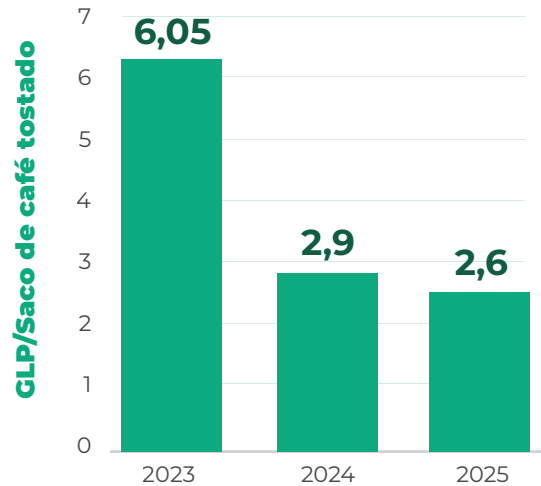


GRI 103-1, 103-2, 103-5

ALMACAFÉ

Sigue fortaleciendo su desempeño ambiental (en sus 13 sedes) para prevenir, mitigar y compensar los impactos derivados de su operación. El **consumo de combustible de la torrefactora bajó 10%**, de 2,9 kg de GLP/saco de café tostado en 2024 a 2,6.

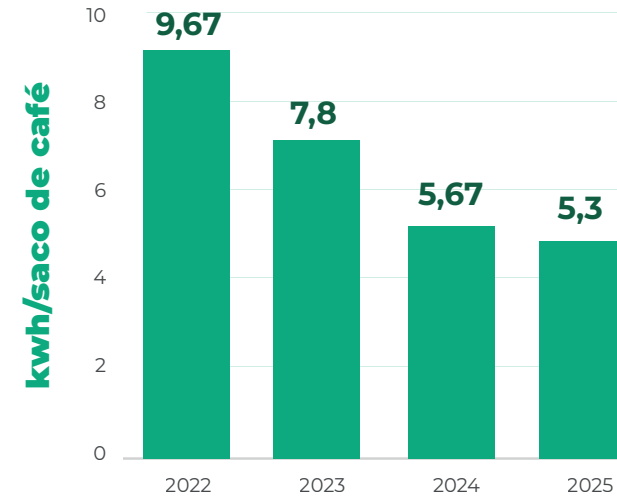
CONSUMO DE COMBUSTIBLE DE LA TORREFACTORA



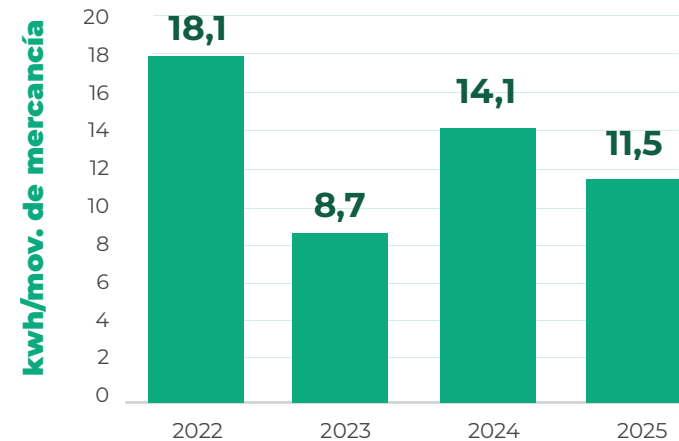
GRI 103-4, 103-5

Pese a la mayor productividad, el **índice de consumo de energía eléctrica** en las plantas trilladoras y torrefactoras **disminuyó 6,5%** de 5,59 a 5,3 kWh/saco de café. En los almacenes, bajó de 14,05 kWh/movimiento de mercancía en 2024 a solo 11,5, 18,1% menos.

CONSUMO DE ENERGÍA EN LAS PLANTAS TRILLADORAS Y TORREFACTORAS



CONSUMO ENERGÉTICO POR MOVIMIENTO DE MERCANCÍA

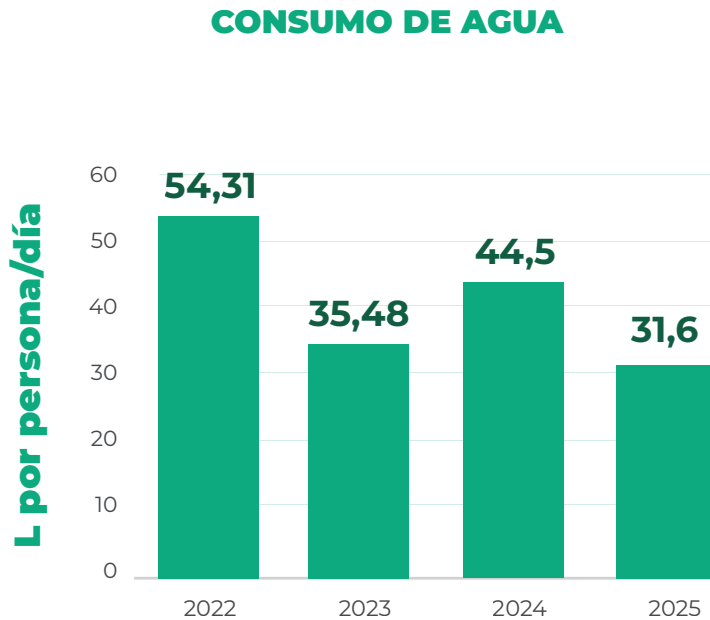


GRI 102-10

En 2025 se compensaron **568 t CO2eq** mediante la compra de certificados de energía renovable en las sedes de Cúcuta, Manizales y Armenia, 19% más que en 2024 (478 Ton CO2eq).

GRI 303-1, 303-5

El consumo de agua bajó 29%, de 44,5 litros por persona/día en 2024 a 31,6.



GRI 306-2, 306-3, 306-4

También **aprovechó 27,7 t**, correspondientes al 99% de los residuos generados, manteniendo las acciones de la incorporación del cisco en la operación.

GRI 413-1

FUNDACIÓN MANUEL MEJÍA (FMM)

Consolidó su apuesta por la sostenibilidad mediante metodologías activas vía WhatsApp (*microlearning*) para llevar contenidos prácticos al campo, formación de formadores para implementar buenas prácticas en finca, y giras educativas presenciales, con 39% de participación de mujeres.

Destaca, el diplomado **Sistemas de producción de café**, liderado por la Gerencia Técnica y diseñado por la FMM, para 1.200 extensionistas **con énfasis en sostenibilidad ambiental y deforestación cero**.



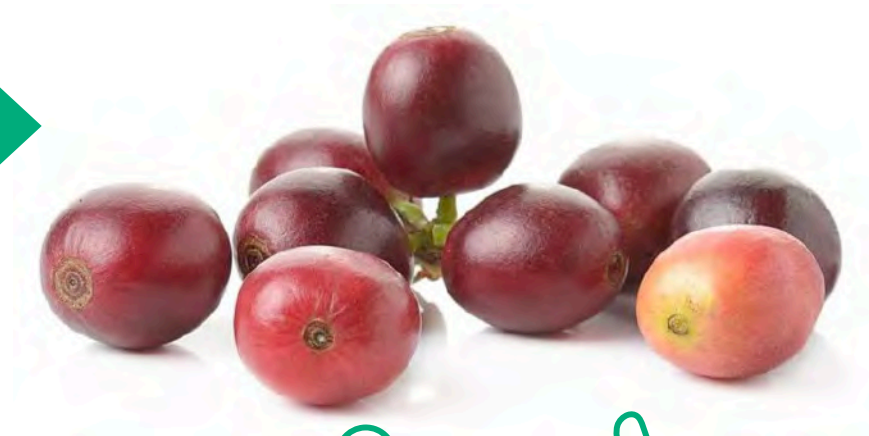
INNOVACIÓN AMBIENTAL

INNOVACIÓN ABIERTA

En el programa de proyectos interdisciplinarios con la Universidad Nacional, estudiantes de últimos semestres de ingeniería exploran la **bioeconomía de la cadena de valor del café como la valorización de la pulpa** al extraer antioxidantes como insumo para la industria cosmética, farmacéutica y alimentaria.

CULTIVO DE MOSCA SOLDADO NEGRA

Con Cenicafé, en la granja Isidro Parra del Tolima, se cría mosca soldado como una **alternativa biotecnológica** para expandir la producción de larva de mosca soldado a otros departamentos, transformándose en una unidad de negocio rentable para los comités de cafeteros, **fortaleciendo iniciativas ambientales locales y generando materia prima e ingresos** para los comités de forma escalable para todas las regiones.



A photograph of three men standing outdoors, all wearing white polo shirts and caps. They are all giving a thumbs-up gesture. The shirts have a logo on the left chest that includes a triangle and some text. The background is a blurred natural setting with trees. The entire image has a yellowish-orange tint.

GOBERNANZA

GRI 2-1

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 561.766 productores de café del país (federados y no federados) y sus familias; 97% de los productores son pequeños (con hasta

5 ha), 2,2% medianos (entre 5 y 10 ha) y 0,8% 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 EE.UU., Japón, Holanda y China.

GRI 2-9-a, 2-9-c-i, 202-2



GRI 2-23-a

CÓDIGO DE ÉTICA Y BUEN GOBIERNO

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, valores y 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.

RESPONSABILIDAD: Asumir y cumplir los compromisos adquiridos con diligencia y cuidado, tomar decisiones orientadas a mitigar riesgos e implementar medidas administrativas efectivas.



GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 2-6-c, 3-3, 413-1

FNC, UNA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

La institución sigue potenciando el liderazgo cafetero en las regiones.

GRI 2-16

16 CAFÉIDEAS CON EL GERENTE GENERAL EN LAS REGIONES

Para rendir cuentas y construir colectivamente la FNC y la caficultura de los próximos años, recolectando ideas en un diálogo abierto y constructivo, en los espacios CaféIdeas el gerente general, acompañado de gerentes y directores, presenta los resultados y el direccionamiento estratégico de la institucionalidad cafetera, centrados en los pilares de **eficiencia, austeridad e innovación.**

En 2025 hubo 16 CaféIdeas, con más de **4.640 líderes gremiales** y más de **3.710 ideas** sobre productividad, comercialización, industrialización y liderazgo cafetero.

+860 CAPACITACIONES PARA +4.800 LÍDERES

Los comités departamentales (vía sus coordinadores gremiales) capacitaron a líderes municipales y departamentales en institucionalidad cafetera y Código de Ética y Buen Gobierno, entre otros temas. Las metodologías incluyen días de campo, giras, foros y encuentros, con más de **4.800 líderes beneficiados.**

EDICIÓN 594 DEL PÓDCAST CAFÉ AL DÍA

En su sexto año, el podcast **Café al Día** llegó a su edición 594, ofreciendo información y noticias del acontecer cafetero, música y reflexiones de forma alegre y amena. Además de las plataformas tradicionales, fue su segundo año en Spotify, con **901 ediciones** a cierre del año.

606 PLANTAS INDUSTRIALES Y +1.700 EXPORTADORES REGISTRADOS

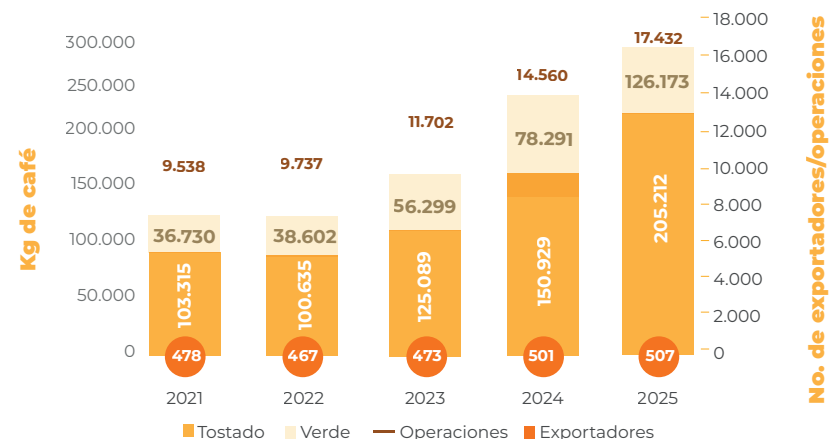
GRI 203-1

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 art. 421 del Estatuto Aduanero (Decreto 1165 de 2019), reglamentado por el Comité Nacional en la Resolución 1 de 2002 para la industria del café. El registro de exportadores de café mantiene un crecimiento destacado, con más de **1.700 exportadores vigentes en 2025**, un aumento sustancial de **480% en la última década.** Y la industria cafetera también sigue expandiéndose, con **606 establecimientos registrados** (281 trilladoras, 319 tostadoras y 6 fábricas de café soluble), **45% más que hace 10 años.**

EXPORTACIÓN DE PEQUEÑAS CANTIDADES CRECE 43,8%

Las exportaciones de café en pequeñas cantidades (bajo la modalidad de envíos urgentes o tráfico postal) crecieron 43,8% vs. 2024, totalizando un volumen de **333.745 kg** (entre verde, tostado, soluble y extracto), lo que se explica principalmente por el aumento del 19,7% en las operaciones de exportación mediante 17.432 operaciones realizadas por 507 exportadores.

EXPORTACIONES EXPRÉS VÍA MENSAJERÍA



CAPACITACIONES A LA POLFA

En el marco de las acciones de fortalecimiento institucional y articulación interinstitucional, la FNC realizó jornadas de capacitación dirigidas a la Policía Fiscal y Aduanera (Polfa) para **reforzar conocimientos de control al transporte de café**, en cumplimiento de las disposiciones del Estatuto Aduanero y la normatividad cafetera vigente.

Son espacios de formación presencial y virtual que **fortalecen las capacidades técnicas de las autoridades de control**, promoviendo una mayor vigilancia sobre la trazabilidad del café, la transparencia en las operaciones y la protección de la reputación del Café de Colombia.

PRESERVANDO EL ACCESO A MERCADOS INTERNACIONALES

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

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

EE. UU.: Desde 2021, la Agencia de Protección Ambiental (EPA) emitió una regla final que revocó todas las tolerancias para los residuos de clorpirifós en alimentos desde febrero 2022, lo que afectó los envíos de café, que debieron cumplir con las nuevas normativas.

China: Desde 2022 todos los envíos de café en grano sin tostar deben ser procesados por una trilladora registrada ante la Administración General de Aduanas de China (GACC), que les asigna un número de registro. Las plantas tostadoras y fábricas de café soluble deben registrarse directamente ante la GACC. Se sigue coordinando el registro de las nuevas plantas trilladoras interesadas en acceder al registro ante la GACC.

Unión Europea: La entrada en vigencia de las obligaciones de debida diligencia del Reglamento EUDR para la exportación de café fue pospuesta hasta el 31 de diciembre de 2026; la FNC sigue desarrollando herramientas para apoyar su cumplimiento (acceso a georreferenciación de caficultores, matriz de legalidad para cumplir la debida diligencia, capacitaciones, articulación internacional, etc.).



ESCANEA EL
CÓDIGO QR



ATENTOS A REFORMAS Y DECRETOS EN BENEFICIO DEL SECTOR

En la última legislatura, el marco normativo cafetero experimentó avances significativos hacia la protección social y el fortalecimiento institucional.

Un avance importante es la sanción de la **Ley 2504 de 2025**, que no solo declara al café como “bebida nacional”, sino que establece medidas de protección social esencial para productores y recolectores, incluyendo el programa de donación voluntaria Quiero a los Cafeteros. Esta ley se complementa con la **Ley 2550 de 2025**, que crea el Fondo Emprender de Cafés Especiales, bajo la administración del Ministerio de Comercio; su operación, en articulación con FNC, potencia el emprendimiento y el valor agregado del grano en el mercado.

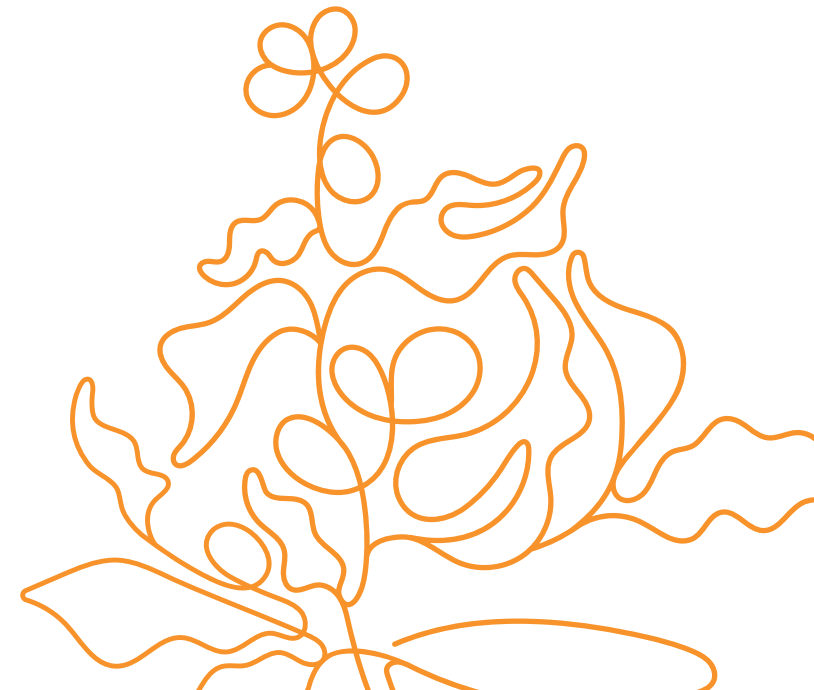
En reformas estructurales, la **Reforma Laboral (Ley 2466 de 2025)** introduce disposiciones de alto impacto para el sector rural: destaca el mandato de crear una Política Pública de Apoyo al Trabajo Agropecuario y la reglamentación del **Contrato y Jornal Agropecuario**, herramientas diseñadas para formalizar el empleo en las fincas, permitiendo la afiliación a seguridad social sin que los trabajadores pierdan los beneficios del régimen subsidiado de salud.

También hicimos seguimiento al **Proyecto de Ley 398 de 2024 / 183 de 2024**, que busca determinar las competencias y el procedimiento especial de la jurisdicción agraria. Con este seguimiento se busca que el marco propuesto respete la seguridad jurídica de la propiedad privada y la especialidad del modelo productivo cafetero, garantizando que el acceso a la justicia agraria sea equilibrado y técnico.

En ordenamiento territorial, la gestión se concentró en incidir ante el Gobierno nacional sobre la delimitación de las **Áreas de Protección para la Producción de Alimentos (APPA)**. El objetivo de estas mesas de trabajo con el Minagricultura es lograr que el café sea categorizado

formalmente como “uso principal”. Y se busca asegurar que la normativa permita diversificar la infraestructura cafetera preexistente hacia servicios de turismo y compraventa mayorista, garantizando la sostenibilidad económica y el desarrollo de las familias productoras.

Por último, cursan en el Congreso dos iniciativas relevantes: el **Proyecto de Ley 156 de 2025 (“Escuela y Café”)** y el **Proyecto de Ley 210 de 2025 (“Centenario FNC”)**. Para el primero, FNC propone un esquema regional y flexible basado en su experiencia de 40 años con este modelo pedagógico. Para el proyecto del centenario, el gremio valora la iniciativa solicitando que este reconocimiento no sea meramente simbólico; dada la experiencia con la **Ley 1337 de 2009**, se busca que el homenaje se traduzca en inversión estructural de largo plazo que impacte en la competitividad y el bienestar de las familias caficultoras.



GRI 2-6-b-i, 3-3

FEPCAFÉ FORTALECE PROTECCIÓN DE LOS PRODUCTORES

Se fortalecieron parámetros de operación y propuestas de nuevos mecanismos para proteger el ingreso cafetero, avanzando en estrategias preventivas.

ELEMENTOS OPERATIVOS:

- ▶ Se realizó la **Encuesta Nacional de Costos 2024**, con una muestra aleatoria de **1.500 fincas** en 22 departamentos que aportan información sobre escalas de producción, regiones y sistemas productivos. Desde 2025, se tiene una metodología robusta para estimar el costo medio basada en tres componentes: (I) Plan 3.000 fincas; (II) Encuesta Nacional de Costos; y (III) Actualización en tres etapas: mensual: precios de los insumos; semestral: costo de la mano de obra, y anual: estructura de costos por labor.
- ▶ Se **actualizó el procedimiento para estimar la capacidad productiva** por caficultor con base en el área en producción (Sica) y la productividad media nacional estimada semestralmente por Cenicafé con apoyo del Servicio de Extensión.
- ▶ Para fortalecer la gestión de riesgos del productor, se capacitaron como formadores a **1.200 extensionistas** en los cursos Finagro Educa y Gestión de Riesgos en Café. Además, **20.000 caficultores** recibieron capacitación presencial y **2.700 se certificaron** en gestión de riesgos en café con la Fundación Manuel Mejía.

MECANISMOS DE ESTABILIZACIÓN

El Fepcafé cuenta con mecanismos de estabilización reactivos y preventivos:

TIPO	MECANISMO	OBJETIVO	ESTADO
REACTIVO	Mecanismo de Compensación del Ingreso Cafetero (Mecic)	Compensación económica directa al caficultor para aliviar pérdidas temporales cuando el precio interno cae por debajo del costo promedio de producción.	Reglamentado para operar cuando se requiera. Estado: Inactivo
	Mecanismo de Compensación por Riesgos Agroclimáticos o Fitosanitarios (Merac)	Compensar parte del costo medio de producción para compra de agroinsumos, recuperando capacidad productiva y estabilizando el ingreso ante eventos adversos.	Listo para reglamentar y operar cuando se requiera. Estado: Inactivo
PREVENTIVO	Protección Anticipada del Ingreso Cafetero	Fomentar el ahorro individual de corto plazo para proteger la capacidad productiva y estabilizar el ingreso.	En revisión y aprobación de metodología, reglamento y operación.
	Seguro de Ingreso	Fomentar el acceso a coberturas de precio que aseguren un ingreso por carga por encima de los costos de producción.	

GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 2-6-c, 203-1, 203-2, 3-3, 413-1

FNC LIDERA GESTIÓN INTERINSTITUCIONAL DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO DE COLOMBIA (PCCC)

Como líder de la institucionalidad del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC), la FNC convocó y presidió la octava reunión de la Comisión Técnica Intersectorial del PCCC (CTIPCCC) en agosto, donde se aprobó el Séptimo Informe de Gestión. Este espacio ratificó el papel articulador de la FNC y evidenció avances concretos en inversión, gobernanza y sostenibilidad territorial.

INVERSIONES PARA LA GESTIÓN

Entre mayo 2024 y abril 2025⁹, la **articulación efectiva entre entidades públicas, privadas y actores territoriales** movilizó recursos estratégicos para la sostenibilidad del PCCC:

- ▶ **\$27.500 millones** ejecutados en infraestructura, con la entrega de **364 viviendas nuevas** y la mejora de otras **482**.
- ▶ **\$24.700 millones** destinados a difusión de tradiciones culturales y a fortalecer la apropiación social del patrimonio.
- ▶ En alianza con otras entidades, la FNC ejecutó **275 proyectos de inversión social** por más de **\$47.000 millones**, orientados a infraestructura productiva, comunitaria y vial, así como a relevo generacional, educación, equidad de género y protección social.
- ▶ Las Corporaciones Autónomas Regionales, junto con municipios y gobernaciones, implementaron el **Programa de Sostenibilidad Ambiental del PCCC**, con inversiones superiores a **\$18.000 millones**, fortaleciendo la gestión ambiental del territorio.

⁹ A partir del octavo informe en 2026, el periodo abarcará de mayo a diciembre, y desde el noveno, el periodo será ene-dic.

ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE MANEJO

Con el liderazgo de la FNC y el Ministerio de las Culturas, se avanzó en validar e implementar la metodología para **actualizar el Plan de Manejo del PCCC**.

El proceso incluyó la revisión participativa de matrices DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) asociadas a los valores patrimoniales. En noviembre, se realizó en Pereira una jornada de trabajo con 54 representantes del Comité Directivo Nacional, el Comité Técnico Regional, la CTIPCCC y otros actores.



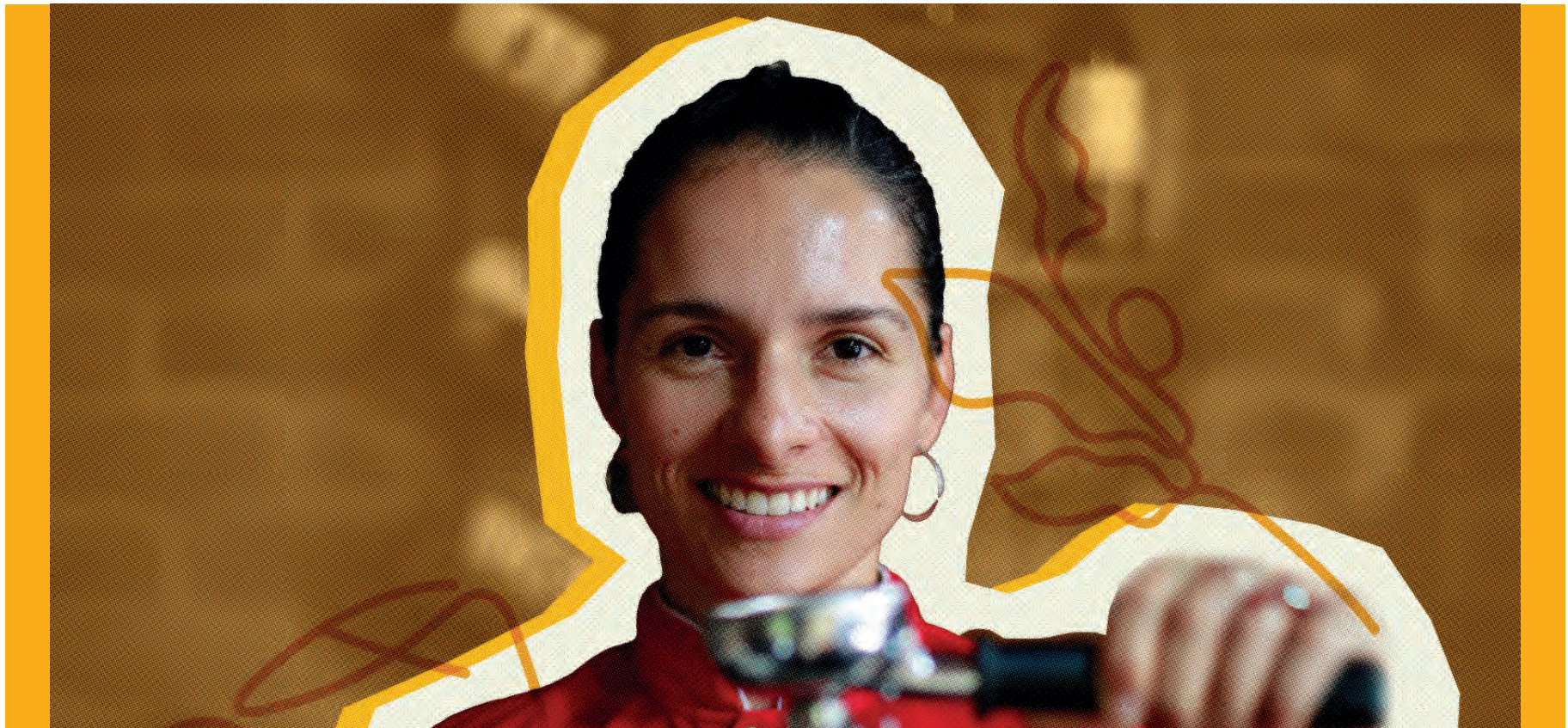
En el encuentro se presentaron los ajustes propuestos al Plan, se recogieron aportes técnicos e institucionales, y se incorporaron de forma sistemática al documento final, **fortaleciendo la legitimidad y actualización estratégica del instrumento de gestión del PCCC.**

En el marco del convenio con el Ministerio de las Culturas, se realizó el **Cuarto Encuentro de Jóvenes del PCCC** en Chinchiná, con 33 jóvenes, donde se trabajó en:

- ▶ Formular modelos de negocio mediante la herramienta Canvas.
- ▶ Oportunidades de industrialización y aprovechamiento de subproductos del café.

Este espacio promovió una visión innovadora y empresarial del sector, fortaleciendo el **relevo generacional y la sostenibilidad económica del Paisaje.**

También se desarrollaron dos talleres con 37 participantes enfocados en los elementos naturales del patrimonio arquitectónico, resaltando el valor de especies nativas, especialmente las orquídeas, como alternativa de diversificación productiva y generación de ingresos para las familias del PCCC.



INNOVACIÓN EN GOBERNANZA

NUEVO APLICATIVO DE CEDULACIÓN CAFETERA

El nuevo aplicativo permite interactuar en tiempo real con los más de **500.000** caficultores registrados en Sica, centralizando los casi **400.000** registros de cédula cafetera (inteligente y tradicional).

A los colaboradores les facilita la radicación oportuna de nuevas solicitudes de cédula, que hoy es manual.





ALIANZAS

GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 2-6-c, 201-4, 203-1, 203-2, 413-1, 3-3

EN UN CONTEXTO DE MENOR COOPERACIÓN INTERNACIONAL

FNC EJECUTA PROYECTOS POR \$281.488 MILLONES

La cifra es 9,4% superior a la de 2024, con un apalancamiento de recursos del FonC de 3,6. Y nos preparamos para la entrada en vigor del Pacto Verde de la UE.

En 2025, la FNC gestionó proyectos por **\$281.488 millones, 9,4% más** que en 2024. Los recursos del Fonc fueron apalancados **3,6¹⁰ veces** gracias a la confianza de **554 aliados nacionales e internacionales** en la institucionalidad cafetera.

El contexto internacional es desafiante por la menor cooperación, tanto **multilateral** por organizaciones adscritas a la ONU como **bilateral**, con el **cierre de oficinas** de la **Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)**.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), a finales de 2025 hubo una caída de **USD 35.000 millones (17%)** en la ayuda para el desarrollo, mientras que la **Unión Europea (UE)** redirecciona su cooperación con la nueva estrategia **Global Gateway**, que prioriza **inversiones reembolsables** sobre las simples donaciones (*grants*).

Así, la disponibilidad de recursos internacionales es menor y las exigencias para formular proyectos de inversión social y apalancamientos son mayores.

Pese a esto, la FNC gestionó con éxito alianzas con **gobiernos, alcaldías y otras entidades nacionales** por más de **\$130.349 millones (46,3%)**. Los aliados internacionales aportaron **\$30.720 millones (10,9%)**, con alianzas estratégicas con Nestlé, Pur Project, Nestrade S. A., Tim Hortons y la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ) para **50 proyectos de alto impacto**.

¹⁰ Se excluye el programa de renovación con recursos Fonc, y el programa de Fertirespaldo porque estos no se apalancan con terceros.

PARTICIPACIÓN POR TIPO DE APORTANTE



Fuente: Dirección de Alianzas y Proyectos FNC.

Por eje de la estrategia de valor, los recursos se distribuyeron así:

- ▶ Social: **\$137.681 millones** (48,9%), con 83,9% destinado a infraestructura vial, vivienda, saneamiento básico e infraestructura social.
- ▶ Económico: **\$120.319 millones** (42,7%), de los cuales 69,2% fue para labores productivas como renovación de cafetales, fertilización, entre otras.
- ▶ Ambiental: **\$23.241 millones** (8,3%), con 67,2% para mitigación de la variabilidad climática.
- ▶ Gobernanza: **\$248 millones** (0,1%), enfocados en participación, liderazgo y fortalecimiento democrático.



OBJETIVOS Y RESULTADOS CLAVE (OKRS)



Por recomendación del Congreso Cafetero 2024, la FNC siguió generando alianzas estratégicas que persiguen:

► RENTABILIDAD DEL **CAFICULTOR Y ACCESO A CRÉDITO**

Se aprobó el proyecto **Ruta de la Sostenibilidad Cafetera** (financiado por **UK PACT** con más de **\$2.150 millones**), que beneficiará a **1.200 caficultores** de Antioquia, con acceso a financiamiento verde (en alianza con Davivienda y Seguros Bolívar y la FMM).

GRI 101-1, 101-2

► AGRICULTURA **REGENERATIVA**

Nescafé Plan implementará prácticas regenerativas y resilientes en Antioquia y Risaralda por **\$7.785 millones**, con **1.635 productores**, mejorando la productividad y reduciendo las emisiones de CO₂.

En Santander, con **Fondo Acción/Sol Natura**, se avanzó a segunda fase de la formulación en Curití y Mogotes, por **\$1.262 millones**, para beneficiar a **400 caficultores** con sistemas agroforestales, conservación de bosques y fortalecimiento de la seguridad alimentaria.

► FINCAS CON **CERTIFICACIÓN SOSTENIBLE**

Se certificaron **105.605 fincas con al menos un estándar de sostenibilidad**, para beneficio de **81.252 caficultores**. La comercialización de su café representó primas y reliquidaciones por **\$60.000 millones**.

► MEJORAMIENTO DE **LA EDUCACIÓN RURAL CAFETERA**

Costa Coffee Foundation avaló un proyecto por **\$443 millones en Cundinamarca**, que mejora los sistemas de saneamiento y acceso a agua potable en la escuela Santa Teresa y dotará con filtros purificadores a otras **28 instituciones educativas**, beneficiando a más de **1.072 estudiantes**.

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

NUESTROS ALIADOS



FNC LIDERA LA ADAPTACIÓN CAFETERA A LA REGULACIÓN DE LIBRE DEFORESTACIÓN DE LA UE (EUDR)

► La Dirección de Alianzas y Proyectos, con la Gerencia Técnica y las direcciones Jurídica, Ambiental, Social y de Investigaciones Económicas, avanzó en la estrategia sectorial y exportadora para cumplir la **EUDR** con base en tres pilares clave, procurando que los costos asociados no recaigan en el caficultor:

► **Acceso a geolocalización:** Se implementó el **Servicio de Consulta de Geolocalización** (Plataforma de Regulación Cafetera) con datos del Sica; más de 1.644 archivos fueron cargados, entregando más de **383.000 datos** de geolocalización de productores.

► **Validación de estatus libre de deforestación:** En un piloto con el Ideam, se desarrolló una metodología de alta precisión (reduciendo el área en riesgo de 11 a 2,5 hectáreas en Huila), que se está **escalando a todas las regiones cafeteras**.

► **Fortalecimiento de sistemas de trazabilidad:** La actualización de los sistemas SAP ha potenciado la transparencia y aumentado **60%** la generación de reportes, integrando más de **cuatro plataformas clave** y adaptándose a más de **ocho formatos** distintos.

Con una estrategia internacional, la FNC ha posicionado diferentes soluciones como la **Matriz de Legalidad** y otras iniciativas ante la Comisión Europea y las autoridades de los principales puertos europeos, en coordinación directa con la Organización Internacional del Café (OIC) y la European Coffee Federation (ECF), que representa a los principales tostadores e importadores de café en Europa.

Y se avanzó en el desarrollo del **Sistema de Gestión de Beneficiarios (SGB)** de proyectos y acciones de la FNC para su captura, caracterización y seguimiento, con identificación más precisa y distribución más equitativa de recursos; estará integrado con los sistemas Sica, Sisbén y SAP (mejor gestión de la información y toma de decisiones basada en datos).



06

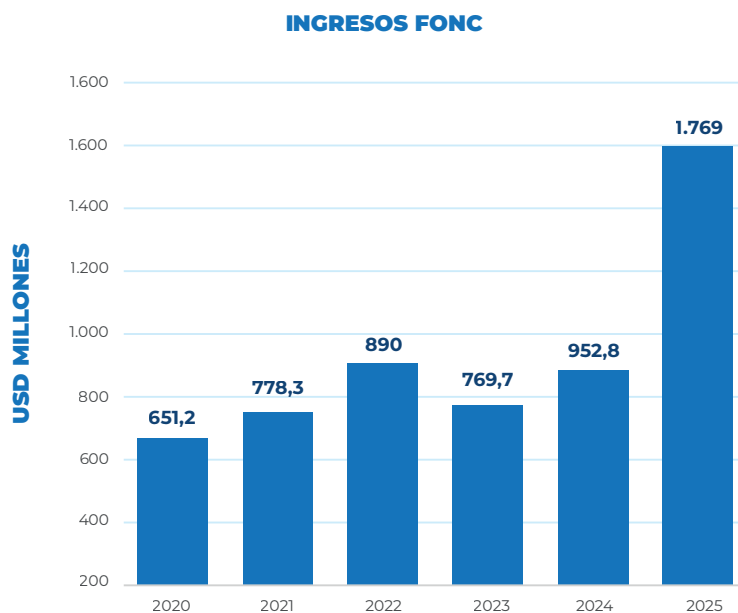
FINANZAS

GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 201-1, 203-1, 203-2

FONC GIRÓ MÁS DE \$4,22 BILLONES PARA GARANTIZAR COMPRAS DE CAFÉ

En total financió bienes públicos cafeteros por \$512.512 millones (USD 126,3 millones), \$31.849 millones más que en 2024.

En 2025, el Fondo Nacional del Café (Fonc) alcanzó ingresos récord por **USD 1.769 millones**, 85,7% más que en 2024, impulsados por la mayor comercialización de café verde, **USD 1.371 millones** (+118,2%), ingresos récord de Buencafé por **USD 285,6 millones** (+30,1%)¹¹ y la actividad institucional, con **USD 112 millones** (+7%).

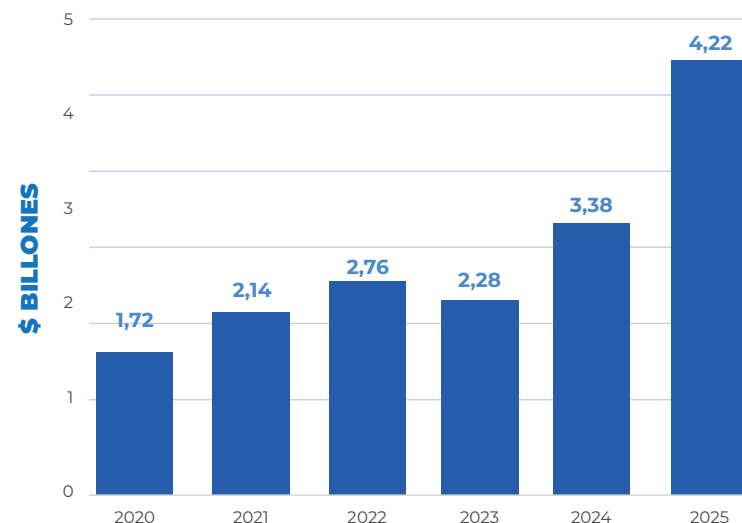


¹¹ Este dato difiere del reportado en la sección comercial de Buencafé porque se descuentan traslados.

Con ventas de café por **USD 1.657 millones**, 95,4% más que en 2024, la comercialización de café verde y liofilizado refleja la solidez financiera del Fonc al generar ingresos en mercados dinámicos.

Para alcanzar estas ventas, el Fonc giró más de **\$4,22 billones** (+25%) para adquirir café en las regiones vía la garantía de compra, instrumento clave que asegura la estabilidad de ingresos de los productores frente a la volatilidad de los mercados internacionales.

COMPRAS DE CAFÉ



La actividad institucional del Fonc reportó ingresos por **USD 112,2 millones**, 7% más que en 2024, de los cuales **USD 97,3 millones** provinieron del recaudo de la contribución cafetera y **USD 12,7 millones** de regalías de la marca Juan Valdez.

Estos recursos, sumados a los excedentes de las actividades comerciales, financiaron bienes públicos cafeteros y servicios institucionales por **USD 126,3 millones** (\$512.512 millones), **\$31.849 millones** más que el año previo, lo que reafirma la capacidad del Fonc para sostener y profundizar programas estratégicos orientados a la sostenibilidad, la productividad y el bienestar de las familias caficultoras.

El Fonc registró un Ebitda de **USD 141 millones**, reflejo de eficiencia operativa, y su patrimonio creció 27,9% a **USD 303 millones**.

Producto de la confianza del sector financiero y sus resultados positivos, el Fonc cuenta con líneas de crédito por **USD 1.121 millones** (+22,4%) que permiten apalancar la garantía de compra en beneficio de los caficultores.

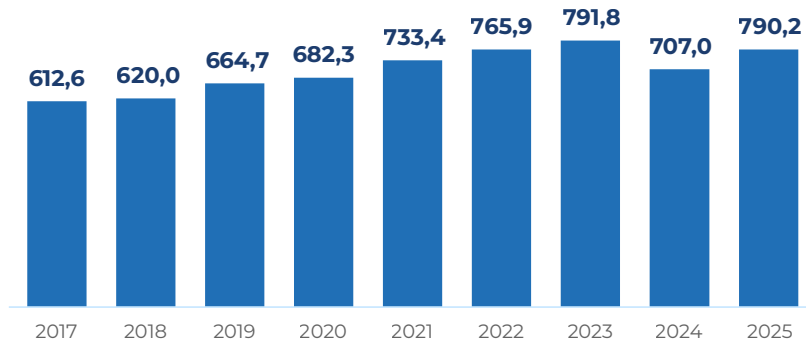
GASTOS OPERATIVOS DE SEDE BOGOTÁ Y COMITÉS DEPARTAMENTALES SE REDUCEN 20% EN TRES AÑOS

Sintonizados con los pilares de austeridad, eficiencia e innovación para ejecutar los presupuestos de la FNC, los gastos de operación de la sede Bogotá y los comités departamentales disminuyeron, pese a una inflación del 15% y un alza del salario mínimo acumulado de 22%.

Entre 2023 y 2025 se ahorraron **\$34.000 millones**, es decir, 20% en los gastos de operación, reflejo del compromiso para cumplir los objetivos de la FNC e invertir en proyectos de valor.

También la buena planeación presupuestal, el uso eficiente de recursos y la adecuada gestión de ingresos elevaron el patrimonio de la FNC a **\$790.184 millones**, 11,8% más (\$83.173 millones) frente a 2024.

PATRIMONIO FNC (\$ MILES DE MILLONES)

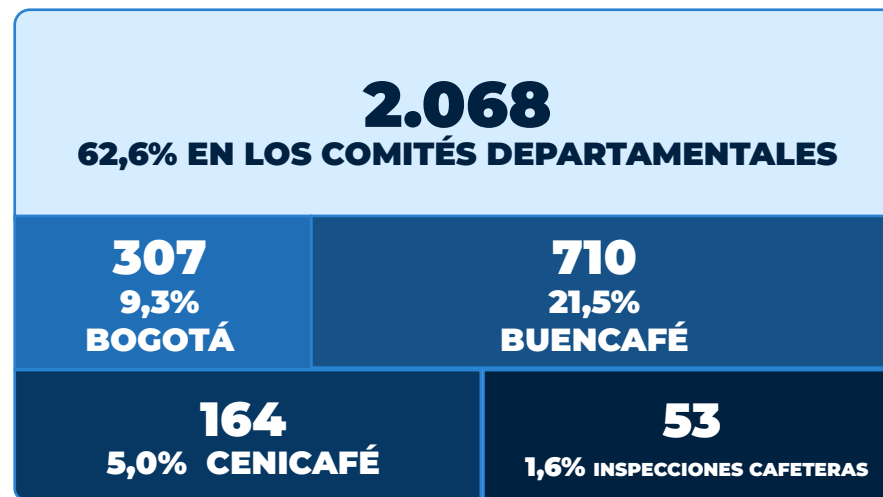


Desde 2018 los activos corrientes superan en más de **1,88 veces** los pasivos corrientes (razón corriente), lo que confirma la solidez financiera de la institución.

GRI 2-7-a, 2-7-b, 3-3

GESTIÓN HUMANA MATERIALIZA LA ESTRATEGIA CON TALENTO HUMANO

La organización tiene **3.302 empleados**, distribuidos así:



GRI 401-1, 2-30-a | Hubo **517 ingresos**, y la tasa de rotación fue **13%**. Del total de empleados, 4% está sindicalizado.

GRI 405-1-b **Por género:** 62% hombres y 38% mujeres.

Por tipo de contrato: Término fijo: 2.562 (77,6%); Término indefinido: 481 (14,6%); Obra o labor: 259 (7,8%).

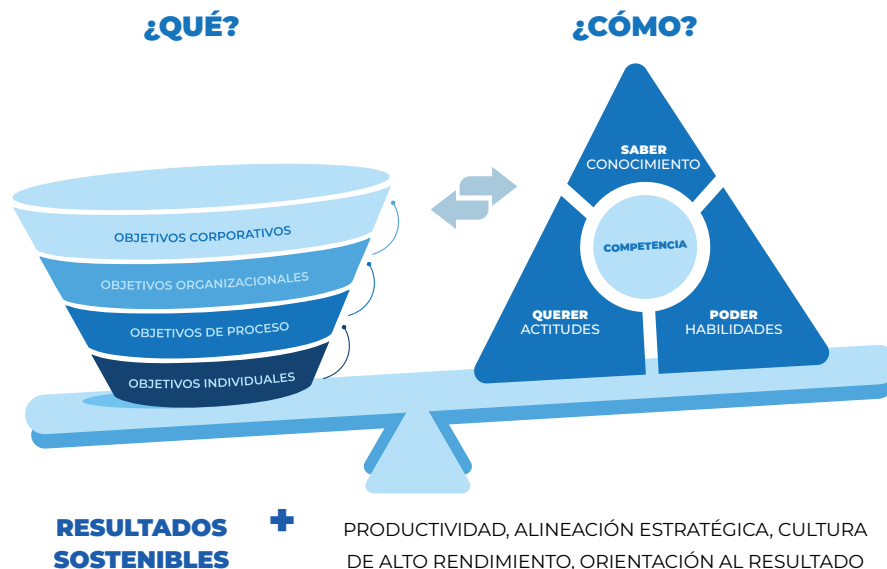
Por nivel de estudios: 1% doctorado; 7% maestría; 16% especialización; 46% profesionales; 14% formación técnica; 16% bachilleres.

GRI 3-3

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO: SEMBRANDO COMPETENCIAS, CULTIVANDO DESEMPEÑO, COSECHANDO RESULTADOS

En 2025, se consolidó el Modelo de Gestión del Desempeño, alineado a la estrategia corporativa de la FNC y Almacafé, para promover una **cultura de alto rendimiento** e instaurar un **esquema de compensación variable** que reconozca el desempeño diferenciador de los colaboradores. Este modelo incorpora las mejores prácticas de mercado, donde el justo balance entre el qué y cómo se logra es determinante en la **sostenibilidad de los resultados**.

MODELO DE DESEMPEÑO



GRI 404-3 | En el primer alcance de despliegue de este modelo, el desempeño **se midió en 100% de los colaboradores**, enfocándonos en el QUÉ a partir de la definición de objetivos hasta el nivel 3.

ESTRUCTURA Y COMPENSACIÓN ESTRATÉGICA

Se revisó la estructura organizacional y salarial de la FNC, abarcando **365 denominaciones de cargos**, para alinear la estrategia corporativa a las condiciones del mercado, potenciando la competitividad para atraer talento, fortaleciendo la equidad interna y focalizando la inversión salarial para asegurar la sostenibilidad.

GESTIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y COMPROMISO

A partir de la medición inicial en 2024, este año se impulsó un **entorno laboral saludable como motor de productividad**, lo que incluyó:

- Implementación estratégica para optimizar el clima organizacional: se **socializó con 97% de los trabajadores**.
- **Intervención integral:** Trabajo articulado con **49** equipos de la FNC y **19** de Almacafé.
- **Metodología colaborativa:** Mediante grupos focales, se identificaron las causas raíz y se ejecutaron los planes de mejora diseñados por los mismos equipos.
- **Impacto positivo:** La medición de pulso confirmó la efectividad de la estrategia, logrando que **85%** de los equipos en FNC y **63%** en Almacafé mejoraran su indicador de clima organizacional.

GRI 403-5, 404-1, 404-2

DESARROLLO DE TALENTO

El desarrollo del talento es clave para generar capacidad organizacional. En 2025, se invirtieron **23.644 horas en formación** para **3.541** colaboradores (cobertura del 86%). Del total de programas desarrollados, destacan dos: la **mejora de habilidades masivas en IA** con herramientas Google, con 79% de cobertura, y la **formación de 36 agentes de cambio** con la Universidad de los Andes para impulsar la innovación.



GRI 401-2-1, 401-3

EXPERIENCIA Y BIENESTAR DEL COLABORADOR

La cuarta edición del voluntariado corporativo movilizó a más de **750 colaboradores** en beneficio de comunidades cafeteras.

La FNC promovió el bienestar y el balance de vida con:

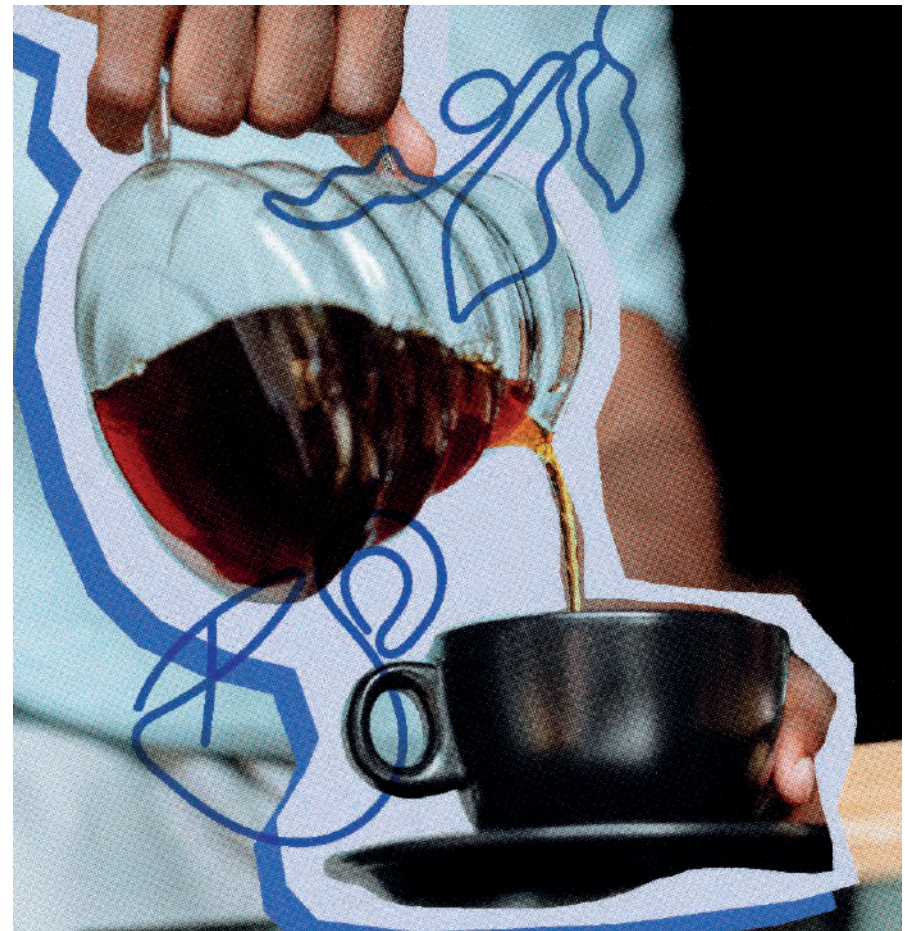
- ▶ **3.617** días para celebraciones y licencias.
- ▶ **438** colaboradores en trabajo híbrido.
- ▶ **409** beneficiarios de préstamos.
- ▶ **4.049** usos de convenios.

INTEGRACIÓN Y SENTIDO DE PROPÓSITO CORPORATIVO

Como parte de la estrategia de **Servicios Compartidos**, en 2025 se integraron los procesos de **Tecnología de la Información y Gestión Tributaria** de FNC, Almacafé y Procafecol. La integración inició con la inducción **“Desde el grano hasta la taza”**, dirigido a 48 colaboradores para profundizar en el conocimiento de la operación misional de cada empresa.

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: PREVENIR ES LA MEJOR INVERSIÓN

Se mantuvo la certificación en la ISO 45001, se redujo en **633 días el ausentismo** por accidente de trabajo y se mantiene la **ausencia de casos de enfermedad laboral** en los últimos 10 años.





SOBRE ESTE INFORME

GRI 2-29

Este informe se ha elaborado conforme a los estándares GRI 2021 y corresponde a la gestión de la FNC en 2025.

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: Industrialización, asociatividad, calidad y nuevos mercados con eficiencia y austeridad para hacer realidad la estrategia de la Federación con oportunidades de generación de valor.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Congreso Nacional de Cafeteros, comités departamentales y municipales, Comité Directivo, página web y redes sociales de la FNC y los comités, encuesta de percepción integral, metodologías grupales e individuales aplicadas por el Servicio de Extensión, encuentros gremiales de liderazgo, programas radiales y periódicos regionales cafeteros, mensajes de texto, pódcast, chatbot, canal de WhatsApp de la FNC, columna de opinión en Agro Negocios del Profesor Yarumo, programa de TV *Las aventuras del Profesor Yarumo* y sus redes sociales.

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.

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.

ALIADOS

Subgrupos: Gobierno(s), organizaciones/ONG nacionales, empresa privada, organizaciones/ONG internacionales, embajadas y fondos públicos/privados.

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, comunicados, radio, pódcast.

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, formato de retroalimentación, 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, 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.

COLABORADORES

Enfoque de la relación: 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: Reuniones con el Gerente, 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 Gremial Nacional; Consejo Privado de Competitividad; Corporación Colombia Internacional (CCI); Corporación Colombiana de Inversiones Agropecuarias (Agrosavia); Corporación Colombiana de Logística S.A.; Fundación Empresarios por la Educación; Fundación Colombiana del Pacífico; 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 y página web.

MEDIOS Y COMUNICACIÓN

Enfoque de la relación: Somos una fuente de información confiable y de primera mano sobre la institucionalidad cafetera, la industria 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, ruedas de prensa (incluidas virtuales), redes sociales, relacionamiento directo y pódcast.

INSTITUCIONALIDAD CAFETERA

Subgrupos: Almacafé, Cafecert, Cenicafe, Buencafé, Juan Valdez, Oficinas en el exterior, Fundación Manuel Mejía, Cooperativas de caficultores, Parque del Café.

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, correos electrónicos, reuniones con el gerente general, redes sociales, pódcast.

PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

Subgrupos: Proveedores nacionales y extranjeros.

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 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.

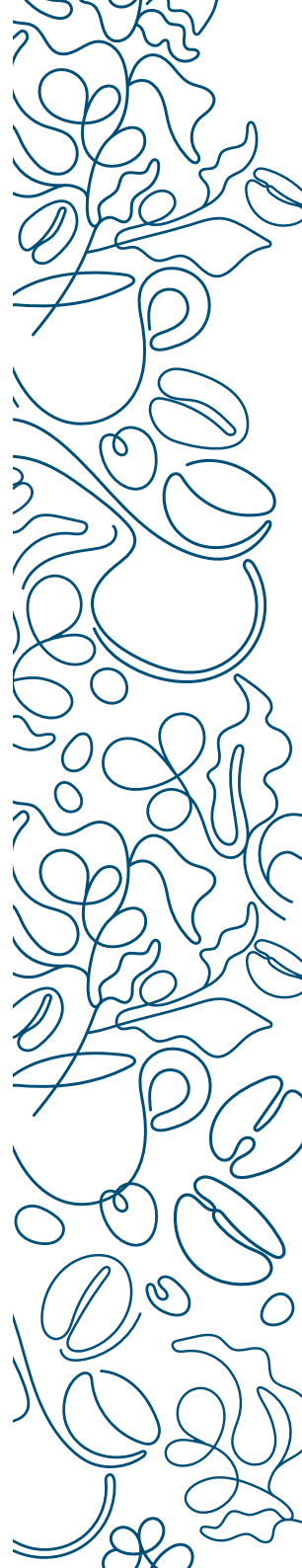
GRI 3-1, 3-2

MATERIALIDAD

De cara a la actualización de su informe de gestión anual del estándar GRI 2016 a GRI 2021, en 2024 la FNC identificó 23 temas materiales, 13 más que los 10 con los cuales había venido trabajando, porque se desagregaron los ambientales para visualizar mejor los impactos, riesgos y oportunidades a gestionar.

Además, se incluyeron temas como industrialización, enfocados más en la consecución de sus objetivos estratégicos y los temas materiales quedaron agrupados así:

- ▶ **Acción por el clima y bioeconomía:** Adaptación al cambio climático, agua, biodiversidad y ecosistemas, mitigación del cambio climático, residuos.
- ▶ **Bienestar y desarrollo del capital humano:** Diversidad, equidad e inclusión, talento humano, salud y seguridad.
- ▶ **Desarrollo y empoderamiento socioeconómico de los caficultores y sus familias:** Desarrollo socioeconómico de los caficultores y sus familias, rentabilidad del caficultor, empalme generacional, derechos humanos de los caficultores.
- ▶ **Fortalecimiento institucional y unidad gremial:** Unión gremial cafetera, articulación y transversalidad interinstitucional, alianzas estratégicas, posicionamiento de marca; gobierno corporativo, ética y transparencia.
- ▶ **Industrialización del café:** Investigación y transferencia de tecnología, acceso y expansión de mercados, calidad y seguridad del café, innovación y nuevos mercados.
- ▶ **La FNC como motor del desarrollo socioeconómico del país:** Desarrollo territorial de las comunidades, competitividad y progreso nacional.



07

ANEXOS



GRI 206-1

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 2-28

LISTA DE AFILIACIONES Y ASOCIACIONES

NOMBRE

JUNTA DIRECTIVA

PRINCIPAL

SUPLENTE

Asociación 4C (Common Code for the Coffee Community)		
Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex)	1	
Cámara Colombo-China de Inversión y Comercio		
Cámara Colombo-Japonesa de Comercio e Industria	1	
Cámara de Comercio Colombo-Americana		
Coffee Association of Canadá		
Consejo Gremial Nacional		
Consejo Privado de Competitividad	1	
Corporación Colombia Internacional (CCI)		
Corporación Colombiana de Inversiones Agropecuarias (Agrosavia)		1
Corporación Colombiana de Logística S.A.		
Fundación Empresarios por la Educación		
Fundación Colombiana del Pacífico		
Fundación para la Enseñanza de Oficios	1	
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

ÍNDICE DE CONTENIDOS **GRI**

Declaración de uso: La Federación Nacional de Cafeteros (FNC) ha elaborado este informe conforme a los estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025. **GRI 1 usado:** GRI 1 2021 **Estándares sectoriales GRI aplicables:** GRI 13: Sectores agricultura, acuicultura y pesca 2022.

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Posicionamiento de marca	Reputación nacional e internacional	GRI 2 Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles organizativos.	60	
			2-2 Entidades incluidas en la elaboración de informes de sostenibilidad de la organización.	Almacenes Generales de Depósito de Café (Almacafé); Promotora de Café de Colombia S.A. (Procafecol); 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.	
	Gestión de marca		2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto.	1 enero a 31 diciembre de 2025, anual, informacion.fnc@cafedecolombia.com.	
	2-4 Reexpresiones de información.		En el presente informe no hubo reexpresión de información.		
	2-5 Verificación externa.		El presente informe no fue sometido a verificación externa.		
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales.		18, 19 Nota: Los contenidos 2-6-a, -b y -c son descritos a detalle a lo largo de todo el informe.		
Diversidad, equidad e inclusión	Equidad de género	GRI 2 Contenidos Generales 2021	2-7 Empleados.	76	
	No discriminación y diversidad		2-8 Trabajadores que no son empleados.	Los tipos de trabajadores más habituales son contratistas, y su relación contractual es directa mediante órdenes de compra/ servicios o contratos de prestación de servicios.	
	Igualdad de oportunidades		2-9 Estructura de gobernanza y composición.	60	

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
			2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno.	Como máxima autoridad e instancia de deliberación, el Congreso Nacional de Cafeteros (CNC) está conformado por 90 delegados de los comités departamentales (6 por cada uno de los 15 comités). Estos a su vez son elegidos cada 4 años, por voto directo de los productores, en las elecciones cafeteras.	
			2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno.	El presidente del CNC es elegido cada año de entre sus miembros por los integrantes mismos del congreso. El gerente general de la FNC es elegido y/o refrendado por el CNC.	
	Anticorrupción y fraude		2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos.	En representación de todos los caficultores federados, el CNC es quien evalúa cada año la gestión de la FNC y traza la hoja de ruta para el futuro inmediato, lo que incluye el desarrollo, la aprobación y actualización de su propósito, las declaraciones de valores o misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relacionados con el desarrollo sostenible.	
			2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos.	El CNC delega la responsabilidad de gestionar los impactos de la organización sobre la economía, el medio ambiente y las personas en el equipo administrativo y de trabajo de la FNC, encabezada por el gerente general, que con regularidad informa al Comité Nacional de Cafeteros (permanente) sobre su gestión, y cada año al CNC.	
Gobierno corporativo, ética y transparencia	Gobierno corporativo	GRI 2 Contenidos Generales 2021	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad.	El CNC delega en el experimentado equipo de la FNC la revisión y aprobación de la información presentada, incluidos sus temas materiales.	
			2-15 Conflictos de interés.	En sus estatutos y el Código de Ética y Buen Gobierno, la FNC tiene prohibiciones e inhabilidades claramente establecidas para prevenir y mitigar los conflictos de interés de diversa índole.	
			2-16 Comunicación de inquietudes críticas.	La FNC siempre comunica con regularidad las inquietudes críticas al Comité Nacional de Cafeteros y cada año al CNC.	
	Ética, transparencia y cumplimiento		2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno.	El informe anual del gerente, el Informe de gestión anual de la FNC, y cursos, talleres y reuniones constantes son los principales canales para elevar los conocimientos, las habilidades y la experiencia del CNC en materia de desarrollo sostenible.	
			2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	La supervisión que el CNC hace de la gestión de los impactos de la FNC en la economía, el medio ambiente y las personas es evaluada cada cuatro años por los caficultores federados en las elecciones cafeteras, y cada año por índices de medición como Merco de empresas más responsables.	
			2-19 Políticas de remuneración.	Restricciones de confidencialidad	
			2-20 Proceso para determinar la remuneración.	Restricciones de confidencialidad	
			2-21 Ratio de compensación total anual.	Restricciones de confidencialidad	
			2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible.	6, 8	

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
	Anticorrupción y fraude		2-23 Compromisos y políticas.	<p>Aprobados al más alto nivel, los compromisos y las políticas de conducta empresarial responsable de la FNC se basan en los cuatro pilares básicos de su estrategia de valor (económico, social, ambiental y de gobernanza), a lo que se suman sus estatutos, el Código de Ética y Buen Gobierno, incluido el expreso respeto a los derechos humanos, y su política de sostenibilidad.</p> <p>Desde 2003, la FNC está adherida al Pacto Global, lo que incluye sus 10 principios, basados en declaraciones y convenciones universales en materia de derechos humanos, medio ambiente, estándares laborales y anticorrupción. Y toda la conformación y operación de la FNC se da en estricto apego a todas las normativas nacionales en Colombia.</p> <p>Código de Ética y Buen Gobierno: https:// federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2024/02/Co%CC%81digo-de-Etica_Digital2024. pdf</p> <p>Estos compromisos y políticas se han compartido también con los proveedores de la FNC en sus diversas relaciones contractuales.</p>	
Gobierno corporativo, ética y transparencia	Gobierno corporativo	GRI 2 Contenidos Generales 2021	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas.	<p>La FNC incorpora cada uno de sus compromisos o políticas para una conducta empresarial responsable en todas sus actividades, estrategias, relaciones comerciales y procedimientos operativos desde la inducción misma del personal, mediante comunicaciones constantes, y vía talleres y capacitaciones.</p>	
			2-25 Procesos para remediar los impactos negativos.	<p>La FNC cuenta con varios mecanismos de comunicación con los clientes, como línea telefónica, buzón de mensajes, página web y el procedimiento documentado de retroalimentación al cliente (código FE-GM-P-0008). Las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) se registran en el aplicativo Isolución, en el módulo de mejora, dando seguimiento al tiempo y la calidad de las respuestas, pero no existe un proceso designado de seguimiento continuo a los tiempos de respuesta.</p>	
	Ética, transparencia y cumplimiento		2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes.	<p>La FNC es una organización abierta en todos sus niveles jerárquicos para que los individuos soliciten asesoría y planteen sus inquietudes sobre la aplicación de sus políticas y prácticas para una conducta empresarial responsable.</p> <p>Acorde con su Código de Ética y Buen Gobierno, dispone de mecanismos de atención especiales, como un formulario en línea para que cualquiera pueda comunicar comportamientos ilegales, antiéticos o contrarios a la cultura de gestión de riesgos y controles.</p> <p>Se puede hacer llegar denuncia al equipo de Soporte Ético, con personas idóneas para analizarla, o a la Gerencia General, que guardará reserva de la identidad del informante si así es solicitado.</p> <p>Existe también una Auditoría Interna al Sistema de Control Interno.</p>	

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Gobierno corporativo, ética y transparencia	Anticorrupción y fraude	GRI 2 Contenidos Generales 2021	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas.	La FNC no ha incurrido en ningún incumplimiento de sus obligaciones legales o contractuales; por ende, no ha sido sancionada con suma alguna en forma de multas o penalización similar.	
	Gobierno corporativo		2-28 Afiliación a asociaciones.	85	
	Ética, transparencia y cumplimiento		2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés.	80	
			2-30 Convenios de negociación colectiva.	4% de los empleados están sindicalizados.	
		GRI 3 Temas Materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales.	82	
			3-2 Lista de temas materiales.	82	
			3-3 Gestión de los temas materiales.	8, 10, 20, 26-30, 33, 35-37, 41, 48, 62, 65, 66, 70, 76, 77	
Biodiversidad y ecosistemas	Uso y manejo del suelo	GRI 13 Sectores Agricultura, Acuicultura y Pesca 2022	13.4.4 Ubicación y tipo de ecosistemas naturales gestionados por la organización.	La caficultura colombiana abarca más de 835.000 hectáreas en 23 departamentos, las cuales la FNC ayuda a gestionar con las mejores prácticas ambientales, lo que incluye reforestación y corredores de biodiversidad.	NO. REF. ESTÁNDAR SECTORIAL 13.4.4
	Biodiversidad y ecosistemas		13.6.1 Plan de gestión de plagas de la organización y manejo de agroquímicos.	35	13.6.1
Adaptación al cambio climático	Gestión de riesgos climáticos	GRI 201 Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	16, 20, 26-28, 75	13.22.2
Competitividad y progreso nacional	Dinamización de la economía nacional		201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.	La FNC ha desarrollado variedades resistentes y mejor adaptadas climáticamente, que al evitar el uso de fungicidas ahorran a los caficultores USD 230 millones al año.	13.2.2
		201-4 Ayudas financieras recibidas del gobierno.	9, 37, 38, 70,		

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	NO. REF. ESTÁNDAR SECTORIAL
Desarrollo socioeconómico de los caficultores y sus familias	Asociatividad y cooperativismo	GRI 203 Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	8, 9, 35, 37, 41, 48, 62, 66, 70, 75	13.22.3
	Desarrollo y empoderamiento socioeconómico		203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	8, 30, 33, 35-37, 41, 66, 70, 75	13.22.4
Gobierno corporativo, ética y transparencia	Anticorrupción y fraude Gobierno corporativo Ética, transparencia y cumplimiento	GRI 205 Anticorrupción 2016	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	La FNC ha comunicado sus políticas y procedimientos anticorrupción a lo largo y ancho de la organización, tanto a nivel central como por regiones; y también los ha compartido con socios y aliados (e.g., inscripción de proveedores). Código de Ética y Buen Gobierno: federaciondecafeteros.org/app/uploads/2024/02/Co%CC%81digo-de-Etica_Digital2024.pdf	13.26.3
Posicionamiento de marca	Reputación nacional e internacional Gestión de marca	GRI 206 Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, comportamientos contra la libre competencia y prácticas monopolísticas.	84	13.25.2

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	NO. REF. ESTÁNDAR SECTORIAL
Mitigación del cambio climático	Generación de emisiones GEI	GRI 103 Energía 2025	103-1 Políticas y compromisos en materia de energía.	53, 54, 56	
	Uso de energía y eficiencia energética		103-2 Consumo de energía y autogeneración dentro de la organización.	51, 53, 54, 56	
			103-4 Intensidad energética.	50, 53, 56	
			103-5 Reducción del consumo de energía.	50, 53, 54, 56	
Agua	Gestión integral del recurso hídrico	GRI 303 Agua y efluentes 2018	303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido.	51, 53, 57	13.7.2
			303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua.	53	13.7.3
			303-3 Extracción de agua.		13.7.4
			303-4 Vertidos de agua.	53	13.7.5
			303-5 Consumo de agua.	50, 53, 57	13.7.6
Biodiversidad y ecosistemas	Uso y manejo del suelo Biodiversidad y ecosistemas	GRI 304 Biodiversidad 2016	304-1 Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.	50	13.3.2
Mitigación del cambio climático	Generación de emisiones GEI	GRI 102 Cambio Climático 2025	102-5 Emisiones de GEI de Alcance 1.	49, 52, 54	13.1.2
	Uso de energía y eficiencia energética		102-6 Emisiones de GEI de Alcance 2.	49, 52, 54	13.1.3
			102-7 Emisiones de GEI de Alcance 3.	49, 52	13.1.4
			102-10 Créditos de carbono.	57	

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	NO. REF. ESTÁNDAR SECTORIAL
Gestión de residuos	Gestión de residuos Economía circular	GRI 306 Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos.	La FNC ha adoptado medidas transversales para reducir la generación de residuos en sus ramas y filiales (8, 48).	13.8.2
			306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos.	52, 54, 57	13.8.3
			306-3 Residuos generados.	48, 54, 57	13.8.4
			306-4 Residuos no destinados a eliminación.	8, 48, 50, 52, 54, 57	13.8.5
			306-5 Residuos destinados a eliminación.	54	13.8.6
Talento humano	Atracción, formalización y fidelización del talento	GRI 401 Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal.	76	
	Bienestar, cultura y clima laboral		401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.	78	
	Derechos y condiciones laborales justas		401-3 Permiso parental.	78	
Salud y seguridad	Salud y seguridad	GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	La FNC tiene implementado un robusto sistema de seguridad y salud en el trabajo, que incluye comités especializados, y ha ido extendiendo a las fincas cafeteras.	13.19.2
			403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.	La FNC cuenta con un sistema activo de identificación de riesgos, acciones para mitigarlos y canales de reporte.	13.19.3
			403-3 Servicios de salud en el trabajo.	La sede de Bogotá de la Federación cuenta con servicio médico en el horario laboral.	13.19.4
			403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.	Los colaboradores de la FNC tienen una participación activa en temas de seguridad y salud en el trabajo, incluso con comités especializados llamados Copasst.	13.19.5
			403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.	77	13.19.6
			403-6 Promoción de la salud de los trabajadores.	La FNC promueve la salud de sus trabajadores como parte de una política integral, reforzada además con cursos específicos.	13.19.7

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	NO. REF. ESTÁNDAR SECTORIAL
Salud y seguridad	Salud y seguridad	GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales.	Es política de la FNC prevenir y mitigar los impactos negativos en la salud y seguridad en el trabajo en sus relaciones comerciales, lo que incluye asegurar que sus proveedores cumplan con los aportes de ley al sistema de salud.	13.19.8
			403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	El sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo de la FNC cubre la totalidad de sus empleados.	13.19.9
Empalme generacional	Desarrollo de competencias y habilidades	GRI 404 Formación y educación 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado.	77	
			404-2 Programas para la mejora de las competencias de los empleados y programas de asistencia para la transición.	77	
			404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	77	
Diversidad, equidad e inclusión	Equidad de género	GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados.	76	13.15.2
	No discriminación y diversidad				
	Igualdad de oportunidades	GRI 406 No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	La FNC no tiene conocimiento de casos de discriminación en el periodo objeto del informe.	13.15.4
Derechos humanos de los caficultores	Trabajo forzoso e infantil	GRI 408 Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	La FNC no tiene noticia de operaciones o proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil o trabajadores jóvenes expuestos a trabajo peligroso.	13.17.2
	Derechos humanos	GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	La FNC no tiene conocimiento de proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio. Y para contribuir a su erradicación, trabaja de la mano con organizaciones como la OIT.	13.16.2

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	NO. REF. ESTÁNDAR SECTORIAL
Desarrollo territorial de las comunidades	Acceso a servicios y productos financieros.	GRI 413 Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo.	8, 33, 37, 41, 48, 57, 62, 66, 70	13.12.2
	Educación financiera.				
	Infraestructura social y de servicios.				
	Educ. y participación en la vida comunitaria.				
	Progreso económico de región.				
Nuevos mercados	Innovación de procesos, prácticas y productos de café.	GRI 416 Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	La FNC sigue los más altos estándares para garantizar la inocuidad del café y sus productos derivados, no sólo por obligación propia, sino en apego a los umbrales máximos establecidos en otros países (ver p. 63).	13.10.2
	Innovación en modelo de compra (<i>Craft coffees</i>)	GRI 417 Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	La FNC promueve el correcto etiquetado de los productos con el logo 100% Café de Colombia para garantizar su calidad y origen, entre otras acciones relevantes.	



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

SABEMOS

LO QUE HACEMOS