



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

LA FUERZA
DE TODOS

INFORME DE
GESTIÓN 2024



EDICIÓN

Investigaciones Económicas

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

Coordinación de Comunicaciones

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

Fotografías

Archivo fotográfico FNC, Cenicafé, Buencafé, Copyright FNC 2024

Revisión y corrección

José Octavio Pineda

ISSN

2711-3728

Cómo citar: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2025). Informe de Gestión 2024

<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

Gerardo Montenegro Paz
GERENCIA TÉCNICA

Esteban Ordóñez Simmonds
GERENCIA COMERCIAL

CONTENIDO

6 | EDITORIAL

8 | ESTRATEGIA

12 | ECONÓMICO
Más rentabilidad

44 | SOCIAL
Más bienestar

50 | AMBIENTAL

Más competitividad

60 | GOBERNANZA

Más unión y gremialidad

70 | ALIANZAS
estratégicas

78 | FINANZAS
Prosperidad

[GRI 2-22]



**AGREGAMOS
VALOR
EN BENEFICIO DE LAS
FAMILIAS
CAFETERAS**

Foto: (CEET) Casa Editorial El Tiempo

En medio de las realidades propias de la caficultura, el clima cambiante y la volatilidad del precio del café en la bolsa de Nueva York y de la tasa de cambio, 2024 dejó muy buenas noticias en materia de producción e ingresos para recuperarnos de la estrechez del año anterior.

El precio internacional subió **36,5%** frente al promedio de 2023 y se tradujo en un precio interno promedio de **\$1.895,227** por carga, que apunta a seguir mejorando. La producción nacional se recuperó hasta los **14 millones de sacos**, **23,3%** más que el año anterior, y exportamos **16,5%** más. Así, el valor de la cosecha alcanzó **\$16,1 billones** y el de las exportaciones, **USD 4.100 millones**.

Como gremio avanzamos en los propósitos de sostenibilidad financiera y rentabilización de nuestras empresas, tarea en la que debemos

perseverar con un esfuerzo constante de austeridad y eficiencia en busca de oportunidades y nuevos negocios.

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

Con recursos del Fondo Nacional del Café (FoNC), la garantía de compra, a través de la red 34 cooperativas y 487 puntos, ha sido de gran ayuda. En 2024, se compraron **179,4 millones** de kg de café pergamino seco (cps), 32% más que en 2023, por **\$3,1 billones**, **73,8%** más que el año

**14 MILLONES
DE SACOS
PRODUCIDOS**

23,3% MÁS
QUE EL AÑO
ANTERIOR

anterior, pagando primas por cafés regionales y sostenibles por **\$95.143 millones**.

También destacan los resultados de **Buencafé**, que en 2024 alcanzó ventas por **USD 222 millones**. En el periodo se despacharon 11.238 toneladas en 1.804 contenedores, y se compraron más de 328.000 sacos de café verde a los caficultores colombianos, con sobreprecios por **USD 2,5 millones**.

Procafecol tiene cada vez más tiendas en Colombia, **375**, y en el exterior, **257**, profundizando su presencia en mercados actuales —lo que incluye una **novedosa estrategia en Estados Unidos**— y abriendo nuevos mercados.

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

Mención especial merece el mercado de Estados Unidos para nuestro café. Colombia es el segundo origen de mayor volumen importado por ese país y el primero en valor. En

2024, Colombia exportó **4,9 millones** de sacos de 60 kg a Estados Unidos, es decir, **40%** del total de las exportaciones del grano. Además, por un valor de **USD 343.200 millones**, la industria del café representa **1,3% del PIB** de ese país y genera más de **2.2 millones** de empleos.

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

Precisamente en renovación, en 2024 alcanzamos **89.446 hectáreas** renovadas y con nuevas siembras, **15,8%** más que un año atrás (10% del parque cafetero actual). Esa tarea debe ser una constante en nuestro negocio, y seguiremos gestionando recursos que la faciliten y apoyen. El Servicio de Extensión ha sido crucial en apoyar a los productores para que accedan a los beneficios gestionados por la FNC.

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

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

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

“
¡NUESTRO COMPROMISO HA SIDO EFICIENCIA, AUSTERIDAD Y RESULTADOS. Y SEGUIMOS AVANZANDO EN ESTOS PROPÓSITOS!
”

GERMÁN BAHAMÓN
Gerente general de la FNC

CON UNA ESTRATEGIA
DE VALOR CLARA

TRABAJAMOS POR UNA CAFICULTURA SOSTENIBLE

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

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

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



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

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

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

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



Todas estas transformaciones avanzan enmarcadas en procesos de innovación, eficiencia y austeridad.

MAPA DE LA ESTRATEGIA

CON OPORTUNIDADES DE GENERACIÓN DE VALOR



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



ECONÓMICO: Más rentabilidad

Para avanzar hacia una caficultura más tecnificada, productiva y rentable, se impulsó una renovación anual de 100,000 ha, y en 2024 se renovaron 89,446 ha, 89% de la meta, para alcanzar una densidad promedio de **5.348 plantas/ha**, la más alta de la historia.

En lo comercial, se fijó la meta de comprar 170,6 millones de kg de cps en el año y se adquirieron **179,4 millones de kg**, 105% de la meta y 32% más que en 2023. Se exportaron **187.374 sacos de 60 kg** a mercados como China, India, México y Medio Oriente (87% de la meta).



DESARROLLO SOCIAL: Más bienestar

En 2024 se construyeron **22,2 km** de placa huella y se mejoraron **1,713 km** de vías rurales; **5.661 unidades de infraestructura** social fueron mejoradas. Con la familia cafetera como eje, se beneficiaron **6.776 mujeres** en equidad de género, **8.346 jóvenes** en empalme generacional, **14.948 en educación** y **9.220 beneficiarios** en servicios sociales en salud.

[GRI 304-3]



COMPROMISO AMBIENTAL: Más competitividad

En 2024 se sembraron cerca de 1,7 millones de árboles, 10% más de la meta planteada y se conservaron **842 ha de bosques**, lo que refuerza y evidencia el compromiso ambiental de la FNC para preservar los ecosistemas cafeteros.

[GRI 413-1]



GOBERNANZA: Más unión y gremialidad

El **76%** de los municipios cafeteros lograron algún tipo de convenio o acuerdo en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) mediante 471 reuniones gremiales en busca de recursos con entidades territoriales, superando la meta de 367 reuniones. En participación, liderazgo y democracia, se realizaron **4.601 eventos con 44.957 asistentes**.



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

La FNC apalancó 3,5 veces los recursos del Fondo Nacional de Café (FoNC), con una ejecución de **\$257.100 millones**. En recursos de terceros, se ejecutaron **\$170.000 millones**, 100% de la meta. La eficacia en la implementación de proyectos alcanzó 99%.

El apalancamiento es la relación entre cada peso aportado por el FoNC y los recursos de aliados para ejecutar proyectos. En este caso, **por cada peso del FoNC, terceros aportaron 3,5 pesos**.



PROSPERIDAD CORPORATIVA

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

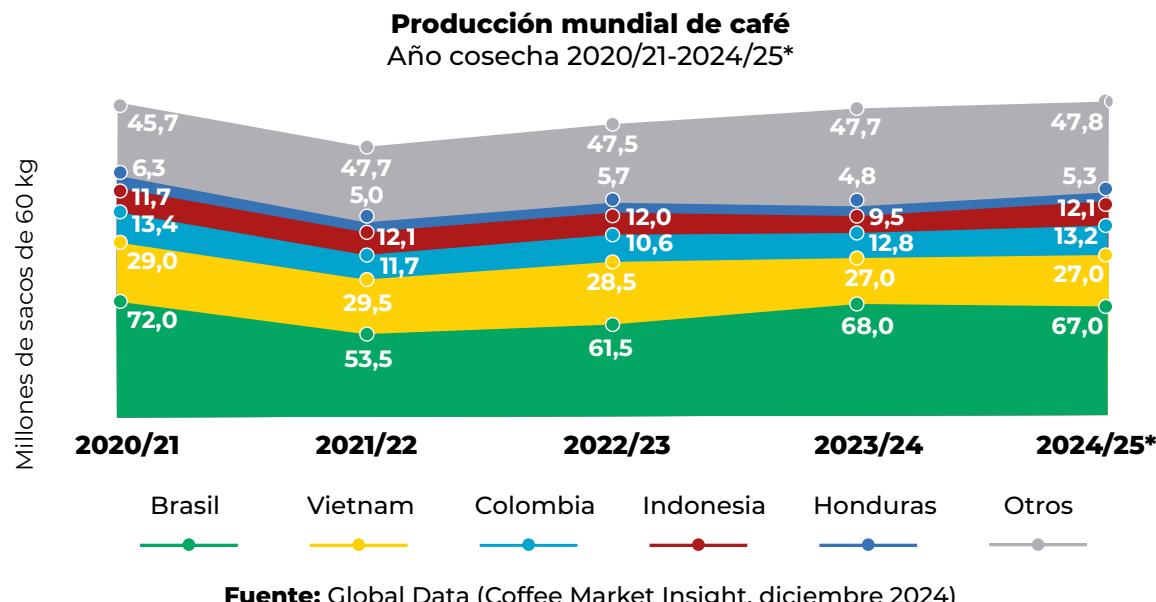
En gestión humana, 73% de los colaboradores ha hecho uso de sus vacaciones, con un balance laboral adecuado. Hay un cumplimiento del 98% en proyectos TIC, mejorando la cobertura de servicios digitales. Y se cumplió 70% de la meta anual en generación de contenido para redes sociales.



ECONÓMICO
MÁS RENTABILIDAD

BALANCE MUNDIAL DE AÑO CAFETERO 2024/25 ARROJARÍA SUPERÁVIT DE 0,75 MILLONES DE SACOS

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



El año cafetero 2023/24 cerró con un superávit de 0,62 millones de sacos de 60 kg. La producción mundial de café fue de 169,79 millones de sacos, 2,42% más que en 2022/23, que se debió a un repunte, de 61,5 a 68 millones de sacos, del mayor productor mundial, Brasil, en parte por la recuperación de su producción de arábigo a pesar de estar en un año negativo de su ciclo bianual.

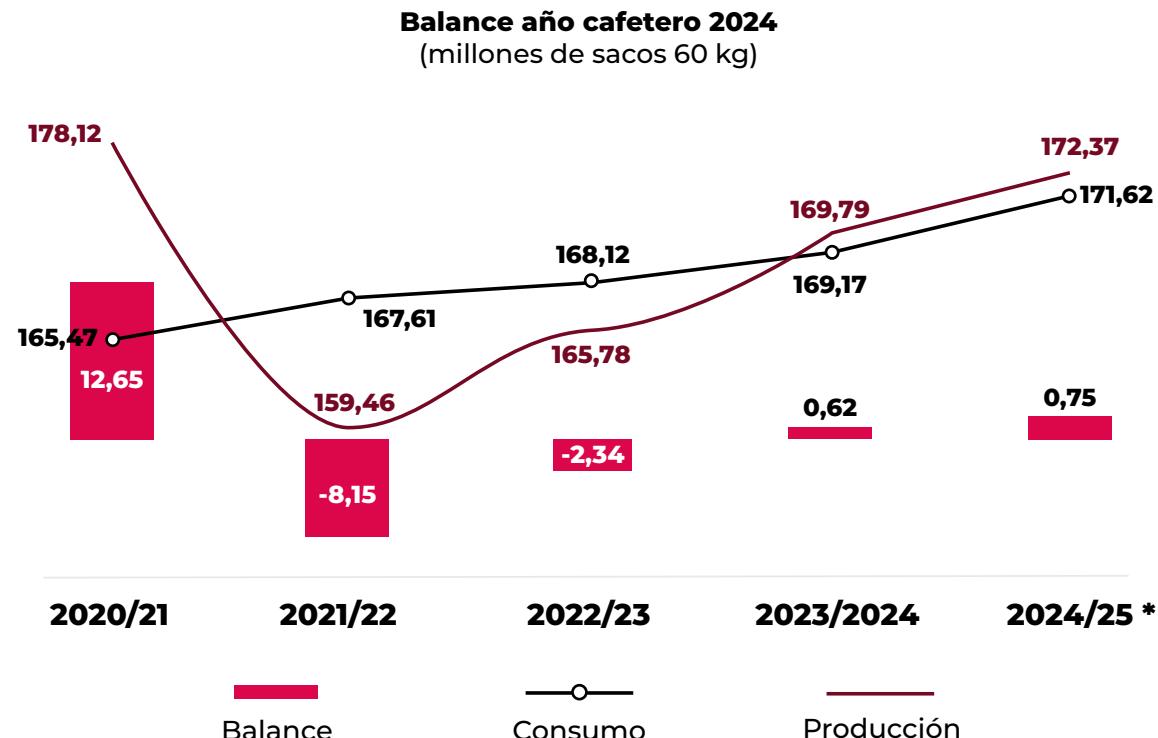
Mientras tanto, hubo caídas en Indonesia, Honduras y Vietnam de 20,83%, 15,79% y 5,26%, respectivamente; las de Indonesia y Vietnam se debieron a condiciones climáticas adversas. La participación de arábigo en la producción mundial fue de 57,3%, 3,6 puntos porcentuales más que en 2022/23.

El consumo mundial creció 0,63% a 169,17 millones de sacos, a pesar de la subida en los precios internacionales de café verde y la escasa oferta.



Para el año cafetero 2024/25, la consultora GlobalData proyecta que la producción mundial crezca 1,52% a **172,37 millones de sacos** por las mayores cosechas estimadas en Colombia, Indonesia y Honduras de 3,5%, 27,4% y 10,4%, respectivamente. En Brasil y Vietnam se espera una producción estable, en línea con lo observado en 2023/24.

Y se prevé que el consumo crezca a **171,62 millones de sacos**. De ahí que se espere que el balance mundial para 2024/25 alcance un superávit de 0,75 millones de sacos.



Fuente: Global Data. *Proyecciones



PRODUCCIÓN NACIONAL CRECE A 14 MILLONES DE SACOS DE CAFÉ

La cifra supera en 23,3% la de 2023 por mejores condiciones climáticas. Este aumento se vio acompañado de menores importaciones. El balance cafetero nacional es de superávit.

Balance cafetero 2024
(millones de sacos 60 kg)



	2020	2021	2022	2023	2024
Producción e importaciones	15,0	14,4	13,5	12,9	14,7
Producción	13,9	12,6	11,1	11,3	14,0
Importaciones	1,1	1,8	2,5	1,6	0,7
Exportaciones y consumo	14,9	14,8	13,7	12,8	14,5
Exportaciones	12,5	12,4	11,4	10,6	12,3
Consumo	2,4	2,4	2,3	2,2	2,2
Balance	0,1	-0,5	-0,1	0,1	0,2

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



En 2024, la producción nacional fue de **14 millones de sacos de 60 kg de café verde**, 23,3% más que en 2023, recuperación producto, principalmente, de mejores condiciones climáticas.

El consumo de café en Colombia fue de 2,2 millones de sacos¹, 0,1% más versus el año anterior. El bajo crecimiento se debió principalmente a la inflación en los precios del café para los consumidores, con la consecuente sustitución por otras bebidas de menor costo.

En 2024 se exportaron 12,3 millones de sacos de 60 kg, 16,5% más que un año antes, y su **valor alcanzó 4.100 millones de dólares**. Las **importaciones fueron de 0,7 millones de sacos**, 56,3% menos que en 2023.

[GRI 2-6-b-i] **El principal mercado de exportación de café colombiano para el 2024 fue Norteamérica** (Estados Unidos, México y Canadá), con 49,1% en las exportaciones totales. Europa permaneció como el segundo mayor mercado con 27,9%, y Asia como tercero, con 18,2%.

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

[GRI 201-1]

VALOR DE LA COSECHA ALCANZA \$16,1 BILLONES EN 2024

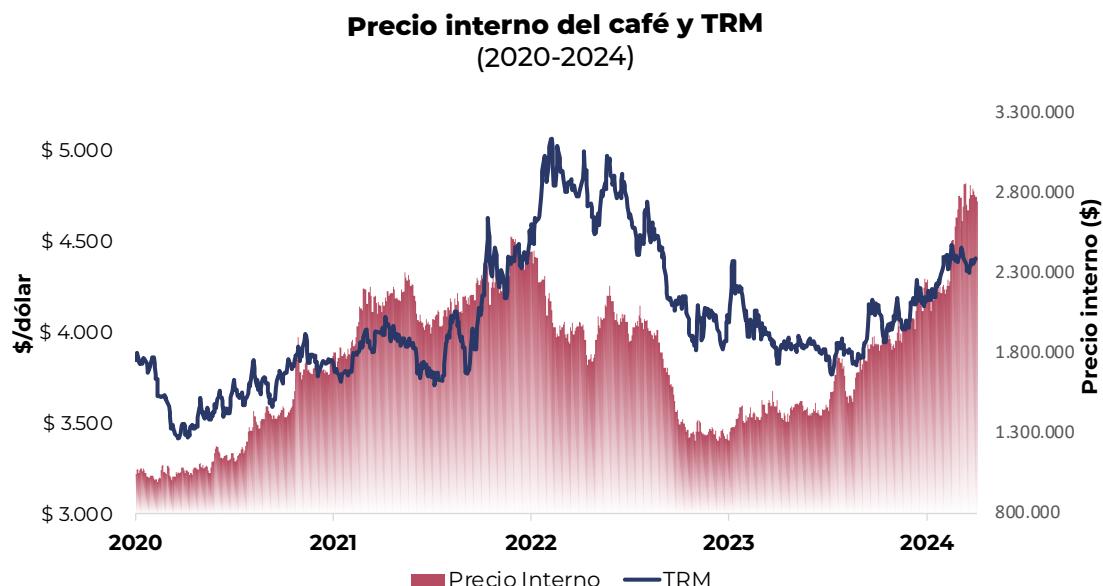
La cifra subió **\$5 billones (+44,1%)** con respecto al año anterior por los mayores precios alcanzados.

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

En 2024, el precio de la primera posición del Contrato C en la Bolsa de Nueva York aumentó **36,5%** a un promedio de **235,46¢/lb**; su promedio mensual se mantuvo por de-

bajo de 300 ¢/lb casi todos los meses, salvo en diciembre, cuando cerró en un promedio de **322,1 ¢/lb**.

El diferencial de los suaves colombianos cerró en un promedio de **13,61 ¢/lb**, 40,72% menos que el año anterior, y alcanzó un máximo de **17 ¢/lb**, mientras que el mínimo promedio fue en diciembre, **9,3 ¢/lb**, la cifra más baja desde noviembre 2016.

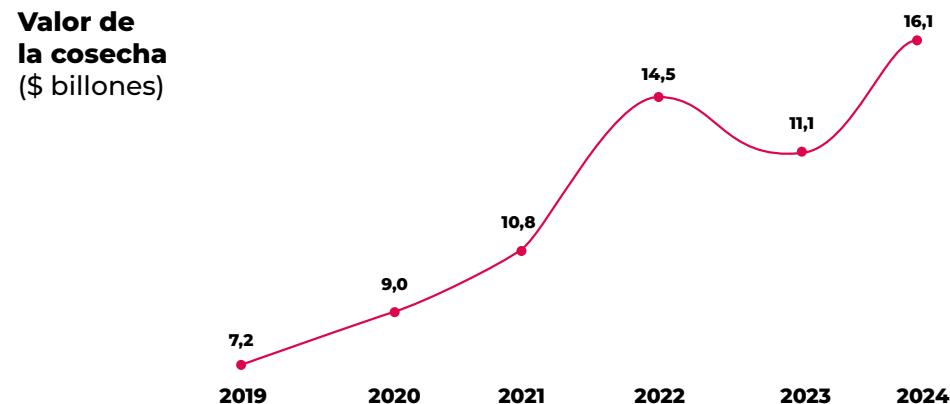


Fuente: Banrep, Investigaciones Económicas FNC





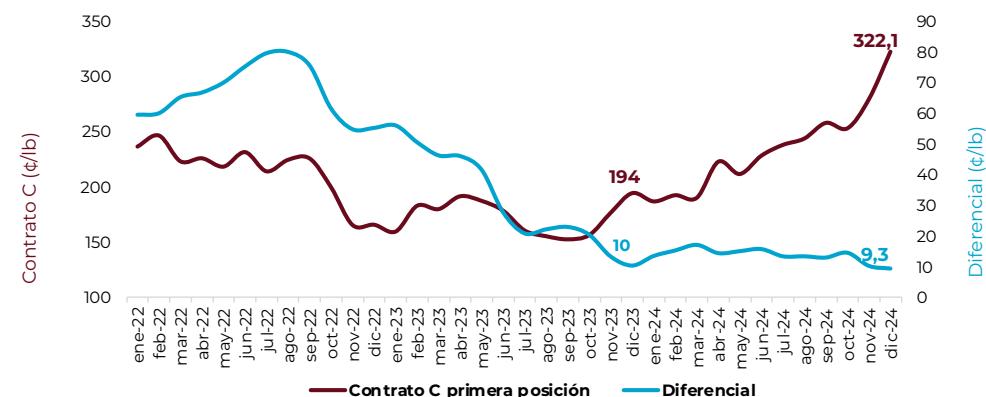
En 2024, la tasa de cambio (TRM) se apreció **5,97%** a **\$4.074/dólar** vs. el promedio del año anterior. El promedio mensual máximo fue en noviembre, **\$4.411,12/dólar**, rozando la marca de los \$4.500/dólar. La TRM presentó una alta volatilidad: en los primeros meses bajó a **\$3.763/dólar** en abril, pero en el segundo semestre subió.



Fuente: Investigaciones Económicas FNC.

Por estos factores (el precio del Contrato C, los diferenciales de origen y la tasa de cambio), el precio interno cerró en un promedio de **\$1.895.227 por carga**, con un incremento sostenido desde mayo. Por los altos precios, el valor de la cosecha creció **44,1%** versus 2023, a **\$16,1 billones**.

Precio en la Bolsa de Nueva York y diferencial del café colombiano



Fuente: ICE, Volcafé, Investigaciones Económicas 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 Chinchíná, Caldas).



LA FUERZA DE TODOS



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)

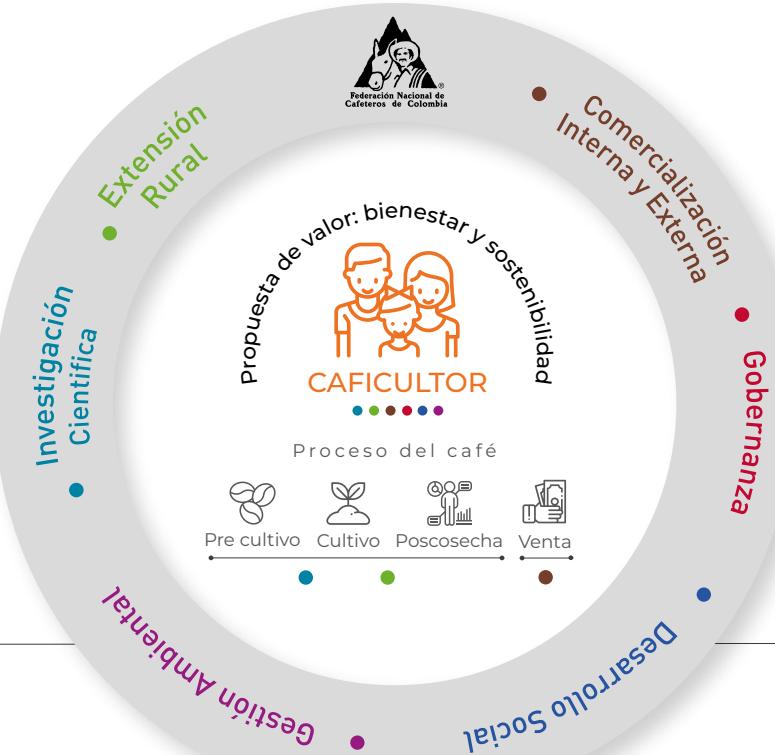
Gracias a la eficacia y transparencia con que la FNC ejecuta proyectos para el caficultor en las dimensiones económica, social, ambiental y de gobernanza, en amplias zonas rurales del país, la institución se ha convertido en un aliado clave de entidades públicas y privadas.

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 repeso, 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



SERVICIOS ● ● ● ● ●
CLIENTES ●



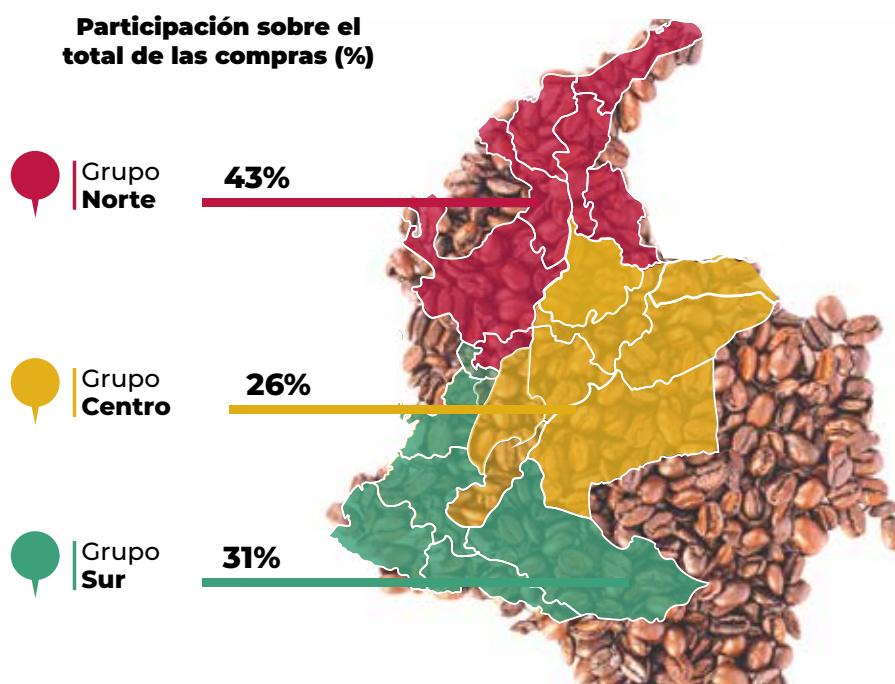
[GRI 2-6-a, 2-6-b, 2-6-c, 201-1, 204-1, 3-3]

DESDE LA FINCA HASTA LA TAZA

FNC APUESTA POR LA TRANSFORMACIÓN Y AGREGACIÓN DE VALOR

El portafolio comercial de la FNC llegó a 240 productos con 13 programas gracias al trabajo articulado de la Gerencia Comercial y Almacenamiento. Los caficultores recibieron un precio de compra promedio de **\$2.198.986** por carga, **16% más** que el precio base de referencia, por valor de **\$435.856 millones**.

En 2024, el volumen de compras alcanzó **179,4 millones de kg** de café pergamino seco (cps), **32% más** que en 2023, por **\$3,1 billones**, una cifra récord (+73,8% vs. el año anterior), gracias a los altos precios a final de año para el Contrato C.



9º Concurso Nacional de Calidad de Cafés Especiales

COLOMBIA, TIERRA DE DIVERSIDAD



MI FEDERACIÓN ES LA MEJOR VITRINA PARA MI **Café**

En subasta Colombia, Tierra de Diversidad, el mejor precio alcanza 66,5 USD/lb

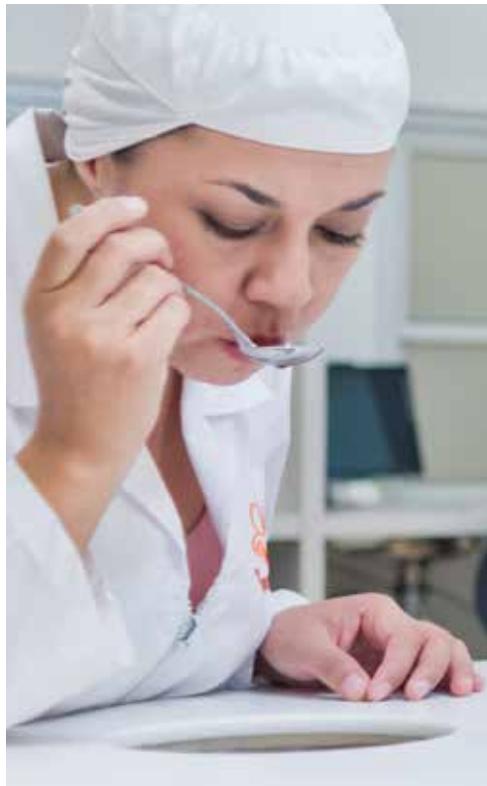
En la 9º versión del concurso Colombia, Tierra de Diversidad se presentaron **1.018 lotes de 13 departamentos**, de los cuales **211** tuvieron puntajes de más de **86 puntos** en el protocolo de la Specialty Coffee Association (SCA).

En la subasta internacional en Bogotá, en la feria Cafés de Colombia Expo, se premiaron las 5 categorías: acidez, cuerpo, suavidad, balance y exótico, con tres ganadores por categoría, lo que permitió incluir más departamentos.



Los lotes vendidos, equivalentes a **18.730 kg** de café verde, alcanzaron una reliquidación de un poco más de **\$1.453.416.059**, y un precio promedio de **20,03 USD/lb**. El mejor precio correspondió a un lote de Nariño, adquirido a **66,5 USD/lb**.

Otros concursos departamentales de calidad de café



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

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

Más de 9.200 productores atendidos por Taza Móvil y laboratorios flexibles

Se adquirieron más de 15 millones de kg de cps con ambas estrategias.

En 2024, el Taza Móvil atendió a **2.041 productores** en 8 departamentos y 61 municipios, se compraron **527.870 kg** de café y se entregaron **438 reportes de calidad** como retroalimentación. Y en los laboratorios flexibles se atendieron a 7.235 productores y se compraron 14,5 millones de kg de cps.

116.571 fincas con al menos un estándar de sostenibilidad

La FNC facilitó la certificación y/o verificación de **116.571 fincas** de café con al menos un estándar de sostenibilidad, para beneficio de **93.417 caficultores**. La comercialización de cafés regionales y sostenibles representó en total primas y reliquidaciones por **\$95.143 millones**.



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

Este modelo logístico en implementación por la FNC permite exportar café verde y tostado en origen a tarifas competitivas, eliminando barreras geográficas y abriendo nuevos canales de distribución para que los productores avancen en la cadena de valor. En 2024 se atendieron 117 usuarios y se exportó el equivalente a **647 sacos de 60 kg de café verde y 169 sacos de café tostado** a 20 países.



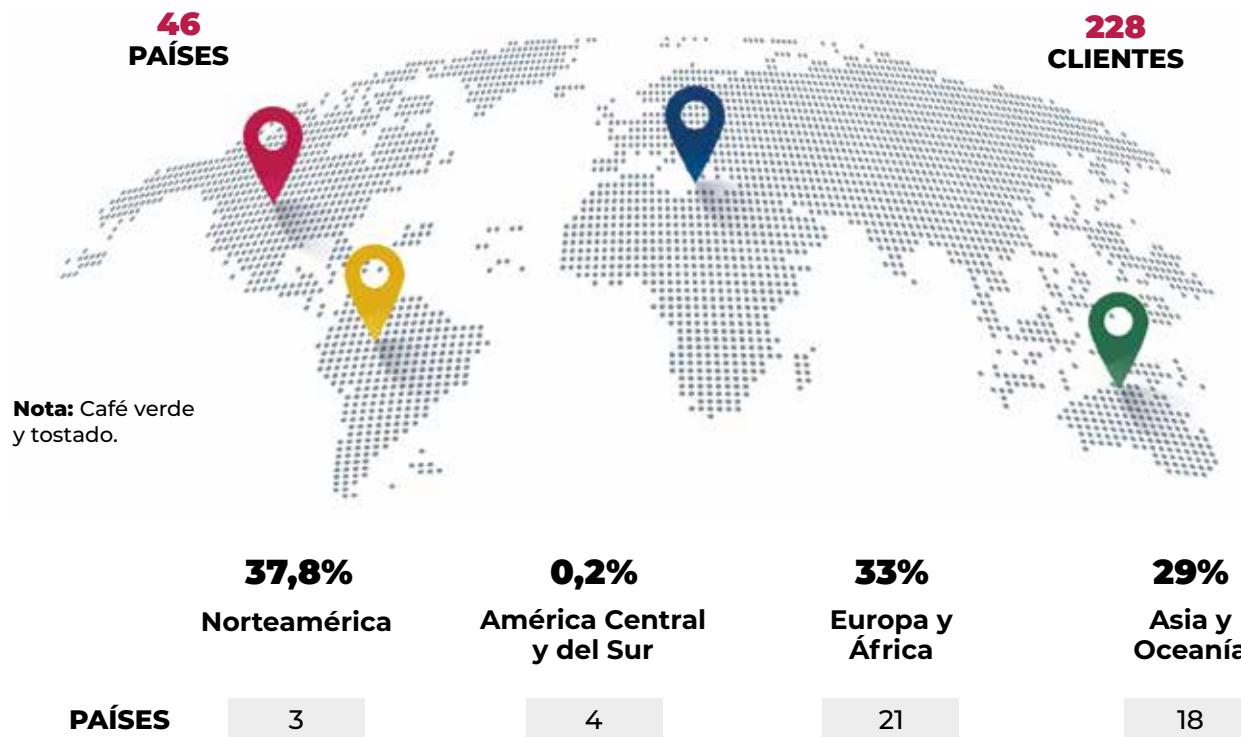
[GRI 2-6-a, 2-6-b, 2-6-c, 201-1, 3-3]

FNC LLEGA A 228 CLIENTES EN 46 DESTINOS

En 2024, se establecieron relaciones con 64 clientes nuevos para un total 228 clientes y exportaciones a 46 destinos, lo que se tradujo en la venta de **2,04 millones de sacos de 60 kg por USD 632 millones**. Las ventas de café de valor agregado (sostenibles, regionales, estándar plus y craft [de especialidad]) alcanzaron **1,42 millones de sacos (60 kg)**, 70% del total de ventas, mostrando la orientación de la FNC hacia clientes y mercados de mayor valor.

EXPORTACIONES FNC 2024

GERENCIA COMERCIAL



Se redoblaron esfuerzos en mercados potenciales y no tradicionales como China y Medio Oriente, con crecimientos de las exportaciones.





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

VENTAS DE BUENCAFÉ CRECEN 9% A USD 222 MILLONES

Como insumo, se compraron más de 328.000 sacos de café verde a los caficultores colombianos, con sobreprecios por USD 2,5 millones.

En volumen, se vendieron **11.238 toneladas** a más de 60 países y se despacharon más de 1.804 contenedores. Como insumo, se compraron más de **328.000** sacos de café verde a los caficultores colombianos, con sobreprecios de cafés especiales por USD 2,5 millones.

Para seguir posicionando el Café de Colombia, **99% de las ventas al detal usaron el logo 100% Café de Colombia**, segmento que representa 74,5% de los ingresos, que crecieron 20,7%. El 14% correspondió a productos con algún estándar de sostenibilidad y las ventas por **innovación y renovación ascendieron a USD 11 millones**.

Del total de ventas por ingresos, **67%** fueron en América, **14%** por Buendía en Colombia y Ecuador, **14%** en Europa y Medio Oriente y Asia **5%**.

Se destaca que la marca Buendía incursionó en nuevos países como España y Estados Unidos. Sus ventas en Colombia y Ecuador superaron los **USD 31,4 millones** (12,7% más que en 2023) y representaron 14% de las ventas totales de Buencafé.

Construyendo futuro a través de la innovación con Café Buendía

En nuestro deseo por satisfacer las necesidades de los consumi-

dores y dar respuesta a las tendencias, Buendía realizó más de **6 lanzamientos con café 100% colombiano**: una bebida con leche lista para tomar, galletas, helados, café con panela orgánica, mezcla de latte y latte caramelo para cautivar a las generaciones más jóvenes y crear nuevos momentos de consumo.

Nuevo Centro Logístico Integrado Buencafé

En 2024 entró en funcionamiento el nuevo Centro Logístico Integrado Buencafé (**Clib**). Con una bodega de 5,281 m², tiene una capacidad para almacenar y gestionar hasta **4.304** posi-

ciones. Incluye ocho muelles de carga y un amplio patio de maniobra de 12,000 m², lo que facilita la manipulación y preparación de pedidos de manera segura y ágil.

Uno de sus grandes beneficios es la **centralización de la operación logística** de producto terminado, garantizando una gestión eficiente y fluida de todas las actividades.

Además, la implementación de sistemas de gestión de almacenes y software logístico permite un manejo eficaz de la información y una significativa reducción de operaciones, adaptándose a cambios en la demanda y para crecer (en línea con la estrategia).

Inició la **construcción de vías de acceso entre el Clib y la Autopista del Café** para evitar congestión vehicular en el municipio de Chinchiná y optimizar el transporte logístico. Este centro destaca por su **compromiso con la sostenibilidad**, utilizando paneles solares fotovoltaicos con una capacidad instalada de 67,5 kWp, lo que contribuye a la eficiencia energética y a la reducción del consumo de energía.



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

INGRESOS DE PROCAFECOL CRECEN 8,5% A \$743.209 MILLONES

La rentabilidad mejoró, con una cifra récord de Ebitda (mediante eficiencias en otros costos y gastos) de \$65.123 millones, 8,9% de las ventas.

Procafecol registró ingresos operacionales (incluyendo ventas y otros) por **\$743.209 millones**, 8,5% más vs. 2023.

2024 fue un año donde el repunte de la inflación continuó y hubo retos en la economía nacional, lo que redujo el consumo. Aun así, la compañía mejoró su rentabilidad, con una cifra **récord de Ebitda** (mediante eficiencias en otros costos y gastos) de **\$65.123 millones**, 8,9% de las ventas. Las regalías transferidas al FoNC rondan los **\$40.000 millones** y superan los **\$260.000 millones** desde su creación.

Tiendas en Colombia: Este canal acumuló ventas por **\$430.815 millones** (+8,5% más que en 2023), 59% de las ventas totales. El año cerró con **375 tiendas en Colombia**.

Consumo masivo (canal moderno): Registró ventas por **\$96.852 millones** (13% de las ventas totales) y mejoró sus márgenes para volverse más rentable.

Consumo masivo (canal tradicional): Ventas por **\$34.575 millones** (+21,1% más que el año anterior), que representan 5% de las ventas totales gracias a ejecución en punto de venta, mayor distribución y cobertura.

Canal institucional: Ventas por **\$24.705 millones** (+9,4% frente a 2023), que representan 3% del total, gracias a nuevos clientes y profundización de los existentes.

Mercado internacional: Ventas por **USD 34,1 millones** (+22,2% más vs. 2023), que representan 19% de todas las ventas; abarcan todos los continentes, siendo México y Turquía los países con mayor crecimiento, además de otros más pequeños como España, Brasil y Egipto. Se abrieron nuevas tiendas en Emiratos Árabes, México y República Dominicana.



ACCIONES RELEVANTES

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

Lanzamientos de cafés de especialidad: Geisha, Caturra y Bourbon Rosado para reforzar el dominio de la marca y llegar nuevos consumidores.

Innovación de productos: Hubo temporadas en tiendas como sabores colombianos de oblea, fresas con crema, cocada, limonadas cafeteras y milo, entre otras, además de alianzas con marcas relevantes para los jóvenes en artículos de marca, como los termos Stanley y los sacos Domenica.

Aperturas Internacionales: Se abrió la primera tienda en Dubái, se volvió con éxito a México (en Mérida y Culiacán), y la primera tienda en República Dominicana, entre otras.

Reperfilamiento de deuda y capitalización de FNC: Se reperfiló la deuda con Davivienda y con el fondo privado ResponsAbility, y con una capitalización al adquirir las oficinas en Bogotá, Procafecol fortaleció su patrimonio.





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

VENTAS DE ALMACAFÉ A CLIENTES DISTINTOS A FNC CRECEN 15% A **\$60.437** **MILLONES**

La utilidad operacional de la empresa fue de \$25.794 millones, 678% más que en 2023.

Almacafé sigue agregando valor a la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) y la caficultura colombiana al brindar un sólido apoyo logístico a su operación, asegurando la calidad del café y contribuyendo a las utilidades vía dividendos.

En 2024, la compañía alcanzó ingresos totales de **\$131.147 millones**, 22,7% más que en 2023. De estos, **\$70.710 millones** (54%) provinieron de la FNC y **\$60.437 millones** (46%) de otros clientes, con una utilidad operacional de **\$25.794 millones** (+678%).

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



Café: 42 nuevos negocios y 116 clientes en total, para clientes de materia prima distintos a FNC.

Agroindustrial: 4 nuevos negocios entre fertilizantes, agroinsumos, azúcar y arroz, para un total de 24 clientes.

Industrial: 12 nuevos negocios, con 48 clientes en total, que incluyen energía, maquinaria, vehículos y materiales de construcción y ferretería, entre otros.

Consumo masivo: 4 nuevos negocios con clientes del sector alimentos y bebidas, para un total de 29 clientes.

20
NUEVOS
CLIENTES

85,6%
CRECIMIENTO

Más ingresos en nuevos negocios

Almacafé elevó 85,6% sus ingresos en nuevos negocios en sus cuatro sectores estratégicos, es decir, 20 nuevos clientes vs. el año anterior, para así expandir sus operaciones.

Este crecimiento ha ido de la mano de un aumento exponencial en la apertura de nuevos negocios de café, **1.451%**, gracias a la nueva estrategia centrada en fortalecer la industria colombiana. Destacan:



- **Nuevas alianzas estratégicas:** Se fortaleció el portafolio de servicios, promoviendo una mayor integralidad en la cadena de suministro. En agosto, se vinculó a **C.I. Andean Fields**, con quien se estructura el modelo de **Servicios de Exportación al Caficultor** y de e-commerce hacia Estados Unidos. Estas distintas alianzas totalizaron ingresos por **\$969 millones**, sin incurrir en costos directos asociados.

[GRI 203-2]
- **Centros de Industrialización Regional (CIR):** En julio, se inauguró **Al Sur**, el primero de los 15 centros de industrialización regionales planeados para agregar valor al café, desde su transformación hasta la tostión, catación y comercialización. A mediano plazo, se espera conectar con el mercado internacional a través de los servicios de exportación al caficultor.
- **Al Sur - Marca regional del Huila:** En colaboración estratégica con Procafecol y la FNC para fomentar marcas regionales, en junio se lanzó la marca Al Sur, con café de Pitalito, Palestina, Acevedo, Garzón y Gigante.
- **Centro de Distribución (Cedi) Funza:** En julio inició la operación logística de los activos fijos de Procafecol en un nuevo inmueble, donde Alma-café adquirió las inversiones, recursos físicos, contratación de personal.
- **Marca Policía Nacional de Colombia:** En el tercer trimestre, con la FNC, se brindó apoyo a la Policía Nacional de Colombia en el diseño y desarrollo de su marca de café.
- **Sostenibilidad:** Se cumple con los criterios de evaluación de los cuatro pilares de la Auditoría de Comercio Ético de los Miembros de Sedex (SMETA, las siglas en inglés: normas laborales; salud y seguridad; medio ambiente, y ética empresarial) y de programas de cafés sostenibles (estándares de trabajo, salud y seguridad, desempeño ambiental y ética empresarial).

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

CAFÉ DE COLOMBIA SE POSICIONA COMO 'EL MEJOR CAFÉ DEL MUNDO'

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

El mejor café del mundo en ferias internacionales. En 2024, Café de Colombia participó en 10 ferias internacionales:

- **Hotelex Shanghai**, del 27 al 30 de marzo.
- **Specialty Coffee Expo (SCA) en Chicago**, del 11 al 14 de abril.
- **Seminario Internacional sobre Indicaciones Geográficas** en el marco del 30 aniversario del Consejo Regulador del Tequila (CRT) y del 50 aniversario de la denominación de origen tequila en Guadalajara, México, 25-26 de abril.
- **World of Coffee Busan**, 1-4 de mayo.
- **World of Coffee Copenhague**, 27-29 de junio.
- **14° SCTA Coffee Forum and Dinner en Basilea**, del 3 al 4 de octubre.
- **SCAJ World Specialty Coffee Conference and Exhibition** en Tokio, del 9 al 11 de octubre.
- **Café Show Seúl**, del 6 al 9 de noviembre.
- **Imported Commodities Fair** en Yiwu del 13 al 15 de noviembre.
- **Hainan International Intellectual Property Fair** en Haikou, China, del 20 al 22 de diciembre.



La participación en estas ferias permite destacar la diversidad y características distintivas de nuestro café, bajo el slogan "El mejor café del mundo (The Richest Coffee in the World)", ante una audiencia de **755.605** profesionales de la industria.

Se sirvieron **22.996** tazas de café de 23 departamentos, y **127 exportadores** contaron con barras de degustación o peceras de catación para mostrar su producto y captar contactos comerciales.



Visibilidad de la marca Café de Colombia en eventos nacionales

Café de Colombia también participó, patrocinó y/u organizó los siguientes eventos locales:

Copa Antioqueña de Tostadores, del 17 al 19 de julio, en Medellín. Con una exposición de marca ante **1.500 asistentes**.

Campeonatos nacionales de Cafés Filtrados, Catadores, Cold Brew, Arte Latte, Tostadores y Baristas, con **173 competidores y 22 jueces embajadores** del café de Colombia. La marca también desarrolló y/o participó en los campeonatos de Catación Juvenil, Olla, Aeropress Huila, Aeropress Manizales, Aeropress Eje Cafetero y Campeonato Nacional de café preparado en colador de tela, y patrocinó la feria Expo Orinoquia.

Se desarrollaron **6 talleres** de calidad y cómo **reconocer un café 100% colombiano**, con la participación de **49 personas y 4 talleres de tostión**, con **120** participantes.

Patrocinio deportivo al piloto de kartismo y automovilismo Sebastián Garzón Orozco, "Tatán", quien lució un casco con la marca Café de Colombia en sus competencias a nivel mundial.

Café de Colombia mantuvo su **alianza con ProColombia**, participando en **14 eventos internacionales y 3 nacionales**.

[GRI 201-1]

Ventas en **comprocafedecolombia.com** crecen 9% a \$232 millones

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

En 2024, la tienda en línea **comprocafedecolombia.com** alcanzó ventas por **\$232.022.714**, 9% más frente a 2023, y **8.163 unidades**, 42% más. Se llevaron a cabo campañas clave que impulsaron los resultados:

■ **Tercer aniversario del marketplace**, 31 de mayo al 2 de junio: Se celebró con descuentos exclusivos que impulsaron en un **123%** las ventas frente al aniversario 2023.

■ **Segunda edición Semana del Café**, Coffee Week, 27 al 31 de agosto: Elevó **124%** los ingresos, con **393%** más en unidades vendidas.

■ **Black Coffee Days Black Friday**, 29 de noviembre al 1 de diciembre: **86%** más en ingresos con respecto a la campaña de 2023.

Estrategias de comunicación

En el último trimestre de 2024, se implementó una estrategia con **14 influenciadores**, obteniendo:

Tasa de involucramiento de **3.37%**.

Alcance de **384.000** personas y **425.000** impresiones.



Un valor mediático ganado de **\$105 millones**, para un retorno de 1.91 veces la inversión (con una inversión total de **\$55 millones**).



El contenido orgánico en nuestras redes creció **85,03%** en interacciones, con una tasa de involucramiento de **4,34%**.



[GRI 203-2]

Se lanzó la campaña ‘Colombiano de pura cepa’

La campaña nacional **Colombiano de pura cepa** puso a pensar al público si el café que toman es 100% colombiano. En esta estrategia participaron **10 deportistas y un médico especializado**, desde Radamel Falcao hasta ganadores de medallas olímpicas.

Con 40 contenidos, videos cortos (*reels*) e historias en Instagram y TikTok, la campaña alcanzó a **3.674.258 personas** con **389.576 interacciones**.

Esta campaña generó tendencia entre otros creadores de contenido, que también hablaron de tomar café 100% colombiano e incluso mostraban el logo de Café de Colombia®, entre ellos:

**@paocafeccito @santiagoelcafetero
@doctordeladieta @miguelmcallister**

Real Academia del Café realacademiadelcafe.com

La marca cuenta con la plataforma para enseñar a los colombianos a identificar y consumir café 100% colombiano con denominación de origen (y el logo de Café de Colombia) proveniente de los 23 departamentos productores.

Se realizó una campaña para impulsar la cantidad de suscriptores a la plataforma, logrando **13.664 leads, 66% más vs. 2023**.

Programa 100% Café de Colombia crece

El programa 100% Café de Colombia sigue creciendo, con:

907

MARCAS DE CAFÉ

107

PAÍSES

Gracias a una estrategia conjunta de la Dirección de Mercadeo y la Coordinación de Propiedad Intelectual basada en capacitar a la cadena productiva sobre la importancia del origen como determinante de la 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]

1.112.780 CONTACTOS DEL SERVICIO DE EXTENSIÓN CON CAFICULTORES

En 2024, gracias al Plan Operativo, se lograron 1.112.789 contactos del Servicio de Extensión Rural con caficultores, los cuales fortalecen los sistemas de producción mediante **capacitación, asesoría técnica y métodos tanto individuales** (visitas a finca y en oficina) como grupales (reunión, demostración de método, foro, curso corto, gira, día de campo y concursos), lo que equivale a atender a **74%** de los caficultores en educación no formal y transferencia de tecnología.

Se desarrollaron los siguientes programas:

Actualización de fincas cafeteras (Sica): Es el instrumento de información y planeación para los caficultores colombianos, donde se gestionan en tiempo real las novedades de los predios, cultivos y caficultores.

Gestión empresarial: Se capacita en el manejo administrativo de la finca con actividades grupales, y el Plan 2.000 Fincas para asesoría y obtención de costos de producción, con indicadores técnico-económicos para las diferentes regiones.

Transferencia de tecnología: Se promueve la adopción de innovaciones tecnológicas que Cenicafé desarrolla, gestionando la productividad y producción cafetera.

Crédito cafetero: Se acompaña a los caficultores para lograr financiar capital de trabajo e inversiones en adopción tecnológica.

Cafés especiales: Promueve la sostenibilidad de la caficultura respaldada por sellos de certificación, para que el caficultor escale en valor y mejore sus ingresos en la comercialización del café.

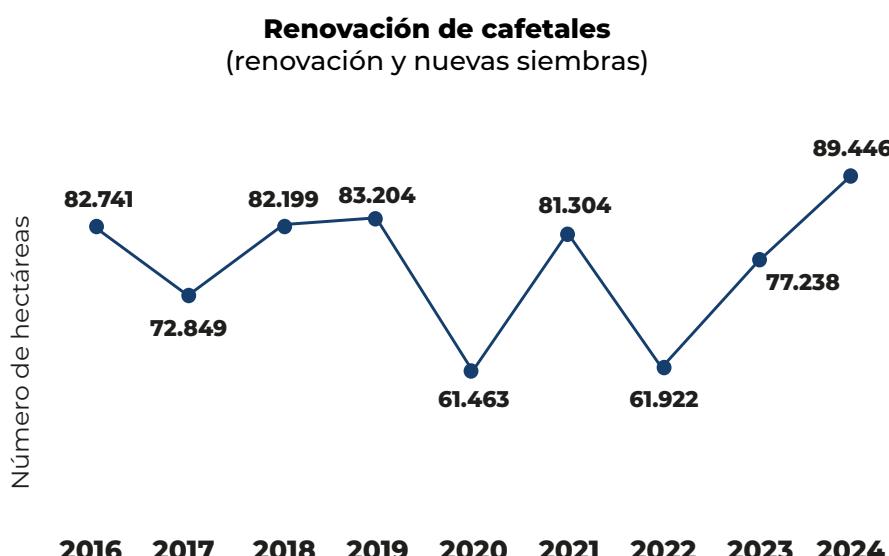
Post cosecha: Impulsa la calidad del café colombiano mediante la implementación de las siete prácticas de beneficio desarrolladas por Cenicafé, que estandarizan procesos y logran consistencias en calidad.

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

La renovación de cafetales ha mejorado los indicadores de productividad, como la densidad de siembra, con 5.348 árboles por hectárea, la más alta en la historia de la caficultura colombiana.

[GRI 13.6.1]

El 88% del área está sembrada con variedades resistentes (lo que evita el uso de pesticidas) y 81% del parque es joven (edad promedio de **6,58 años**), resultado de la estrategia educativa y asistencia técnica del Plan Operativo (que promueve la productividad, rentabilidad y calidad del café colombiano).

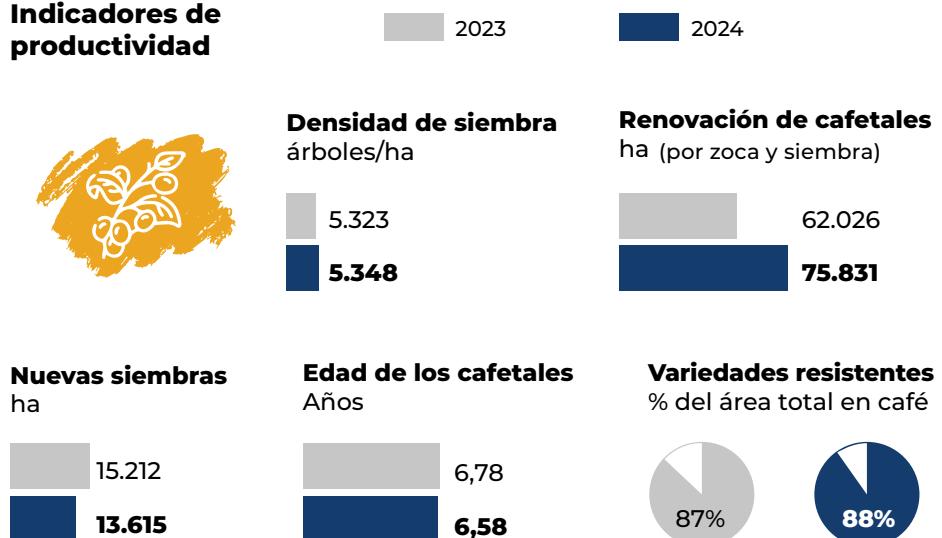


Fuente: Gerencia Técnica FNC.



El estado fitosanitario de los cultivos es bueno (sanos) y sin riesgos de daño económico.

Indicadores de productividad



Fuente: Gerencia Técnica FNC.

La renovación es crucial para la productividad y rentabilidad. En 2024, se reportaron **89.446 hectáreas renovadas** y nuevas siembras, **15,8% más vs. 2023**.

Se logró una significativa recuperación en la producción, que rozó los **14 millones de sacos** al cierre de año, con una **productividad de 20,88 sacos de café verde/ha**.

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

MÁS DE \$30.000 MILLONES PARA RENOVACIÓN DE CAFETALES

Esta práctica es fundamental para mantener una caficultura joven y altamente productiva, lo que a su vez mejora la rentabilidad de las familias cafeteras.

El Programa de Apoyo a la Renovación de Cafetales impulsa esta buena práctica mediante la entrega de incentivo en especie (fertilizante) para conservar y estabilizar la producción nacional en volúmenes adecuados que favorezcan la rentabilidad por unidad de superficie, con acciones enfocadas en:

1

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

2

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

3

Sembrar nuevas áreas de café.



En 2024, se incentivaron 118.216.902 árboles renovados o sembrados, equivalentes a **21.116,51 hectáreas de café**, ejecutándose la totalidad del recurso asignado al programa, casi **\$27.190 millones**, para beneficio de 41.807 caficultores.

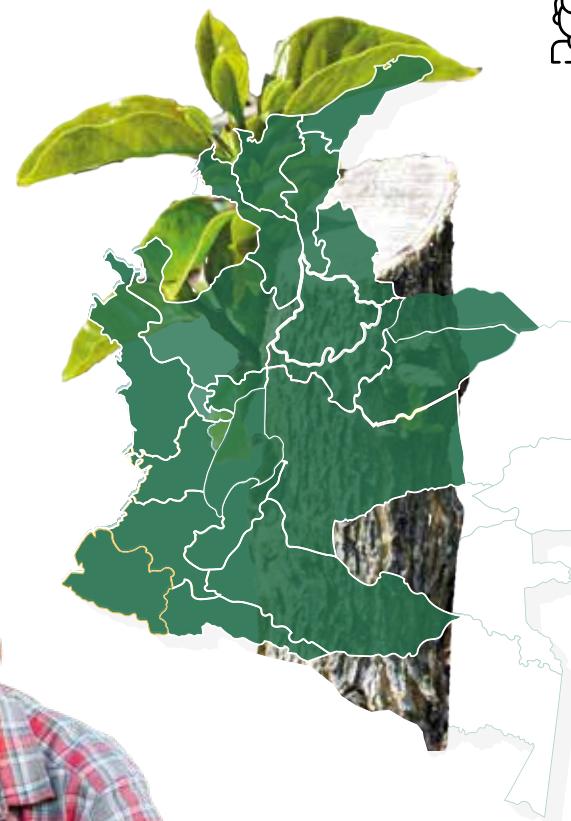

41.807
caficultores


43.284
finca


21.116
hectáreas


\$27.189.887.460
recursos para incentivo de fertilizante


Departamentos atendidos


118.216.902
árboles




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

LA CAFICULTURA TECNIFICADA ES PILAR DE LA PRODUCTIVIDAD

CENICAFÉ LIBERA VARIEDAD CASTILLO 2.0

Esta es resistente a enfermedades como la roya y el CBD, con atributos sensoriales que la clasifican como especial. Y se hallaron plásticos biodegradables aptos para almácigos de café, entre otros avances.

Con el trabajo articulado entre Cenicafé —con el desarrollo de nuevas variedades y la entrega de semillas—, el Servicio de Extensión —que brinda acompañamiento técnico al caficultor— y el resto de la institucionalidad cafetera, la caficultura colombiana sigue mejorando. Entre los principales resultados de Cenicafé destacan:



1 Se reforzó el parque productor liberando la **variedad Castillo 2.0**, con nueva resistencia a la roya, producciones comparables a variedades anteriores, resistencia a aislamientos agresivos de la enfermedad de la cereza del café (CBD) y atributos sensoriales que la clasifican como especial.

2 Se distribuyeron **78,4 toneladas de semilla** para renovaciones, con un cumplimiento del Acuerdo de Nivel de Servicio de 81%. Entre los comités que demandaron mayor cantidad destacan Tolima (11.849 kg), Cauca (9.826 kg) y Valle del Cauca (8.787 kg.)

[GRI 13.6.1]

3 Los herbicidas seguros y con menores restricciones en el ámbito mundial fueron verificados y así disminuyó la dosis de **glifosato** hasta en **50%** mientras se mejora la eficacia en el control de arvenses sin afectar la producción de café. Se evaluaron insecticidas químicos de nueva generación, ethiprole e isocycloseram, para el **control de broca**.

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

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

6 Mediante espectroscopía de infrarrojo cercano (NIRS) se **diferenció el café arábigo del robusta** para desarrollar modelos de predicción que identifiquen mezclas.

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

8 Para fundamentar la **tecnificación y descarbonización de la caficultura**, promovidas por la Gerencia Técnica, se transfirieron al Servicio de Extensión **40 productos de investigación** para mejorar la productividad y la sostenibilidad económica y ambiental.

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



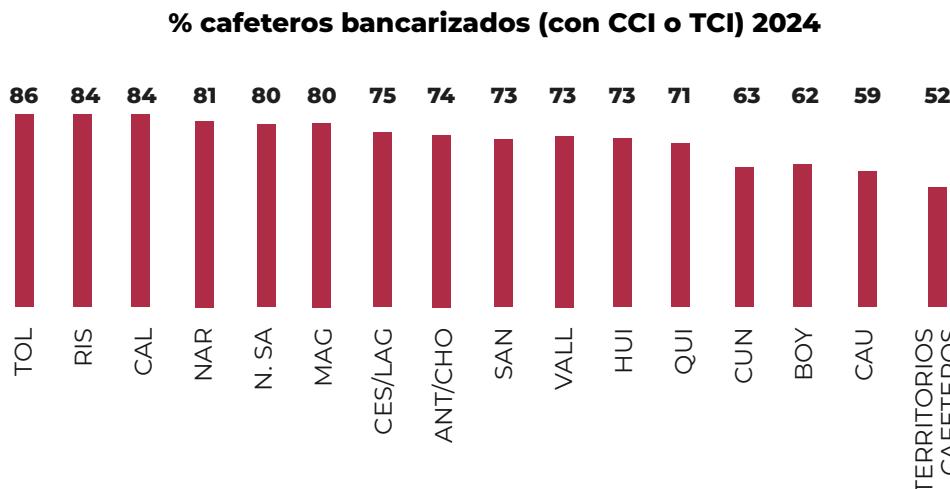
[GRI 2-6-a, 2-6-b-i, 2-6-b-iii, 2-6-c, 3-3]

FNC DISMINUYE LA BRECHA DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL EN COLOMBIA

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

Gracias a la alianza de la FNC con el Banco de Bogotá, **más de 385.000 caficultores** colombianos están bancarizados vía la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente (CCI/TCI), es decir, 73% de los productores activos, frente a 57% de adultos con acceso a cuentas de ahorros en los municipios rurales de Colombia, según el *Reporte de inclusión financiera 2023* de Banca de las Oportunidades.

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

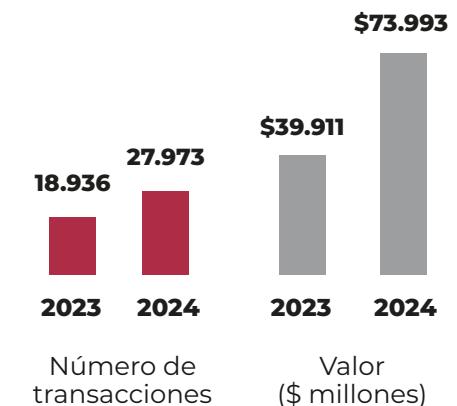


Fuente: Gerencia Financiera y de Recursos Organizacionales.

Crece uso del Canal Cafetero en las cooperativas

En 2024, el uso de la CCI/TCI en el Canal Cafetero alcanzó **\$73.993 millones (+85,4% vs. 2023)**, superando el récord de \$70.371 millones de 2018 por 27.973 compras de café (+48%), y **\$1.033 millones** en 484 dispensaciones de efectivo.

Compras de café a través del Canal Cafetero



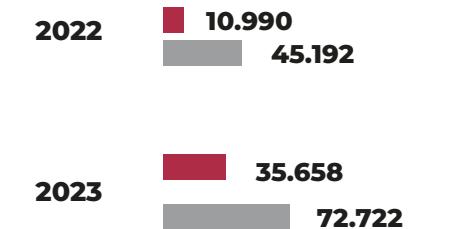
Número de transacciones Valor (\$ millones)

Fuente: Gerencia Financiera y de Recursos Organizacionales.

Transaccionalidad en canales digitales sigue creciendo

Desde que se habilitaron en 2022 las compras en línea con la CCI/TCI a través de PSE, las transacciones y pagos por los canales digitales han aumentado cada año. En 2024 estas transacciones crecieron 11% frente a 2023 y las transacciones por Banca Móvil, 31%.

Transaccionalidad en canales digitales



■ Internet ■ Banca Móvil
Fuente: Gerencia Financiera y de Recursos Organizacionales.

En contraste, y como reflejo de esta creciente digitalización, las transacciones presenciales en oficinas y correspondentes bancarios se redujeron 6% y 32%, respectivamente.

[GRI 203-2]

Cafeteros se ahorran \$893 millones en retiros de otras redes

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

En 2024 los cafeteros se ahorraron **\$893 millones** en retiros en cajeros de otras redes (desde 2017, han realizado más de **4,7 millones de transacciones** en cajeros automáticos).

Y desde 2015, las tarifas preferenciales de la CCI/TCI se han traducido en ahorros por cerca de **\$440.000 millones** para los caficultores y la institucionalidad.





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

81.542 CRÉDITOS FINAGRO A PRODUCTORES POR MÁS DE \$2,03 BILLONES

El valor en los créditos para la financiación de las actividades cafeteras creció 15% vs. 2023, y se destaca el apoyo principalmente del Banco Agrario.

En 2024, con recursos del Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro), se otorgaron **81.542 créditos** a productores por más de **\$2.03 billones**, el monto más alto en los últimos 6 años.

Esta colocación incluye todas las entidades financieras y las carteras de redescuento y sustitutiva, para financiar las diferentes actividades cafeteras para capital de trabajo, inversión y normalización de cartera.



Créditos otorgados a cafeteros

Año	No. de créditos	Monto (\$ millones)
2019	57.798	919.647
2020	74.247	969.162
2021	70.070	1.433.090
2022	79.948	1.763.948
2023	94.090	1.771.553
2024	81.542	2.034.975

Fuente: Finagro.

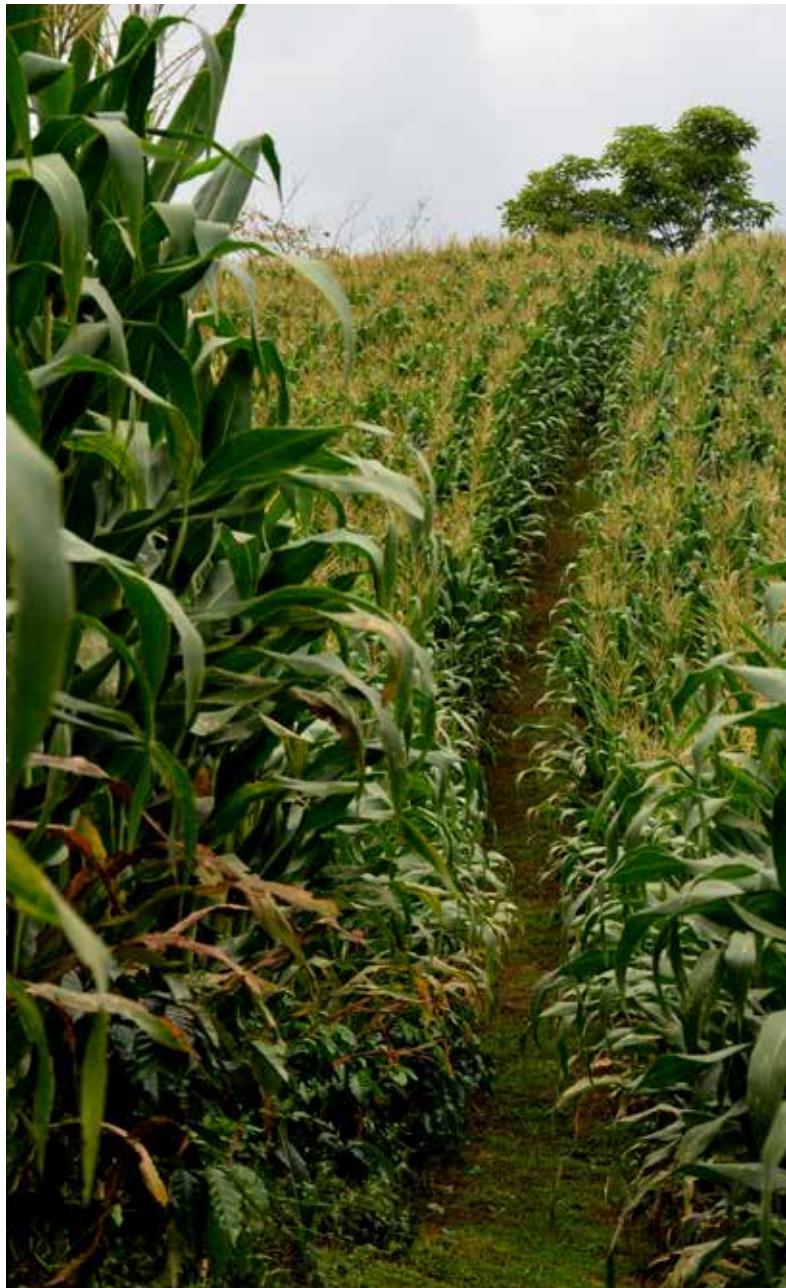
De los créditos otorgados, 66,08% fueron para pequeños productores de ingresos bajos, 21,41% para pequeños productores, 11,01% para medianos y 1,5% para grandes productores.

9.405 caficultores se beneficiaron de las tasas de interés preferenciales de las Líneas Especiales de Crédito (LEC) administradas por Finagro, con ahorros por subsidios a tasa de interés por **\$16.259 millones**. Los pequeños productores fueron quienes más se beneficiaron, con **87,3%** de las colocaciones, invertidas en las

diferentes líneas de crédito para la actividad cafetera.

La labor de los extensionistas ha sido clave para que los cafeteros presenten al Banco Agrario proyectos viables que requieran financiamiento con las condiciones y recursos definidos por Finagro.

En 2024, se presentaron **25.800** créditos por **\$292.854 millones**, vía Banco Agrario y Bancolombia, destinados principalmente a nuevas siembras y sostenimiento de cafetales.



Destino de créditos

Actividad	No. de créditos	Monto (\$ millones)
Sostenimiento	5.034	41.257
Nuevas siembras	5.055	69.321
Construcción de beneficiaderos	3.480	58.051
Renovación de cafetales tecnificados jóvenes (< 9 años al sol/12 años a la sombra y semisombra)	4.587	56.830
Renovación por zoca de cafetales tecnificados jóvenes (> 54 meses)	4.686	32.798
Renovación por siembra de cafetales envejecidos (≥ 9 años al sol/12 años a la sombra y semisombra)	1.897	22.777
Maquinaria y equipo	970	11.175
Maíz amarillo	38	283
Frijol	48	337
Maíz blanco	5	25
Total	25.800	292.854

Fuente: Gerencia Técnica de FNC.

[GRI 201-4]

El Gobierno nacional, mediante la Circular 12 de Finagro, anunció la apertura de la Bolsa 3 Cafeteros ICR 2024 a partir del 5 de abril por **\$50.000 millones** para el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR), con el que se busca apoyar a pequeños productores de ingresos bajos y pequeños con 40% del ICR a capital y medianos productores con 30%; al cierre de 2024 el Gobierno asignó **\$63.000 millones**.

INICIATIVAS DE INNOVACIÓN

ECONÓMICO



Chatbot cafetero en WhatsApp:

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

Chat con Cenicafé:

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

Bootcamp² de innovación en Antioquia:

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

² Los coding bootcamps son programas intensivos de desarrollo de software.

REPUTACIÓN Y PRESENCIA DE FEDERACIÓN EN MEDIOS SE FORTALECEN

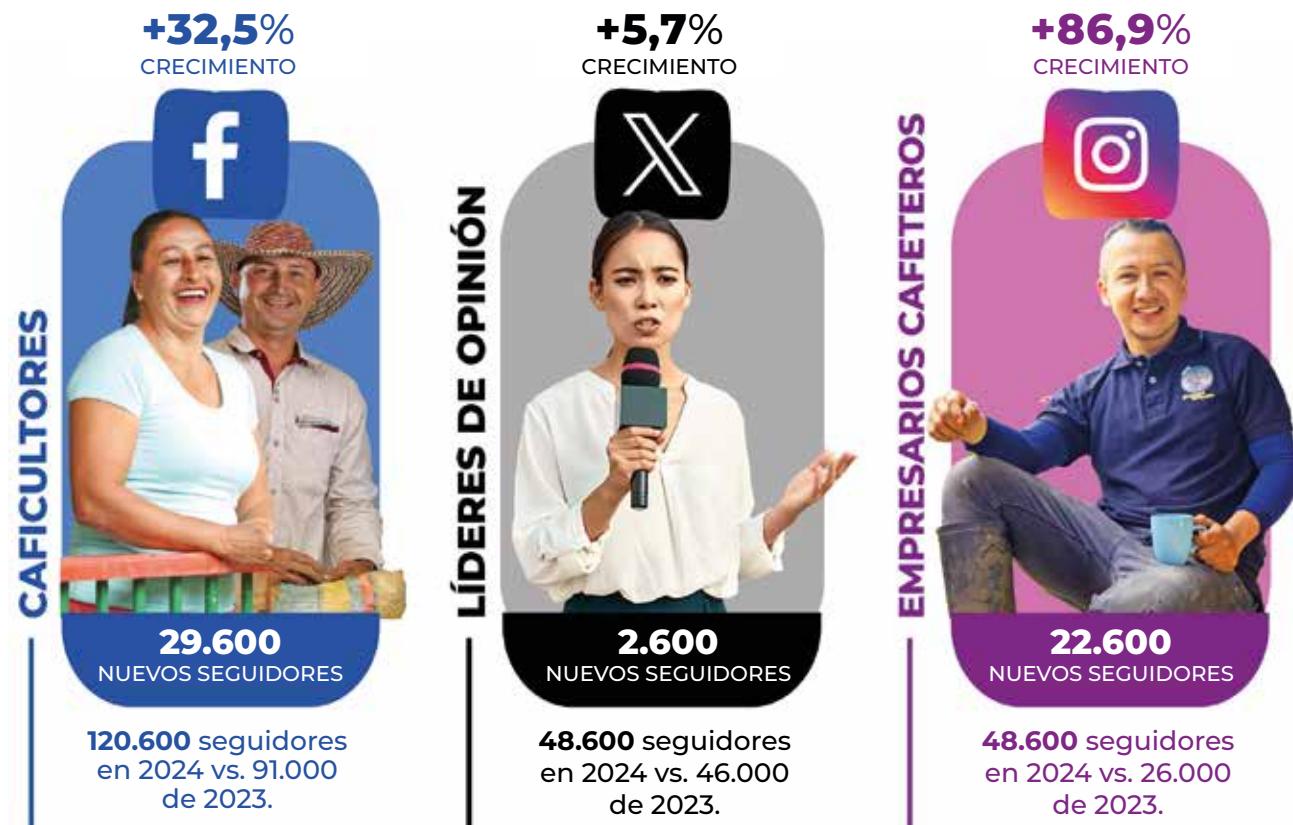
Repuntamos 22 lugares en índice Merco: En el principal medidor de las empresas con mejor reputación corporativa del país, Merco, entramos de nuevo al top 50 al ocupar la posición 47, ascendiendo 22 puestos en el último año.

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

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

Transformación digital: redes sociales fortalecen nuestra comunicación

En el último año, nuestras redes sociales mostraron importantes avances en alcance, interacciones (*engagement*) y posicionamiento estratégico. Se han vuelto herramientas fundamentales de comunicación para conectar con las familias cafeteras, ampliar audiencias y fortalecer relaciones con aliados estratégicos. El crecimiento es el fruto de una estrategia liderada por la Gerencia General junto con el equipo de Comunicaciones, con contenidos **relevantes, de impacto y segmentados**.



Facebook es puente con las familias cafeteras: Con 29.600 más seguidores, Facebook se consolidó como nuestra red social con mejor penetración entre las familias cafeteras, reforzando su papel de plataforma-puente para **informar, orientar y fortalecer la conexión**; 2024 cerró con **120.600 seguidores, 29.600 o 32.5% más vs. los 91.000 de 2023**.

X (antes Twitter): Este canal sigue siendo estratégico como la **fuentе oficial de información de la FNC**, visibilizando la presencia mediática y posicionando al gerente general como el vocero de los caficultores colombianos ante el país y el mundo.



126.400 seguidores en 2024 vs. 99.000 en 2023.

Instagram: Generamos **admiration y conexión con la marca FNC** y la caficultura.

Para conectar con públicos estratégicos, como clientes de Café de Colombia y otros actores como tostadores y baristas, esta red ha



sido la principal vitrina para promover el café colombiano y la institucionalidad cafetera a nivel nacional e internacional.

100% colombiano por favor:

Con esta serie, la FNC recorrió las diferentes regiones cafeteras para mostrar tiendas de café de especialidad e impulsar su consumo con 18 videos cortos (*reels*) en Instagram con 8.000 visualizaciones.

LinkedIn, somos referente institucional nacional y global:

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

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

Con más de **14.000 me gusta**, compartimos temas actuales de manera innovadora, en sintonía con tendencias juveniles, con formatos visuales creativos. Cauti-

vamos a audiencias jóvenes para generar fuertes interacciones.

Colaboraciones con jóvenes cafeteros:

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

Canal de WhatsApp:

Como lanzamiento, con esta plataforma **fortalecemos la presencia y mejoramos el vínculo con las nuevas generaciones de caficultores** y otros públicos del sector. Es una de las más usadas por las familias cafeteras en zonas rurales, lo que nos acerca a nuestro principal grupo objetivo, ofreciendo información directa y transmitiendo eficazmente las acciones institucionales.

El canal fue lanzado en mayo de 2024 y cerró el año con más de **4.700** seguidores.

YouTube: 72.822 suscriptores.

CaféalAire: Pócast institucional de la FNC, **8.471 reproducciones** de los 10 capítulos



SOCIAL

MÁS BIENESTAR

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

Entre los beneficiarios de las acciones de Desarrollo Social, 42,5% son productores activos, 13,2% son miembros de un hogar cafetero y 44,3% son otros beneficiarios vinculados al ecosistema cafetero³.

Estos beneficiarios muestran una distribución equitativa por género (55,2% hombres y 44,8% mujeres), son más jóvenes que el promedio cafetero (47,2 años), tienen mayor educación (6,9 años de escolaridad vs. 5,3 años del total nacional cafetero) y viven más en la ruralidad (85,8%); además, 90,9% está registrado en el Sisbén, lo que demuestra que los servicios sociales de la FNC llegan a la población más necesitada.

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

DESARROLLO SOCIAL CREA CONEXIÓN CON LA INSTITUCIONALIDAD CAFETERA

Mayor liderazgo gremial (28,5% vs. 1,5%), mayor participación electoral (80,1% vs. 55,8% comparado con el promedio cafetero) y pertenencia a programas o certificaciones de café sostenible (46,4% vs. 36,9%) los caracterizan.

Una característica relevante de los caficultores en los programas de Desarrollo Social es su **mayor conexión con la institucionalidad cafetera**, reflejada en su mayor participación electoral (80,1% vs. 55,8% del promedio cafetero), mayor liderazgo gremial (28,5% vs. 1,5%) y su mayor participación en programas o certificaciones de café sostenible (46,4% vs. 36,9%).



Comité de Equidad de Género, un hito en la implementación y seguimiento de la Política de Equidad de Género

La creación e instalación del **Comité de Equidad de Género** en 2024 muestra el compromiso de la alta gerencia con el cierre de brechas de género en toda la institucionalidad cafetera.

El comité está integrado por una líder gremial de cada comité de-

³ Caracterización a partir del reporte uno a uno de 22.119 beneficiarios, que entregaron los comités departamentales a la Dirección de Desarrollo Social al 31 de diciembre de 2024.

partamental más una representante de los Territorios Cafeteros de la Orinoquía y la Amazonía, quienes apoyarán la implementación y seguimiento de la política de equidad de género de la FNC y promoverán la implementación de tres grandes programas: i) Yo amo a mi familia cafetera, ii) Mujeres liderando la caficultura y iii) Café de mujeres.

Con las acciones promovidas en el marco de esta política, en 2024 se beneficiaron **2.193 familias y 4.573 mujeres**, con avances importantes en cada una de las ocho líneas de acción:

LÍNEA ESTRATÉGICA	BENEFICIARIOS	
	FAMILIAS	MUJERES
Transformación cultural	1.100	
Vida libre de violencias	850	
Mejoramiento de vivienda	200	
Transversalización	43	
Autonomía y empoderamiento económico		2.783
Participación y representatividad		1.390
Acceso a la salud integral		400
TOTAL	2.193	4.573

Fuente: Dirección Desarrollo Social



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



Avanza la integración generacional para incorporar a las juventudes cafeteras a la institucionalidad

La integración generacional sigue siendo clave para la FNC. En 2024 un total de **8.346 jóvenes** participaron en acciones y proyectos que tuvieron como objetivo aportar a la permanencia de la juventud en la caficultura.

ACTIVIDAD	BENEFICIARIOS ⁴
Proyecto Escuela y Café en el Cauca, con fortalecimiento a emprendimientos con proyectos productivos pedagógicos	4.501 jóvenes y niños
7 encuentros regionales para validar la visión y retos de los jóvenes en la caficultura	200 jóvenes
Actividades de formación en producción de café y calidad en Santander, Boyacá, Cesar-La Guajira, Magdalena, Quindío, Valle, Tolima y los Territorios Cafeteros de la Orinoquía y la Amazonia	1.825 jóvenes
Encuentros regionales en Magdalena, Quindío, Cundinamarca y Nariño	551 jóvenes
Proyecto Semillas del Futuro en Antioquia	423 niñas y niños
Huila, con su estrategia Chapoleritos, compartió formación en catación y conocimiento del café.	422 niñas y niños
Santander, Caldas, Nariño, Norte de Santander y Risaralda ejecutan proyectos que combinan capacitación con entrega de insumos para establecer cultivos.	726 jóvenes
Participación en la Feria Cafés de Colombia Expo en eventos de reconocimiento, venta de café y formación	191 jóvenes

⁴ Un mismo joven puede participar en varias actividades.

En alianza con Solidaridad Network, se realizaron **7 encuentros juveniles con la participación de 200 jóvenes** de las distintas regiones cafeteras, cuyas reflexiones y aportes fueron fundamentales para definir las líneas estratégicas de trabajo en integración generacional.

Como resultado, **18 jóvenes** representantes de todos los departamentos cafeteros presentaron dichas líneas en el **Día Cero del Congreso Cafetero**, espacio en el que sostuvieron mesas de trabajo con los líderes departamentales, enriqueciendo el análisis y proyectando la nueva ruta que promueva la integración generacional.

En el marco del Congreso Cafetero 2024, la Comisión de Desarrollo Social recomendó a la FNC diseñar la **Política de Integración Generacional**, con el propósito de definir la estrategia que permita incrementar la presencia de jóvenes en la caficultura y así aportar a la sostenibilidad del sector.



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



En 2024 se ejecutaron 328 proyectos de **infraestructura** en vías, vivienda, saneamiento básico y social, con una inversión de **\$63.441 millones**.

Se completaron **5.661** obras de mejoramiento de vivienda, saneamiento básico (acueductos, suministros de agua, potabilización y alcantarillado), infraestructura social y energización, **15,67% más** que en 2023, más de **22,2 km de placa huella construidos** y **1.703 km de vías rurales mejoradas**.

La reducción en algunas cifras versus 2023 se debió a las actuales políticas nacionales de contratación de infraestructura rural y a la baja ejecución de alcaldías y gobernaciones en sus primeros dos años de gestión.

Alianzas estratégicas para beneficio cafetero

En 2024 destaca el convenio con Enlaza (Grupo de Energía de Bogotá), con quienes se gestionan tres proyectos: dos para obras por impuestos (mejoramiento de infraestructura educativa y vías terciarias), y uno para fomentar el turismo cultural (junto con la Corporación Colombia Crea Talento [CoCrea] y el Fondo Cultural Cafetero). Sobre este último, ya se avaló el proyecto vía resolución y se espera que en 2025 inicie la ejecución.

La alianza con la Fundación Éxito promueve la seguridad alimentaria y nutricional de **100 familias cafeteras con niños menores de 5 años**, donde a través de talleres de sensibilización se promueve en las familias mayor

consumo de frutas y verduras. Y con la entrega de kits de seguridad alimentaria (frutales, hortalizas, aves ponedoras), se mejora la producción de alimentos en la finca para autoconsumo.

Se implementaron proyectos de seguridad alimentaria, brigadas de salud en diversas áreas como salud reproductiva, salud oral, salud visual, vacunación, optometría, ergonometría, entre otros, y programas enfocados en la prevención del trabajo infantil, beneficiando a más de **9.200 personas**.

Comités como Risaralda, Santander, y Territorios Cafeteros de la Orinoquía y la Amazonía trabajaron para mejorar la seguridad laboral en las fincas mediante la estrategia **“Mi finca, un entorno saludable y seguro”**.

Transversalización de la educación en los programas de la FNC

Por mandato del Congreso Cafetero, se socializó la Política de Educación en todos los departamentos cafeteros, definiendo un plan de trabajo para 2025 y complementando programas de educación formal, superior, técnica e informal que apoyan la caficultura.

Más de **14.000 estudiantes** se han formado con la metodología de Escuela Nueva bajo el programa Escuela y Café y en contenidos de emprendimiento, liderazgo, educación financiera y generación de valor.

La Fundación Manuel Mejía (FMM) formó a más de **5.700 personas** con programas educativos con la FNC y los comités departamentales de cafeteros, así como a través de los diplomados, cursos y talleres.

INICIATIVAS DE INNOVACIÓN

SOCIAL



Innovación en equidad de género:

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

Empalme generacional:

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



AMBIENTAL
MÁS COMPETITIVIDAD

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

FNC LIDERA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ

Por una caficultura que se adapte al cambio climático y agregue valor a la cadena de producción.

Atendiendo a una recomendación del Congreso Cafetero, la Dirección de Sostenibilidad Ambiental lideró la formulación de la **política de sostenibilidad ambiental de la FNC** (aprobada por el Comité Directivo mediante la Resolución 3 del 19 de noviembre de 2024), que declara su compromiso institucional en materia de **acción climática, bioeconomía circular y desarrollo empresarial sostenible** como líneas estratégicas, en cada una de las cuales se avanzó.

ACCIÓN POR EL CLIMA

Se dio inicio a la primera fase del plan de descarbonización del sector cafetero que prioriza la **estimación de la huella de carbono de la cadena de valor del café**, paso esencial para avanzar y contribuir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Acuerdo de París. En esta medición participaron las diferentes empresas de la institucionalidad cafetera, que, como un solo equipo, unieron esfuerzos para contribuir con la descarbonización del sector.

[GRI 304-3]

Comprometidos con la mitigación del cambio climático, en

2024 se sembraron **1.692.472 árboles en el territorio cafetero y hay más de 91.000 ha de bosques conservados (842 ha solo en 2024)**. Para cumplir estos logros destacan las alianzas y proyectos con Nestlé, PUR y Tim Hortons:

- Con Nestlé, la FNC acumula una cifra récord de **1.789.128 árboles** sembrados en Antioquia, Risaralda y Valle del Cauca desde que iniciaron las siembras en 2022.
- Con el apoyo de PUR, se implementó el plan de restauración ecológica en **11 microcuencas** cafeteras del Huila para mejo-



rar la biodiversidad y la conectividad con la siembra de más de 20 especies nativas. En 2024 se plantaron **173.201 árboles** en 1.371 parcelas, mediante cercos vivos, plantaciones forestales nativas y sistemas agroforestales, cubriendo **263 hectáreas**. Se benefició a 555 caficultores y se sensibilizó a 279 familias sobre la importancia del cuidado de la naturaleza, especialmente en conservación del agua.

- Con Tim Hortons, entre 2022 a 2024 se ejecutó el proyecto **Alianza para el avance del plan 100/100 de la FNC en Antioquia, Huila y Santander**, formalizando 928 acuerdos de conservación con familias caficultoras para

proTEGER 1.472 ha. Se entregaron 1.420 filtros para mejorar la calidad del agua para consumo humano, 1.404 bonos para la compra de fertilizante, 200 equipos de beneficio ecológico y 175 procesadoras de pulpa para el proceso de compostaje.

Se inició la búsqueda de **nuevos socios y aliados** estratégicos para la incursión en modelos de participación en el **mercado de créditos de carbono y bancos de hábitat** asociados a biodiversidad, destacando la firma de memorandos de entendimiento con empresas como Reseed, Preserva Colombia y Terrazos.

BIOECONOMÍA CIRCULAR

[GRI 101-2, 303-1, 303-5]

En esta línea se promueve la producción sostenible en la caficultura mediante la gestión integral del recurso hídrico, la economía circular, la caficultura regenerativa y la conservación de la biodiversidad. En 2024, con el apoyo del **Servicio de Extensión**, entre otros, se fortaleció la protección de suelos, agua, aire y biodiversidad en la zona cafetera, alcanzando **21.666 fincas que realizan siembra a través de pendiente y 19.060 que usan coberturas nobles**.

En gestión del recurso hídrico, se caracterizaron **181.881 beneficiarios de café**, de los cuales **66,2%** están en **transición a beneficio ecológico** y **27,4%** son **100% ecológicos** (consumo de agua menor a 10 l/kg de cps). El consumo de agua promedio en el beneficio del café en Colombia es de **15,30 l/kg de cps**,

que comparado con el consumo tradicional (40 l/kg de cps) representa un **ahorro de agua promedio de 20 millones de m³**, equivalente al consumo de un municipio como Ibagué, Tolima.

Adicionalmente, se publicó la **guía de sostenibilidad ambiental para las centrales de transformación y beneficio de café cereza**, con los lineamientos ambientales para su planificación, construcción y operación, que fue socializada con los comités departamentales y está disponible para consulta en la página web.

Desde la Dirección de Sostenibilidad Ambiental se ha impulsado la participación y ejecución en programas, proyectos e iniciativas en los diferentes departamentos. En el Magdalena, con la designación y reconocimiento como gremio líder en el Comité Directivo y Técnico del Proyecto Conservación y Uso Sostenible de la Ciénaga Grande de Santa Marta (GEF7-CGSM), cuyo presupuesto es de **USD 8.219.178**, de los cuales USD 341.166 están destinados a soluciones tecnológicas para los caficultores.

La FNC asistió a la Conferencia de Naciones Unidas sobre Biodiversidad

(COP16), en Cali, que abordó la crisis por la pérdida de biodiversidad del planeta, y donde el gerente general participó en diálogos y paneles. **El sector cafetero, liderado por la FNC, aporta a por lo menos 10 de las 23 metas del Marco Mundial de Biodiversidad**. En línea con los

compromisos globales ahí reforzados, sellamos una alianza con el Centro Nacional del Agua y la Biodiversidad de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi), para integrar la biodiversidad en nuestro modelo de negocio vía la Hoja de Ruta Biodiversidad y Empresa.



[GRI 101-2, 2-22, 2-23]

DESARROLLO EMPRESARIAL SOSTENIBLE

En esta línea se promueve la conducta empresarial responsable, la sostenibilidad ambiental, el cumplimiento de requisitos ambientales, y los asuntos de debida diligencia para la exportación de café libre de deforestación a la Unión Europea; destacan las siguientes acciones:

Desde la Dirección de Sostenibilidad Ambiental, se lideró la **construcción de la Política de Sostenibilidad Ambiental** (ya aprobada por el Comité Directivo), que da los lineamientos y declaraciones estratégicas en cambio climático, conservación de la biodiversidad, debida diligencia y derechos humanos, no solo para cumplir los requerimientos definidos en el reglamento europeo sobre productos libres de deforestación (EUDR), sino también como apuesta para la continuidad, productividad y competitividad del negocio.

En el marco de la debida diligencia, el 9 de diciembre de 2024



se configuró la **alianza con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)** para que la FNC reciba asistencia técnica integral en la implementación del Manual OCDE-FAO para empresas sobre deforestación y debida diligencia en las cadenas de suministro agrícolas. Se avanzó en la elaboración del marco conceptual frente a los componentes del riesgo por procesos de deforestación en los lotes de cultivo del café, en un trabajo articulado con la Dirección de Desarrollo Social.

Hicimos el análisis de doble materialidad, con impactos, riesgos y oportunidades del negocio y de la cadena de valor, asociados a factores sociales, ambientales y al cumplimiento de las

metas financieras, que fundamenta el marco de una gestión sostenible para así reportar el desempeño empresarial en un lenguaje común y mundialmente conocido en sostenibilidad.



Agrupación asuntos materiales de la FNC

[GRI 3-2]

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.

Fuente: (LRQA, 2024). Reporte de análisis de doble materialidad FNC.

Educación ambiental: capacitaciones y talleres sobre acción climática, gestión del agua, biodiversidad y sostenibilidad de la producción con un enfoque de microcuencas, entre otros, para contribuir a la protección del ambiente y prevenir la contaminación.



[GRI 2-22, 2-23]

LAS EMPRESAS DE LA INSTITUCIONALIDAD CAFETERA, DECIDIDAS EN SU COMPROMISO HACIA LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

“Política de Sostenibilidad Ambiental de la FNC. Esta Resolución 3, aprobada por el Comité Directivo en sesión ordinaria del 19 de noviembre de 2024, establece un marco integral para garantizar que todas nuestras operaciones y las de nuestros asociados estén alineadas con los principios de sostenibilidad ambiental.” (federaciondecafeteros.org)

**CENICAFÉ**

El control de consumo de agua y energía en el **Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé)** ha llevado a una estabilización, por lo que ahora no se tienen metas de reducción, sino límites de consumo, que en 2024 fueron 40,9 l/experimento-día para el agua y 2,4 kWh/experimento-día para la energía eléctrica, mejorando su desempeño ambiental y cumpliendo al 100% las metas.

[GRI 306-2, 306-4]

Además, **se aprovechó 48% de los residuos sólidos, 11% más** versus 2023 y superando la meta propuesta.

[GRI 302-1, 302-4, 303-1, 303-5, 305-2]

	Consumo de agua (m³/año)	Consumo de energía (kWh/año)	Aprovechamiento de residuos (%)
2022	8.143	662.239	2022
2023	8.989	647.158	2023
2024	7.219	617.275	2024

Fuente: Cenicafé.

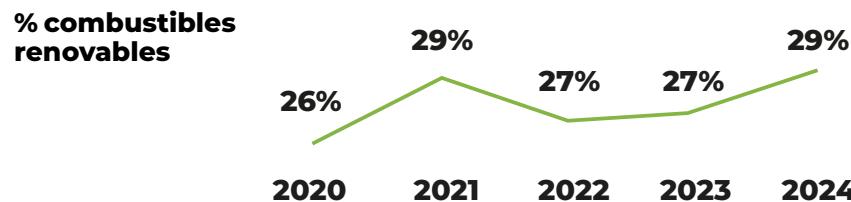
[GRI 304-1] Cenicafé está ubicado en Chinchiná, Caldas, en una reserva natural cuya biodiversidad ayuda a conservar (Acuerdo 24 de 2004 de declaratoria de reserva forestal protectora Planalto).

BUENCAFÉ

[GRI 306-2, 306-4, 306-5]

El 97% de los residuos de Buencafé corresponde a la borra, **100%** de la cual fue **usada** en las calderas como sustituto del gas natural y generó un ahorro de **\$3.775 millones**.

El 3% restante son otros orgánicos, reciclables y peligrosos, reduciendo 27% la disposición en relleno sanitario vs. 2023. Casi 100% de los demás residuos orgánicos se hicieron compostaje, con solo 0,4% dispuestos en relleno.

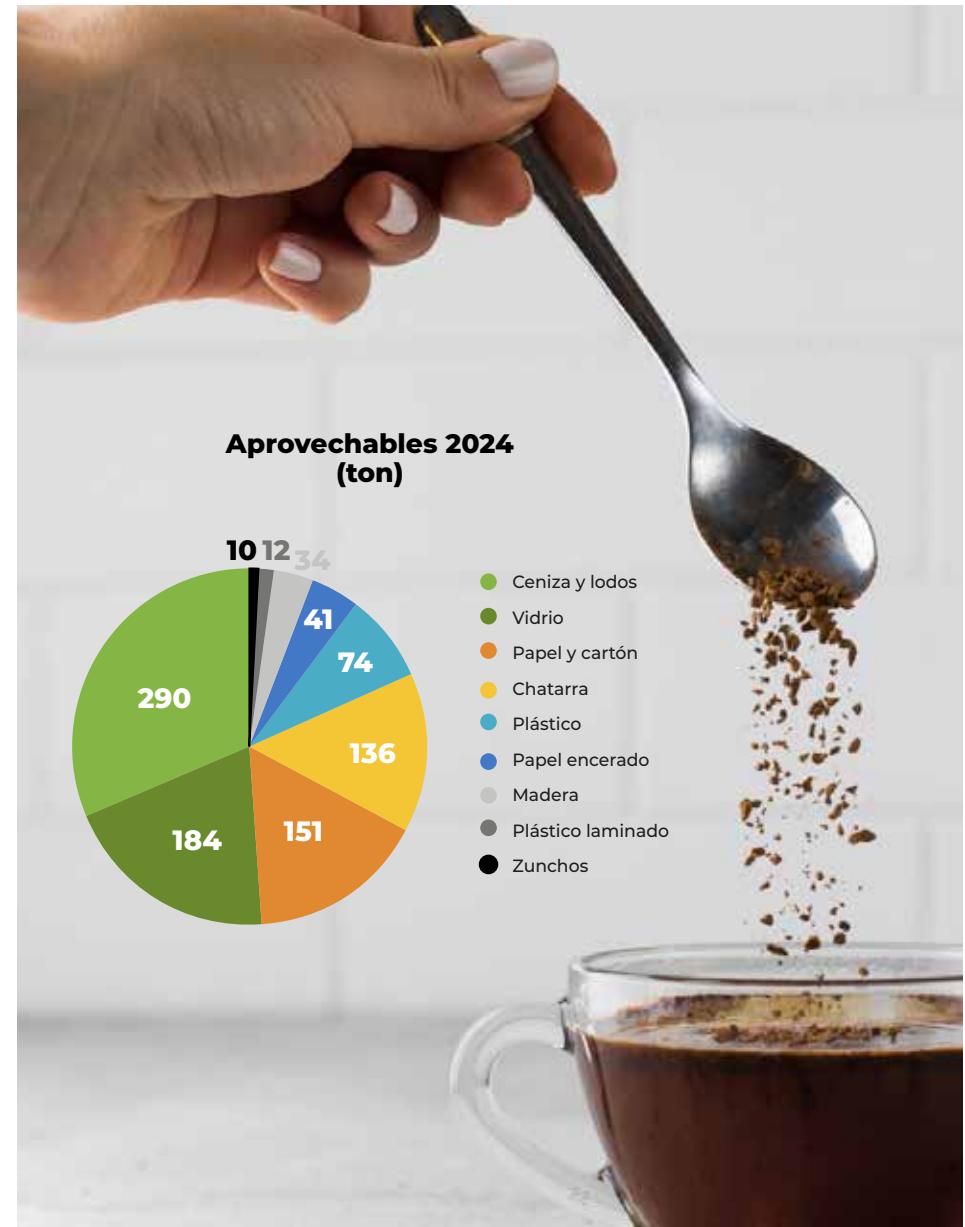
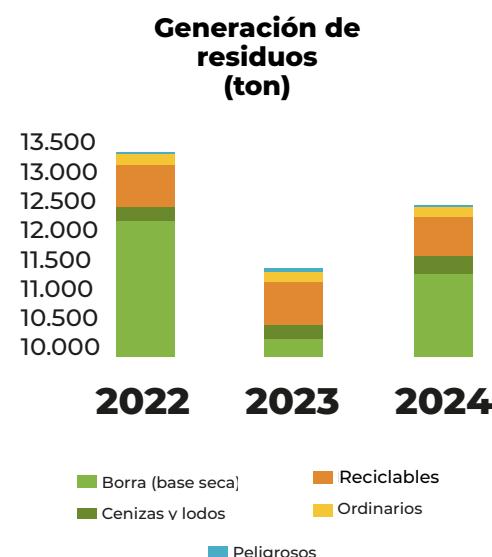


[GRI 306-3]

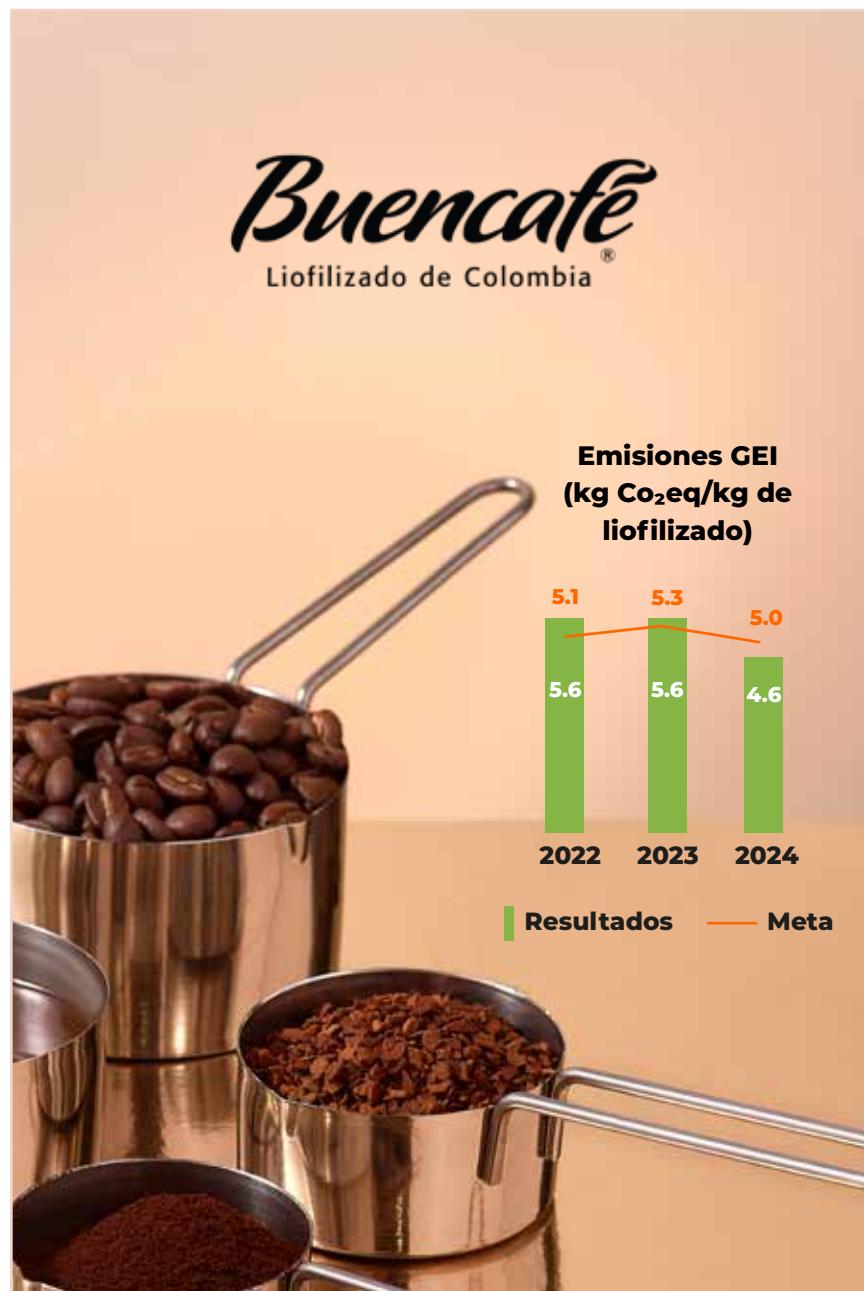
En cumplimiento del compromiso ambiental, se integró un Plan de Empaques Sostenibles que redujo **38 toneladas de plástico, más de 21 toneladas de cartón y 270 toneladas de madera**.

[GRI 303-3, 303-5]

Se ahorró **10,8% de agua** vs. 2023⁵ (por kg de café liofilizado) y se usaron **14.569 m3 de agua lluvia** en la reposición de las torres de enfriamiento, con un ahorro de **\$68,8 millones**.



⁵ El dato reportado en 2023 se calculó con el promedio mensual, mientras que en 2024 fue con consumo total anual/producción total anual.



[GRI 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 534 mg/l, por debajo del límite normativo de 900 mg/l (conforme a Resolución 631 de 2015 del MADS) antes de ser vertida al sistema de alcantarillado.

[GRI 302-1, 302-3, 302-4, 305-4, 305-5]

Y con diferentes estrategias sostenibles se ahorró **7,5% de energía por kg de café liofilizado**, evitando la emisión de **5.511 toneladas de CO₂**.

[GRI 305-1, 305-4]

En 2024, el valor de los **gases de efecto invernadero (GEI)** fue de **4.6 kg de CO₂ eq/kg de café liofilizado**, 18% menos que en 2023, gracias a mejores programas de eficiencia energética y compra de certificados de energía renovable.

**Manejo de vertimientos
(DBO5 mg/l)**

	Máx. 900
2022	678
2023	179
2024	534

**Consumo de agua
(l/kg de liofilizado)**

2022	106
2023	120
2024	107

**Eficiencia energética
(kWh/kg de liofilizado)**

2022	36,9
2023	41,3
2024	38,2

Fuente: Buencafé.



[GRI 302-1, 302-4]

ALMACAFÉ

En 2024 se actualizó la metodología para identificar y valorar aspectos ambientales, considerando asuntos de cambio climático y entorno, y trabajando con la Dirección de Sostenibilidad Ambiental en la medición de la huella de carbono de la empresa.

En las plantas trilladoras y torrefactoras, el índice de consumo de energía eléctrica⁶ disminuyó **27,3%** de **7,8 kWh/saco de café**⁷ en 2023 a **5,67 kWh/saco de café**, mientras que por la mayor operación en todas las sedes el uso energético aumentó 62,42% de **8,65 kWh/movimiento de mercancía**⁸ en 2023 a **14,05 kWh/movimiento de mercancía**⁸.

El consumo de combustible de la torrefactora fue de **2,9 kg de GLP/saco de café tostado, 52,1% menos** vs. 2023, gracias a pruebas con una nueva línea de tostación de mayor capacidad, optimizando la eficiencia energética.

[GRI 306-2, 306-3, 306-4]

Se generaron 27,16 toneladas de residuos sólidos, de las cuales 98% fueron orgánicos (cisco) y el 2% restante aprovechables, especiales y no aprovechables. El **99%**

del total de los residuos fueron aprovechados.

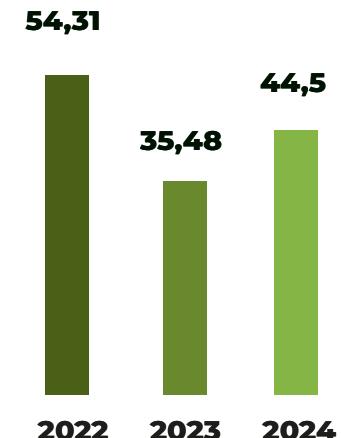
[GRI 303-1, 303-5]

El consumo de agua aumentó 25,4% a **44,5 l/persona al día** por la mayor demanda operativa en la producción de café.

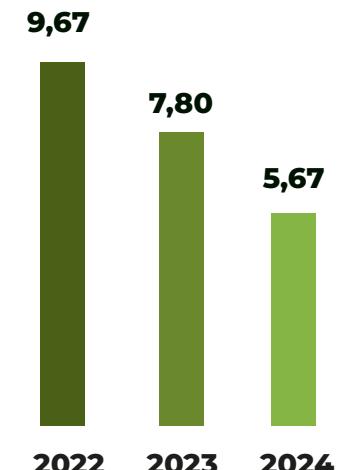
[GRI 305-5]

El sistema solar fotovoltaico de la planta de Soacha genera para autoconsumo **278,7 MWh**, reduciendo la dependencia de fuentes convencionales y evitando la emisión de **48,7 toneladas de CO2**. La venta de la energía excedente al Sistema Interconectado Nacional (SIN) generó ingresos adicionales por **\$11 millones**, mientras que el ahorro por la no compra de electricidad fue de **\$247 millones**, lo que refuerza la viabilidad económica y ambiental de la inversión en energías renovables.

Consumo de agua (l*persona/día)



Consumo de energía en las plantas trilladoras y torrefactoras (kWh)



⁶ Refleja la eficiencia operativa de las instalaciones, destacando la reducción de la intensidad energética en relación con los volúmenes de producción.

⁷ El dato de 2023 difiere de lo reportado ese año porque se amplió la medición para incluir tanto las plantas trilladoras como las torrefactoras

⁸ El dato de 2023 difiere de lo reportado en 2023 porque no se reportaron entonces todos los movimientos de mercancía

Fuente: Almacafé.



[GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4]

PROCAFECOL

Comprometida con las estrategias institucionales, en acción climática, con la Dirección de Sostenibilidad Ambiental, midió su huella de carbono, **1.151 ton CO₂eq (alcance 1) y 1.135 ton CO₂eq (alcance 2)**. Para el alcance 3⁹ (de 2023) se calcularon **38.457 ton de CO₂eq**, es decir, 95% de la huella de carbono total de ese año (40.454 ton CO₂eq).

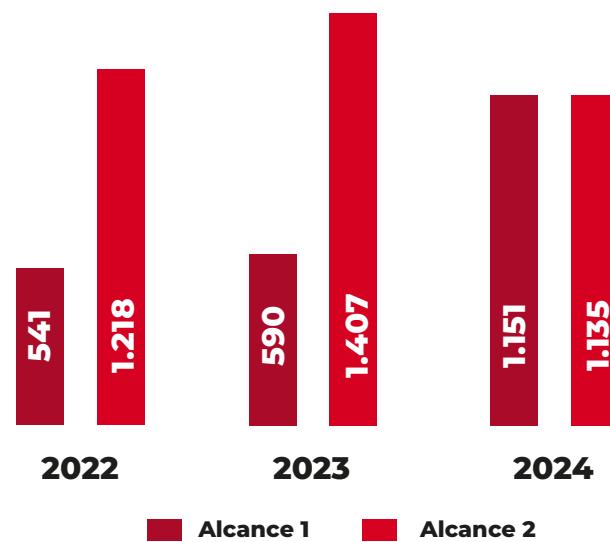
Con la campaña global Race To Zero para ser carbono cero a 2050, se redujeron emisiones. Para el alcance 1, se desarrolló una *Guía de carga y descarga de refrigerantes* para disminuir la emisión por fugas en el mantenimiento. En alcance 2, se implementaron criterios de sostenibilidad en la toma de decisiones de compra de equipos y se construyó la guía de eficiencia energética y uso eficiente del agua para optimizar los recursos en la operación. Y para alcance 3, se dialoga con proveedores para mejorar la calidad de la información brindada.

[GRI 306-2, GRI 306-3, 306-4]

Con el programa 'Vaso Reúso' se sirvieron 212.860 bebidas en vasos reutilizables y con el programa 'No rompas el ciclo de la sostenibilidad' se ha certificado el aprovechamiento de **82 toneladas de reciclables y 263 toneladas de residuos orgánicos** en las tiendas del país. Con el programa 'Reciclaje de cápsulas' se recuperaron 34.992 para ser integradas nuevamente en la cadena de valor.

Para promover soluciones sostenibles en los envases y empaques, se logra la transición en tres referencias que iniciarán en 2025: menaje de plástico a madera, domos de torta de plástico a Poly-board e inclusión de 25% de PET reciclado en los vasos de bebidas frías, con lo cual se proyectan 28 toneladas evitadas de plástico.

Emisiones directas (t de CO₂ equivalente)



Fuente: Procafecol.

⁹ El alcance 1 corresponde a las emisiones directas de fuentes propiedad o controladas por la empresa, alcance 2 son emisiones indirectas asociadas a la compra de energía, y el alcance 3 agrupa al resto de emisiones indirectas en la cadena de valor.

[GRI 101-1, 101-2]

Diplomado en Gestión Ambiental Integral de la Caficultura

Se realizó la tercera edición del diplomado en Gestión Ambiental Integral de la Caficultura (iniciativa de la Dirección Ambiental con la **Fundación Manuel Mejía**), para sensibilizar a los productores sobre la importancia de las buenas prácticas ambientales y la adopción de planes de protección que contribuyan a la sostenibilidad.

Actualizando contenidos, se incorporaron temas relevantes como **filtros verdes y un nuevo módulo sobre Caficultura Libre de Deforestación**, en cumplimiento de la reglamentación de la Unión Europea contra la Deforestación (EUDR), cubriendo 22 departamentos con **711 caficultores** e integrantes de la familia cafetera, de los cuales el **55%** fueron mujeres.



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



GOBERNANZA

MÁS UNIÓN Y GREMIALIDAD

[GRI 2-9-a | 2-9-c-i | 202-2]

**CONGRESO
NACIONAL DE
CAFETEROS**

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

**COMITÉ NACIONAL
DE CAFETEROS**

Comité Directivo + representantes del Gobierno

**COMITÉ
DIRECTIVO FNC**
1 representante por cada comité departamental + gerente general

**COMITÉS
DEPARTAMENTALES**

180 representantes (90 principales y 90 suplentes)

**COMITÉS
MUNICIPALES**
4.596 representantes



[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 557.311 productores de café del país (federados y no federados) y sus familias; 96,9% de los productores son pequeños (con hasta 5 ha), 2,3% 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 EEUU, Holanda y China.





[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.

RESPETO: Procurar el respeto individual y colectivo entre las personas y sus derechos, al igual que por la institución, sus bienes, sus valores y sus normas.

INTEGRIDAD: Actuar correctamente, de acuerdo con las normas éticas y sociales.

BÚSQUEDA DEL BIEN COMÚN: Trabajar por el bienestar del caficultor y por la promoción y construcción del interés general.

PROBIDAD: Actuar de manera íntegra, recta y honesta.

MORALIDAD: Comportamiento coherente con los preceptos de la moral establecida y aceptada, así como consciente de qué acciones son correctas o buenas y cuáles no lo son.

COMPROBAMOS: 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 PRESERVA UNA INSTITUCIONALIDAD SÓLIDA

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

[GRI 2-16]

12 encuentros Café con Germán en la Región

Para rendir cuentas y estar más cerca de las regiones, en 2024 hubo 12 encuentros "Café con Germán en la Región" con **2.419 líderes municipales y departamentales**. En ellos, en un diálogo abierto y constructivo para trabajar por **Más Federación**, el gerente compartió su visión del futuro de la caficultura, enfocándose en impulsar el desarrollo económico de las familias cafeteras, discutiendo propuestas como las centrales de beneficio, promoviendo la asociatividad y la industrialización del café.



20 talleres de capacitación para +800 representantes

En **20 talleres** en diversas regiones participaron más de **800 líderes** municipales y departamentales, quienes recibieron información y capacitaciones en institucionalidad, mercado y coyuntura cafetera, y código de ética y buen gobierno, destacando la importancia de la gestión

de recursos y la construcción participativa de planes de desarrollo territorial. Se escucharon opiniones sobre las propuestas actuales de la FNC, como las centrales de beneficio y los centros regionales de industrialización.

Edición 500 del podcast *Café al día* y 9 del videopódcast *Café al aire*

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

En su quinto año, el podcast *Café al Día* alcanzó su edición 500 en su labor de ofrecer **información actualizada y noticias del acontecer cafetero**, además de

música y reflexiones, todo en un formato alegre y ameno. Además de las plataformas tradicionales, este año se comenzó a transmitir en Spotify.

Se lanzó el **videopódcast *Café al aire*** en YouTube, que ya alcanzó 9 episodios, con invitados e historias del sector cafetero.

[GRI 203-1, 203-2]

Más de 1.600 exportadores con registro vigente ante la FNC

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

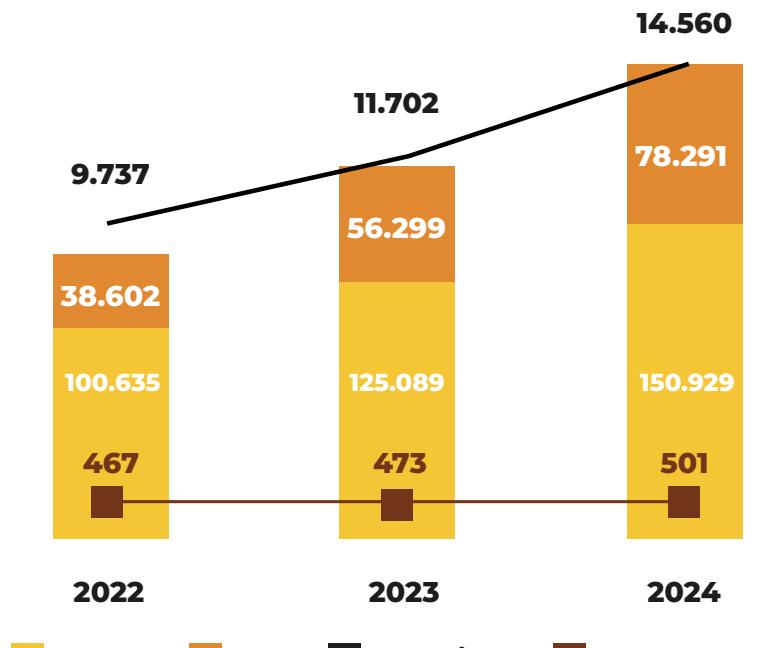
Nacional en la Resolución 1 de 2002 para la industria del café.

Este registro alcanzó un nivel histórico, con 1.687 exportadores con **registro vigente** al cierre de 2024, casi ocho veces más que hace una década, con más personas incursionando en la exportación del grano. Con 305 trilladoras, 367 tostadoras y 6 fábricas de café soluble, se alcanzaron 678 establecimientos registrados, 150% más que en 2014.

Crece 26,8% exportación de pequeñas cantidades¹⁰

En 2024, las exportaciones de café en pequeñas cantidades, bajo la modalidad de envíos urgentes o tráfico postal, alcanzaron **232.113 kg** (verde, tostado, soluble y extracto), 26,8% más que en 2023, mediante **14.560 operaciones** realizadas por **501 exportadores**.

Exportaciones exprés vía mensajería



Fuente: FNC.

Preservando el acceso a mercados internacionales

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

Japón

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

Estados Unidos

Desde 2021, la Agencia de Protección Ambiental (EPA) de EE. UU. emitió una regla final que revocó todas las tolerancias para los residuos de clorpirifós en alimentos a partir de 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 planta trilladora registrada ante la Administración General de Aduanas de China (GACC), y se les asignará un número de registro. Las plantas tostadoras y fábricas de café soluble deben registrarse directamente ante la GACC. Se sigue coordinando el registro de las nuevas plantas trilladoras interesadas en acceder al registro ante la GACC.

Unión Europea

La Unión Europea (UE) emitió un reglamento que modificó los límites máximos de residuos (LMR) para el clorpirifós y el clorpirifós-metilo en productos agrícolas. Como resultado, a partir del 13 de noviembre de 2020 se revocaron todas las autorizaciones vigentes para productos que contenían estos elementos, incluyendo café. Además, la Regulación Europea contra la Deforestación entrará en vigor en diciembre de 2025, tras la reciente ampliación del plazo aprobada por el Parlamento Europeo.

¹⁰ La cantidad máxima por envío es de 60 kg de café verde o su equivalente en procesado, es decir, 50,4 kg de café tostado o 23 kg de café soluble o extracto.

ATENTOS A REFORMAS Y DECRETOS EN BENEFICIO DEL SECTOR

La Dirección Jurídica mantiene el análisis de iniciativas legislativas, especialmente las que afectan al sector cafetero. En la legislatura 2024-2025, la FNC ha enfocado sus esfuerzos en temas cruciales como la reforma laboral y la jurisdicción agraria, así como en los proyectos enfocados en el sector cafetero, como:

Reforma laboral: aborda temas como el contrato agropecuario, el jornal rural, la estabilidad laboral, contratos a término indefinido, entre otros. Con otros gremios, se evitó la aprobación en la Cámara de Representantes de temas relacionados con el Contrato Agropecuario, cuyo texto no es consistente con la realidad del mercado laboral rural. Y a través de la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) se envió una propuesta alternativa.

Reforma a la salud: La FNC ha hecho observaciones sobre aseguramiento, régimen de transición y sostenibilidad fiscal.

Jurisdicción Agraria y Rural (Proyecto de Ley (PL) 398-24C/183-24-S): que busca determinar la competencia y funcionamiento de la Jurisdicción Agraria y Rural y establecer el procedimiento especial agrario y rural. Con otros gremios, se participó activamente para que

se modificara parte de los artículos comentados, evitando que los jueces conozcan de temas más allá de los relacionados con tierras.

Catastro multipropósito: Con la SAC y el Instituto Geográfico Agustín Codazzi, se expusieron observaciones sobre los proyectos normativos en torno a temas de actualización masiva de avalúos e impuesto predial unificado.

PL 154 de 2023 Senado, que crea el programa de donación voluntaria "Quiero a los cafeteros" y declara el café como bebida nacional e incentiva el consumo interno.

PL 239 de 2023 Cámara, que declara el café como bebida nacional y fomenta programas de competitividad, innovación y desarrollo del sector.

Programa Escuela del Café (PL 319 de 2023 Cámara): Contribuye al desarrollo y mejora del



cultivo y producción de café mediante la implementación del Programa Escuela del Café en los departamentos cafeteros.

Fondo de Emprendimiento de Cafés especiales (PL 374 de 2024 Cámara), que busca fomentar la dinamización de los mercados especializados de café, aprovechando la ventaja competitiva que representa la producción de este producto.

Fondo Mujer Cafetera (PL 128C de 2024 Cámara), busca crear el Fondo Mujer Cafetera para el desarrollo de la economía circular cafetera y la investigación, creación y comercialización de productos con valor agregado derivados del café; acompañado de líneas de crédito, asesoría técnica, entre otros.

PL 077 y PL 376 de 2024 Cámara, Modificación del % de la contribución cafetera para el Fondo de Estabilización de Precios del

Café (Fepcafé) y fortalecimiento de la financiación del Fepcafé.

Resolución 124 de 2024, por la cual se crea el Programa de Fomento a la Asociatividad Rural Productiva "Confianza Colombia". Con la SAC, se envió una solicitud de revocatoria o modificación al Minagricultura por vicios de forma.

Decreto 1147 y Decreto 780 de 2024, que modifican y adicionan el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, relacionado con las Zonas de Reserva Campesina (ZRC) y se establecen los ajustes normativos para simplificar y agilizar los procedimientos de constitución, reconocimiento y formalización de Territorios Campesinos Agroalimentarios (Tecam). Con otros gremios, se analizan las implicaciones jurídicas de la solicitud de ZRC en los 6 municipios del Quindío.

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



FEPCAFÉ, PREPARADO TÉCNICAMENTE PARA PROTEGER EL INGRESO DEL PRODUCTOR

Se creó y habilitó el Mecanismo de Compensación del Ingreso Cafetero (Mecic) entre el 2 de mayo y el 31 de agosto de 2024. Sin embargo, el comportamiento del precio interno evitó su activación

Mediante Resolución 1 de 2024 y con recursos por **\$100.000 millones**, el Comité Nacional del Fondo de Estabilización de Precios del Café (Fepcafé) creó y **habilitó el Mecanismo de Compensación del Ingreso Cafetero (Mecic)**.

Este mecanismo está diseñado para entregar una compensación económica directa al caficultor y aliviar sus pérdidas temporales por caídas del precio interno por debajo del costo medio de producción; estuvo habilitado entre el 2 de mayo y el 31 de agosto para proteger la cosecha del primer semestre.

Por fortuna, la tendencia a la baja del precio interno se revirtió y se alejó del costo medio de producción, lo que evitó su activación.

Se monitorea permanentemente el mercado y se tiene la capacidad técnica, operativa y tecnológica para su activación si las condiciones así lo ameritan.

También se avanzó en estructurar un Plan de Gestión Integral de

Riesgos, con acciones integrales para enfrentar riesgos agroclimáticos, financieros y de mercado que afectan el ingreso cafetero. Este plan se implementará por fases, con acciones en dos componentes transversales: ampliación de las capacidades financieras e incentivo al ahorro.

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

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

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

PCCC RECIBE IMPORTANTES RECURSOS GRACIAS A EJEMPLAR GESTIÓN INTERINSTITUCIONAL



La FNC, como líder de la institucionalidad del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC), realizó en marzo 2024, en Pereira, la reunión presencial del Comité Directivo Nacional y Comité Técnico Regional del PCCC, como espacio de conocimiento para los nuevos alcaldes y gobernadores de este patrimonio mundial. Se presentaron los desafíos en la gestión del PCCC y las disposiciones legales, que exigen su inclusión en los planes de desarrollo territoriales. Asistieron **120 personas** en representación del Gobierno nacional y de gobiernos departamentales y municipales involucrados.

Como cada agosto, se llevó a cabo la 7º Comisión Técnica Intersectorial del Paisaje Cultural Cafetero (CTIPCCC), con la participación de los ministros de las Culturas y Comercio; los gobernadores y directores de las Corporaciones Autónomas Regionales de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca; el director del DNP y el gerente de la FNC, quienes aprobaron el 6º Informe de la CTIPCCC y la propuesta de actualización del Plan de Manejo del PCCC.

Destacan los siguientes resultados en torno a los objetivos del Plan de Manejo reportados por las entidades cogestoras del PCCC entre julio de 2023 y abril de 2024¹¹.

¹¹ Para más detalles, ver Sexto Informe (anual) de la Comisión Técnica Interseccional del PCCC disponible en <https://paisajeculturalcafetero.org.co/wp-content/uploads/2024/09/Sexto-Informe-Comision-Tecnica-Cafetera-2024.pdf>



- **\$195.000 millones** invertidos en mejora y/o construcción de infraestructura.
- **\$7.600 millones** en proyectos de promoción, difusión y fortalecimiento turístico.
- **\$10.300 millones** en programas de difusión de tradiciones culturales y apropiación social.
- **\$3.046 millones** en programas de empalme generacional.
- **\$60.524 millones en 235 proyectos** gestionados por la FNC con aliados públicos y privados.
- **\$19.000 millones** invertidos en actividades del Programa de Sostenibilidad Ambiental del PCCC, interviniendo **700 ha con herramientas de manejo del paisaje** y capacitando a más de **42.000 personas** en temas ambientales.
- **Otras acciones implementadas:** En noviembre 2024, buscando fortalecer el PCCC, la FNC realizó el **3er encuentro de jóvenes del PCCC** en la Fundación Manuel Mejía, con la participación de 36 jóvenes, quienes, con talleres, catación y mesas colaborativas, aprendieron a reconocer la calidad de un café de buena calidad, además de buenas prácticas para obtener un mejor café en sus fincas.

Ese mismo mes, la FNC y el Ministerio de las Culturas organizaron la primera mesa de trabajo para definir la metodología con la cual se actualizará el Plan de Manejo. En este espacio participaron los delegados de las entidades que conforman la CTIPCCC, miembros de la Comisión Accidental del Eje Cafetero y la Región Administrativa y de Planificación del Eje Cafetero.

INICIATIVAS DE INNOVACIÓN GOBERNANZA



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



**ALIANZAS
ESTRATÉGICAS**

[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]

LA FNC EJECUTA PROYECTOS DE DESARROLLO CON EXCELENCIA POR MÁS DE \$257.100 MILLONES

La cifra es 1,4% superior a la de 2023; el apalancamiento de recursos del FoNC con los de terceros aumentó de 3,2 a 3,5 veces.

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

En 2024 se concretaron **535 nuevos proyectos** y se ejecutaron 1.008, con 459 aliados, por **\$257.100 millones, 1,4% más frente a los \$253.000 millones de 2023**.

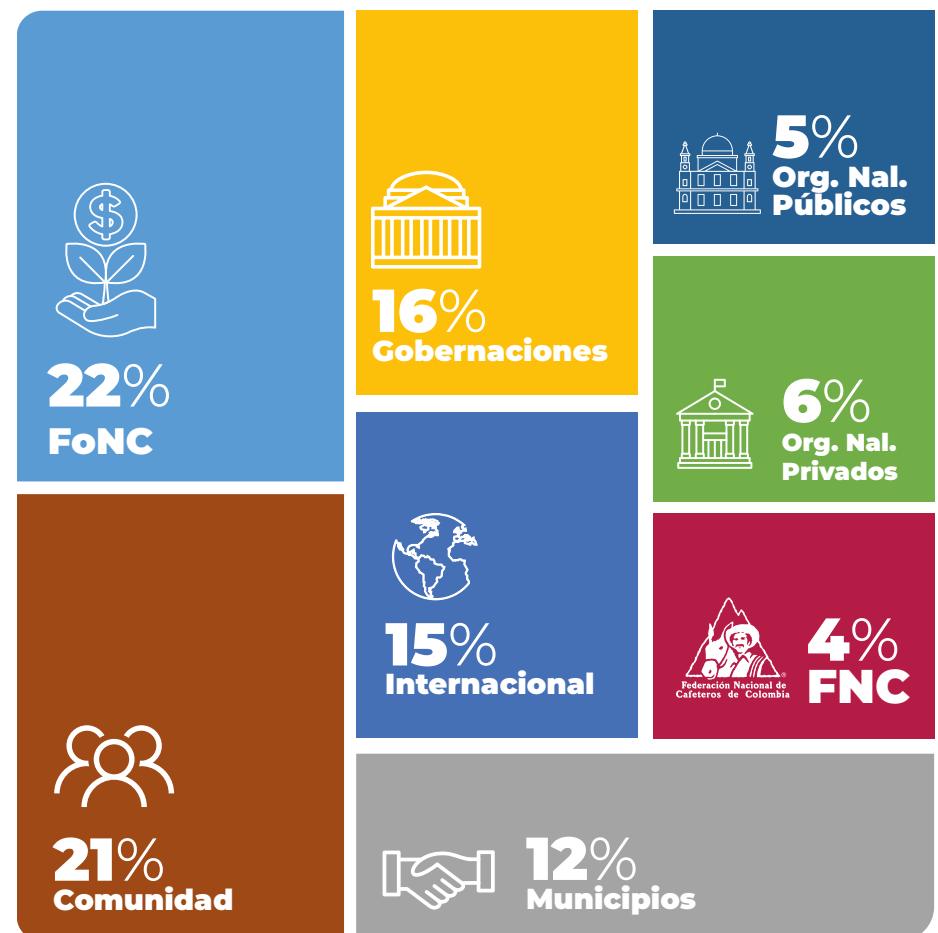
La FNC multiplicó por **3,5** los **\$50.729 millones¹²** (**22,1%**) aportados por el Fondo Nacional del Café (FoNC), 11.7% más que en el año anterior, lo que refleja una mayor eficiencia en la ejecución del recurso gracias a los aliados clave.

Las **Gobernaciones, con \$36.104 millones** (15,7% del total) y los aliados **internacionales, con \$34.263 millones** (14,9%), se consolidan como los mayores cooperantes para proyectos de desarrollo con excelencia.

En sintonía con el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, se implementaron 36 proyectos con Gobernaciones, 370 con Alcaldías y 21 con entidades públicas: en total 421 proyectos por más de **\$75.257 millones**, alineados con la **transformación del sector agropecuario para producir más y mejores alimentos**, incluyendo pequeños productores y utilizando ciencia, tecnología e innovación.

Vía el Sistema General de Regalías (SGR) se ejecutaron proyectos por más de **\$15.200 millones**, **20%** del total de ejecución con entidades nacionales, destinados a mejoras de productividad, costos y primas adicionales sobre el precio del café.

Participación por tipo de aportante



¹² Para el cálculo, se excluye la ejecución del Programa de Renovación Nacional con recursos del FoNC (27.262 millones), pues con esta cifra no se apalancan recursos de terceros.

Con recursos de **32 aliados internacionales**, la FNC ha ejecutado **81 proyectos recurrentes** por más de **\$34.263 millones**, entre los que destacan Nestlé, Starbucks, Pur Project, Nestrade S.A., The TDL Group Corp, Koninklijke Douwe Egberts B.V. (JDE Peets), Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) y la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo (USAID).

[GRI 304-3]

En conjunto con el **Programa Naturaleza Productiva de USAID** se formularon dos pro-

yectos para apoyar la conectividad ecosistémica y biodiversidad mediante soluciones basadas en la naturaleza en Magdalena y Santander: el primero (que inició ejecución en el último trimestre) espera beneficiar a **1.000 caficultores** con más de **\$1.700 millones**, y el segundo busca beneficiar a 650 caficultores, el 50% mujeres en Santander, con una inversión de más de **\$800 millones** (en negociación y revisión con el cooperante). Se trabaja también con **The Coffee Source** (de EEUU) en fortalecer escuelas rurales; y con la Convocatoria Spencer se preparó una propuesta investigativa con la **Funda-**

ción Manuel Mejía (FMM) y la **Universidad del Rosario** para conocer las aspiraciones de jóvenes en tránsito a la adultez y el empalme generacional. Con la británica **The Costa Foundation** se ganó una convocatoria para fortalecer instituciones educativas rurales en Cundinamarca y Santander.

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



EJE ECONÓMICO ES EL DE MAYOR EJECUCIÓN DE RECURSOS

Los recursos por eje de la estrategia de valor de la FNC, **incluyendo** los destinados a **renovaciones**, se distribuyen así:

- El eje **económico** es el de mayor ejecución, con **\$149.039 millones (58% del total de recursos)**, donde la renovación de cafetales (renovación, sanidad y Programa de Renovación Nacional) representa el **66%** de las inversiones del eje.
- En el **social** se ejecutaron **\$86.047 millones (33%)**, de los cuales 74% fueron para inversiones en **infraestructura vial y de vivienda**, saneamiento básico y energización, entre otros.
- En el eje **ambiental** se ejecutaron **\$21.732 millones (8%)**, de los cuales **52%** fueron para **adaptabilidad a la variabilidad climática**.
- En el de **gobernanza** se ejecutaron **\$307 millones (0,1%)**, destinados en su totalidad a **capacitación y liderazgo gremial**.



CMI ALIANZAS Y PROYECTOS



ÍNDICE DE APALANCIAMIENTO

FNC multiplicó **3,5** veces los recursos del FoNC.

100%



ALIANZAS NACIONALES E INTERNACIONALES

FNC ejecutó más de **\$170.500 millones** con recursos de terceros.

100%



ÍNDICE DE INVERSIÓN DE RECURSOS DEL FONC EN PROYECTOS

La FNC invirtió en diferentes proyectos **\$50.729 millones** del FoNC.

89%



ÍNDICE DE GESTIÓN DE PROYECTOS (IGP)

FNC alcanzó un **99%** de eficiencia en la ejecución de proyectos, controlando el cumplimiento del alcance y costo en el tiempo establecido.

99%

UNIDOS POR EL CAFÉ COLOMBIANO 100% LIBRE DE DEFORESTACIÓN

La FNC trabaja en una agenda integral para comprender y cumplir los nuevos requisitos del Pacto Verde, con un enfoque especial en la Regulación Europea contra la Deforestación (EUDR, por sus siglas en inglés). Esta normativa entrará en vigor en diciembre de 2025, tras la reciente ampliación del plazo aprobada por el Parlamento Europeo. El trabajo incluye una plataforma para que los exportadores puedan consultar la información de georreferenciación de los productores de su cadena y recoger la autorización de tratamiento de datos de los caficultores.

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

EN LÍNEA CON LAS DIRETRICES ESTRATÉGICAS DE LA ACTUAL ADMINISTRACIÓN

COMITÉS DE CAFETEROS APUESTAN POR PROYECTOS DE INDUSTRIALIZACIÓN Y VALOR AGREGADO

ANTIOQUIA



Consolidación de **4 centrales de beneficio** con capacidad de entre 6.000 y 25.000 kg en Salgar, Cañasgordas, Dabeiba y Frontino, con una producción de 261.000 kg de café cereza. Producto de la gestión con cooperativas se compraron **2.687.677 kg de café en cereza**, y con el apoyo de las cooperativas y otros proveedores se entregaron al FoNC **44.363.641 kg de cps** con valor agregado.

CALDAS



Se iniciaron gestiones conjuntas con Almacafé para la puesta en operación del Centro de Industrialización de Café en el Recinto del Pensamiento, en Manizales, así como la marca **“Alma Café Caldense”** que representará a las familias cafeteras del departamento. Con una inversión de **\$1.833 millones**, se instaló una capacidad de 84.000 kg de café tostado al año.

CAUCA



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

CUNDINAMARCA



Se avanzó en el apoyo para la operación de **4 centrales de beneficio** de café cereza en los municipios de Viotá, Nilo, Supatá y Gachetá, con las asociaciones Asopalmares, APC Kualamana, Asocafé Supateño y Asofincas, respectivamente.

HUILA

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

NARIÑO

Con la Gobernación, se trabaja en la rehabilitación de **2 centrales de beneficio en Florida y Linares**. En promoción de café, se realizó el concurso La Mejor Taza Albanita, con 110 participantes, y en otros eventos se acopiaron más de 14.000 kg de café de alta calidad.

QUINDÍO

La central de beneficio El Agrado, en Montenegro, entró en funcionamiento en julio y al 31 de diciembre se habían comprado a los caficultores **281.167 kg de café cereza** con factor de rendimiento de 92.3 y calidad 82.66 puntaje SCA.

RISARALDA

Se amplió **33%** la capacidad y dotación de un centro de tostión (Asociación Cuchilla del San Juan), mejorando bodegas y laboratorios. Se fortaleció la infraestructura de laboratorios y centros de trilla y tostión a asociaciones del departamento (Dosquebradas, Quinchía y Santa Rosa de Cabal), con servicios de maquila y catación.

SANTANDER



En colaboración con el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial (Imebu), se desarrolla el Centro de Experiencia Regional del Café en Bucaramanga. Se realizaron **3 ferias** de calidad, integrando toda la cadena, y se organizaron **18 concursos** departamentales de taza, además de competencias locales con cooperativas.

TOLIMA



Diseño, construcción y dotación de una **microcentral en Planadas**, que iniciaría operaciones en los primeros meses del 2025, para procesamiento de café de alta calidad con la asociación Asopep. Se están estableciendo alianzas con la cooperativa de la zona y Almacafé para comprar el café que allí se produce.

VALLE DEL CAUCA



El proyecto de **central de beneficio en Sevilla** está en etapa de prefactibilidad; se espera una capacidad estimada de 30.000 kg de café cereza/día. Fortalecimiento del Centro de Experiencia Regional del Café con Cafexcoop en el municipio de Tuluá, en proceso de ampliación del producto terminado, bodega, administración y laboratorios.

TERRITORIOS CAFETEROS DE LA ORINOQUÍA Y LA AMAZONÍA



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



FINANZAS
PROSPERIDAD

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

FoNC FINANCIA BIENES PÚBLICOS CAFETEROS POR \$480.000 MILLONES

La cifra aumentó \$18.000 millones con respecto a 2023.

En 2024 el Fondo Nacional del Café (FoNC) registró ingresos por **USD 953 millones**, de los cuales cerca de **USD 630 millones** provinieron de la comercialización de café verde, **USD 220 millones** de Buencafé y **USD 105 millones** de la actividad institucional.

Con ventas de café por **USD 848 millones** (25,1% más que en 2023), la comercialización de café verde y liofilizado se consolidan como motores en la generación de ingresos para el FoNC.

Como parte del ciclo de comercialización, el FoNC giró **\$3,38 billones** para compras de café, de los cuales **\$1,8 billones** se giraron en los dos últimos meses del año, equivalentes al 33% de la cosecha del país, preservando y garantizando la garantía de compra pese al alza de los precios.



Ingresos de la actividad institucional crecen 14%

La actividad institucional de la FNC generó ingresos por **USD 105 millones (+14% vs. 2023)**, de los cuales **USD 92 millones** correspondieron a la contribución cafetera y **USD 11 millones** a regalías.

Con los ingresos institucionales y los excedentes de las actividades comerciales, el FoNC financió bienes públicos cafeteros y servicios institucionales por **USD 118,2 millones**, equivalentes a **\$480.000 millones**.

FoNC demuestra solidez patrimonial

Producto de la confianza del sector financiero tanto local como internacional, el FoNC cerró el año con líneas de crédito por **USD 916 millones** (\$4 billones) que permiten apalancar el principal bien público de los cafeteros de Colombia, la **garantía de compra**.

OFICINA CENTRAL Y COMITÉS REDUCEN GASTOS DE OPERACIÓN EN \$24.000 MILLONES

En apego a la política de eficiencia, eficacia y austeridad, en 2024 la sede Bogotá **ahorró \$17.000 millones**, lo que refleja el compromiso de la administración y de todas las dependencias con un uso

eficiente de recursos y crea oportunidades de inversión en proyectos de generación de valor. Por su parte, los **comités departamentales ahorraron \$7.000 millones**.

El modelo de servicios y procesos compartidos, como el de tesorería y gestión humana entre la FNC y Almacafé, no solo ha mejorado la operación de las empresas, sino contribuido a estos ahorros significativos.

También inició el esquema de compras compartidas, que persigue negociaciones conjuntas para mejorar la eficiencia y generar ahorros en la adquisición de bienes y servicios en todas las empresas del gremio.

Rentabilidad de inmuebles es 5,1%

Desde la coordinación inmobiliaria, se ha buscado maximizar los ingresos por arrendamientos en Bogotá, que en 2024 superaron los **\$6.000 millones**, para una rentabilidad del **5,1%**.

Y se han implementado acciones para enajenar activos improductivos de la FNC, explorando mecanismos como las subastas, que también maximicen su valor de venta.



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

**GESTIÓN HUMANA LOGRA
AHORROS POR \$457 MILLONES**

MÁS EFICIENCIA Y VALOR PARA LA FNC Y SUS COLABORADORES



Nuestra fuerza está en la taza y en las personas

3.087 EMPLEADOS

2.085
en comités
departamentales

317
en Bogotá

54
en inspección
cafetera

470
en Buencafé

161
en Cenicafé

CONTRATO

2.290
A término
fijo
72%

513
A término
indefinido
16%

364
Por obra
o labor
11%



[GRI 405-1-b]

GÉNERO

62%
hombres

38%
mujeres

[GRI 2-30-a, 401-1]

4% de los empleados
están sindicalizados.
En 2024 hubo 515
ingresos, y la tasa de
rotación fue de 17%.

ESTUDIOS

1%
doctorado

7%
maestría

16%
especialización

47%
profesionales

15%
formación técnica

14%
bachilleres

Consolidación de servicios compartidos

Por eficiencia, se consolidaron **servicios compartidos** entre la FNC y Almacafé mediante la estandarización y la mayor colaboración en gestión humana, con optimizaciones en selección y marca empleadora, arquitectura salarial, nómina, autogestión, portafolio de beneficios y obtención de información para toma de decisiones.

Gracias a esto, mejoró la experiencia del colaborador, se redujeron 61% los costos de carnetización y 80% los tiempos de reportes de nómina, con eficiencias por **\$457 millones**.



Diversidad, inclusión y equidad

Se formalizó el protocolo contra el acoso sexual laboral y se lanzó la campaña "**Sí es para tanto**" (tolerancia 0), en cumplimiento de la Ley 2365 de 2024 sobre igualdad y no discriminación.

[GRI 405-1-b]

La FNC obtuvo el **Sello Equipares**, que reconoce su compromiso con la equidad y la implementación exitosa del sistema de gestión de igualdad de género.

Experiencia del colaborador

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

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

[GRI 401-2-1, 401-3]

Bienestar, balance y calidad de vida

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

3.188 días para celebraciones y licencias, incluido permiso parental.

446 colaboradores en trabajo híbrido.

373 beneficiarios de préstamos.

3.027 usos de convenios.

Actividades en parques y centros vacacionales.

[GRI 403-6] **Salud mental y bienestar integral:** Se desarrollaron **37 espacios ConSentido** con diferentes temáticas para que el colaborador pueda afianzar conceptos, conocer herramientas y desarrollar estrategias de integración entre la vida personal, laboral y familiar.

[GRI 404-1, 404-2] **Formación: incrementar competencias y habilidades:** En 2024 hubo **287** acciones de formación en áreas clave como liderazgo, innovación, seguridad, sistemas de gestión integral (SGI) y habilidades técnicas.



[GRI 403-5]

Salud y seguridad en el trabajo (SST): prevención, la mejor inversión: Se formaron **56 instructores** en conducción segura de motocicletas en zonas rurales para mejorar la seguridad, reducir accidentes y optimizar la productividad de la organización. Se unificó el equipo de seguridad y salud en el trabajo (SST), creando el cargo de profesional de SST, enfocado en mejorar la gestión en Caldas y Manizales.

[GRI 404-3]

Gestión de desempeño: Desde 2012 contamos con un mecanismo claro de evaluación y retroalimentación que nos permite identificar necesidades de desarrollo y tomar decisiones informadas de movilidad interna. La última medición de competencias fue para el periodo marzo 2023-marzo 2024 a colaboradores con antigüedad mayor o igual a 3 meses.

Participación:
Femenina **968**
Masculina **1.364**

Tipo de evaluación:
Autoevaluación, de líder y de colaborador.

Dependencias:
Sede Bogotá, Cenicafé, Inspección Cafetera, Oficinas Coordinadoras y comités departamentales.

Población:
2.377 colaboradores
2.332 participaron
Alcanzamos **99%** de participación.

Resultados:
Organizacionales: **94,4%**
de líder: **96,5%**

La población participante está en los siguientes niveles de cargo:

Estratégico 0,7%; ejecutivo 1,8%; táctico 19,6%; funcional 61,2%; operativo 16,7%.

Actualmente revisamos el modelo de competencias para alinearla a las nuevas definiciones estratégicas y a los retos actuales de las empresas.

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 2024.

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, Comité Directivo, comités municipales, página web de la FNC y redes sociales de la FNC y los comités, Un café con Germán en las regiones: encuentros del gerente general con caficultores y representantes gremiales, 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, podcast, 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

ALIADOS

Subgrupos:

Gobierno(s)

Organizaciones/ONG nacionales

Empresa privada

Organizaciones/ONG internacionales

Embajadas

Fondos públicos/privados

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

Relacionamiento directo, redes sociales, página web, comunicados, radio, pócast.

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, boletines de prensa, encuestas de satisfacción del consumidor realizadas por Procafecol, encuestas y grupos focales de consumidores, página web, correo electrónico, participación y/o presencia en ferias internacionales, redes sociales, Real Academia del Café.

COLABORADORES

ENFOQUE DE LA RELACIÓN Y TEMAS RELEVANTES

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

Competencia, entendida como la habilidad para realizar el trabajo. **Compromiso**, que es la voluntad de hacer el trabajo. **Contribución**, que implica encontrar significado en lo que hacen nuestros colaboradores.

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

ASOCIACIONES Y GREMIOS

Subgrupos:

	TEMAS RELEVANTES
Asociación 4C (Common Code for the Coffee Community)	Representación de los intereses de los caficultores colombianos.
Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex)	Promoción de la sostenibilidad.
Cámara Colombo-China de Inversión y Comercio	Posicionamiento relevante de la FNC como gremio.
Cámara Colombo-Japonesa de Comercio e Industria	Fortalecimiento del sector.
Cámara de Comercio Colombo-Americanana	
Coffee Association of Canadá	
Consejo Gremial Nacional	
Consejo Privado de Competitividad	
Corporación Colombia Internacional (CCI)	
Corporación Colombiana de Inversiones Agropecuarias (Agrosavia)	Relacionamiento directo.
Corporación Colombiana de Logística S.A.	Redes sociales.
Corporación Connect Bogotá	
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)	

MEDIOS Y COMUNICACIÓN

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

Actualidad del sector y el gremio, resultados de gestión.

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

INSTITUCIONALIDAD CAFETERA

Subgrupos:

Almacafé

Procafecol

Oficinas en el exterior

Fundación Manuel Mejía

Cooperativas de caficultores

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

Gestión comercial, precio, mercado.

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

Subgrupos:

Proveedores nacionales y extranjeros

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

MATERIALIDAD

[GRI 3-1]

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.

Así, los temas materiales quedaron agrupados tal como se muestra en la página 53 de este informe.





ANEXOS



[GRI 206-1]

REVISORÍA FISCAL

LEY 603 DE 2000

La FNC ha dado cabal cumplimiento a las normas de propiedad industrial (Decisión 486 de 2000-Régimen Común de Propiedad Industrial, Decisión 345 de 1993-Régimen Común de los Derechos de Obtentor de Variedades Vegetales) y los derechos de autor (Decisión 351 de 1993-Régimen Común sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, y Ley 23 de 1982, mediante la cual se regulan los derechos de autor en Colombia), conforme a las siguientes actividades:

- 1.** Protección, mantenimiento y defensa de los derechos de propiedad industrial (signos distintivos, patentes de invención, modelos de utilidad, entre otros) y propiedad intelectual (derechos de autor) de la FNC como entidad gremial de derecho privado y como administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC).
- 2.** Vigilancia de las gacetas publicadas por las diferentes oficinas de propiedad industrial, a nivel mundial, para 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 cumplimos con 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 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".

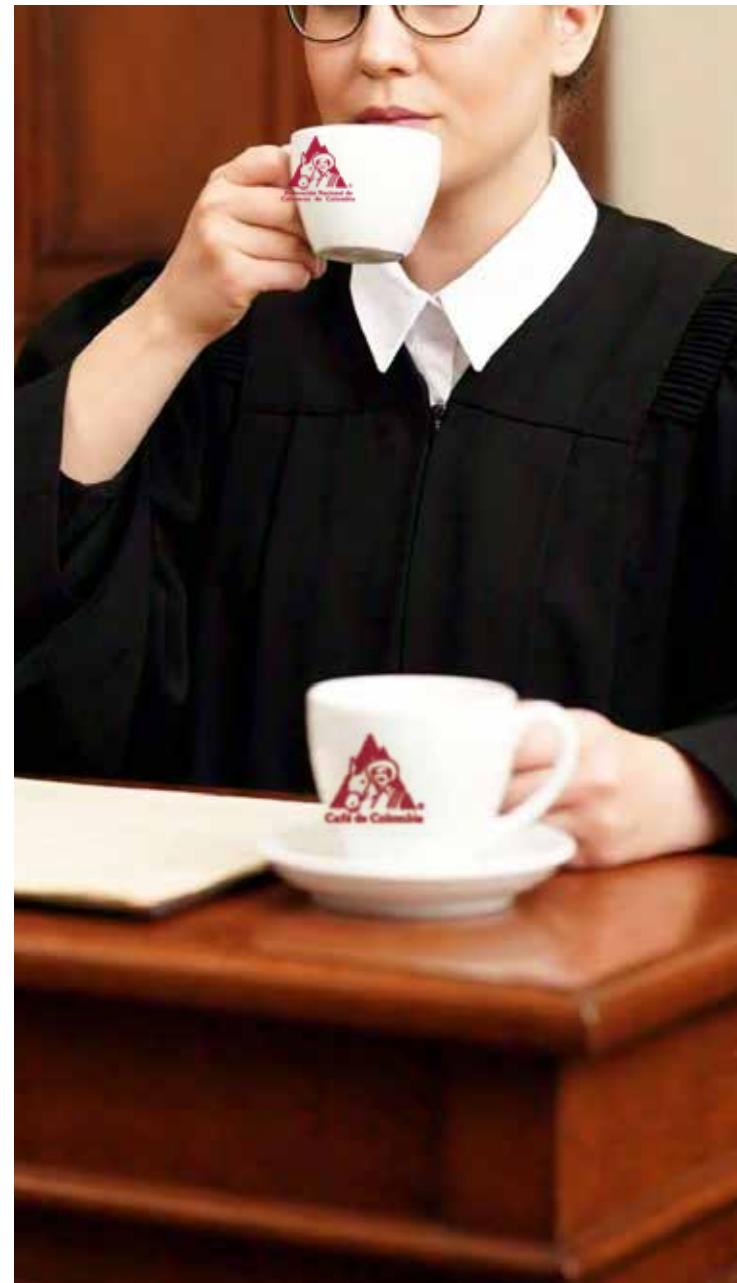
FACTURACIÓN ELECTRÓNICA – RESOLUCIÓN 000001 DEL 03/12/2019

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 esa entidad, la FNC cuenta con 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, la FNC ha efectuado correcta y oportunamente sus aportes al Sistema General de Seguridad Social, y ha cumplido debidamente sus obligaciones de autoliquidación de aportes al sistema, 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-Americanas			
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.			
Corporación Connect Bogotá			
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

CONTENIDOS GENERALES

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 2024. **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	2-1 Detalles organizativos	61	
			2-2 Entidades incluidas en la elaboración de informes de sostenibilidad de la organización	La Federación, como persona jurídica de derecho privado, sin ánimo de lucro y de carácter gremial, consolida sus resultados financieros con las inversiones patrimoniales donde ostenta una participación igual o superior al 50% de su capital: 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	Contenidos Generales 2021	2-3 Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	1 enero a 31 diciembre de 2024, 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.		

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Posicionamiento de marca	Reputación nacional e internacional Gestión de marca		2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	18-20	
Diversidad, equidad e inclusión	Equidad de género No discriminación y diversidad Igualdad de oportunidades		2-7 Empleados	81	
			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.	
		GRI 2	2-9 Estructura de gobernanza y composición	61	
	Anticorrupción y fraude	Contenidos Generales 2021	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.	
Gobierno corporativo, ética y transparencia	Gobierno corporativo		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.	
	Ética, transparencia y cumplimiento		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.	

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Gobierno corporativo, ética y transparencia	Anticorrupción y fraude	GRI 2	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.	
Ética, transparencia y cumplimiento	Gobierno corporativo	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.	
			2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	El informe anual del gerente, el <i>Informe de gestión</i> 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.	

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
			2-19 Políticas de remuneración	n/d	Restricciones de confidencialidad
			2-20 Proceso para determinar la remuneración	n/d	Restricciones de confidencialidad
			2-21 Ratio de compensación total anual	n/d	Restricciones de confidencialidad
			2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	51, 54	
Gobierno corporativo, ética y transparencia	Anticorrupción y fraude	GRI 2		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.	
	Gobierno corporativo	Contenidos Generales 2021	2-23 Compromisos y políticas	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. Código de Ética y Buen Gobierno: https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2024/02/Co%CC%81digo-de-Etica_Digital2024.pdf	
	Ética, transparencia y cumplimiento			Estos compromisos y políticas se han compartido también con los proveedores de la FNC en sus diversas relaciones contractuales.	

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	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	<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> <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	95	
	Ética, transparencia y cumplimiento		2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	85-89	
			2-30 Convenios de negociación colectiva	4% de los empleados están sindicalizados.	
Biodiversidad y ecosistemas	Uso y manejo del suelo	GRI 3 Temas Materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	90 (53)	NO. REF. ESTÁNDAR SECTORIAL
	Biodiversidad y ecosistemas		3-2 Lista de temas materiales	53	
			3-3 Gestión de los temas materiales	8, 21, 23-25, 27, 29, 32, 34, 35, 37, 39, 45, 51, 63, 66, 67, 71, 75, 81	
		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.	13.4.4
			13.6.1 Plan de gestión de plagas de la organización y manejo de agroquímicos.	33, 35	13.6.1

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Adaptación al cambio climático	Gestión de riesgos climáticos	GRI 201 Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	16, 21, 23-25, 27, 30, 79 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.	13.22.2 13.2.2
Competitividad y progreso nacional	Dinamización de la economía nacional		201-4 Ayudas financieras recibidas del gobierno	40, 71	
Desarrollo socioeconómico de los caficultores y sus familias	Asociatividad y cooperativismo Desarrollo y empoderamiento socio-económico	GRI 203 Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados 203-2 Impactos económicos indirectos significativos	8, 34, 35, 39, 45, 63, 67, 71, 75, 79 8, 28, 29, 32, 34, 35, 38, 39, 45, 63, 67, 71, 75, 79	13.22.3 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

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
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	93	13.25.2
Mitigación del cambio climático	Generación de emisiones GEI Uso de energía y eficiencia energética	GRI 302 Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización 302-3 Intensidad energética 302-4 Reducción del consumo energético	54, 56, 57 56 54, 56, 57	
Agua	Gestión integral del recurso hídrico	GRI 303 Agua y efluentes 2018	303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido 303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua 303-3 Extracción de agua 303-4 Vertidos de agua 303-5 Consumo de agua	52, 54, 57 56 55 56 52, 54, 55, 57	13.7.2 13.7.3 13.7.4 13.7.5 13.7.6

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Biodiversidad y ecosistemas	Uso y manejo del suelo	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	54	13.3.2
	Biodiversidad y ecosistemas		304-3 Hábitats protegidos o restaurados	10, 51, 72	13.3.4
Mitigación del cambio climático	Generación de emisiones GEI	GRI 305	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	56, 58	13.1.2
			305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	54, 58	13.1.3
	Uso de energía y eficiencia energética	Emisiones 2016	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	58	13.1.4
			305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	56, 58	13.1.5
			305-5 Reducción de las emisiones GEI	56, 57	13.1.6

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Gestión de residuos	Gestión de residuos	GRI 306	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 (ver capítulo ambiental de este informe).	13.8.2
			306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos		
	Economía circular	Residuos 2020	306-3 Residuos generados	54, 55, 57, 58	13.8.3
	Atracción, formalización y fidelización del talento	GRI 401	306-4 Residuos no destinados a eliminación	54, 55, 57, 58	13.8.4
			306-5 Residuos destinados a eliminación		
Talento humano	Bienestar, cultura y clima laboral	Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	81	
			401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	82	
	Derechos y condiciones laborales justas		401-3 Permiso parental	82	

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Salud y seguridad	Salud y seguridad	GRI 403	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
		Salud y seguridad en el trabajo 2018	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.	83	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 (p.83).	13.19.7
			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

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Empalme generacional	Desarrollo de competencias y habilidades	GRI 404 Formación y educación 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	83	
			404-2 Programas para la mejora de las competencias de los empleados y programas de asistencia para la transición	83	
			404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	83	
Diversidad, equidad e inclusión	Equidad de género	GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	82-83	13.15.2
	No discriminación y diversidad		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
	Igualdad de oportunidades	GRI 406 No discriminación 2016			
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				

TEMA MATERIAL	SUBTEMA MATERIAL	ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / UBICACIÓN (NO. PÁGINA)	OMISIÓN (MOTIVO / EXPLICACIÓN)
Derechos humanos de los caficultores	Trabajo forzoso e infantil 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
Desarrollo territorial de las comunidades	Acceso a servicios y productos financieros. Educación financiera. Infraestructura social y de servicios. Educ. y participación en la vida comunitaria. Progreso económico de región.	GRI 413 Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	8, 11, 32, 39, 45, 51, 63, 67, 71, 75	13.12.2
Nuevos mercados	Innovación de procesos, prácticas y productos de café Innovación en modelo de compra (CAFIX)	GRI 416 Salud y seguridad de los clientes 2016 GRI 417 Marketing y etiquetado 2016	416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	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. 64). 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.	13.10.2



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

