

INFORME DE GESTIÓN 2022



EDICIÓN

Investigaciones Económicas

José Leibovich, Juan Manuel Izquierdo,
Claudia Córdoba, Nancy González, José Méndez.

Dirección de Comunicaciones

Martha Sánchez.

Fotografías

Archivo fotográfico FNC, Cenicafé,
Buencafé, Copyright FNC 2022.

Diseño y diagramación

Andrés Herrera, Eliana Ruiz.

Revisión y corrección

Octavio Pineda.

ISSN

2711-3728

Cómo citar: Federación Nacional de Cafeteros
de Colombia. (2022). Informe de Gestión 2022.

<https://doi.org/10.38141/10793/2022>

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 y 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 Cardona
Quindío

Luis Miguel Ramírez Colorado
Risaralda

Héctor Santos Galvis
Santander

Carlos Sánchez Serrano
Tolima

Camilo Restrepo Osorio
Valle del Cauca

COMITÉ DE GERENCIA

Roberto Vélez Vallejo
Gerente General (2015-2022)

María Aparicio Cammaert
Secretaria General

Juan Camilo Becerra Botero
**Gerente Administrativo
y Financiero**

Juan Camilo Ramos Mejía
Gerente Comercial

Hernando Duque Orrego
Gerente Técnico

José Leibovich Goldenberg
Investigaciones Económicas

Javier Mantilla Sánchez
Estrategia e innovación

CONTENIDO

MENSAJE DEL GERENTE (2022)	6
ESTRATEGIA DE VALOR FNC	8
CONTRIBUYENDO A LA RENTABILIDAD Y PROSPERIDAD DEL CAFICULTOR	13
Balance mundial del año cafetero 2022/23 arrojaría excedente de 2,32 millones de sacos.	14
Producción nacional cierra el año en 11,1 millones de sacos.	15
Valor anual de la cosecha alcanza \$14,5 billones.	16
FNC consolida y diversifica nuevos mercados y clientes.	20
Buencafé logra ventas históricas por más de USD 210 millones.	24
Ingresos de Procafecol crecen 52% a \$554.355 millones.	26
Ventas de Almacafé a clientes distintos a la FNC crecen 32% a \$41.024 millones.	28
Promoción consolida a Café de Colombia como una marca activa y visible.	30
1.220.000 atenciones a caficultores por el Servicio de Extensión.	34
Cenicafé hace posible una caficultura resiliente a la variabilidad climática.	37
FNC mantiene liderazgo de inclusión financiera rural en Colombia.	39
79.948 créditos Finagro a productores por más de \$1,76 billones.	41
FOMENTANDO EL DESARROLLO SOCIAL INTEGRAL DE LAS FAMILIAS Y COMUNIDADES CAFETERAS	45
FNC presenta línea de café de mujeres al mercado internacional.	46
Cerca de 17.000 familias cafeteras se benefician de acciones de empalme generacional y equidad de género.	47
Más de 25.000 beneficiados de mejoras en vivienda, saneamiento básico y energización.	48
PROMOVIENDO EL CUIDADO INTEGRAL DE LOS RECURSOS NATURALES	53
Caficultores trabajan por su sostenibilidad sembrando más de 1 millón de árboles.	54

Fincas ahorran agua gracias a mejor infraestructura.	55
Caficultores cuidan la biodiversidad y fortalecen sus prácticas ambientales en la finca.	57
Empresas del gremio avanzan en gestión ambiental.	59
FORTALECIENDO LA REPRESENTATIVIDAD EFECTIVA PARA ASEGURAR LA LEGITIMIDAD	65
Caficultores refrendan una vez más legitimidad del gremio.	68
Colombia suscribe nuevo Acuerdo Internacional del Café.	70
Caficultores se adaptan a crecientes exigencias de ingreso para preservar mercados clave.	73
Estructuración del FEPCafé avanza en prevención de riesgos.	76
GESTIONANDO PROYECTOS CON TRANSPARENCIA PARA TRANSFORMAR EL CAMPO	79
FNC ejecuta proyectos por \$253.333 millones.	80
\$39.749 millones apalancados con aliados internacionales ejecutados en proyectos, la cifra más alta en los últimos años.	83
Comités lideran proyectos de gran impacto para los cafeteros.	87
GESTIONANDO RECURSOS CON TRANSPARENCIA PARA TRANSFORMAR EL CAMPO	99
FoNC financia bienes públicos cafeteros por casi \$403.100 millones.	100
Patrimonio del FoNC alcanza USD 528 millones.	101
Respaldo de obligaciones de largo plazo de la FNC supera el 100%.	102
Hacemos un mundo más sostenible a través de lo mejor de Colombia.	104
SOBRE ESTE INFORME	109
ANEXOS	121
Lista de afiliaciones y asociaciones.	122
Índice de contenidos GRI.	123

'Mi café es de calidad, mi finca es productiva y sostenible, mi futuro es próspero'



El año 2022 fue histórico para los caficultores colombianos por los excelentes resultados económicos. El precio interno promedio de la carga fue de \$2.150.867, **42% superior al de 2021**. Este aumento se explica por un precio promedio del contrato C (primera posición) en la bolsa de Nueva York, que alcanzó USD 214 ¢/lb, **26,7% superior al de 2021**; un diferencial del café colombiano que alcanzó USD 67,2 ¢/lb, **28,9% superior al de 2021**, y una tasa de cambio promedio de 4.255 COP/USD, 13,7% mayor frente al promedio de 2021. En términos reales (descontada la inflación), **el precio interno ha sido el más alto en los últimos 50 años**, superior al obtenido en la llamada bonanza cafetera de mediados de la década de los 70 del siglo pasado.

El valor de las exportaciones de café alcanzó USD 4.500 millones, **30% más que en 2021**, con una participación de **16% de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC)** con cargo al Fondo Nacional del Café en el volumen exportado, destacando también su esfuerzo en promover las exportaciones de cafés especiales que reciben primas de calidad. **Las ferias y subastas**, por una parte, y los **laboratorios móviles** y pruebas de taza que la FNC ha impulsado han sido claves en el posicionamiento y desarrollo de cafés de excelencia.

Pese a la contracción de 12% en la cosecha en 2022, a 11.1 millones de sacos, debido a las lluvias excesivas por el fenómeno de La Niña, su valor cerró el año por encima de los \$14,5 billones, cifra récord histórica, **34,7% superior al valor de 2021**.

El valor de la cosecha se irriga en los 603 municipios cafeteros del país, gracias a que la actividad es muy intensiva en mano de obra y por sus encadenamientos hacia atrás (insumos, maquinaria) y hacia adelante (trilla, transporte), lo que genera bienestar en las regiones cafeteras y una mayor demanda por bienes y servicios que contribuye al crecimiento económico nacional.

Nuestro parque cafetero, con más del **86%** en variedades resistentes, es una forma efectiva de mitigar las consecuencias del cambio climático. No obstante, la disminución de la cosecha en 2022 no deja de ser preocupante.

La contracción de la producción y exportaciones de Brasil, el mayor productor y exportador mundial, en los últimos dos años fue resultado de las sequías y heladas consecutivas que sufrió en 2020 y 2021, por lo que los precios del café del contrato C alcanzaron altos niveles históricos. Sin embargo, ya se vislumbra una recuperación de la producción brasileña para el año cafetero 23/24 y por lo tanto un descenso de la cotización internacional. En cuanto al **diferencial** reconocido por el **café colombiano**, hay que decirlo, refleja la **preferencia creciente del mercado** por cafés de calidad. Esperamos que ese diferencial se mantenga firme en el futuro.

El segundo acontecimiento que quiero destacar en este informe fue la realización de las elecciones cafeteras en septiembre, en las cuales se eligieron 4.824 representantes cafeteros en los 387 comités municipales y en los 15 departamentales. La participación fue del 55% con respecto al potencial electoral, es decir, **más de 185.000 caficultores** que asistieron a las urnas, a las que se presentaron unos 16.400 candidatos, una cifra récord para los últimos tres procesos. Hubo un **aumento** importante de la **representación gremial femenina**: en los comités departamentales, de 8% en 2014 a **22%** en 2022, y en los municipales, de 16% en 2014 a **28%**; destaco también la renovación de los elegidos, **50%** en los comités municipales y **37%** en los departamentales. La Misión de Observación Electoral (MOE) estuvo presente en

todo el proceso de elección y escrutinio, dando fe de la transparencia con que se realizaron las elecciones. Con la participación de los cafeteros en este importante evento democrático, el gremio ratifica la legitimidad de la FNC para defender los intereses de los caficultores y de la propia institución.

Con esta Federación renovada, continuaremos la tarea fijada por el congreso cafetero de seguir trabajando por lograr la **prosperidad de los productores y sus familias**. En productividad, no podemos bajar la guardia, debemos seguir las orientaciones del servicio de extensión en cuanto a la **renovación** de cafetales envejecidos, fertilización y demás prácticas agronómicas. En materia ambiental, seguir **cuidando** las fuentes de agua, los bosques y disminuir la contaminación de las aguas. En materia social, continuar con los proyectos de **empoderamiento de las mujeres y los jóvenes**, e implementar los proyectos educativos bajo el modelo de Escuela y Café. En materia de infraestructura, procurar convenios de cofinanciación para el mejoramiento de las vías terciarias.

Saludamos al nuevo Gobierno nacional, elegido democráticamente el 7 de agosto y le deseamos al presidente Gustavo Petro y su equipo los mayores éxitos en su gestión. El programa del nuevo Gobierno tiene un gran énfasis en el desarrollo del campo colombiano. Aplaudimos esa orientación y le manifestamos el interés del gremio cafetero en trabajar mancomunadamente para superar los cuellos de botella y aumentar la productividad del campo, disminuir la pobreza rural y aumentar el bienestar de sus pobladores.

Hacia el futuro mantenemos nuestras **metas claras al 2027**, año del centenario de la FNC: tener una caficultura de calidad, productiva y ambientalmente sostenible que genere prosperidad a las más de 542.000 familias caficultoras.

Roberto Vélez Vallejo

Gerente General FNC 2015-2022

ESTRATEGIA DE VALOR FNC

MISIÓN

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

ESTRUCTURA PROCESOS FINANCIERA CLIENTE

Fomentamos el **desarrollo social integral y sostenible** de las familias y comunidades cafeteras, **con enfoque de bienestar.**

Educación, infraestructura, asociatividad, protección social, empalme generacional y equidad de género.

GOBIERNO Y ORGANISMOS NACIONALES

Ser **aliados** del Gobierno y organizaciones nacionales en la gestión de **proyectos con excelencia.**

Fortalecer para as

Participación

Com
d

Innovar en valor ➤ Des
pro

TALENTO HUMANO

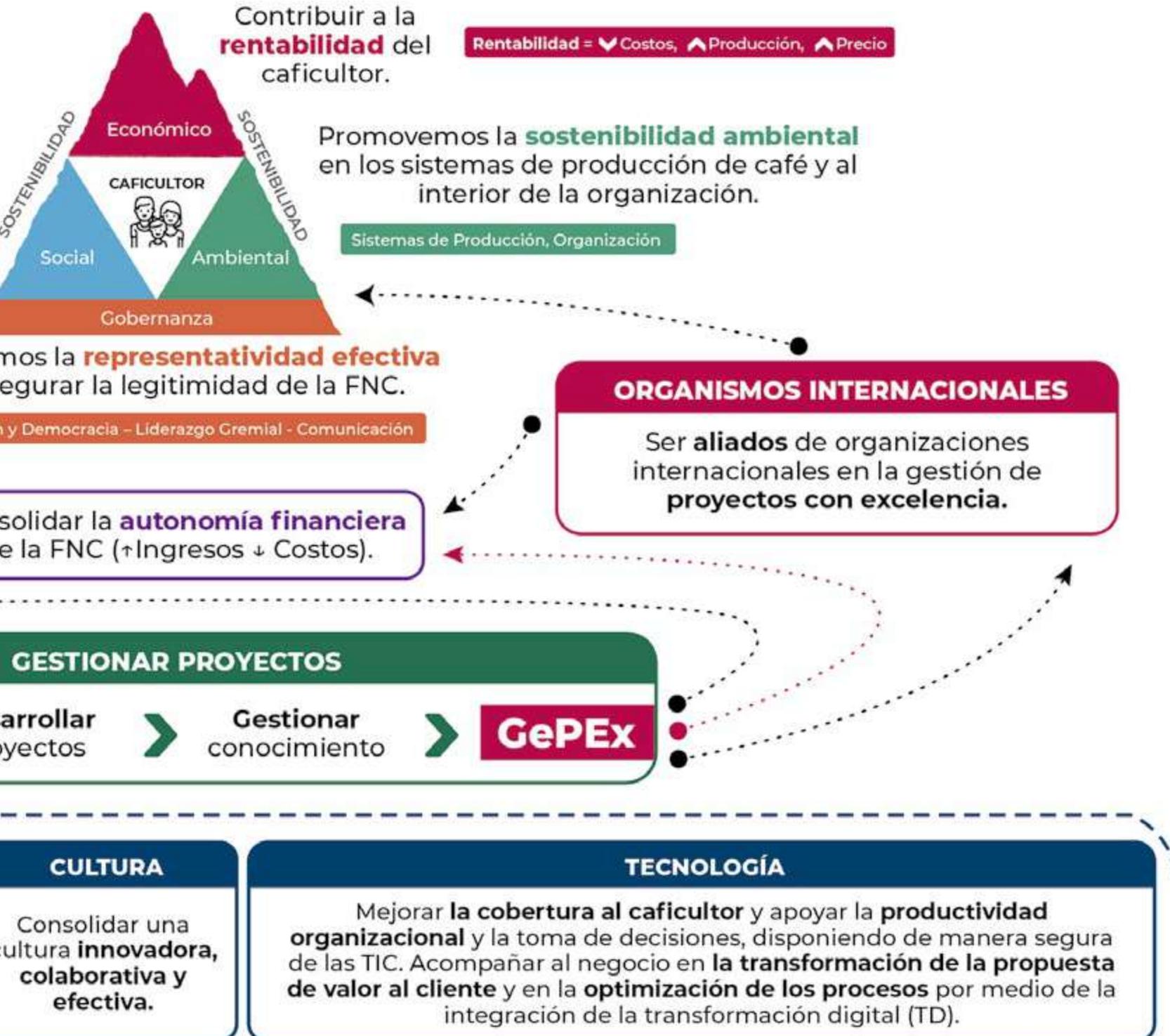
Asegurar el **talento competente y comprometido** para la estrategia de valor.

COMUNICACIONES

Orientar, motivar, informar y formar a las partes interesadas a través de un enfoque de comunicación integral y colaborativa apalancada de la transformación digital (TD).

VISIÓN

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



ESTRATEGIA DE VALOR FNC

ENTREGANDO SOSTENIBILIDAD PARA APORTAR AL BIENESTAR DEL CAFICULTOR COLOMBIANO

GRI 102-2

La Federación Nacional de Cafeteros (FNC) tiene como objeto orientar, organizar y fomentar la caficultura colombiana de tal forma que sea **rentable, sostenible** y mundialmente **competitiva**, procurando siempre el **bienestar** del productor. Todo ello por medio de su **estrategia de valor**, que es la **hoja de ruta**, del gremio y la organización, que fija objetivos y un rumbo claro.

Esta hoja de ruta incluye conceptos claves como el **bienestar y la sostenibilidad**, y la relación que existe entre ellos. Entendemos el **bienestar** como un estado dinámico en que el caficultor desarrolla su potencial, trabaja productiva y creativamente, construye relaciones sólidas, y contribuye a su comunidad¹, mientras que la **sostenibilidad** es vista como una propuesta de valor que acrecienta en el tiempo el bienestar del caficultor colombiano en cuatro ejes: económico, social, ambiental y de gobernanza.

Esta hoja de ruta es representada por el **mapa de la estrategia de valor** de la Federación, con la misión y visión de la FNC como punto de partida.

Como corazón de la estrategia y principal propuesta de valor para las familias caficultoras, se observa el triángulo de la sostenibilidad (económico, social, ambiental y de gobernanza), el cual permite, de forma equilibrada y a corto, mediano y largo plazo, hacer de la caficultura un negocio **rentable** que contribuya al **desarrollo social** de los productores, cuidando los **recursos naturales y el planeta**.

Más abajo están los llamados pulmones financieros, que contribuyen, por un lado, a consolidar la autonomía financiera de la organización, y por el otro, mediante la gestión de recursos con aliados nacionales e internacionales, a desarrollar proyectos de excelencia que benefician al caficultor y su familia.

En las dos últimas secciones aparecen los procesos y la estructura necesaria para cumplir la estrategia de valor. En procesos, se destacan la innovación, el desarrollo de proyectos y la gestión de conocimiento como pilares a los cuales la FNC viene apostando para proyectar la caficultura hacia el futuro. La estructura es el conjunto de recursos humanos y físicos que permiten a la FNC operar y cumplir su labor.

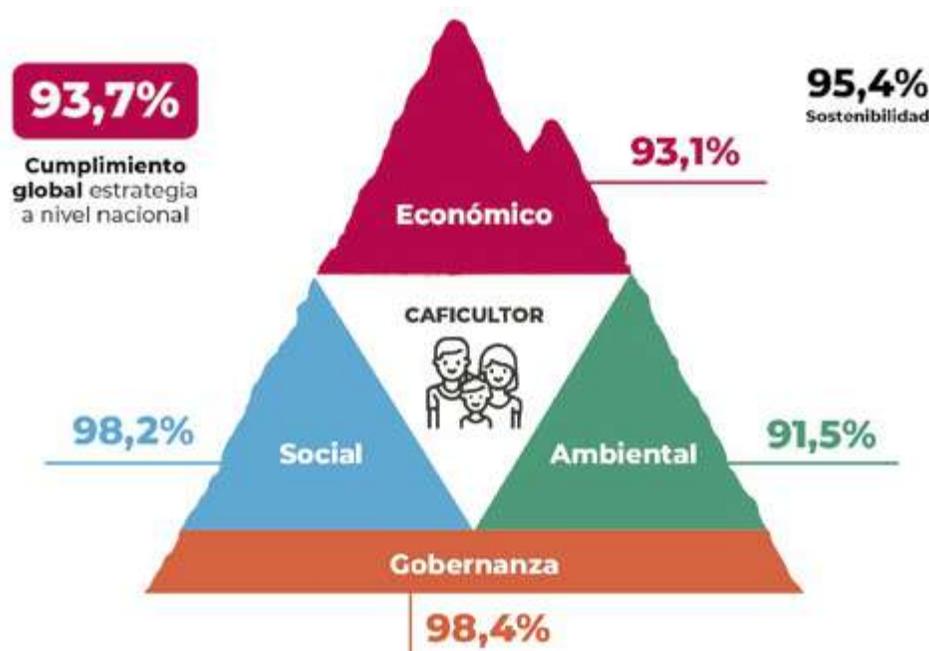
Por su dimensión y cobertura, esta hoja de ruta requiere herramientas y metodologías que definan los indicadores, las metas y las acciones que garanticen su éxito. Para ello, la FNC se apoya en un proceso estratégico que define y mantiene vigentes las metodologías utilizadas, y monitorea el cumplimiento de las metas propuestas, pensando siempre en el bienestar de las familias caficultoras colombianas.



¹ The Government Office for Science. (2008). *Foresight Mental Capital and Wellbeing Project [Proyecto de Bienestar y Capital Mental]. Final Project Report. Londres.*

A continuación, se presentan los **resultados globales 2022, los de la propuesta de valor de sostenibilidad** y los de cada uno de los ejes que la conforman.

CUMPLIMIENTO EN SOSTENIBILIDAD POR EJE



EJE ECONÓMICO (93,1%)

Contribuir a la **rentabilidad del caficultor**.

Se cumplió con la meta de:

- Densidad de siembra.
- Plan de capacitación del Plan 2000 Fincas.

Se mantiene:

- Una caficultura sana con bajos niveles de broca y roya, con una estructura soportada en variedades resistentes y joven.

EJE SOCIAL (98,2%)

Fomentar el **desarrollo social integral y sostenible** de las familias y comunidades cafeteras, con enfoque de bienestar.

Se cumplió con la meta de:

- Indicador de construcción y mejoramiento de vías.
- Indicador de número de familias atendidas en actividades de promoción de la equidad de género.

Además:

- La inversión de recursos en educación formal estuvo dentro de lo planeado.
- Se implementaron proyectos de seguridad alimentaria que favorecieron a las familias cafeteras.

EJE AMBIENTAL (91,5%)

Promover la sostenibilidad ambiental en los **sistemas de producción de café y al interior de la organización**.

Se cumplieron los indicadores ambientales en ahorro de agua en la infraestructura del café, mejor infraestructura para evitar su contaminación por el beneficio del café y en la vivienda, siembras de árboles en sistemas agroforestales, conexión de corredores biológicos en zona cafetera y capacitación en prácticas ambientales en torno al cultivo de café.

EJE GOBERNANZA (98,4%)

Fortalecer una **representatividad efectiva** para asegurar la **legitimidad de la FNC**.

- Con herramientas para lograr una comunicación efectiva como el pódcast, revista *Líderes* y *Conversemos con el Gerente*, se superó la meta anual de cobertura de líderes gremiales y familias caficultoras.
- El indicador de actividades con líderes gremiales en comités municipales y departamentales superó la meta anual en atención a esta población.
- Se superó la meta anual del indicador de caficultores actualizados en la base de datos de cedulação.



1

Contribuyendo a
la **rentabilidad y
prosperidad** del
caficultor

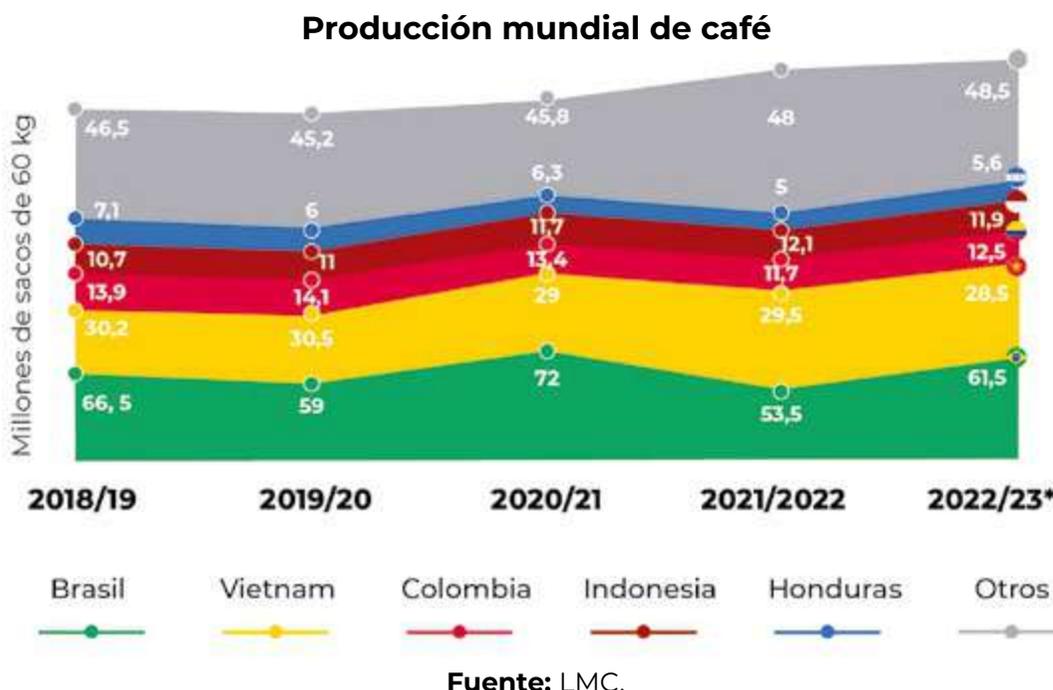
BALANCE MUNDIAL DEL AÑO CAFETERO 2022/23 ARROJARÍA EXCEDENTE DE 2,32 MILLONES DE SACOS

Esto se debe a la recuperación de la producción brasileña, los efectos negativos de la inflación y la incertidumbre económica sobre la demanda mundial.

El año cafetero 2021/22 cerró con un déficit de 8,05 millones de sacos de 60kg. La producción mundial de café fue **159,78 millones de sacos**, 10,3% menos frente a 2020/21 debido a una caída del 25,7% en la producción de Brasil, mayor productor mundial, de 72 a 53,5 millones de sacos por el ciclo bianual de producción de arábigo y a condiciones climáticas adversas. La producción de Colombia cayó 12,8% de 13,4 a 11,7 millones de sacos.

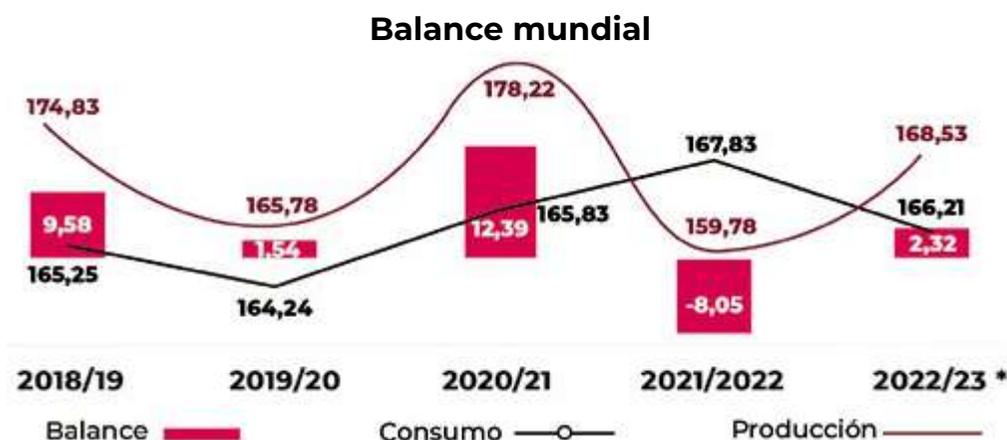
La participación de cafés arábigos en la producción mundial fue 53,3%, inferior al 58,3% de 2020/21.

En este mismo periodo, el consumo mundial de café alcanzó **167,83 millones de sacos**, un leve aumento de 1,2% con respecto al año anterior y que se asemeja al reportado en años previos a la pandemia. Sin embargo, la incertidumbre económica mundial puede revertir esta tendencia positiva en 2022/23.



Para el año cafetero 2022/23, la firma LMC proyecta que la producción mundial crecerá 5,48% a 168,53 millones de sacos. Como consecuencia del ciclo bianual de producción de café arábigo en Brasil, se estima que su cosecha aumente 15%, mientras que la de Colombia lo haría 7%.

Sin embargo, se prevé que el consumo caiga a 166,21 millones de sacos debido a la presión inflacionaria y una posible recesión en el mundo. Así, el balance mundial para el año cafetero 2022/23 alcanzaría un superávit de 2,32 millones de sacos.



PRODUCCIÓN NACIONAL CIERRA 2022 EN 11,1 MILLONES DE SACOS

La cifra es 11,9% menor a la de 2021 por factores climáticos y mayores importaciones que contrarrestaron la demanda de exportaciones y consumo interno, lo que arroja un balance ligeramente deficitario.



En 2022, la producción nacional fue de **11,1 millones de sacos** de 60 kg de café verde, 11,9% menos frente a 2021, producto principalmente de condiciones climáticas poco favorables para el cultivo que golpearon al país.

Por su parte, **el consumo de café en Colombia fue de 2,3 millones de sacos¹**, 2,8% menos que en 2021 porque a medida que se levantaron las restricciones, el consumo de los hogares volvió a los niveles previos a la pandemia.

En 2022 las exportaciones alcanzaron 11,4 millones de sacos, 8,3% menos que en 2021, pero su valor fue 12,4% superior gracias a los buenos precios del café, alza que a su vez fue consecuencia de dificultades climáticas en países productores, diferenciales altos entre enero y octubre, y dificultades logísticas en el mundo desde principios de año. Las importaciones fueron de 2,5 millones de sacos, 38,2% más frente a 2021.

GRI 102-6

El principal mercado de exportación del café colombiano sigue siendo Norteamérica (Estados Unidos, Canadá & México), con **52,5% de las exportaciones totales**, mientras que Europa siguió como el segundo mayor mercado, con 26,6% de participación. Asia fue el tercer mayor mercado, con 17,3% de la participación total.

Balance cafetero (millones de sacos)

	2018	2019	2020	2021	2022
Producción e importaciones	14,6	15,5	15	14,4	13,5
Producción	13,6	14,8	13,9	12,6	11,1
Importaciones	1,1	0,8	1,1	1,8	2,5
Exportaciones y consumo	14,7	15,7	14,9	14,8	13,7
Exportaciones	12,8	13,7	12,5	12,4	11,4
Consumo	1,9	2	2,3	2,3	2,3
Balance	-0,05	-0,2	0,1	-0,4	-0,1

Fuente: Investigaciones Económicas FNC (aparentes discrepancias en balance son por redondeo de decimales).

¹Debido 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.

Superando récord del año anterior VALOR ANUAL DE LA COSECHA ALCANZA \$14,5 BILLONES

Un precio promedio en la Bolsa de Nueva York de 214,2 ¢/lb, un alto diferencial promedio por calidad de 67,2 ¢/lb y una variación de la TRM de 13,7% explican este aumento.

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

En 2022, el precio del contrato C en la Bolsa de Nueva York aumentó **26,7%** hasta **214,2 ¢/lb** en promedio, debido a las dificultades en la cadena de suministro, en los embarques y las adversidades climáticas en Brasil y Colombia que afectaron negativamente la producción de café arábigo a lo largo del año. El precio del contrato C en el año se mantuvo alto y volátil. El máximo mensual se presentó en febrero, **246,2 ¢/lb**.

El diferencial del grano colombiano (UGQ) alcanzó un promedio de **67,20 ¢/lb, 28,9%** más con respecto a los 52,1 ¢/lb del año anterior, y se mantuvo estable a lo largo del año, comportamiento que se explica por la preferencia de los consumidores a nivel mundial por cafés suaves y de calidad.

La tasa de cambio (TRM) se depreció **13,7%** con respecto a 2021 hasta un promedio de \$4.255 por dólar, y alcanzó su promedio mensual más alto en noviembre, **\$4.922 por dólar**. La fortaleza de la moneda estadounidense fue consecuencia, en parte, de las decisiones de política monetaria de la Reserva Federal

de Estados Unidos, que a lo largo del año aumentó sus tasas de interés en un intento por combatir la inflación, esfuerzos que causaron que la moneda colombiana se depreciara a niveles históricos.

Además, el año se caracterizó por un ambiente macroeconómico tenso debido a tensiones políticas entre países como Rusia y Ucrania y el temor a una recesión mundial.

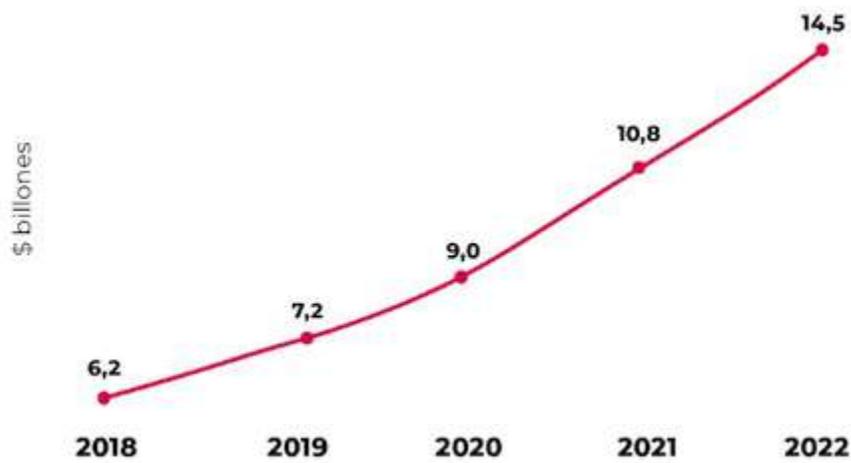
Precio interno del café y TRM



Fuente: Investigaciones Económicas FNC.



Valor de la cosecha

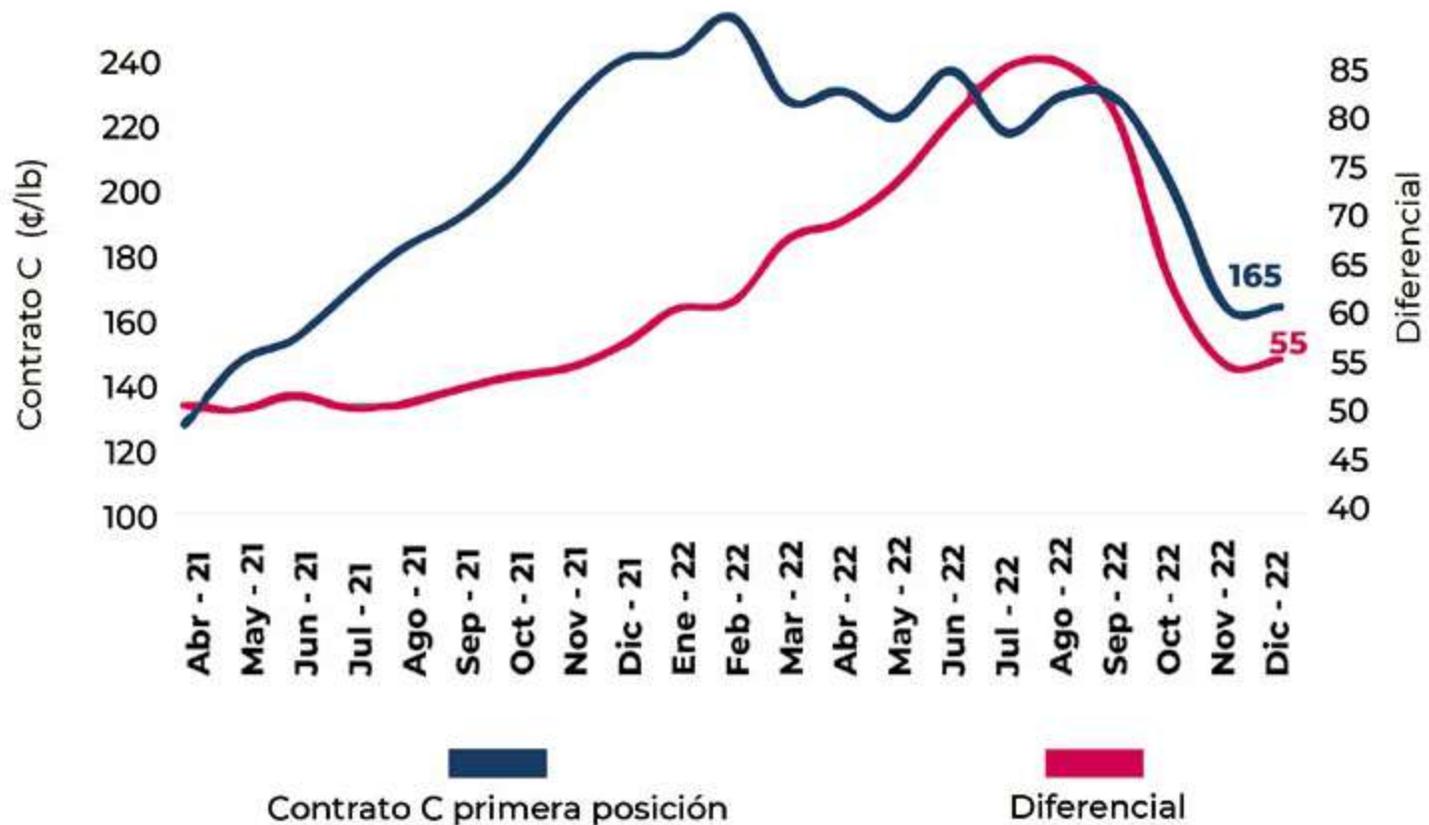


Fuente: Investigaciones Económicas FNC.

Por estos factores (el precio del contrato KC, los diferenciales de origen y la tasa de cambio), el precio interno de referencia para la compra de café en Colombia alcanzó **un máximo histórico de \$2.398.967 por carga de 125 kg en septiembre**, y cerró en un precio promedio de \$2.150.867 por carga en 2022.

Los buenos precios, junto con los esfuerzos de la FNC por fortalecer al sector cafetero, permitieron que el valor de la cosecha alcanzara los **\$14,5 billones** y superara en 34,7% el récord del año anterior.

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



Fuente: OIC, Investigaciones Económicas FNC.

PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LA FNC

GRI 102-2
GRI 102-4



INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y DESARROLLO TECNOLÓGICO

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



TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA AL CAFICULTOR

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



COMERCIALIZACIÓN SOSTENIBLE Y GENERACIÓN DE MÁS VALOR

Garantía de compra: compra del café a los productores a un precio transparente y de mercado, con pago de contado y en lugares cercanos a su finca.

Comercialización de cafés especiales, y producción y comercialización de café industrializado (Buencafé, con sede en Chinchiná, Caldas).



PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL CAFÉ DE COLOMBIA

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



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

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



REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFÉ

La FNC es la entidad encargada de llevar el Registro Nacional de Exportadores de Café por delegación del Gobierno nacional desde 2009.

Control a la exportación: Permite planear, coordinar y garantizar que las actividades de exportación de café, como la recepción de café en zona de descargue en los puertos, la generación de certificados de 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.

CADENA DE VALOR

GRI 102-9



FNC CONSOLIDA Y DIVERSIFICA NUEVOS MERCADOS Y CLIENTES

GRI 102-6
GRI 102-7
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3

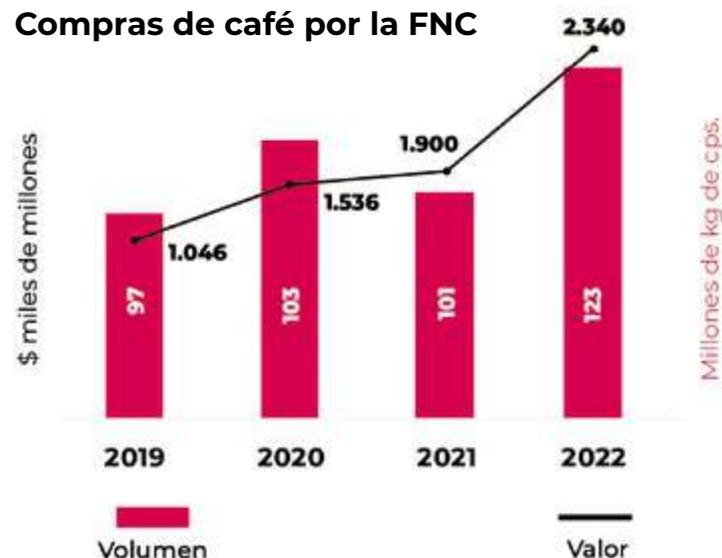
Gracias a una labor articulada y constante, agregando valor en cada uno de los eslabones de la cadena.

Precio promedio de compra supera \$2.370.000 por carga, el más alto de la historia

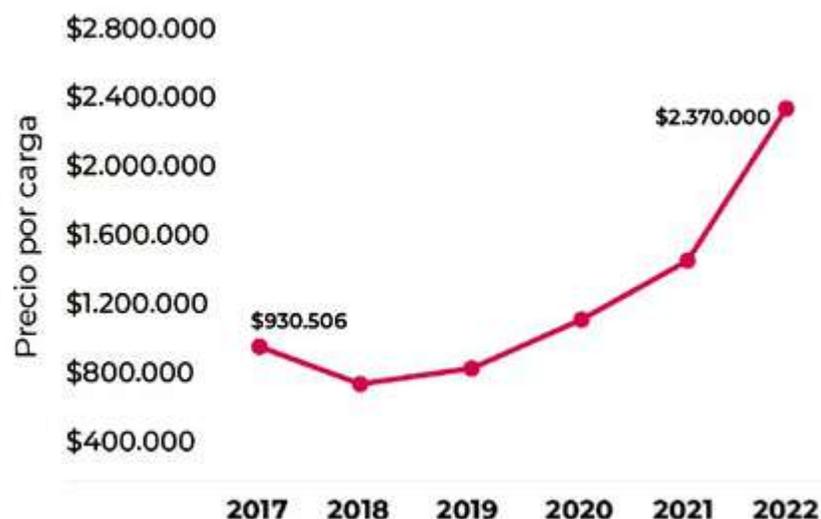
En 2022, la FNC amplió su portafolio y canales de compra a 229 productos y 14 programas como resultado del trabajo articulado de los equipos regionales y Almacafé.

Gracias a la gestión de la Gerencia Comercial, los caficultores recibieron primas de cafés especiales por **\$55.978 millones** y un precio de compra promedio de **\$2.370.000** por carga, el más alto de la historia.

Compras de café por la FNC

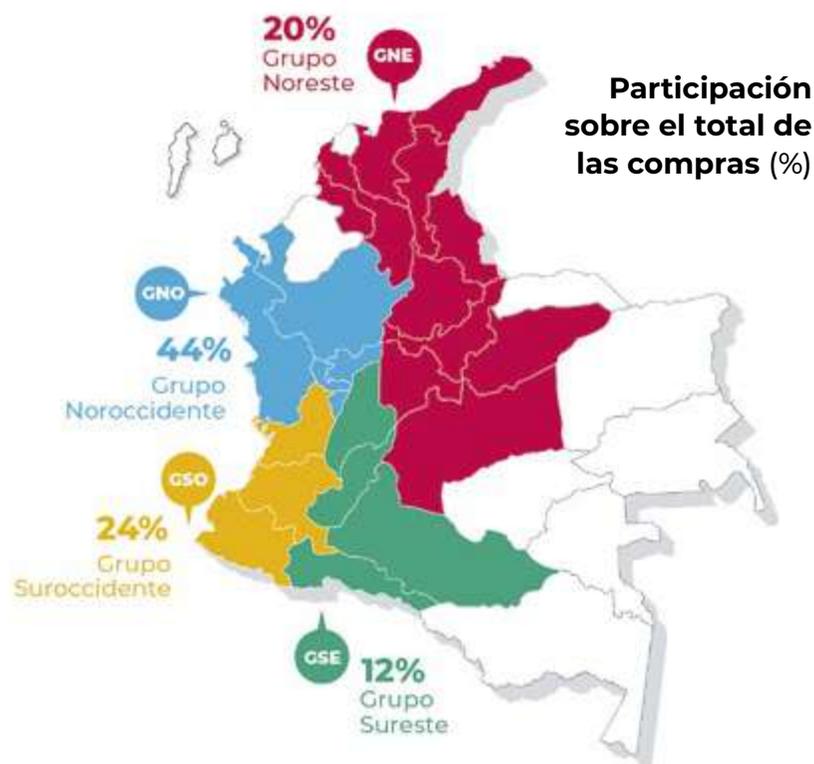


Precio liquidación de compra



Fuente: Gerencia Comercial FNC.

En el año, el volumen de compras alcanzó **123 millones** de kg de café pergamino seco (cps), cifra impactada por una menor producción en Colombia por las condiciones climáticas adversas, pero recompensada con un valor de **\$2,34 billones**, 23% más que en 2021.



Fuente: Gerencia Comercial FNC.

Confirmando la preferencia de la industria mundial, los diferenciales del café colombiano también alcanzaron niveles históricos, de **67,2 USD ¢/lb**, frente a 52,1 ¢/lb en 2021.

Subasta alcanza precio promedio récord de 17,01 USD/lb

El precio máximo pagado por un café de Colombia, Tierra de Diversidad fue también récord: 78 USD/lb.

En la séptima versión del concurso Colombia, Tierra de Diversidad participaron **699 lotes de 14 departamentos**, de los cuales 213 tuvieron puntajes superiores a 86 en el protocolo de la Specialty Coffee Association (SCA) y recibieron reliquidaciones de hasta \$400.000 por carga.

El concurso se realizó en el marco de la segunda Feria Internacional del Café, Cacao y Agroturismo en Neiva, Huila, donde los jueces y clientes internacionales y nacionales cataron 41 lotes finalistas del concurso en la ronda final de evaluación.

Los ganadores de los 5 atributos fueron:

Domingo Torres

Ragonvalia, Norte de Santander.

ACIDEZ, BALANCE, CUERPO Y EXÓTICO



Duberney Cifuentes

Planadas, Tolima.

SUAVIDAD



Los 17 mejores cafés (de 7 departamentos) fueron subastados de forma presencial el 1 de octubre ante 25 clientes. Se vendieron los 19 lotes a 13 clientes de seis países a un precio promedio récord de 17,01 USD/lb, con un precio máximo de **78 USD/lb** pagado precisamente por el café de Torres y adquirido por la cadena Amor Perfecto.



Otros concursos departamentales

CAUCA

Al 11º concurso **El Mejor Café del Cauca** se presentaron 182 lotes, entre los cuales un grupo de catadores de 9 empresas de cafés especiales seleccionó los 14 finalistas, que fueron subastados virtualmente ante más de **20 compradores** de China, Corea del Sur, Estados Unidos y Colombia, con los siguientes resultados:

- Precio máximo de venta FOB de **18,5 USD/lb**, de la caficultora María Nilza Garzón.
- 40 sacos de 70 kg vendidos a un precio promedio de **9,47 USD/lb**.
- **260 sacos** de 70 kg vendidos como mezclas (*blends*) regionales de los lotes participantes.
- Los 3 lotes de mejor puntaje fueron de **mujeres caficultoras**.

ANTIOQUIA

Las cooperativas de caficultores y el Comité de Cafeteros de Antioquia organizaron el séptimo concurso departamental **La Mejor Taza de Antioquia**, en el cual participaron 376 caficultores de 23 municipios. Tras varias rondas de catación, se seleccionaron 24 lotes finalistas que participaron en una subasta en línea ante clientes de Colombia, Corea del Sur, China, Estados Unidos, Taiwán, Estonia y Hong Kong.

Destacaron cafés de notas frutales, florales y herbales. **Luis Álvaro Vargas, de Urrao**, fue el ganador con un café Caturra Chiroso lavado, a un precio de **18,50 USD/lb**. El precio promedio de los cafés subastados fue 8,02 USD/lb.

Taza Móvil y laboratorios flexibles en cada vez más municipios

Más de 9.800 productores fueron atendidos directamente por estos laboratorios, con más de 12 millones de kg de cps comprados.

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

En 2022, el Taza Móvil atendió a **2.350 productores** en 12 departamentos y 78 municipios, se compraron **594.000 kg de café** y se entregaron más de **600 reportes de calidad** como retroalimentación.

Por otro lado, se han instalado **14 laboratorios** en Cauca, Nariño, Tolima, Santander y Antioquia, atendiendo a más de 7.500 productores y comprando cerca de **11,5 millones de kg de cps**.

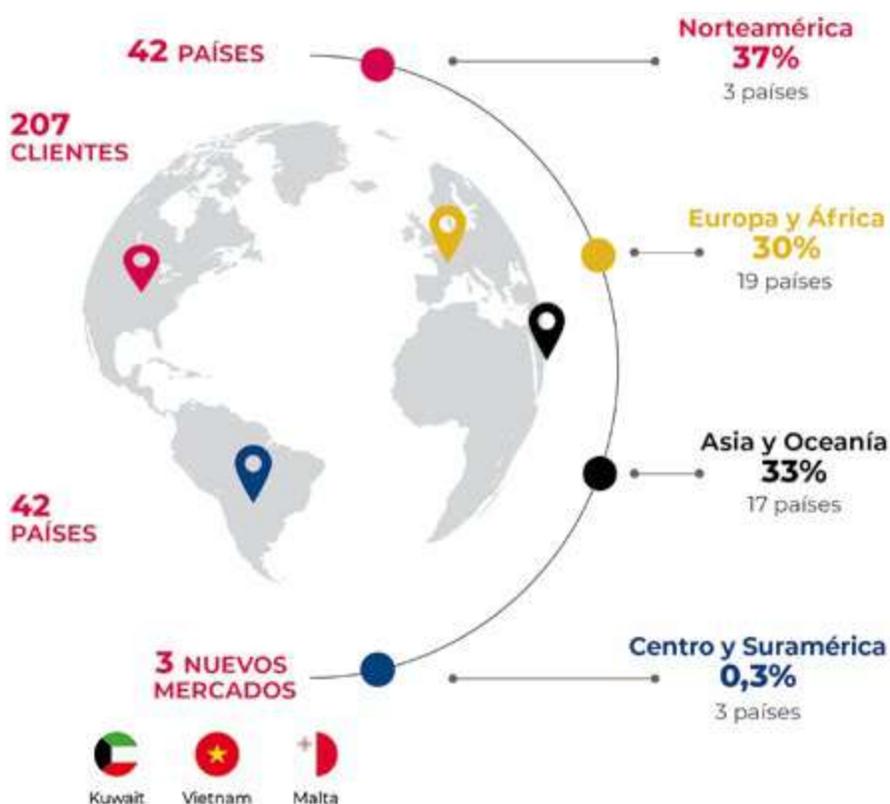
197.587 fincas cumplen al menos un estándar de sostenibilidad

La FNC facilitó la certificación y/o verificación de **197.587 fincas de café con al menos un estándar de sostenibilidad**, para beneficio de **170.993 caficultores¹**. Su comercialización representó primas y reliquidaciones por **\$55.978 millones** en 2022.

60 clientes nuevos y 3 mercados más, para un total de 42 destinos

De la mano de las oficinas en el exterior, la Gerencia Comercial sigue diversificando su portafolio de clientes en busca de nuevos nichos de mercado y la consolidación de relaciones con clientes recurrentes.

En 2022, se establecieron relaciones con **60 clientes nuevos** y se abrieron **3 nuevos mercados** (Kuwait, Vietnam y Malta), para un total de **42 destinos** y **207 clientes**. Esto se tradujo en la venta de 1,47 millones de sacos de 60 kg por más de **USD 585 millones, 60% más que en 2021**, en particular por 153% más ventas en Colombia y Centro y resto de Sudamérica.



Fuente: Gerencia Comercial FNC.

Para seguir profundizando la estrategia de diferenciación y mejores precios (cafés especiales), se han realizado y se ha participado en diferentes eventos con miras a construir confianza y relaciones de largo plazo para concretar negocios y proyectos que beneficien a los caficultores.

¹ Cifra depurada (duplicidad) con respecto a lo reportado en el informe al congreso cafetero pues una finca o un caficultor puede tener más de un sello de sostenibilidad.

JAPÓN

Recepción conmemorativa **aniversario 60 años FNC Tokio.**

Lanzamiento programa de **café de mujeres** colombianas.

Colombia Fair en Muji Ginza. **Día de la Independencia.**

CHINA

La cadena de café más grande de China "Luckin Coffee" con alrededor de 6.000 tiendas, lanzó una **edición especial de producto SOE con el café colombiano** de la finca El Paraíso de Cauca.

Patrocinio y acompañamiento a los **campeonatos nacionales de baristas y de tostadores.**

EUROPA

Helsinki Coffee Festival - Panel de sostenibilidad en Colombia

Resaltó la importancia de la prosperidad para los caficultores y el interés por seguir desarrollando programas de sostenibilidad social, ambiental y económica de las comunidades cafeteras colombianas.

World of Coffee

Participación en la agenda académica y reunión con aliados actuales y potenciales.

Día de Colombia en la Academia del Café Espresso - Día de la Independencia.



Trazabilidad con cadena de bloques y realidad virtual

Con tecnologías como **cadena de bloques (blockchain)** e **internet de las cosas**, se desarrolló con productores de Meta y Santander un piloto de trazabilidad física y documental del café para resaltar la transparencia de los procesos a lo largo de la cadena de suministro. Y se crearon contenidos digitales, incluida realidad virtual, de 20 productores de estos departamentos para conectar al consumidor final de Juan Valdez con los productores e historias detrás de cada taza de café.



BUENCAFÉ LOGRA VENTAS HISTÓRICAS POR MÁS DE USD 210 MILLONES

Esta cifra es 26% superior a la de 2021 y fue impulsada por las ventas al detal. La fábrica exporta a 40 mercados, con 5% del mercado mundial de liofilizado.

En 2022, las ventas de Buencafé superaron los **USD 210 millones**, 26% más que en 2021, cifra nunca antes vista en los 49 años de historia de la fábrica.

De las **13.185 toneladas** vendidas, 10% corresponden a productos certificados con estándares de sostenibilidad. Como insumos, las compras alcanzaron **460.000 sacos** de café verde.

Estos resultados se dieron en un contexto mundial desafiante dada la escasez de materiales de empaque y el represamiento en las cadenas de suministro, que retrasó barcos y contenedores. No obstante, se despacharon **1.863 contenedores** con productos de la fábrica.

La estrategia de impulsar los productos de mayor valor agregado, particularmente al detal, se reflejó en un crecimiento de 27% por volumen en comparación con el año anterior en este segmento de productos.

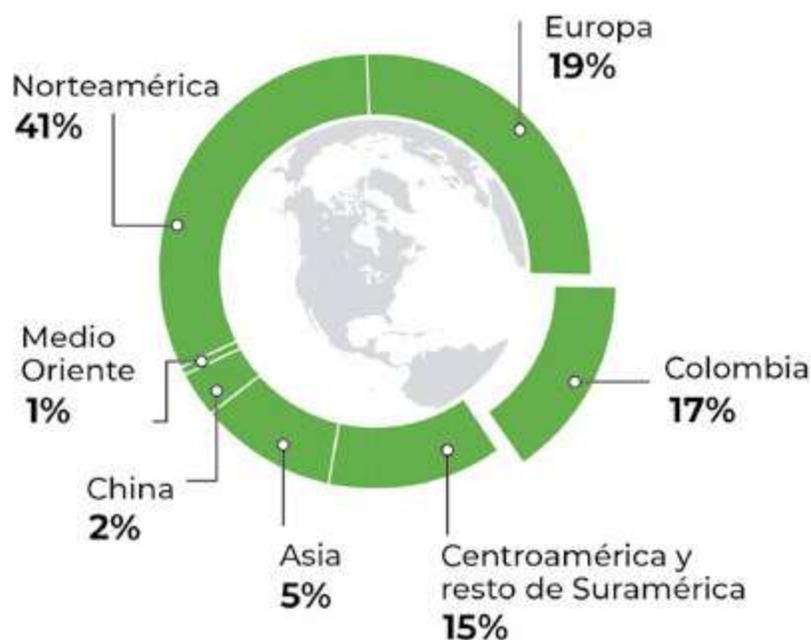


Relevancia en un mundo nuevo

En 2022, Buencafé exportó sus productos a **40 mercados**, donde posicionó el logo de origen 100% Café de Colombia en 98.5% de las ventas al detal, y afianzó su 5% de participación en el mercado mundial de liofilizado.

Del total de las ventas por ingresos, 41% fueron en Norteamérica; 19% en Europa; 17% en Colombia; 15% en Centro y resto de Suramérica, 5% en Asia, 2% en China y 1% en Medio Oriente.

Distribución del mercado mundial de Buencafé Liofilizado de Colombia



Fuente: Buencafé.

Los mercados de liofilizado que más crecieron en ingresos, con **USD 30 millones** facturados, frente a 2021 fueron Norteamérica (con presencia en más de 51.000 puntos de venta) y Colombia.

Por un valor de **USD 6,8 millones**, las 1.000 toneladas vendidas de extracto de café congelado representaron un aumento de 106% en volumen vs. el año anterior.

Buencafé concretó la primera venta de aceite de café, un producto versátil, a Europa, y la primera de tostado y molido con marca de un tercero a Arabia Saudita (en conjunto con Almacafé). Y también se lanzó la plataforma de venta en línea Buencafé Market (B2B) para atender a clientes industriales en Colombia.

Con **USD 25,7 millones**, las ventas de la marca Buendía en Colombia y Ecuador crecieron 22% frente a 2021 (tanto en volumen como en ingresos).

Reconocidos por Monde Selection y nuevos productos

En 2022 fueron premiados nuevos productos. De los siete enviados, todos recibieron el reconocimiento Monde Selection, que acredita la calidad y el buen sabor. Y el portafolio de productos es más diverso, como con Buendía Latte o Cold Brew liofilizado, que desafían las formas tradicionales de consumo de café.



Mayor capacidad de empaque

Con inversiones en infraestructura, este año Buencafé aumentó 35% la capacidad instalada de empaque en frascos, 150% de empaque en latas y 55% de empaque en Doypack.

Consciente del cambio climático, Buencafé busca un uso eficiente de energía, aprovechar al máximo los recursos, minimizar impactos y promover la economía circular.



Sostenibilidad económica y social

Buencafé entrega el 100% de sus utilidades para beneficio de las 542.000 familias caficultoras, y genera unos 1.000 empleos (430 directos y 570 indirectos).

En alianza con el Sena, este año lanzó el programa Academia Buencafé de orientación socio-ocupacional, con formación complementaria y técnico en manufactura, dirigido a más de 1.000 jóvenes de los últimos grados de 8 colegios oficiales de Chinchiná, Caldas, que busca prepararlos para empleos en plantas industriales.

INGRESOS DE PROCAFECOL CRECEN 52% A \$554.355 MILLONES

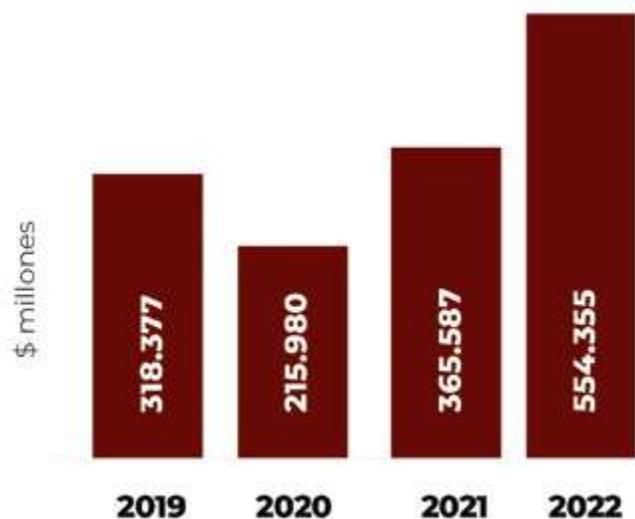


Este año fue de recuperación y crecimiento. Tras un 2020 de pandemia y un 2021 de incertidumbre, 2022 fue un año récord para la empresa

Con cifras preliminares, Procafecol registró ingresos operacionales (incluyendo ventas y otros) por **\$554.355 millones**, 52% más que en 2021; las ventas fueron 24% superiores a lo planeado.

Las regalías transferidas al Fondo Nacional del Café (FoNC) superaron los **\$24.000 millones**, y los **\$170.000 millones** desde su creación.

Ingresos operacionales



Fuente: Procafecol.

Algunos retos este año fueron la depreciación de la moneda, que afectó el costo de ventas y de las principales materias primas, incluido el café. Hubo escasez de vidrio, y persistieron problemas de transporte que dificultaron las exportaciones e importaciones. Aun así, la compañía mejoró su rentabilidad, con una cifra récord de Ebitda, mediante eficiencias en otros gastos.

Tiendas en Colombia

En 2022, el canal de tiendas acumuló ventas por **\$310.572 millones**, que representan 57% de las ventas totales, 41% más que en 2021 y 14% más de lo planeado.

Se abrieron 25 tiendas nuevas, además de remodelaciones y reubicaciones estratégicas, para alcanzar **357 tiendas en Colombia** (293 propias y 64 franquiciadas).

Consumo masivo (canal moderno)

El canal moderno registró ventas por **\$81.547 millones**, 60% más frente al año anterior y 45% por encima de lo presupuestado; este canal representa 15% de las ventas de la compañía, gracias a más clientes entre supermercados y grandes superficies, y más productos codificados por cliente.

Consumo masivo (canal tradicional)

Creado en abril de 2021, en 2022 este canal vendió **\$26.989 millones**, 141% más que el año anterior y 39% más sobre lo planeado, y aporta 5% de las ventas de la compañía gracias a una excelente ejecución en punto de venta, mayor distribución y mayor cobertura. Ha permitido llegar a más de 100.000 tiendas de barrio con el café Juan Valdez.

Canal institucional

El canal institucional acumuló ventas por **\$18.132 millones**, 88% más frente a 2021 y 32% más sobre lo planeado, y representa 3% de las ventas totales. El crecimiento se ha dado por nuevos clientes y profundización en clientes existentes, como WeWork, Mr Bono y Levapan.

Mercado internacional

El canal internacional de nuevo mostró resultados históricos, con ventas por **USD 24,3 millones**, 38% más que en 2021 y 21% más sobre lo presupuestado, y aporta 19% de las ventas de la compañía. En este mercado, todos los canales apalancan el crecimiento, tanto consumo masivo como tiendas e institucional.

Abarcando todos los continentes, países ya consolidados como Chile, Estados Unidos y Ecuador siguen creciendo, y se llegó a nuevos como Argentina, Qatar, Turquía y Emiratos Árabes Unidos.

Acciones relevantes

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

Jóvenes Cafeteros: Con una campaña en medios, se lanzó el producto Jóvenes Cafeteros, que busca impulsar el relevo generacional con productores jóvenes.

Innovación de productos: Con la innovación como constante, hubo temporadas en tiendas como Sabores de Colombia o Sabores Vitales, que ofrecen al consumidor diversidad y tendencias saludables. Se sellaron alianzas con marcas como Alpina y Popsy, y hubo promociones como Encanto, la película de Disney.

Por primera vez, se lanzó un café empacado con 100% de trazabilidad, **“Trazando la ruta del café”**, que muestra la historia completa desde su cultivo y la de quienes lo producen.



VENTAS DE ALMACAFÉ A CLIENTES DISTINTOS A LA FNC CRECEN 32% A \$41.024 MILLONES

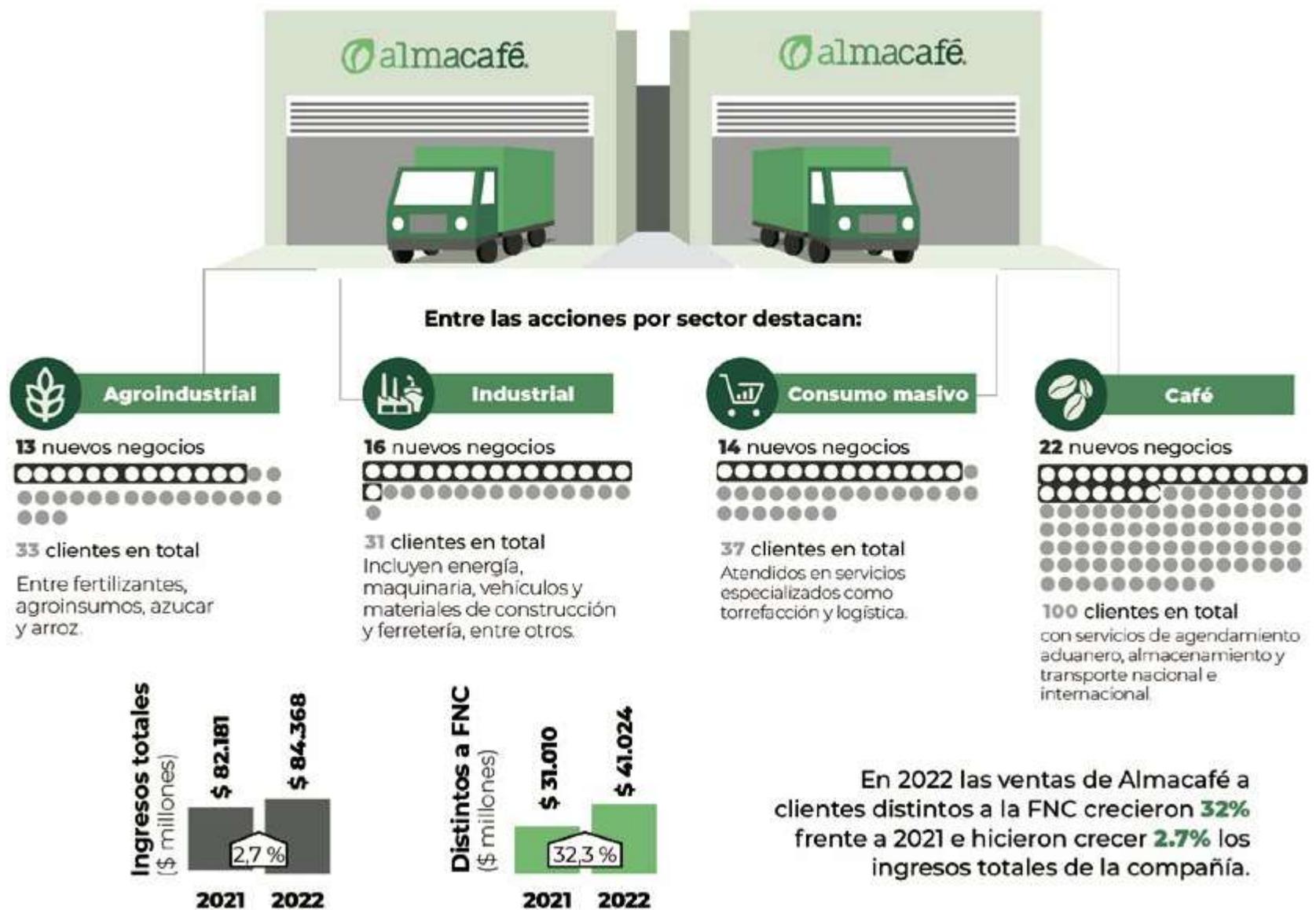
La diversificación a sectores conexos al café como industria, agroindustria y consumo masivo, y el posicionamiento de la marca como primer operador logístico 4PL en Colombia soportan los buenos resultados. Los ingresos en clientes distintos a FNC se han duplicado en los últimos 5 años.

Almacafé agrega valor a la FNC al apoyar logísticamente su operación comercial, garantizar la calidad del café y aportar utilidades vía dividendos.

En 2022 obtuvo ingresos por **\$84.368 millones**, de los cuales **\$43.344 millones** provinieron de

la FNC y **\$41.024 millones** de otros clientes.

El hito más importante en los últimos años ha sido la implementación y fortalecimiento de su estrategia comercial, que genera valor a los clientes y busca nuevos negocios, con los siguientes avances este año:



En línea con la estrategia de valor de Almacafé, los siguientes aspectos representativos marcaron este año:

Alianzas comerciales: Continúa el trabajo de complementar el portafolio de servicios como operador logístico con empresas aliadas que permitan la integralidad en la cadena de suministro. Este rubro alcanza un ingreso de **\$829 millones** sin costos directos asociados.

App móvil Almacafé: En septiembre se lanzó la app de Almacafé para dispositivos móviles, en su primera fase con el servicio de agenciamiento aduanero para exportaciones, que brinda a los clientes información de sus operaciones.

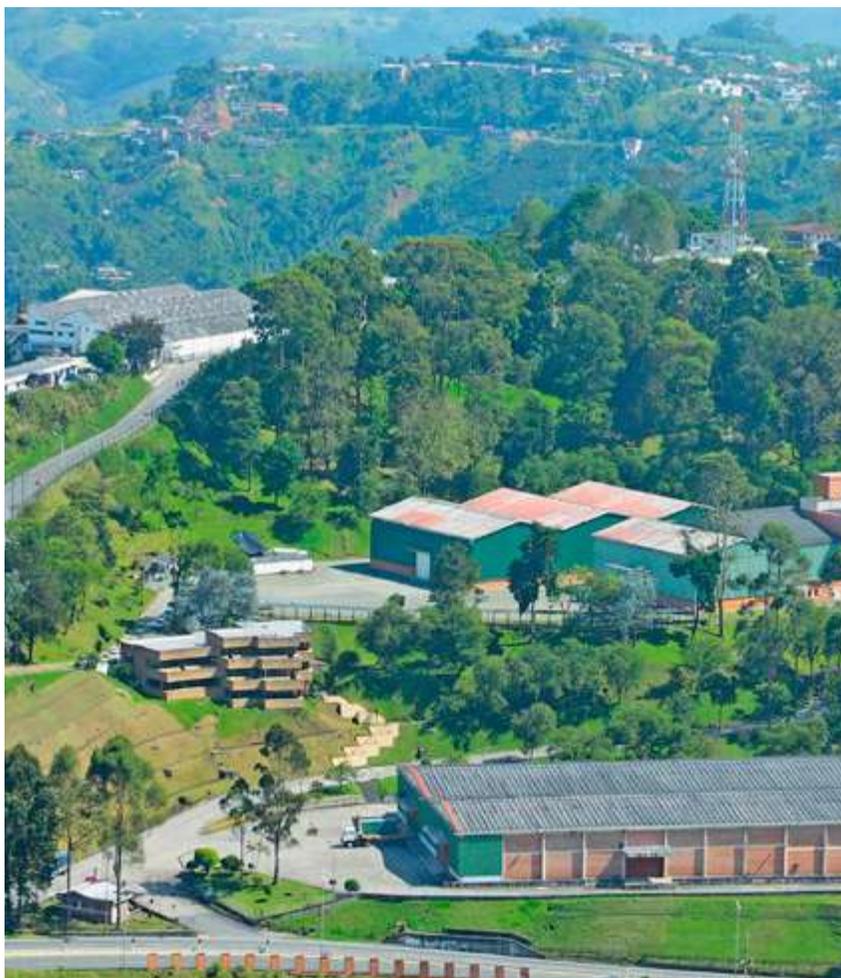
Laboratorio de agroquímicos y ocratoxinas: Con el laboratorio de análisis químico especializado en residuos de agroquímicos se trabaja en la acreditación para atender a clientes que requieren esta certificación de café de exportación y evaluación de muestras en el mercado nacional.

Sostenibilidad

Sello de no discriminación: En mayo se recibe el “Sello de no discriminación”, que ratifica el compromiso y trabajo para prevenir y eliminar cualquier tipo o forma de discriminación directa o indirecta.

Homologación de esquemas 4C y RF: Para los esquemas de certificación de cafés sostenibles 4C y Rainforest, en los que Almacafé participa como proveedor de la FNC, se homologaron los principios asociados a equidad de género, trabajo forzoso, no discriminación, no violencia y no acoso en el trabajo.

Cambio climático: Con miras a la carbono-neutralidad, se fortaleció la medición de la huella de carbono corporativa con apoyo de un certificador internacional, sensibilizando y profundizando en materia de Gestores de Gases Efecto Invernadero.



PROMOCIÓN CONSOLIDA A CAFÉ DE COLOMBIA COMO UNA MARCA ACTIVA Y VISIBLE

GRI 102-6
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3

La marca participó en reconocidos eventos en el mundo y en el territorio nacional, con espacios que dan visibilidad a la marca y generan plataformas comerciales para exportadores de café colombiano.

El mejor café del mundo en ferias internacionales

En 2022, Café de Colombia participó en **9 ferias internacionales**:

-  **Expo Dubái**
22 al 26 de febrero.
-  **The Amsterdam Coffee Festival**
1 al 3 de marzo.
-  **Specialty Coffee Expo 2022, Boston**
8 al 10 de abril.
-  **Helsinki Coffee Festival**
22 al 24 de abril.
-  **Feria del Libro en Seúl**
1 al 5 de junio.
-  **World of Coffee, Milán**
23 al 25 de junio.
-  **Melbourne International Coffee Expo (MICE)**
27 al 30 de septiembre.
-  **World Specialty Coffee Japan (SCAJ)**
12 al 14 de octubre.
-  **Café Show Seúl**
23 al 26 de noviembre.



La participación en estas ferias permitió que la marca fuera visible y activa ante más de **230.397 visitantes** de la industria, así como ofrecer **22.843 tazas de café de Colombia**. Además, **89 exportadores de café colombiano** contaron con barras de degustación o peceras de catación para mostrar la diversidad de nuestro producto insignia.

Impulsando la visibilidad de la marca Café de Colombia

La participación de la marca en eventos y patrocinios nacionales le permitió ganar exposición y reconocimiento, destacando los siguientes logros:

- **“Emociones asociadas al consumo de una buena taza de café”** en la agenda académica del Congreso World Congress of Psychiatry (WPA), Cartagena, del 23 al 25 de febrero, con la participación de **300 psiquiatras del mundo**.
- **Bogotá Marcando Estilo**, el 8 de abril, donde se entregaron más de **220 tazas de café de Colombia**.
- **Talleres de catación y preparación de cafés filtrados** en el marco de la primera feria de cafés especiales en Cúcuta, del 1 al 3 de abril, donde **450 asistentes** participaron de los talleres.
- **Coffee Fest Colombia 2022**, Pereira, del 26 al 28 de agosto, donde la marca tuvo visibilidad antes **18.000 asistentes**.
- Taller **“Cómo reconocer un café 100% colombiano”**, dirigido a médicos recién egresados de la Universidad Javeriana, Bogotá, el 14 de septiembre.

• **Cafés de Colombia Expo 2022, del 5 al 8 de octubre, atrajo un récord de 20.392 visitantes**, quienes pudieron ver la oferta comercial de 111 expositores.

• **5 campeonatos regionales y 2 nacionales de barismo, 2 nacionales de catadores y 1 campeonato nacional de filtrados, que acercan los cafés especiales a los consumidores finales** y convierten a baristas, catadores y jueces en promotores de lo que hay detrás del café de Colombia.

En 2022 se continuó la alianza con ProColombia. La marca estuvo presente en **9 eventos internacionales y 3 nacionales**, para que los consumidores asocien la marca Café de Colombia a eventos que les representan valor.

Talleres de calidad de café colombiano

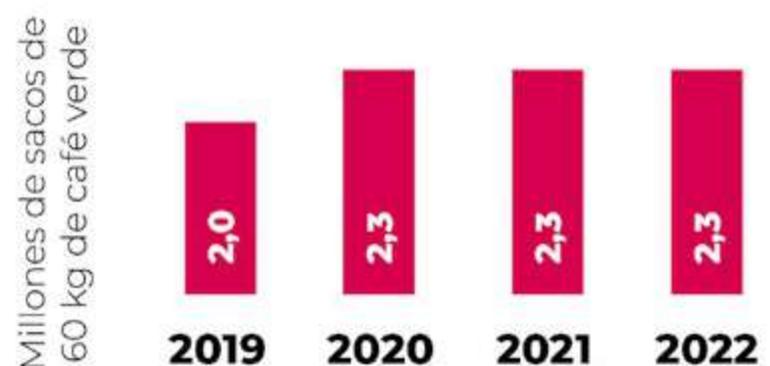
Acogiendo las recomendaciones del Congreso Nacional de Cafeteros, **la marca desarrolló 21 talleres de calidad de café con Taza Móvil**, distribuidos en varios municipios, que permitieron a **486 asistentes** aprender a identificar los principales atributos y defectos del café para fortalecer así su conocimiento dentro de la industria.

Tienda en línea comprocafedecolombia.com potencia consumo interno

En 2022 continuó el posicionamiento de la tienda en línea para incentivar la compra de café 100% colombiano y visibilizar el trabajo de calidad de las 542.000 familias caficultoras.

En 2022 se consolidó en el país un consumo interno estable de café de **2,3 millones de sacos**; las actividades y campañas desarrolladas fueron claves para llegar a nuevas audiencias.

Consumo interno de café



Fuente: Raddar - FNC.

La tienda en línea ha sido una de las iniciativas más recientes para promover el consumo de café colombiano:

Se vendieron **5.251 unidades**, 154% más con respecto al año anterior.

La plataforma cuenta con más de 50 marcas de **café 100% colombiano**.

En 2022, la tienda en línea se consolidó como uno de los canales de venta más importantes para diferentes marcas que no pueden tener canales de venta propios, dado que el único requisito es tener sello de denominación de origen. En redes sociales, @ComproCafedeColombia está presente en Instagram y Facebook para llegar a más públicos, incluidos los más jóvenes.

La tienda en línea participó por primera vez en **Cafés de Colombia Expo**, con un espacio en el stand institucional donde los asistentes podían explorar la página, conocer las marcas de café disponibles, hacer su compra y recibirla en cualquier destino a nivel nacional.



Se lanza campaña de consumo interno El Triángulo de la Calidad Café de Colombia

Muchos empaques en supermercados confunden a los consumidores y no son café 100% colombiano (de la más alta calidad). La mejor forma de cerciorarse es identificar el logo Café de Colombia.

El triángulo de la calidad Café de Colombia reúne los valores más importantes de nuestros caficultores, que son los mismos con que se identifican los colombianos: disciplina, esfuerzo, constante innovación y amor por la tierra que nos entrega el grano de características más excelsas.



Producirlo es un orgullo para los caficultores: es un proceso largo y de gran dedicación. Por eso queremos que los colombianos sepan cómo identificar esta maravillosa marca, gracias a **El Triángulo de la Calidad Café de Colombia**.

La campaña tuvo un despliegue mediático nacional: comerciales en televisión, cuñas, pauta en redes sociales y medios digitales, influencers, prensa y artículos de relaciones públicas. En 2022 se lograron más de 3,5 millones de interacciones en los contenidos de redes sociales de la marca, incluidos Me gusta, comentarios y clics hacia realacademiadelcafe.com



Real Academia del Café estrena Módulo 0

Como parte de la campaña El Triángulo de la Calidad, la marca lanzó un nuevo módulo en **realacademiadelcafe.com** 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.

En 2022 la plataforma alcanzó más de 830.000 sesiones de consumidores que aprendieron cómo identificar el café 100% colombiano y recibieron sus certificados como embajadores del producto insignia del país.

Programa 100% Café de Colombia crece

Cada año son más las marcas en el mundo que usan el logo Café de Colombia como respaldo de origen y calidad de sus cafés. En 2022, el número de licenciarios del programa creció a 261 vs. 248 en 2021, y el de marcas autorizadas para usar el logo Café de Colombia creció a 859, 9% más frente a las 791 marcas de 2021.

Este crecimiento del Programa 100% Café de Colombia se debe a dos factores: 1. La capacitación a productores y miembros de la cadena sobre la importancia de diferenciar comercialmente su café por medio del origen y calidad. 2. Una campaña de consumo interno que ha invitado a los consumidores a buscar el **Triángulo de la Calidad del Café de Colombia** para asegurar que están comprando un café 100% colombiano.

Programa 100% Café de Colombia



Fuente: FNC.

La marca gana premio en Suiza

Café de Colombia y su campaña de 2021 “Colombiano que se respete toma café 100% colombiano” resultaron ganadores del oro en la categoría de Efectividad de Valores Académicos de los Luum Awards, entregados en Suiza. La campaña invitó a los consumidores a inscribirse en la realacademiadelcafe.com para aprender y convertirse en conocedores del café 100% colombiano.

Retos para 2023

- La marca Café de Colombia quiere dar a conocer en los diferentes eventos alrededor del mundo cómo el origen Colombia es el proveedor de cafés de mayor calidad y resaltar su labor sostenible, que procura que la caficultura sea un negocio rentable que contribuya al desarrollo económico y social de las **542.000 familias** cafeteras colombianas, cuidando el planeta.
- Desarrollar acciones y campañas** para posicionar la tienda virtual www.comprocafedecolombia.com como la plataforma de venta más confiable en asegurar que el café que adquieren los consumidores es 100% colombiano.
- Potenciar el mensaje** sobre la importancia de consumir café 100% colombiano mediante la plataforma de aprendizaje en línea realacademiadelcafe.com y nuestras redes sociales, y seguir en el posicionamiento y diferenciación del Triángulo de la Calidad.
- Continuar promocionando** el programa 100% Café de Colombia para incrementar el número de marcas autorizadas para usar la denominación de origen, indicación geográfica protegida y el logo Café de Colombia.

1.220.000 ATENCIONES A CAFICULTORES POR EL SERVICIO DE EXTENSIÓN

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

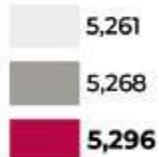
En 2022, el Servicio de Extensión brindó 1.220.001 atenciones a caficultores con métodos individuales y grupales, 4% más que los 1.153.000 de 2021.



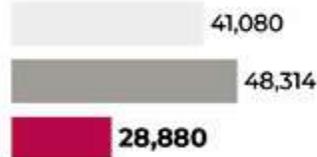
INDICADORES DE 'MÁS AGRONOMÍA, MÁS PRODUCTIVIDAD, MÁS CALIDAD'

2020 2021 2022

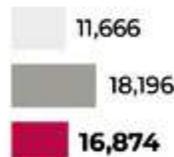
Densidad de siembra
Árboles/ha



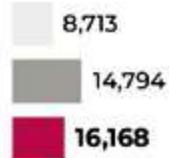
Renovación por zoca
Ha



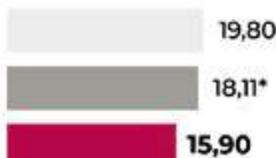
Renovación por siembra
Ha



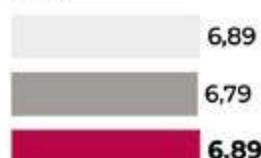
Nuevas siembras
Ha



Productividad
Sacos de café verde por Ha



Edad de los cafetales
Años



*Cifra ajustada vs. IG 2021.

Variedades resistentes
% del área total en café



A pesar del fenómeno de La Niña que afectó la caficultura en los últimos años, desde 2015 Colombia ha mantenido una producción promedio de **13,6 millones de sacos de café al año**, con una productividad promedio de 18,6 sacos de 60 kg de café verde por hectárea.

PRODUCTIVIDAD DE LA CAFICULTURA EN COLOMBIA

Sacos 60kg de café verde/ ha



El Programa de Gestión Empresarial se enfocó nuevamente en sus 2 componentes:

Capacitación grupal en manejo administrativo de la finca, para lo cual el Servicio de Extensión conformó más de 2.000 grupos de caficultores interesados y ofreció tres niveles de formación según su grado de conocimiento en estos temas.

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

Con 5,296 árboles/ha, densidad de siembra es la más alta de la historia

86% del área cafetera está sembrada con variedades resistentes, también porcentaje récord, gracias a la estrategia 'Más agronomía, más productividad, más calidad'.

Superada la pandemia de covid-19, el Servicio de Extensión retomó de forma presencial sus actividades de capacitación, asesoría y asistencia técnica a los caficultores, enfocándose en divulgar e impulsar la adopción de las prácticas definidas en la estrategia **“Más agronomía, más productividad, más calidad”**.

La eficaz adopción por parte de los caficultores de las 8 prácticas agronómicas en sus sistemas de producción y de las 7 labores del beneficio del café ha mejorado la productividad y calidad del grano.

8 PRÁCTICAS AGRONÓMICAS DEL CAFÉ

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



7 LABORES DEL BENEFICIO DEL CAFÉ

- 1. Asegurar** la calidad de la recolección del café.
- 2. Procesar** separadamente cada tanda de café.
- 3. Retirar** frutos y granos de inferior calidad.
- 4. Mantener** limpios y calibrados los equipos.
- 5. Monitorear** la fermentación con Fermaestro®.
- 6. Retirar** completamente el mucílago.
- 7. Obtener** y mantener el café pergamino seco (cps) a una humedad de entre 10 y 12%.

La implementación de estas prácticas ha arrojado resultados importantes:



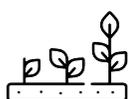
86%

del área está sembrada con **variedades resistentes a la roya.**



La densidad

de siembra es la más alta en la **historia cafetera del país.**



6,89 años

Edad promedio de árboles. Esto significa **tener una caficultura joven.**



El estado fitosanitario

fortalecido con sondeos en campo, **se mantiene sin riesgos de daño económico.**

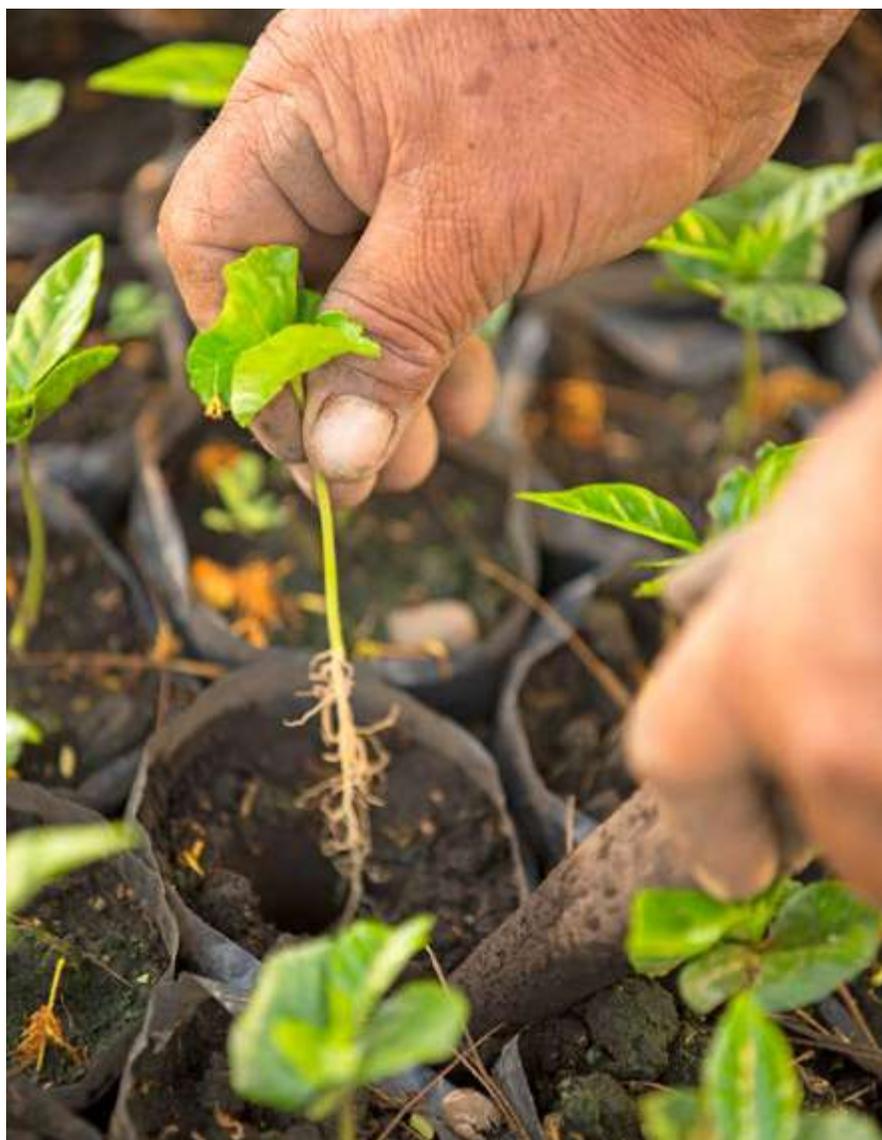
Aunque en 2022 no hubo programa de renovación, destaca el esfuerzo de los caficultores para dar continuidad a esta práctica, fundamental para mantener la productividad. En el año se reportaron la **renovación y nuevas siembras de 62.000 hectáreas.**

Retos a futuro y metas asociadas

Lograr **90%** del área cultivada en variedades resistentes, edad promedio inferior a **6,5 años**, densidad de siembra superior a **5.500** árboles/ha y tasas de renovación anual cercanas a **20%** del área cafetera (promoviendo el establecimiento de un mayor número de lotes por finca).

Con esto se espera que la productividad promedio alcance **22 sacos** de café verde por hectárea, con volúmenes de cosecha estables de entre **14 y 14,5 millones** de sacos de café verde al año.

Se requiere fomentar un mayor uso y aplicación del análisis de suelos como herramienta clave para la adecuada nutrición, y difundir los componentes de cosecha asistida de café: recolección manual selectiva con lonas en el suelo y uso de la derribadora selectiva.



CENICAFÉ HACE POSIBLE UNA CAFICULTURA RESILIENTE A LA VARIABILIDAD CLIMÁTICA

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 203-1

Se logró mitigar los efectos en productividad, sanidad de cafetales y calidad del grano de una de las temporadas de lluvias más prolongadas y severas que ha traído el fenómeno de La Niña en los últimos 20 años.

El logro de seguir siendo competitivos ante condiciones climáticas extremas se basa en el sólido soporte científico del mayor cambio técnico de la caficultura colombiana en años recientes: **la liberación de las variedades mejoradas Cenicafé 1 y Castillo® zonales.**

Como culminación de un trabajo único en la industria global, estas variedades son un hito al ser desarrollos financiados enteramente por los propios caficultores, ser un esfuerzo de investigación de largo plazo y articularse con un sistema de producción de semilla certificada que facilita la transferencia masiva de la tecnología.

Esta resiliencia de nuestra caficultura ante la variabilidad climática se ha construido mediante la adopción de las prácticas clave de la estrategia **“Más agronomía, más productividad, más calidad”**, que han amortiguado las posibles alteraciones en productividad y consolidado la sostenibilidad ambiental al tiempo que se adaptan a las condiciones cambiantes del consumo mundial de café.

Otros resultados importantes de la investigación científica y tecnológica son:

1

Actualización permanente a los caficultores sobre las condiciones climáticas de sus zonas y sobre las prácticas agronómicas que reducen los efectos negativos de más lluvias, menores temperaturas y bajo brillo solar gracias al monitoreo del fenómeno de La Niña en los últimos 27 meses, tanto en la Red Climática Cafetera como con el IDEAM y el Instituto Internacional de Investigaciones para el Clima y la Sociedad (IRI) a nivel internacional.

2

Fortalecimiento de la resistencia a la roya con la **entrega a los comités departamentales de 98,4 toneladas de semilla de variedades mejoradas**, de las cuales 60% fueron Cenicafé 1 y el resto Castillo® general y zonales.

3

Recomposición de las variedades Cenicafé 1 y Castillo® zonales al adicionar 12 nuevas líneas que cumplen con las condiciones de excelente calidad en taza, resistencia a la roya, alta productividad y adaptación de la caficultura al medioambiente.

4

Identificación de opciones tecnológicas para un **mejor manejo integrado de arvenses** que compiten con el café, gracias al uso de equipos eléctricos y reguladores de presión, así como con alternativas de control químico que disminuyan la dosis de glifosato hasta en 50%.

5

Caracterización de la biomasa de plantas leguminosas establecidas entre los surcos del café

como fuentes suficientes de nitrógeno y potasio en el primer año de levante del cultivo.

6

Exploración de nuevos productos para el control químico de la roya y la enfermedad de la cereza del cafeto (CBD) dadas las condiciones de comercialización del Pacto Verde Europeo sobre límites máximos de residualidad y clasificación de peligrosidad de agroquímicos.

7

Validación de altas productividades de Cenicafé 1 bajo condiciones climáticas de La Niña en experimentos de

densidades de siembra con 9.426 y 10.412 plantas/ha, con producciones de 1.137 y 1.249 arrobas de cps por ciclo, respectivamente.

8

Desarrollo de pecheros que, además de separar los frutos verdes en el despulpado mediante compuertas basculantes, duplican la cantidad de café procesado por hora en las despulpadoras y, con un diseño modular, pueden escalarse a diversos volúmenes de producción.

9

Determinación de la **calidad del café producido en los ecotopos cafeteros**, con una

proporción de muestras sin defectos sensoriales de 74% y un promedio de puntaje SCA de 81,4. Detección de defectos mediante un modelo validado para la espectroscopia del infrarrojo cercano (NIRS), con porcentajes de acierto de 83,5% en café almendra verde y 93,5% en cps.

10

Entrega de diversos productos de investigación al Servicio de Extensión para incentivar el cambio técnico entre los caficultores enfocado en los ocho principios de la estrategia “Más agronomía, más productividad, más calidad”.



FNC MANTIENE LIDERAZGO DE INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL EN COLOMBIA



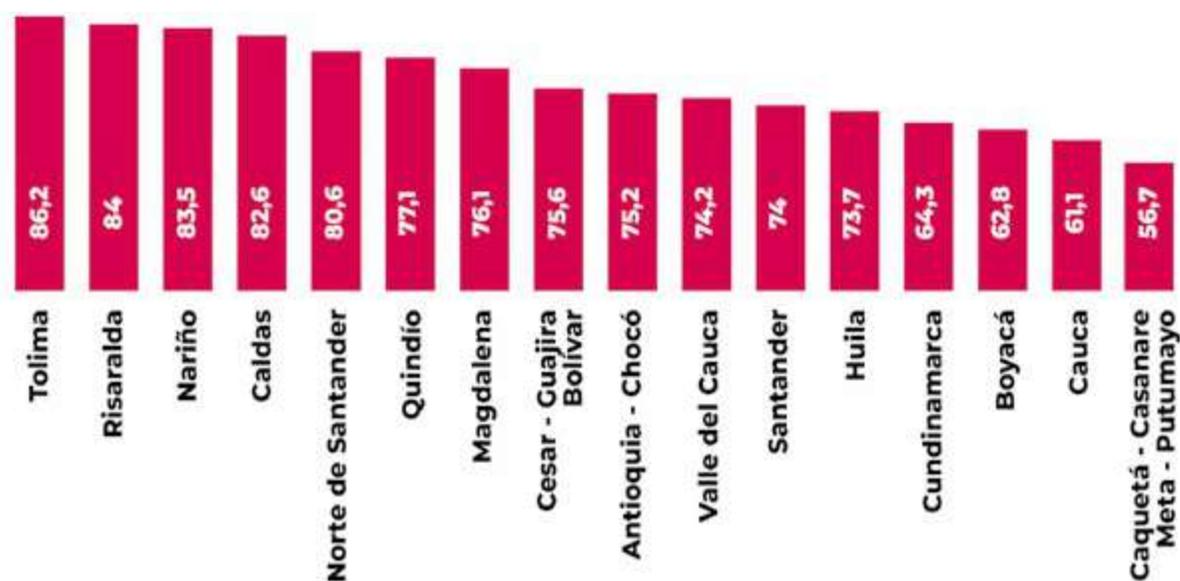
74% de los caficultores tiene Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente, con más de 386.000 bancarizados al cierre de 2022 frente a 51,3% de adultos en Colombia con al menos una cuenta de ahorros activa.

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

El **74% de los caficultores tiene CCI o TCI**, mientras que, según el *Reporte de inclusión financiera 2021* de Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera, **en Colombia 51,3% de los adultos tiene al menos una cuenta de ahorros activa.**

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

% de cafeteros bancarizados (con CCI o TCI)



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

Para 2022, la tasa de uso promedio de la **CCI o TCI** fue 8%, y para elevarlo mediante el ahorro de excedentes de la venta del café, con apoyo del Banco de Bogotá y Agroinsumos del Café, se lanzó la campaña de reconocimiento 3+3.

En abril de 2023, se entregarán 2 “kits de la rentabilidad” (derribadora, botas de trabajo y provisión de fertilizantes, entre otros) entre los caficultores que, en los tres meses de cosecha, ahorden mínimo \$1.500.000 y conserven su ahorro por 3 meses más.



CAFETEROS AHORRAN \$1.229 MILLONES EN RETIROS DE OTRAS REDES GRACIAS A FNC

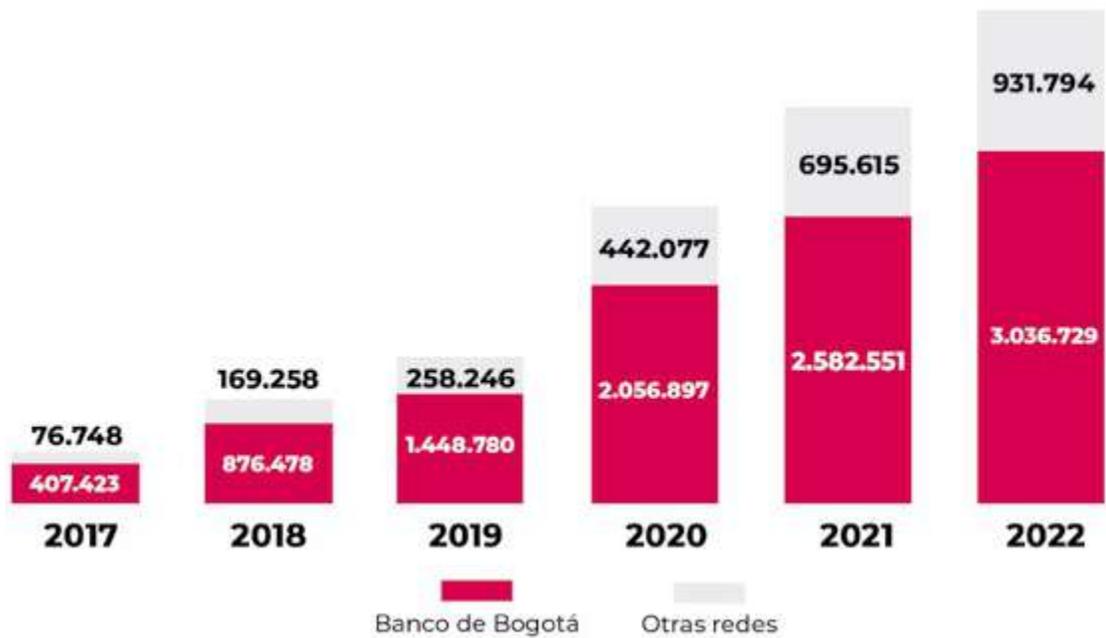
GRI 203-1

Por los beneficios gestionados, transacciones en cajeros de otras redes aumentaron 28% desde 2020.

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

Este último beneficio, que operó en principio entre marzo de 2020 y el 31 de diciembre de 2022 (se renovará a partir de 1 de enero de 2023), ha fomentado un mayor uso de los cajeros entre la población cafetera, con más de 3,9 millones de transacciones en los últimos 6 años.

Transacciones acumuladas en cajeros automáticos



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

En 2022, la exoneración de pago por retiros en cajeros de otras redes representó para los cafeteros un ahorro de **\$1.229 millones** en 236.179 transacciones.



Crece uso de canales digitales

En 2022 siguió siendo una prioridad promover el uso de los canales digitales; en esta línea y atendiendo una recomendación del congreso cafetero de 2021 sobre inclusión financiera gremial, se habilitaron las compras en línea con la CCI/TCI a través de PSE, con lo cual los caficultores pueden hacer transacciones y pagos en internet.

En cuanto al uso de la CCI/TCI en el Canal Cafetero de las cooperativas, en el año se registraron **\$60.859 millones** en compras de café y **\$2.613 millones** en dispensaciones de efectivo.

Compras de café y dispensación de efectivo



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

Desde 2015, las tarifas preferenciales de la CCI/TCI se han traducido en ahorros por cerca de **\$336.000 millones** para los caficultores y la institucionalidad.

79.948 CRÉDITOS FINAGRO A PRODUCTORES POR MÁS DE \$1,76 BILLONES

GRI 102-6
GRI 102-7
GRI 203-1

Es el mayor monto en ocho años para financiar actividades clave de la caficultura con recursos del Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro).

En 2022 se otorgaron **79.948 créditos Finagro** a productores por más de **\$1,76 billones**, el monto más alto en los últimos 8 años. Esta colocación incluye todos los bancos, la cartera de redescuento y sustitutiva, y la financiación de diferentes actividades cafeteras como sostenimiento, beneficiaderos, renovación y maquinaria.



Créditos otorgados a cafeteros

Año	Créditos	Monto (\$ millones)
2015	62.535	573.136
2016	65.223	988.090
2017	71.076	1.051.163
2018	70.292	864.262
2019	57.798	919.647
2020	74.247	969.162
2021	70.070	1.433.090
2022	79.948	1.763.948

Fuente: Finagro.

De los créditos otorgados, 89,2% fueron a pequeños productores, 10% a medianos y 0,8% a grandes productores. El 65% de los créditos fue destinado a inversión.

14.374 caficultores se beneficiaron de las tasas de interés preferenciales de las Líneas Especiales de Crédito (LEC) administradas por Finagro, con importantes ahorros por subsidios a tasa de interés por **\$20.685 millones**. Los pequeños productores fueron quienes más se beneficiaron, con **97%** de los recursos, invertidos principalmente en renovación de cafetales.

La labor de los extensionistas en la estrategia “Más agronomía, más productividad, más calidad” ha sido clave para que los cafeteros presenten al Banco Agrario proyectos viables que requieran financiamiento. En 2022, se alcanzaron **18.058 créditos por \$165.684 millones**, destinados principalmente a sostenimiento, nuevas siembras y construcción de beneficiaderos.



Destino de créditos a cafeteros

Actividad	Créditos	Monto (\$ miles)	Participación
Sostenimiento	5.435	\$ 34.269.339	30,10%
Nuevas siembras	4.614	\$ 49.546.342,4	25,55%
Construcción de beneficiaderos	2.688	\$ 35.488.161,96	14,89%
Renovación de cafetales tecnificados jóvenes (< 9 años al sol/<12 años a la sombra y semisombra)	2.355	\$ 22.937.675,00	13,04%
Renovación por zoca de cafetales tecnificados jóvenes (>54 meses)	1.249	\$ 6.906.655,40	6,92%
Renovación por siembra de cafetales envejecidos (≥ 9 años al sol/≥12 años a la sombra y semisombra)	850	\$ 8.283.947,10	4,71%
Maquinaria y equipo	797	\$ 7.834.065,29	4,41%
Maíz amarillo	41	\$ 161.612,00	0,23%
Frijol	18	\$ 203.750,80	0,10%
Maíz blanco	11	\$ 52.751,90	0,06%
TOTAL	18.058	\$ 165.684.301,06	100%

Fuente: Gerencia Técnica FNC.

CARTERA CAFETERA DEL BANCO AGRARIO CRECE 11,5%, A MÁS DE \$1,6 BILLONES

El trabajo articulado con la FNC, con apoyo del Servicio de Extensión, garantiza condiciones crediticias acordes al ciclo productivo. La cartera vencida se redujo a 4,1%

En 2022, el Banco Agrario y la FNC siguieron trabajando de la mano para garantizar el acceso de los cafeteros a créditos que se adapten a sus necesidades y contexto específico.

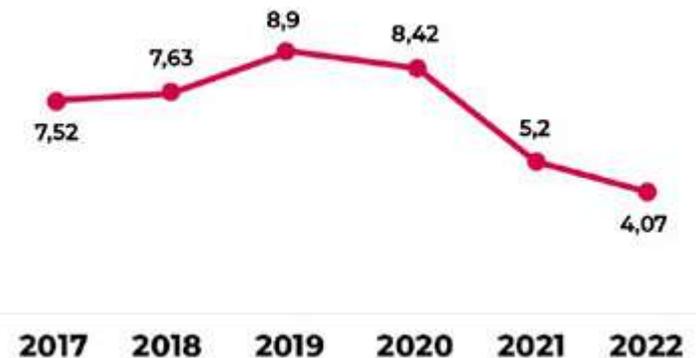
El éxito de esta alianza ha permitido garantizar que las condiciones de los créditos sean acordes al ciclo productivo del cultivo y al comportamiento financiero de los productores en términos de ahorro, inversión y pago de obligaciones. El apoyo del Servicio de Extensión ha sido fundamental para coordinar el proceso.

Como resultado de esta gestión, destaca el crecimiento en **cartera total**, que superó los **\$1,6 billones**, y la reducción de la **cartera vencida** a **4,1%**, la mejor en 6 años.

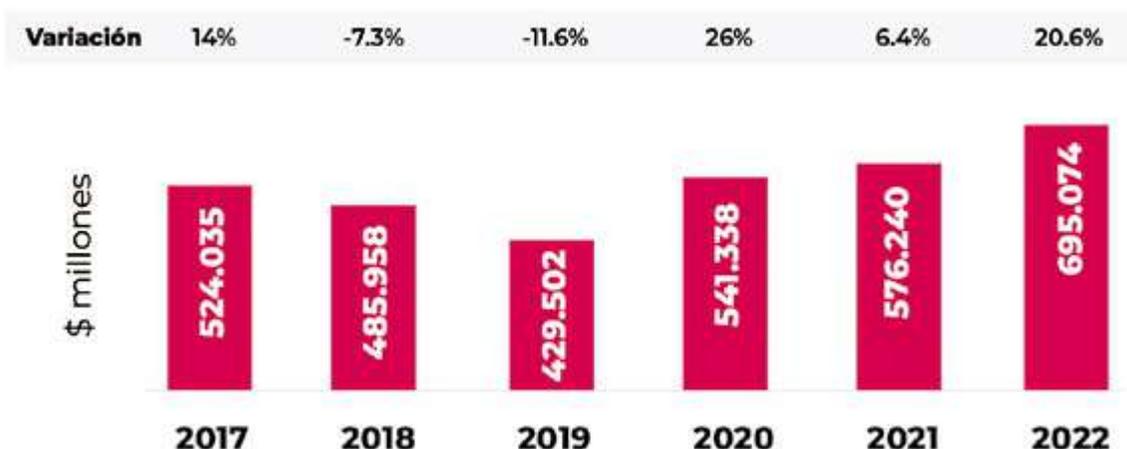
Cartera total



Índice de cartera vencida (%)



Desembolsos



Recursos Finagro (2022)

Participación en número de desembolsos:

98%

Participación en recursos totales:

94%

Fuente: Banco Agrario de Colombia.



2

Fomentando el desarrollo **integral de las familias** y comunidades cafeteras

FNC PRESENTA LÍNEA DE CAFÉ DE MUJERES AL MERCADO INTERNACIONAL

Empoderando a través de la pasión por el grano, esta línea resalta los grandes aportes femeninos a la cadena de valor.

- GRI 102-6
- GRI 102-7
- GRI 103-1
- GRI 103-2
- GRI 103-3
- GRI 203-1
- GRI 404-2

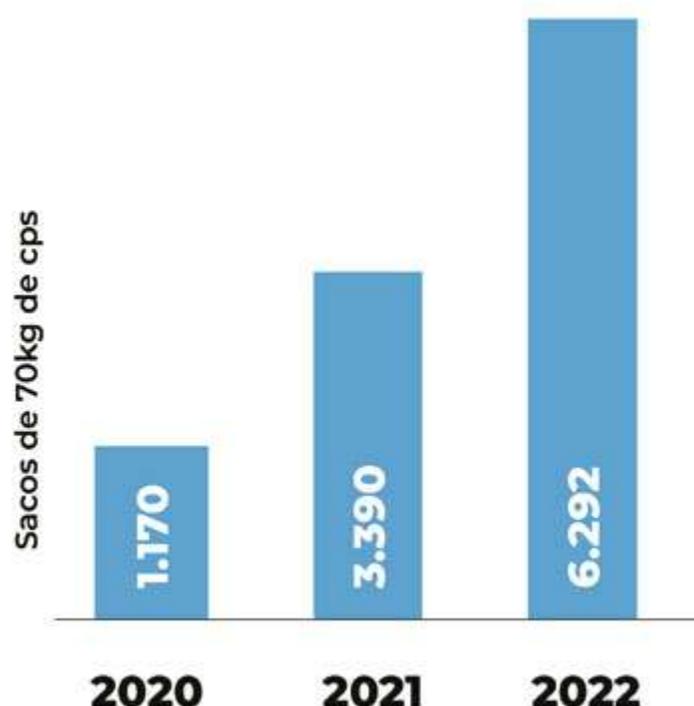
Con la asistencia del presidente de la República, la vicepresidenta y lideresas gremiales, el 17 de mayo de 2022 se lanzó internacionalmente la línea de café de mujeres colombianas, evento que conectó en línea a 14 embajadas y clientes alrededor del mundo para resaltar que al adquirirlo se aporta al bienestar de más familias y a la sostenibilidad de la caficultura.

Esta línea de café producido por mujeres se había lanzado en diciembre de 2021, en el marco del Congreso Nacional de Cafeteros, pero en mayo de 2022 se presentó a escala global.

Desde hace varios años, la FNC ha impulsado la producción de café de mujeres, y en 2022 estas ventas superaron en 85,6% las de 2021.

Su promoción ha ayudado a visibilizar el papel de las mujeres como miembros activos de la cadena de valor del grano y ha abierto las puertas a la venta no solo de café verde, sino tostado y liofilizado.

Venta de café de mujeres



Fuente: Gerencia Comercial.

Eje social fortalece liderazgo femenino, cerrando brecha de equidad en los comités

La participación femenina en las instancias de toma de decisiones del gremio ha aumentado sostenidamente en los pasados 8 años.

Con encuentros en 19 departamentos que reunieron a 1.015 mujeres, la Dirección de Desarrollo Social organizó talleres para motivar la participación en las elecciones cafeteras.

Se presentaron 4.389 candidatas a comités municipales y 70 a departamentales, un aumento importante con respecto a elecciones anteriores. Y la representación femenina aumentó a 28% en los comités municipales y a 22% en los departamentales, con más de 1.300 mujeres elegidas.

3 cursos virtuales gratuitos de microaprendizaje para familias cafeteras

Para ofrecer a las familias cafeteras cursos de capacitación gratuitos y desarrollar habilidades que les permitan mejorar su bienestar, Desarrollo Social diseñó tres cursos virtuales bajo la modalidad de microaprendizaje (*microlearning*), es decir, formación comprimida en pequeñas cápsulas por medio de WhatsApp y Google Meet, enfocándose en temas de liderazgo, manejo de las finanzas personales, y seguridad y salud en el trabajo.

El uso de WhatsApp amplía la cobertura efectiva a bajo costo, pues

la mayoría de caficultores no tiene acceso a computador o señal de internet permanente en sus fincas. Complementada con la oferta de la Fundación Manuel Mejía (FMM) y de los comités, esta oferta educativa arroja los siguientes resultados:

CURSO	MODALIDAD	DURACIÓN	GRADUADOS
LIDERA	Virtual	8 semanas - 2 horas/semana	400
Cuentas sin cuento	WhatsApp	8 semanas - 15 minutos/día	558
Mi finca, un entorno saludable y seguro	WhatsApp/Virtual	4 semanas - 15 minutos/día	1.356
	Plataforma Fundación Manuel Mejía	40 horas	

Fuente: Dirección de Desarrollo Social.

CERCA DE 17.000 FAMILIAS CAFETERAS SE BENEFICIAN DE ACCIONES DE EMPALME GENERACIONAL Y EQUIDAD DE GÉNERO

El compromiso de los comités departamentales para ampliar la cobertura de programas sociales ha sido clave.

Fruto del esfuerzo de la Dirección de Desarrollo Social, 4.667 hogares cafeteros participaron en actividades de promoción del empalme generacional, 417% más frente a las 903 familias de 2021.

También se promovió el empalme generacional directamente entre 2.103 jóvenes para fortalecer su proyecto de vida en el café.

En total, se atendieron **16,960 familias** en acciones que promueven la equidad de género

y el empalme generacional (57% más que las 10.825 atendidas en 2021), con un aumento importante (31%) en las 10,190 familias que participaron en actividades de equidad de género frente a las 7.802 mujeres y familias cafeteras de 2021.

El compromiso de los comités departamentales con la Gerencia General para elevar, en los próximos 5 años, las metas del eje social y ampliar la cobertura de programas sociales ha sido clave para estos resultados.

FAMILIAS CAFETERAS CON EQUIDAD DE GÉNERO Y EMPALME GENERACIONAL	2021	2022
Indicador global: Familias cafeteras participantes en acciones para promover la equidad de género y el empalme generacional	10.825	16.960
Familias cafeteras participantes en acciones para promover la equidad de género.	7.802	10.190
Familias cafeteras participantes en acciones para promover el empalme generacional.	903	4.667
Jóvenes cafeteros Sica participantes en acciones para promover el empalme generacional.	2.120	2.103

Fuente: Cuadro de Mando de Indicadores (CMI) FNC 2022.

Alianza estratégica con Ecopetrol mejora infraestructura en zona cafetera

La FNC y Ecopetrol firmaron un acuerdo de cooperación que beneficiará a más de 650 alumnos de 15 sedes educativas de zona rural cafetera del municipio de Yopal, Casanare, con una inversión de \$2.807 millones.

La alianza ayudará a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de estas zonas rurales y a fortalecer la presencia institucional de las oficinas coordinadoras de la FNC.



Más de 25.000 beneficiados de mejoras en vivienda, saneamiento básico y energización

Esta cifra supera los más de 14.900 beneficiados del mismo periodo de 2021.

En 2022, la FNC ejecutó **619 proyectos por más de \$108.000 millones**, enfocándose en los segmentos de mejoramiento de vías y vivienda rural.

La FNC completó **2.699 obras** de mejoramiento de vivienda, saneamiento básico (acueductos, suministros de agua, potabilización y al-

cantarillados) y energización, para beneficio de **25.194 personas**.

Construyó más de **25,6 km** de placa huella (13,5% más que en 2021), mientras que el número de kilómetros mejorados en vías rurales se redujo 52,3%, debido sobre todo al incremento de precios y escasez de materiales.

Los principales resultados a nivel nacional se detallan a continuación:

INFRAESTRUCTURA				
Segmento	Indicador	Ejecución		
		2021	2022	
Vivienda, saneamiento básico, energización	# obras mejoradas y/o construidas	2.153	2.699	
	# total de beneficiados	22.260	25.194	
Vías	m de placa-huella construidos	22.621	25.674	
	km mejorados en vías rurales	10.575	5.034	
Infraestructura social	# obras construidas o mejoradas	175	171	

Fuente: CMI 2022.

Alianzas público-privadas fortalecen programa Escuela y Café

Este año, a través de los comités departamentales, se tienen vinculadas más de 240 escuelas rurales con el programa Escuela y Café.

El programa **Escuela y Café** (o Emprender desde la Escuela) busca la formación vocacional pertinente de niños y jóvenes en las escuelas rurales para que desarrollen habilidades de competitividad y sostenibilidad, y así impulsar el empalme generacional en el sector agrícola.

El programa enseña herramientas prácticas para la administración eficiente y sostenible de la finca cafetera, fortaleciendo proyectos productivos y conocimientos tecnificados para el negocio.

Desde Desarrollo Social se impulsó la estrategia con apoyo del Comité de Cafeteros de **Caldas**, articulándose con la Gobernación,

Secretarías de Educación y actores privados, fomentando alianzas público-privadas en los departamentos cafeteros. Hoy el programa, además de Caldas como pionero y asesor, busca extenderse a otros 6 departamentos: **Huila, Tolima, Santander, Cesar-Guajira y Nariño.**

En materia educativa, se han beneficiado más de **5.524 caficultores** en programas de educación formal, educación superior y formación técnica laboral (educación para el trabajo y el desarrollo humano [ETDH] - certificado laboral), que aportan a la caficultura, y más de **21.654 familias** han sido capacitadas para el desarrollo personal y de la caficultura.

Documento de Política de Educación Cafetera, en proceso de consulta

Este año se construyó el documento de Política de Educación Cafetera para responder a la recomendación del Congreso Nacional de Cafeteros y a los lineamientos propuestos en la Cumbre de Educación Cafetera 2021.

Este documento, en proceso de consulta y ajustado con los comentarios y observaciones de diferentes actores internos de la FNC, fue presentado ante el Comité Directivo en sesión de noviembre 2022 y posteriormente en la Comisión de Desarrollo Social del Congreso Cafetero 2022. En 2023 se harán consultas a los comités departamentales, tal como quedó en la recomendación mandatoria de la comisión.

Esta política educativa será transversal a toda la institucionalidad y tiene cuatro líneas estratégicas:

EJE	CAPÍTULO
Económico	Educación para la productividad sostenible del negocio cafetero: producción y comercialización.
Social	Educación para el desarrollo humano.
Ambiental	Educación ambiental para la sostenibilidad de los sistemas de producción.
Gobernanza	Educación para el empoderamiento, el liderazgo y la participación gremial.

40 colaboradores se capacitan como formadores para fortalecer asociaciones de caficultores

La Dirección de Desarrollo Social promueve la capacitación de las asociaciones de caficultores en tres componentes: 1. administrativo y financiero, 2. formulación de proyectos, y 3. liderazgo.

Bajo el **Programa para el Fortalecimiento de Asociaciones de Caficultores**, desarrollado por la FMM, se capacita a formadores de formadores: **40 colaboradores de los comités departamentales se formarán de forma virtual** con el acompañamiento permanente, por WhatsApp, de la FMM y Oficina Central.

Estos a su vez, a partir de 2023, formarán a las asociaciones de caficultores de forma gratuita en su departamento.



"Mi finca, un entorno saludable y seguro" llega a su tercer año

En alianza con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Ministerio de Trabajo, la implementación de la estrategia **"Mi finca, un entorno saludable y seguro"** llegó a su tercer año.

Además de entregar material educativo (cartilla, rotafolio, radionovelas y señalética), un curso virtual por WhatsApp apoya a las familias cafeteras para cumplir las normas del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST).

Los resultados en 2022 fueron:



Temas	Piezas de comunicación construidas	Personas alcanzadas con la estrategia de comunicación
Seguridad y salud en el trabajo (SST)	29	18.300
Prevención del trabajo infantil	27	4.639
Covid y otros temas de salud	12	1.557
Familias cafeteras en equidad de género y empalme generacional	19	214.060
Otros	9	10.000
Total	96	248.566



En el marco del convenio con Partners of the Americas y el proyecto Colombia Avanza, continuó la promoción y sensibilización del mensaje "Heredando la cultura cafetera libre del trabajo infantil", con capacitaciones a jóvenes caficultores en liderazgo y habilidades de emprendimiento, y un concurso de cuento dirigido a niños de familias cafeteras de Huila y Tolima.

Con el apoyo de la Dirección de Comunicaciones, la radionovela "Mi finca, mi hogar y mi tesoro" completó **43 capítulos**, donde se difunden los aspectos más importantes de la prevención del trabajo infantil, seguridad y salud en el trabajo en la finca cafetera, y equidad de género.



3

Promoviendo
**el cuidado de
los recursos
naturales**

CAFICULTORES TRABAJAN POR SU SOSTENIBILIDAD SEMBRANDO MÁS DE 1 MILLÓN DE ÁRBOLES

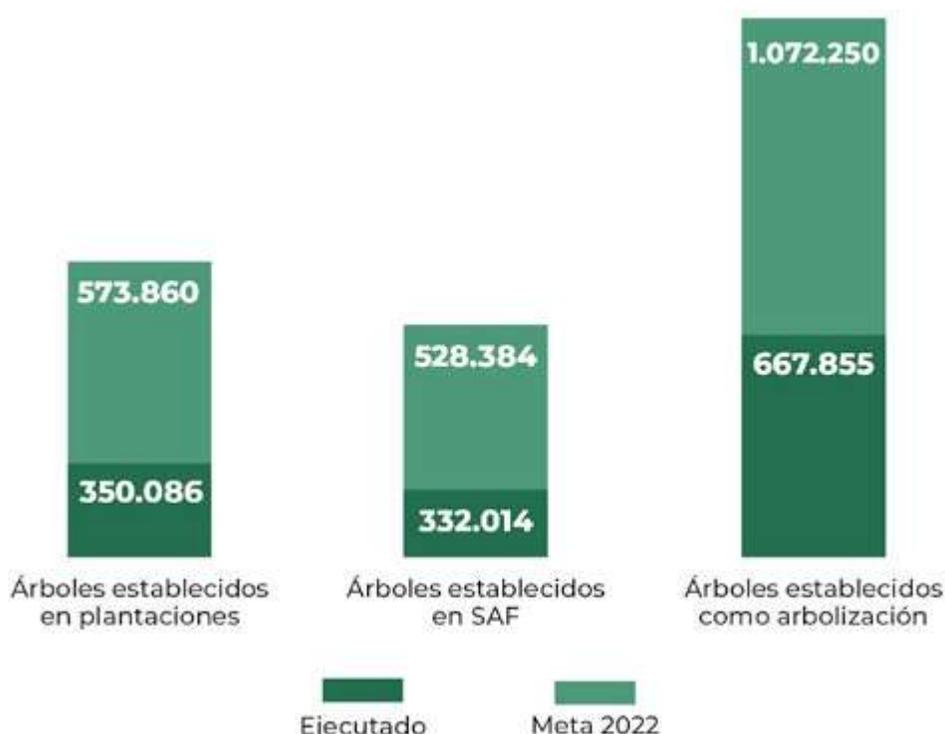
En 2022, se establecieron casi 1.350.000 árboles en sistemas forestales y agroforestales, y se sembraron ya los primeros 319.000 árboles en fincas como parte de alianza con Nestlé para sembrar 7,5 millones de árboles.



En cumplimiento de la propuesta del gerente general, en 2022 los caficultores asumieron el compromiso de sembrar al menos 1 millón de árboles con miras a lograr **una caficultura más sostenible y fortalecer la capacidad de captura de carbono** en los sistemas de producción de café.

En abril se puso en marcha la campaña **“1 millón de razones para sembrar un árbol”** y se distribuyeron 1.000 afiches promocionales entre los comités de cafeteros y aliados estratégicos a nivel regional, junto con 9 videos testimoniales y 5 comunicaciones compartidas en medios como el pódcast, *Panorama Cafetero* y *Las aventuras del profesor Yarumo*.

Los sistemas forestales y agroforestales (SAF) en las fincas son uno de los principales mecanismos para capturar más carbono y conservar la biodiversidad, todo bajo el concepto de servicios ecosistémicos en los sistemas de producción de café. En 2022, se establecieron **1.349.955 árboles** y se redoblan los esfuerzos para cumplir las metas previstas.



En esta línea, las acciones de reforestación y cuidado del suelo en cuencas hidrográficas realizadas con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) en **481,2 hectáreas** han contribuido a producir madera como una alternativa económicamente viable y ambientalmente sostenible para las poblaciones rurales. Destaca el reconocimiento de 15 diferentes especies nativas de alto valor ecológico para conservar la diversidad.

En marzo de 2022 la **FNC y Nestlé** hicieron pública su alianza para sembrar 7,5 millones de árboles en zona cafetera de **Antioquia, Risaralda y Valle del Cauca**, y se sembraron los primeros 318.988 árboles en fincas.

Y como parte de la iniciativa gubernamental **“Sembrar nos une”**, entre 2019 y 2022 los caficultores registraron **1.188.290 árboles** en la plataforma del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS).



Fincas ahorran agua gracias a mejor infraestructura

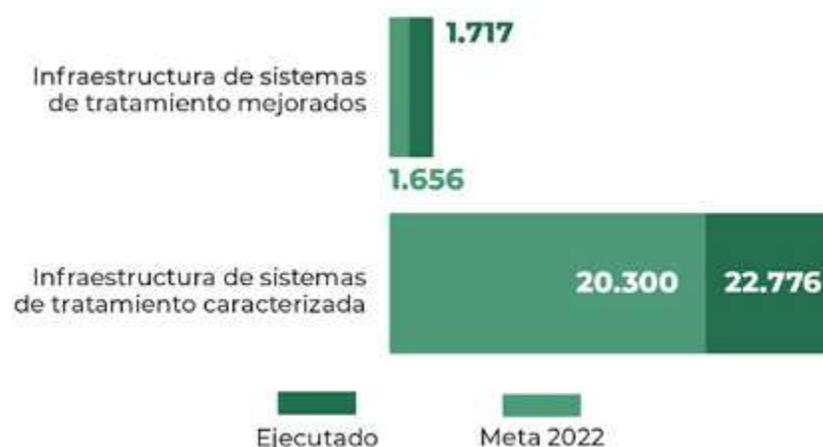
GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 306-2
GRI 404-2

Conscientes del impacto de la caficultura en el recurso hídrico, principalmente durante la postcosecha, se ha fomentado el ahorro de agua mediante buenas prácticas de uso, centrando los esfuerzos en dos frentes:

1. Caracterizar **20.300 sistemas de beneficio y tratamiento de aguas residuales**
2. Mejorar la eficiencia de **4.035 infraestructuras existentes sin afectar la calidad del café.**

En sistemas de tratamiento de agua, para 2022 se planteó la meta de mejorar 1.656 infraestructuras.

Esto quiere decir que en la cosecha 2022, el ahorro logrado por las buenas prácticas de los caficultores fue de 20,7 millones de m³/año de agua, lo que equivale al consumo básico anual de 130.000¹ familias.



¹ Calculado según el consumo básico por hogar determinado por la Resolución 750 de 2016 y el número de hogares por municipio y departamento en el último censo del DANE (2018).



Mejoramiento de infraestructura de beneficio como parte del proyecto para el avance del Plan 100-100.



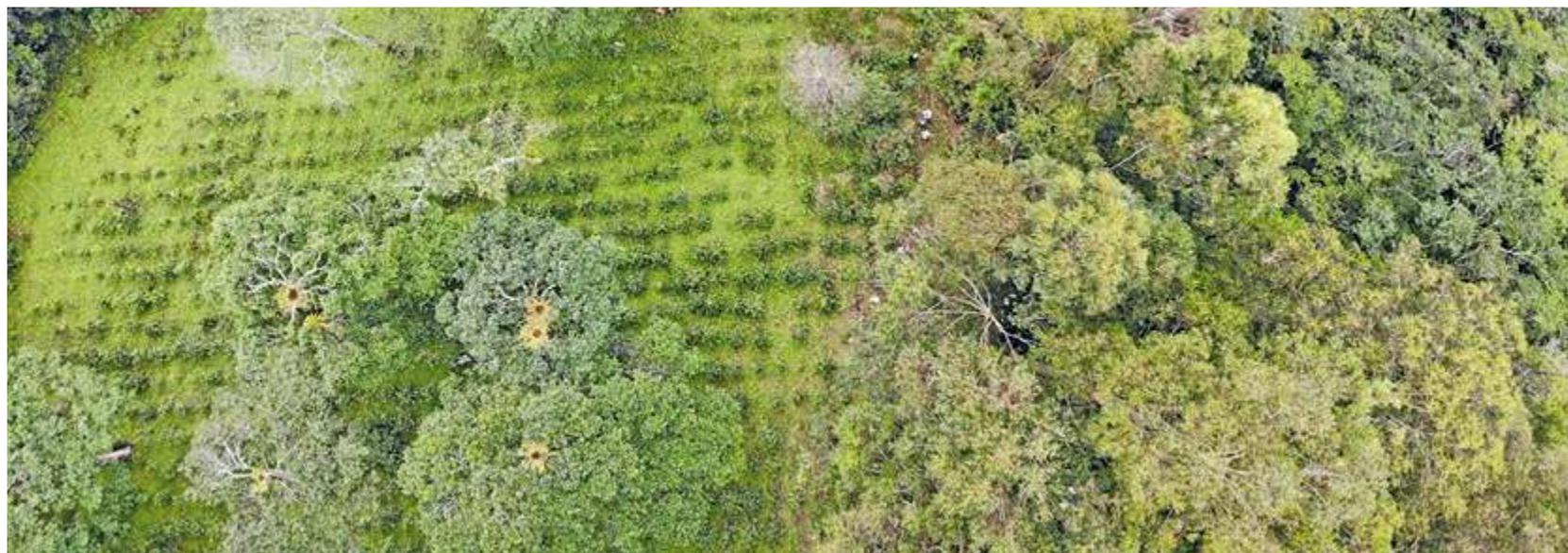
En viviendas se han instalado **1.080 ahorradores de agua** en grifos y sanitarios, y se mejoró la gestión de residuos sólidos **en 3.587 fincas**, lo que con 6.487 caficultores capacitados reduce el impacto de las actividades humanas en el recurso hídrico, suelo y aire. Tanto la caracterización de los sistemas sépticos como la inversión en mejorarlos avanza satisfactoriamente vs. la meta anual.

Como complemento, se busca mejorar el acceso al agua segura para el consumo humano. Con el proyecto Alianza para el Avance del Plan 100/100 se han entregado **552 filtros** purificadores tanto a escuelas rurales como a familias caficultoras de Antioquia, Huila y Santander.

Más de 23.000 fincas mejoran prácticas de conservación de suelo

Entendiendo la importancia de un suelo fértil y saludable para el adecuado crecimiento de las plantas de café, se fortalecieron las prácticas de conservación de suelo en cerca de **23.065 fincas**, superando la meta de 20.300 plantea-

da a inicio del año. Algunas de estas prácticas son: **siembra a través de la pendiente, manejo de coberturas nobles y terrenos sin quemar para preparación.**

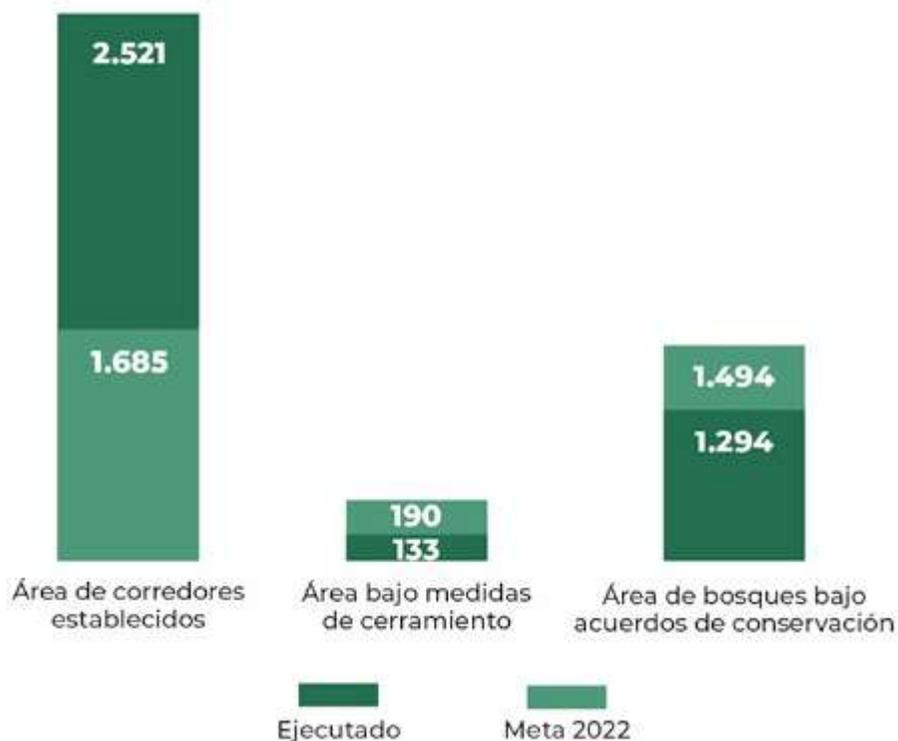


Caficultores cuidan la biodiversidad y fortalecen sus prácticas ambientales en la finca

GRI 404-2

Con el compromiso de conservar y recuperar la biodiversidad en zona cafetera, en 2022 **3.369 hectáreas de bosques naturales** quedaron bajo acuerdos de **conservación** por parte de los caficultores, superando la meta anual propuesta. Y **1670 participantes**, distribuidos en 18 departamentos y 182 municipios, obtuvieron su certificado frente al diplomado virtual en **Gestión Ambiental Integral de la Caficultura**.

Procurando un uso más eficiente de fertilizantes y menos contaminación atmosférica, se capacitaron a **20.331 caficultores** en buenas prácticas de fertilización, con **455 análisis de suelos** en Huila, Santander y Antioquia, superando la meta anual establecida. Y se entregaron **700 bonos** redimibles para la compra de fertilizantes en puntos de venta autorizados.



Colaboradores sembraron 2.274 árboles en el voluntariado institucional

Para la versión 2022 del voluntariado institucional “Construyendo sonrisas, un millón de razones para sembrar árboles”, 875 colaboradores sembraron 2.274 árboles a nivel nacional, lo que contribuye a la captura de 38 toneladas de CO2eq/año gracias al cuidado de los caficultores.



Comprometidos como organización por la eficiencia en el uso de electricidad y de agua, en 2022 se monitorearon **255 oficinas** a nivel nacional, con un **ahorro de 10%** vs. 2019 (año base por presencialidad en oficinas).

GRI 404-2

En conjunto con el Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA) y gracias al Programa de Formación Continua Especializada suscrito entre la FNC y el Sena, se formaron un total de **913 colaboradores de la FNC**, entre ellos **210 líderes a nivel nacional**, quienes recibieron herramientas prácticas para convertir

el conocimiento en acciones aplicables en la empresa y el hogar.

Como complemento, la estrategia de educación ambiental **FNC Consciente** siguió enviando comunicados mensuales y capacitaciones grupales a los colaboradores sobre sostenibilidad ambiental, lo que ayudó a cumplir el **100% de la meta para instalar ahorradores de agua** a nivel nacional y disposición adecuada de residuos eléctricos y electrónicos. Se instalaron el **70% de los sistemas eficientes de energía**, según la meta comprometida, y se mejoraron las condiciones de **separación de residuos en las 17 sedes principales** de los comités departamentales.

100% del material de desecho de elecciones cafeteras entregado para reciclaje

- GRI 103-1
- GRI 103-2
- GRI 103-3
- GRI 306-2

Por primera vez en la historia de las elecciones cafeteras, en 2022 nos propusimos que **100% del material usado y sobrante del proceso electoral fuera dispuesto adecuadamente**: se entregó a gestores de reciclaje o recicladores de oficio de cada región para contribuir a la economía circular, apoyar a los recicladores del país y evitar la emisión de gases de efecto invernadero (GEI).

Se participó además en la **Reciclación Nacional de Pacto Global**, donde Oficina Central y los comités de Magdalena, Cesar-Guajira, Caldas, Quindío, Risaralda y Huila entregaron materiales aprovechables, residuos electrónicos, baterías y luminarias a gestores de cada región para **recuperar y transformar unas 2 toneladas de residuos**.

Y para evitar elementos difíciles de aprovechar y/o reciclar, se gestionó **la eliminación del icopor, vasos y mezcladores plásticos dentro de la lista de compras de la FNC**, lo cual evita el uso de elementos difíciles de aprovechar en eventos de la FNC y sus respectivas oficinas.



Comité Huila



Comité Cesar y La Guajira



Comité Quindío

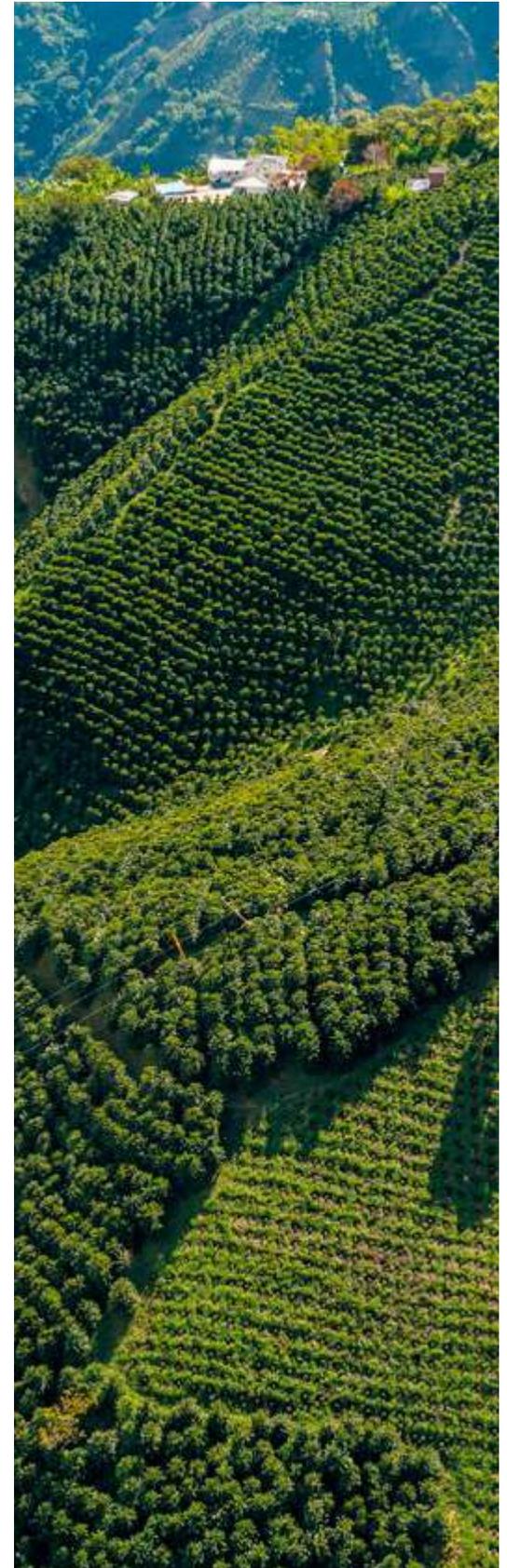
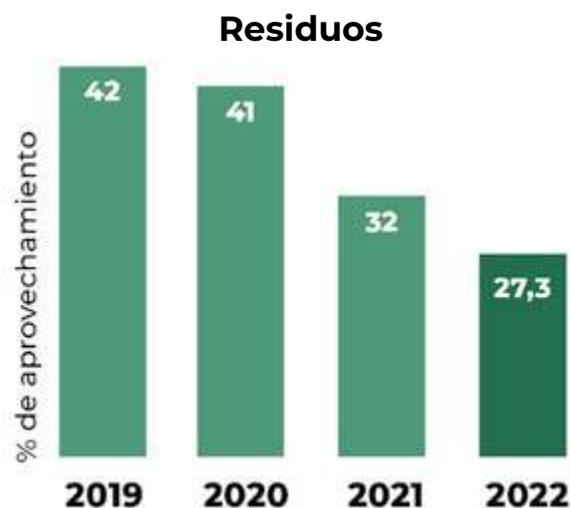
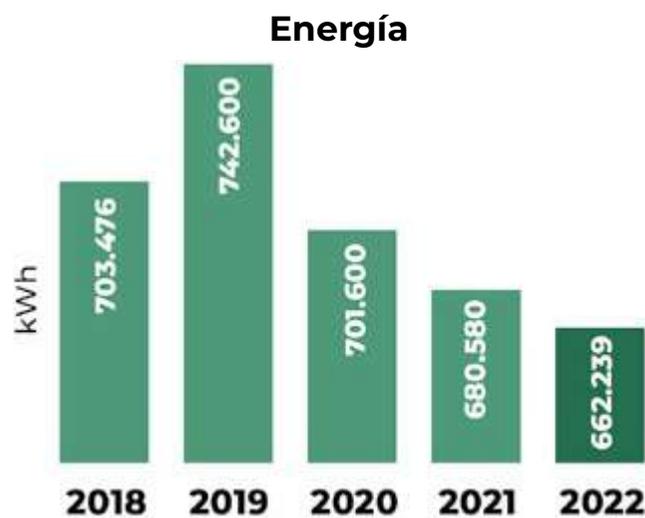
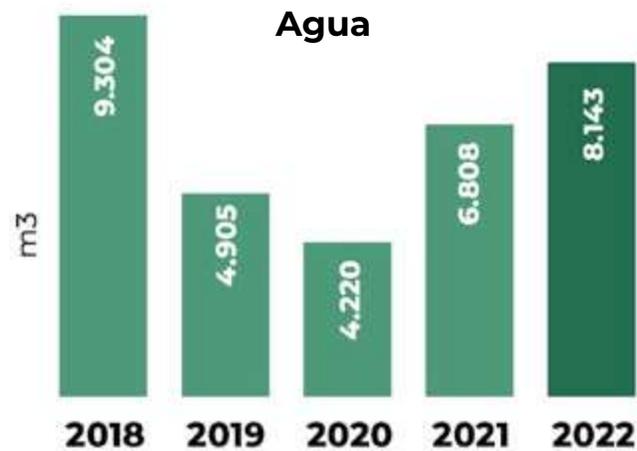
Empresas del gremio avanzan en gestión ambiental

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

En el **Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé)** continúan las campañas de sensibilización con base en sus 6 programas de gestión ambiental: con comunicados permanentes, jornadas de acompañamiento para felicitar comportamientos proambientales, inspecciones en puestos de trabajo y entrega de incentivos, lo cual mejoró el consumo de energía.

Y como parte de su cultura ambiental, trimestralmente se enviaron tips sobre cómo contribuir con la conservación de los recursos naturales, se lanzó por redes sociales una campaña de conocimiento sobre la Reserva Forestal Protectora Planalto y se organizó un calendario con fotos de la reserva en un calendario 2023 para la entrega a comunidad aledaña y colaboradores.

A continuación, se detalla el comportamiento del consumo de agua, energía y residuos:

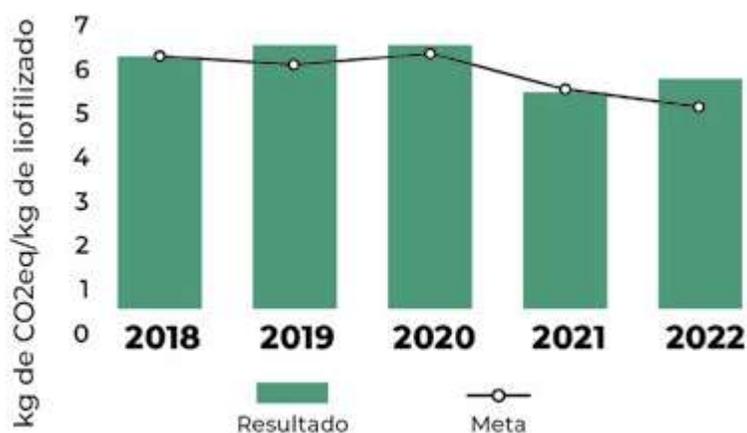


- GRI 103-1
- GRI 103-2
- GRI 103-3
- GRI 305-1

BUENCAFÉ sigue trabajando por la productividad de sus procesos haciendo más con menos. Por eso, desde 2019 y con las calderas de biomasa inició el camino hacia la descarbonización al reducir el uso de combustibles fósiles (gas natural) y **aumentar el uso de energía renovable: biomasa (cisco) y eléctrica.**

La emisión de gases de efecto invernadero aumentó ligeramente a 5,6 kg de CO₂ eq/kg de café liofilizado, frente a una meta anual de 5,1 kg CO₂ eq/kg de liofilizado, pero se han adoptado ya acciones de reducción, como haber llevado el consumo de cisco hasta 22.000 kg/día para reemplazar el gas natural.

Emisión GEI



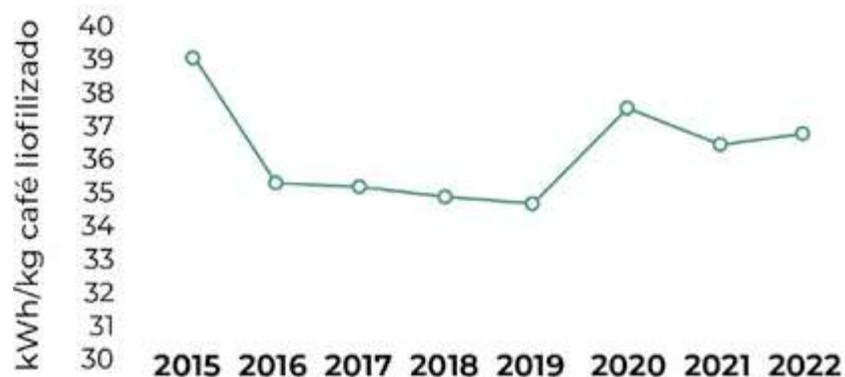
- GRI 103-1
- GRI 103-2
- GRI 103-3
- GRI 302-1
- GRI 302-3

Para 2022, en la fábrica se realizó el mantenimiento correctivo de la nueva caldera y se presentó de forma general una disminución de cisco, condiciones que impactaron el indicador de eficiencia (intensidad) energética, 36,9 kWh/kg de café liofilizado, 1.6% más vs. 2021,

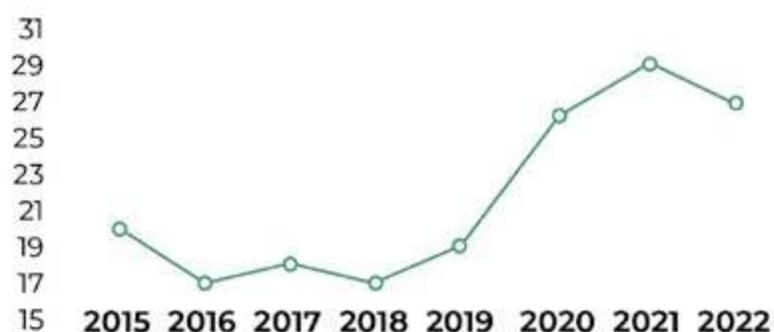
y redujeron en 2% el porcentaje de combustibles renovables (de 29% a 27%).

Con paneles, la generación de energía solar aumentó a 24 kWp (kilovatios pico), el 100% de la cual se usa para consumo en la fábrica y se evitó así emitir 5.4 t equivalentes de CO₂.

Eficiencia energética



% combustibles renovables

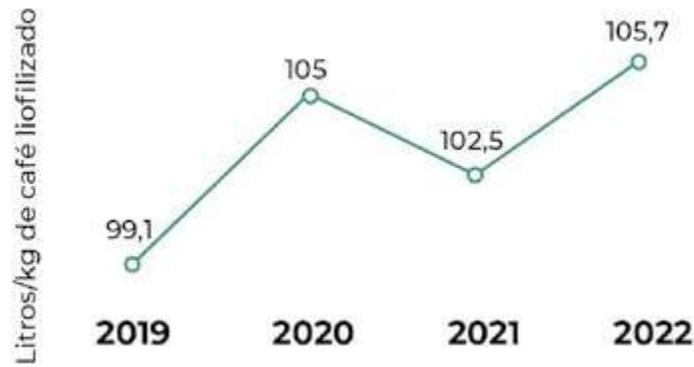


- GRI 103-1
- GRI 103-2
- GRI 103-3
- GRI 303-1

El funcionamiento de las calderas con cisco para generar vapor y la no disposición de borra al relleno sigue representando un ahorro, de **más de \$2.700 millones** en 2022, mientras que el uso de agua lluvia (16.924 m³) en la reposición de las torres de enfriamiento **ahorró \$46,3 millones.**

El consumo general de agua aumentó ligeramente, 3% vs. 2021, a 105,7 l/kg de café liofilizado.

Consumo de agua



GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 306-2

Gracias al tratamiento de aguas residuales y el buen manejo de vertimientos, el indicador demanda biológica de oxígeno fue de 687 mg/l, inferior al requerimiento nacional de 900 mg/l.

Manejo de vertimientos



GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 306-2

Manteniendo el propósito de circularidad y basura cero, se aprovecharon unas **200 toneladas de residuos que antes se enviaban al relleno**: la ceniza de la caldera y lodos de la PTAR se usan para producir abono y compostaje municipal; y el plástico laminado, el papel encerado (rollos de etiquetas) y los zunchos se integran al reciclaje.

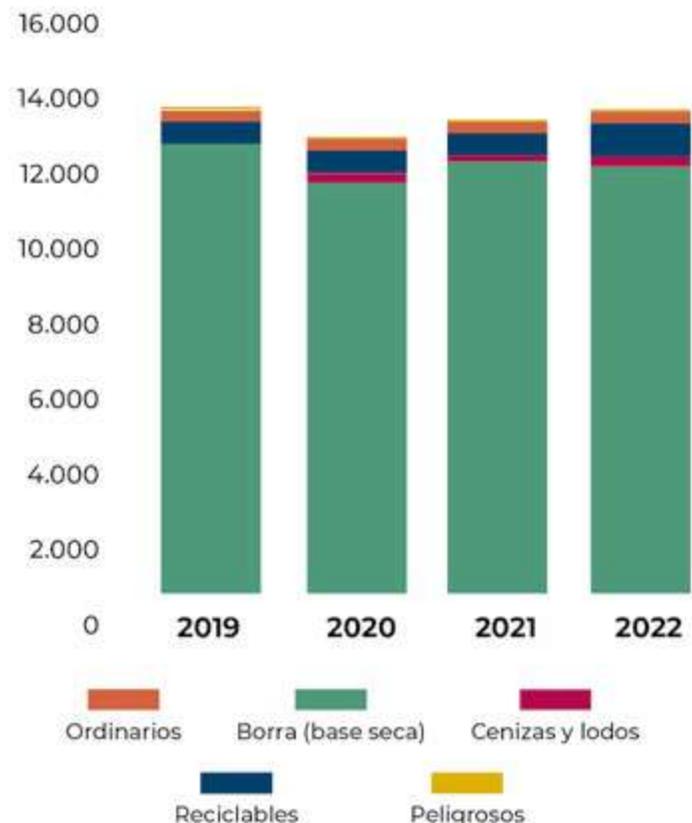
Empaques más amigables con el planeta

Para impactar positivamente el mercado de consumo, en 2022 se desarrolló una tapa para frascos de café orgánico que usa resina mezcla de PLA y pepa de aguacate.

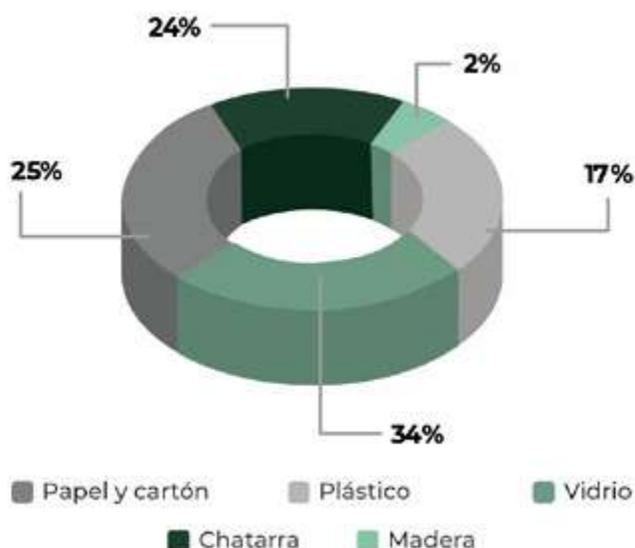
Buencafé disminuyó en **540 t** el peso de materiales de empaque, incluido plástico, cartón, madera de un solo uso y vidrio. En empaques biodegradables, se desarrollaron bolsas para café tostado y molido o liofilizado. También se desarrolla una bolsa para café liofilizado de un solo componente –monomaterial– 100% reciclable.

Aunque la fábrica ha alcanzado niveles de producción históricos, en 2022 la generación total de residuos in situ disminuyó con respecto a 2021. El 98% de la borra seca se utilizó como combustible para las calderas, lo que evitó generar **13.879 t** equivalentes de CO₂.

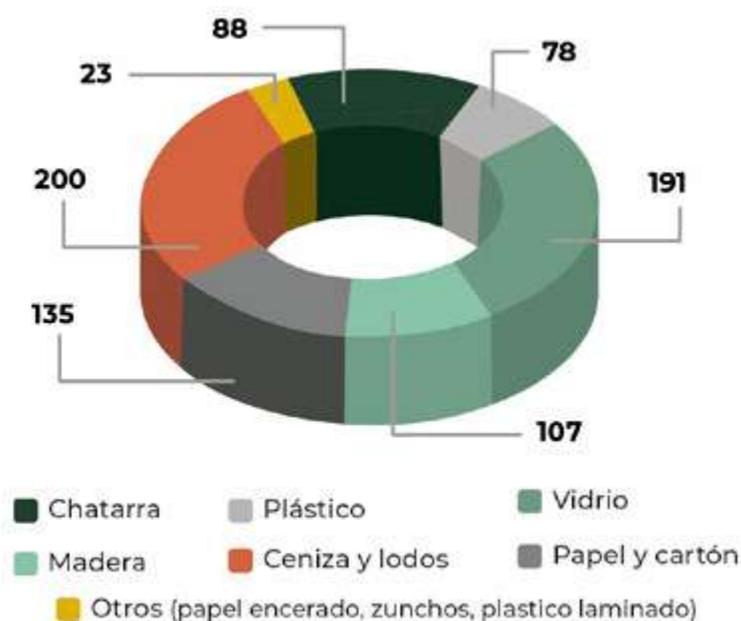
Generación de residuos (t)



Reciclables 2021



Reciclables 2022 (peso en t)

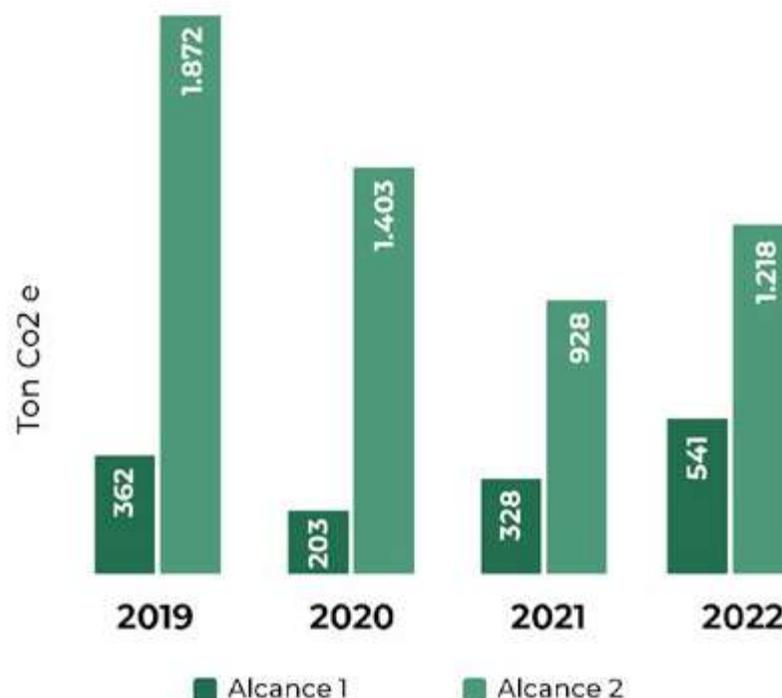


ALMACAFÉ inicia el camino hacia la **carbono-neutralidad en 2050** con su inclusión en la estrategia de valor de la organización, la participación del Programa Nacional de Carbono Neutralidad liderado por el MADS y la capacitación en los procesos misionales sobre GEI dictado por Bureau Veritas para sensibilizar y **mejorar la medición de la huella de carbono corporativa** y definir acciones más concretas que permitan mitigar los impactos del cambio climático.

En gestión ambiental, se fortalecieron **los hitos de capacitación** a todo el personal sobre el componente ambiental en el Sistema de Gestión Integral (SGI) y la huella de carbono. Y con la actualización de la valoración de los aspectos ambientales, se prioriza la generación de emisiones atmosféricas/ ruido/calidad de aire en la estrategia 2023-2024.

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

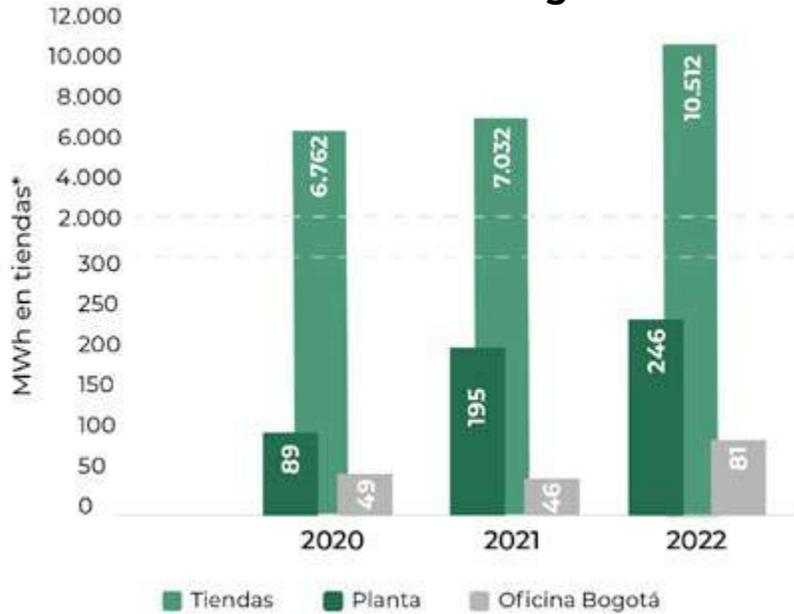
Emisiones directas de la organización



Para ello la empresa se comprometió con el estándar de Metas Basadas en Ciencia (SBTi NetZero) y la campaña global Race to Zero, iniciativas para establecer objetivos de corto, mediano y largo plazo en reducción de emisiones ajustadas al ritmo y escala que requiere la humanidad para evitar mayores catástrofes derivadas del cambio climático.

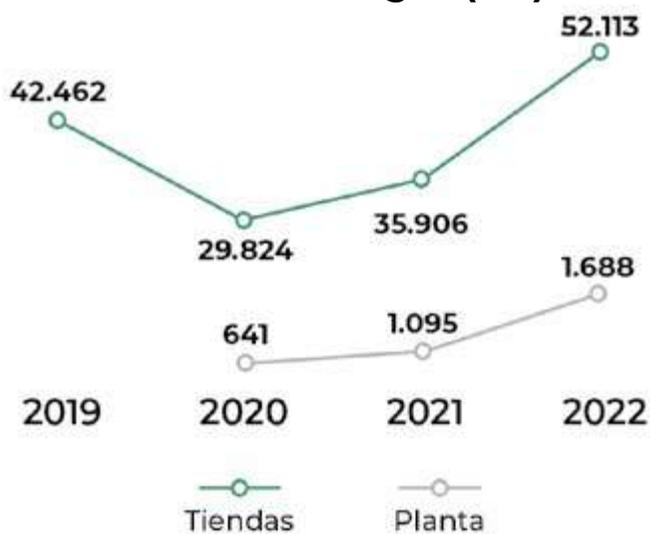
Con las mayores ventas y la vuelta a la normalidad, en 2022 el consumo de energía aumentó 49% en tiendas, 26% en planta y 76% en oficina central, mientras que el de agua aumentó 45% en tiendas y 54% en planta.

Consumo de energía



*Unidad de medida corregida vs. IG 2021.

Consumo de agua (m3)



Se trabajó en concientización y pedagogía de clientes vía la plataforma de comunicación de la marca para mejorar la separación en la fuente y que conozcan buenas prácticas ambientales (se capacitó a **1.632 personas en 16 cursos virtuales**).

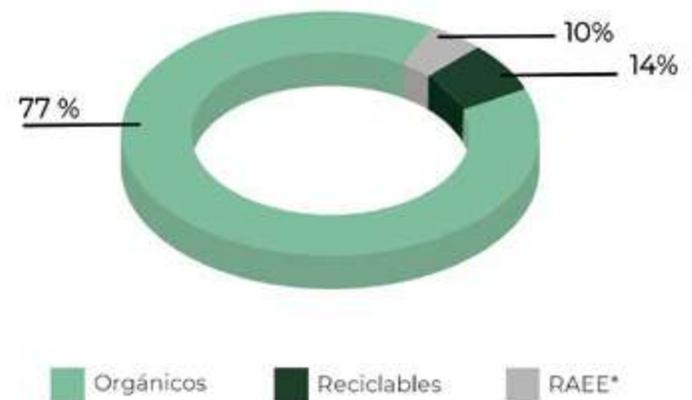
Mediante el programa **“No rompas el ciclo de la sostenibilidad”**, se gestionaron **43,5 toneladas** de residuos reciclables y **129 toneladas** de residuos orgánicos en 38 tiendas y planta de producción en alianza con 5 organizaciones de reciclaje; y con el programa **“Reusamos todo lo que sea posible”**, en alianza con organizaciones como Recupera tu Silla y A Mano Lab, se **restauraron 557 sillas tejidas, 614 sillas de madera y poltro-**

nas tipo sofá, y 554 mesas de acero y madera (en total, 17,68 t de mobiliario), **lo que evitó el consumo de 4.333 m3 de agua y la generación de 45,4 ton de CO2eq.**

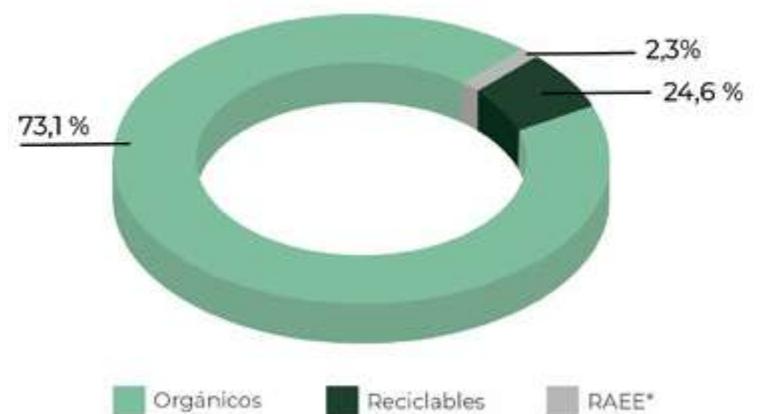
Con el programa Vaso Reúso, en 2022 se alcanzaron **13.696 reúsos en Colombia**, promoviendo un rol activo de los consumidores para disminuir los vasos de un solo uso.

Con la sustitución gradual de pitillos y mezcladores plásticos por elaborados en material vegetal y madera, respectivamente, se han evitado 2,4 toneladas de plástico.

Residuos por tipo (2021)



Residuos por tipo (2022)



*RAEE: Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, y residuos peligrosos.



4

Fortaleciendo la
**representatividad
efectiva** para
asegurar la
legitimidad

GRI 102-1
GRI 102-3
GRI 102-5

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

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) **es una entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, de carácter gremial.** Es una organización democrática, participativa, pluralista, pluriétnica, multicultural, deliberante y no partidista, que trabaja por la prosperidad y el interés general de los 542.000 productores de café del país (federados y no federados) y sus familias; 96% de los productores son pequeños (con hasta 5 ha), 3% medianos (entre 5 y 10 ha) y 1% grandes (+10 ha).

Es reconocida como la entidad gremial representativa de las familias cafeteras, que trabaja permanentemente por su bienestar y conoce el entorno político, social, económico y legal del sector. Tiene su sede central en Bogotá D.C. y tiene presencia en todas las zonas cafeteras del país, además de oficinas de representación en EEUU, Holanda, Japón y China.

GRI 102-18

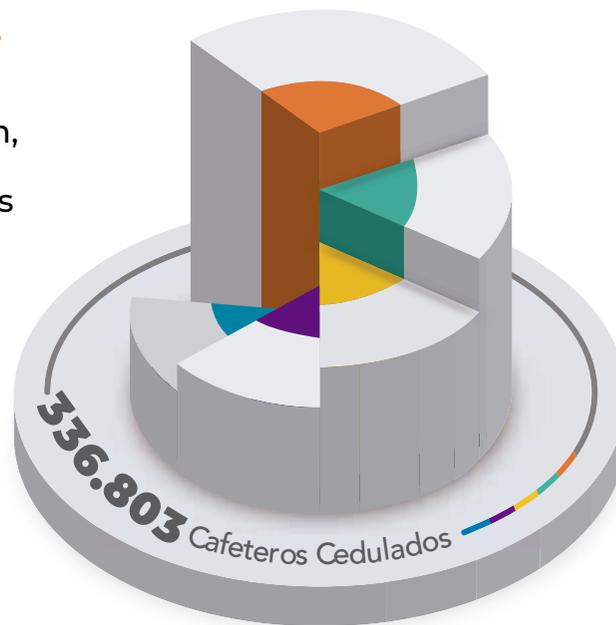
ESTRUCTURA GREMIAL

CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS

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

383 COMITÉS MUNICIPALES
con 4.596 representantes

En un ejercicio de legitimidad y participación democrática, cada 4 años los caficultores federados eligen a sus representantes gremiales. Las más recientes elecciones cafeteras tuvieron lugar en 2022, con una participación promedio del 55%.



COMITÉ NACIONAL DE CAFETEROS
Comité Directivo + representantes del Gobierno

15 COMITÉS DEPARTAMENTALES
con 180 representantes

COMITÉ DIRECTIVO FNC
1 representante por cada comité departamental + **Gerente General**

GRI 102-16

Código de Ética y Buen Gobierno

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

Transparencia

Dar a conocer la información de manera clara, oportuna y correcta, sin que esto signifique revelar secretos industriales, información sensible, reservada o privilegiada.

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.

Compromiso

Empeño en la consecución de los fines y propósitos de la entidad; con su misión, visión y objetivos; con su imagen, así como con una clara actitud de servicio y el obrar en beneficio del caficultor.

Equidad

Promover la valoración de las personas sin importar las diferencias culturales, sociales o de género.

Buena fe y lealtad

Actuar con honradez, fidelidad, honor y convicción de verdad.

Responsabilidad

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



CAFICULTORES REFRENDAN UNA VEZ MÁS LEGITIMIDAD DEL GREMIO

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 102-7
GRI 203-1
GRI 404-2

Continuando con una larga tradición de democracia gremial participativa, casi 185.000 cafeteros acudieron a las urnas para elegir a sus 4.824 representantes gremiales de los 387 comités municipales y 15 departamentales. La representación femenina sigue aumentando.

Con una participación de 55% del censo, en el proceso electoral se inscribieron **16.400** candidatos, es decir, 1,8 candidatos por cada puesto de comité departamental y 3,5 candidatos para comité municipal, muestra de una sana competencia.

Los pilares fundamentales de las elecciones 2022 fueron **participación, transparencia y legitimación**, y como preparativos se desarrollaron las siguientes acciones:

1. 130 talleres de capacitación con 8.847 caficultores y candidatos:

- 12 talleres a líderes potenciales, con 1.671 cafeteros beneficiados. Se explicaron las bondades de la institucionalidad cafetera para motivar el liderazgo.
- 12 talleres a 917 colaboradores de diferentes comités. Sensibilización al Servicio de Extensión y personal administrativo para diseñar el plan estratégico en cada zona cafetera. Se enfatizó la importancia de los coordinadores gremiales para fomentar la participación.
- 45 talleres a 3.502 candidatos inscritos a comités departamentales y municipales. De forma presencial, virtual y mixta, se fortaleció el conocimiento sobre institucionalidad cafetera y mercadeo político.
- 61 talleres a 2.757 jurados de votación. Para asegurar la transparencia electoral, se capacitaban personas externas para que pudieran desarrollar bien su labor.

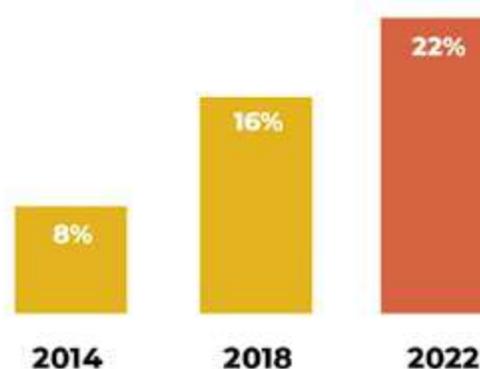
2. Mayor cobertura de mesas de votación:

En 2022 se instalaron 2.895 mesas, 198 más que en 2018. Se instalaron tres tipos: **634 mesas móviles** para que recorrieran veredas alejadas de la cabecera municipal, **297 mesas múltiples** para atender a caficultores que desearan participar en un municipio diferente al suyo, y **1.963 mesas fijas** en las cabeceras municipales.

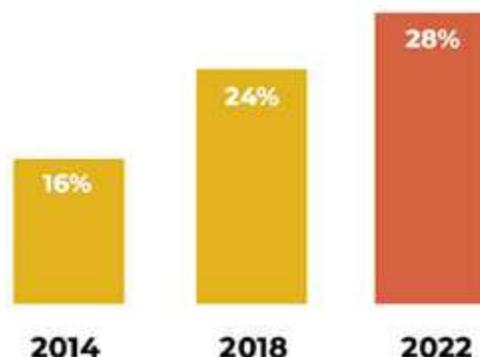
3. Fomento de la participación femenina en el gobierno gremial:

Con apoyo de la Dirección de Desarrollo Social, y en el marco de la política de equidad de género de la FNC, aumentó la representación femenina en las instancias de decisión gremial en los últimos 8 años: de 8% en 2014 a 22% en 2022 en comités departamentales, y de 16% a 28% en los municipales. El gobierno cafetero electo contará con **40 mujeres** en los comités departamentales y **1.300** en los municipales.

Representación femenina en comités departamentales



Representación femenina en comités municipales



4. Promoción del índice de renovación en los candidatos elegidos:

En los comités departamentales se renovaron 37% de sus miembros, y en los municipales, 50%, es decir, se eligieron 68 y 2.312 representantes nuevos, respectivamente. Los líderes elegidos iniciaron su gestión el 1 de noviembre y fueron los encargados de proponer y diseñar las políticas en el 90° Congreso Nacional de Cafeteros.

Se cumplieron así los objetivos y principios del proceso electoral cafetero 2022.



Participación = Democracia

184.633 cafeteros federados votaron, **55%** del censo, ejerciendo de forma responsable su derecho a elegir y ser elegidos.



Legitimación = Representatividad

Se eligieron **4.824** representantes gremiales en 15 comités departamentales y 387 municipales, resultado que empodera a los elegidos para representar los intereses de los caficultores.



Transparencia = Confianza

Reglas sustentadas en los principios constitucionales del debido proceso, buena fe y autorregulación del

gremio. Con la participación de jurados, observadores electorales, testigos y escrutadores externos e independientes, se fortaleció la democracia gremial y se garantizó el ejercicio de los derechos.

5. Garantía de transparencia en el proceso electoral:

Para este objetivo, las elecciones cafeteras contaron con la participación de la Misión de Observación Electoral (MOE), plataforma de la sociedad civil que sirve para que candidatos y votantes denuncien casos que atenten contra la honestidad de los comicios, lo que genera confianza entre candidatos y electores. La misión estuvo presente los dos días de votaciones con **406 observadores** en 20 departamentos cafeteros, cubriendo 189 municipios y 406 mesas de votación.

Además, estuvo presente en las comisiones de escrutinio y dispuso, para candidatos, cafeteros federados y todos los interesados, diferentes canales gratuitos para recibir quejas o denuncias. Sobre el proceso, la MOE dio un parte de tranquilidad y resaltó la transparencia y gran afluencia de electores.

Se garantizó que las comisiones escrutadoras fueran independientes. En cada circunscripción de los comités departamentales, los escrutinios fueron realizados del 13 al 20 de septiembre por 45 personas, todos profesionales de reconocida experiencia en cargos de responsabilidad en el sector público o privado, e independientes del gremio; también participaron rectores, vicerrectores o decanos de universidades, directivos de cámaras de comercio, notarios y representantes de gremios no cafeteros.



Video testimonial de las comisiones escrutadoras.



Una vez pasadas las elecciones cafeteras se realizaron las posesiones simbólicas de los representantes elegidos a comité departamental, mediante talleres de capacitación en temas de institucionalidad relevantes para ejercer su rol como líderes. Y dado el alto índice de renovación en los comités departamentales, también hubo talleres de nivelación para ellos: con 9 talleres, se capacitó a los 180 representantes departamentales.

Gerente general escuchó directamente a casi 40.000 productores desde 2015

En 2022 hubo **19 Conversemos con el Gerente General**, con más de 3.500 caficultores conectados.

Desde 2015, **casi 40.000 caficultores** fueron escuchados directamente por el líder gremial en encuentros donde se exponen las acciones de la FNC, se abordan temas de actualidad cafetera, los productores expresan sus inquietudes y sugerencias, y se discuten propuestas y recomendaciones para hacer frente a los grandes retos de la caficultura.

En su tercer año, pódcast llega a emisión 309

En este espacio, la FNC acompaña a los cafeteros en su día a día con noticias destacadas, mensajes del día, música, humor, reflexiones y más.

Con el liderazgo y compromiso de las direcciones de Comunicaciones y Asuntos Gremiales, el pódcast “La salud y la vida de todos, compromiso de todos” genera contenido digital que informa, acompaña y entretiene a la población cafetera, líderes gremiales y público en general con información coyuntural, noticias destacadas de café, música, humor, reflexiones y más.



Colombia suscribe nuevo Acuerdo Internacional del Café

Por segunda vez en la historia del organismo, Colombia fue sede de la reunión 134 anual de la Organización Internacional del Café (OIC), en la cual el gerente general de la FNC, en nombre de las familias caficultoras y de Colombia, suscribió el Acuerdo Internacional del Café (Bogotá 2022), que además ayudó a impulsar.

En la ceremonia participó el entonces Ministro de Hacienda y Crédito Público, José Antonio Ocampo, entre otros testigos.

El acuerdo fortalece a la organización con una participación más activa y comprometida de los actores privados, con miras a lograr una industria global más sostenible para toda la cadena, empezando por los productores.

Se automatiza registro de exportadores e industriales del café



En el marco de la estrategia de transformación digital, la FNC inició el proceso de automatización del registro de exportadores e industriales del café, a través del desarrollo de una plataforma tecnológica, en internet, que permite administrar el registro por parte de exportadores, plantas trilladoras, tostadoras y fábricas de café soluble, donde podrán realizar las solicitudes de inscripción, renovación, descargar documentos y actualizar su información.

Toda persona natural o jurídica que exporte o pretenda exportar café desde Colombia debe

tener un registro de exportador vigente, según el artículo 25 de la Ley 9 de 1991 y la Resolución 5 de 2015 del Comité Nacional de Cafeteros, que la reglamenta.

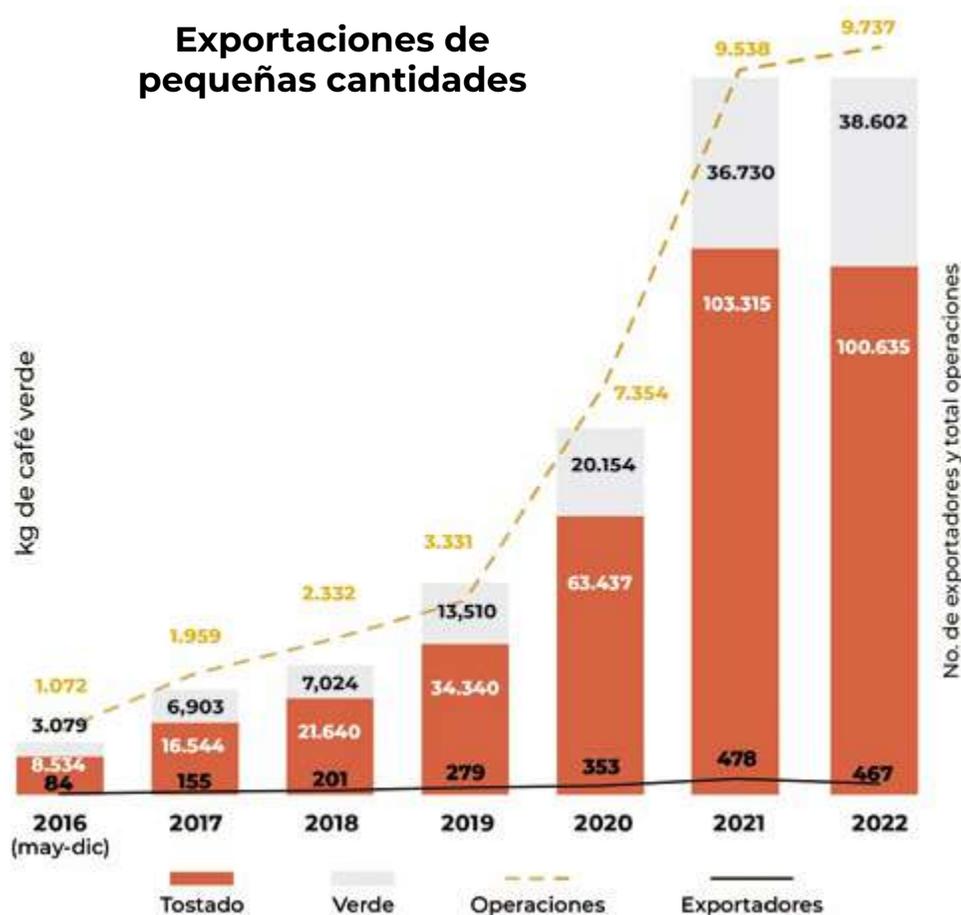
Y todas las trilladoras, tostadoras y fábricas de café soluble en el territorio nacional deben inscribirse ante la FNC en cumplimiento del artículo 421 del Decreto 1165 de 2019 y la Resolución 1 de 2002 del Comité Nacional de Cafeteros, que establece los requisitos para tal fin.

140.984 kg de café exportados en pequeñas cantidades

Desde su lanzamiento en 2016, la exportación exprés o simplificada de café ha agregado valor a los pequeños y medianos productores que buscan hacer llegar a clientes y consumidores un producto de alta calidad en poco tiempo y sin intermediarios, a través de mensajería exprés o del operador postal nacional.

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.

En 2022, con 140.984 kg, las exportaciones de café verde, tostado, soluble y extracto se mantuvieron en los mismos niveles exportados en 2021, con más de 9.737 operaciones realizadas por 467 exportadores ubicados en todo el país.



La plataforma Cafix concreta primeras exportaciones de café con envíos puerta a puerta

GRI 102-6



Lanzada oficialmente en el 89 Congreso Nacional de Cafeteros, esta plataforma de la FNC complementa la exportación de pequeñas cantidades para beneficio de caficultores que busquen agilizar el proceso al ocuparse simplemente de conseguir un comprador en el exterior, sin tener que enredarse con los procesos legales y operativos que exige la legislación colombiana.

En 2022, Cafix completó 3 exportaciones de café verde y 11 de café procesado con caficultores de Cundinamarca, Quindío y Caldas.

Con Estados Unidos habilitado como destino inicial, se exportaron 121.3 kg de café procesado a un precio promedio de 10.74 USD/lb y 99 kg de café verde a un promedio de 5,64 USD/lb. Como

iniciativa propia de la plataforma, se optó por hacer envíos internacionales a Europa, específicamente a Malta, donde apoyamos, asesoramos y guiamos al caficultor para 5 envíos, cada uno de 50 kg de café procesado a un promedio de 7.81 USD/lb.

En la plataforma se han inscrito 60 vendedores (caficultores) y 21 compradores (clientes) para revisar la viabilidad de sus negocios, entender el proceso y los costos asociados al servicio, y finalmente definir la exportación.

“Quiero felicitarlos por esta iniciativa, que promueve el avance de nuestros caficultores en la cadena de valor, y agradecerles su gran apoyo en este proceso”.

Raúl Gómez
Encanto Specialty Coffee, EEUU.

Caficultores se adaptan a crecientes exigencias de ingreso para preservar mercados clave

GRI 102-6

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

JAPÓN

Desde 2017, el mercado japonés ha establecido estrictos controles y requisitos para la importación de productos alimenticios, incluido el café, con el fin de garantizar calidad e inocuidad alimentaria, específicamente para la molécula de clorpirifós, según disposiciones del Ministerio de Salud, Bienestar y Trabajo de Japón.

El Comité Nacional, vía Resolución 3 de 2017, estableció medidas transitorias de prevención, control y autocontrol que garanticen la calidad de café exportado a Japón. Desde 2017, todo embarque a ese país debe ir acompañado de un análisis de clorpirifós que demuestre que cumple con los criterios de inocuidad exigidos.



UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea emitió el Reglamento (UE) 2020/1085 que modificó los anexos II y V del Reglamento (CE) 396/2005 sobre límites máximos de residuos de clorpirifós y clorpirifós-metilo, por lo que se revocaron todas las autorizaciones vigentes para productos agrícolas que los contuvieran, incluido el café a partir del 13 de noviembre de 2020.

Por ello, el Comité Nacional de Cafeteros, a través de la Resolución 6 de 2020, estableció medidas de prevención y autocontrol que garanticen la calidad del café para exportación al mercado de la UE.

Por otro lado, el 5 de diciembre el Parlamento Europeo, el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea, expidieron un acuerdo pro-

visional sobre el texto del reglamento que prohíbe y desestimula el comercio en el mercado de la UE de productos asociados a deforestación: café, aceite de palma, cacao, madera, carne de vacuno, caucho y soya, además de procurar que las empresas cumplan la legislación local y la normativa sobre derechos humanos y de los pueblos indígenas. Se propone incluso que no se hayan producido en tierras deforestadas desde el 31 de diciembre de 2019.

Las empresas deberán usar herramientas de monitoreo satelital, auditorías de campo o desarrollo de capacidades de proveedores para verificar la procedencia de los productos.



ESTADOS UNIDOS

En agosto de 2021, la Agencia de Protección Ambiental (EPA, las siglas en inglés) emitió la Regla Final 86 (FR 48315), que revoca todas las tolerancias de residuos de clorpirifós en alimentos a partir del 28 de febrero de 2022, regulación que todos los embarques de café deben cumplir.

La FNC, en conjunto con la Embajada de Colombia en EEUU y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ha realizado gestiones para apelar esta medida, dado su impacto y para evitar afectaciones al café colombiano.



CHINA

En 2021, a través de su Administración General de Aduanas (GACC), China expidió el Decreto 248 (reglamentación de registro) y el Decreto 249 (medidas administrativas), según los cuales todos los embarques de café sin tostar que arriben a sus puertos desde el 1 de enero de 2022 deben ser procesados por una planta trilladora con número de registro ante la GACC, el cual debe ir marcado en los empaques.

El Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), como autoridad competente en Colombia, y la FNC gestionaron las inscripciones iniciales y coordinan el registro de las nuevas trilladoras interesadas en el registro ante la GACC, mientras que las tostadoras y fábricas de café soluble deben registrarse directamente ante la GACC (autorregistro), según lo dispuesto por esta autoridad.

Otras instancias y medidas que ayudan a alistarse

Para hacer frente a estas nuevas regulaciones, además de las acciones específicas ya mencionadas, se han adaptado otras de carácter más general.

Desde 2017, mediante la Resolución 3 del Comité Nacional de Cafeteros, se creó la Mesa Interna, conformada por las gerencias Técnica y Comercial, Cenicafé y la Oficina de Calidad de Almacafé, con la coordinación de la Secretaría General, para monitorear, investigar, estudiar y definir las acciones de control de clorpirifós en el cultivo y procesamiento del café.

Y se creó también la Mesa Externa, liderada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural e integrada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el ICA, la FNC, Almacafé y Asoexport, con entidades públicas y privadas como invitados, para estudiar acciones de mediano y largo plazo con miras a desarrollar medidas preventivas y de control sobre afectaciones del clorpirifós al café.

También se creó la **política de prevención, control y autocontrol**, vía la Resolución 5 de 2018 del Comité Nacional, con lineamientos soportados en cinco estrategias:

- 1 Educativa** para el cumplimiento de los periodos de carencia, **fomento de buenas prácticas** de manejo y uso seguro de plaguicidas, y manejo adecuado de flotes y pasillas del café, entre otros.
- 2 Evaluación** de periodos de carencia y usos adecuados de agroquímicos de uso común en el cultivo del café, vía Cenicafé.
- 3 Monitoreo** de la cadena de suministro.

4 Definición y ejecución de medidas de control para exportaciones de café, si fuera el caso.

5 Prevención para el manejo de la calidad del café con autoridades gubernamentales y del sector privado.

Así, por medio de la Mesa Externa, la FNC ha trabajado de la mano con otras entidades para desarrollar estrategias conjuntas y seguir siendo competitivos en los principales mercados internacionales.

FNC monitorea y acompaña iniciativas legislativas de impacto en el sector cafetero

Durante la legislatura 2022-23, la FNC acompañó la aprobación de 11 leyes que persiguen mejores resultados para las 542.000 familias caficultoras y el Paisaje Cultural Cafetero. En los ámbitos de sostenibilidad, crédito, presupuesto, tributación, cadena de producción, insumos agropecuarios y transparencia en la contratación, estas leyes representan mejoras para el desarrollo integral del gremio.

Para los proyectos de ley en trámite, la Dirección Jurídica está atenta a 26 iniciativas y 5 reformas en curso para comentar y aportar lo pertinente, enfocada siempre en mejorar la calidad de vida de los caficultores.

Las siguientes leyes fueron aprobadas en la pasada legislatura con el acompañamiento y vigilancia de la FNC:

- **Ley 2232 de 2022:** Alternativas al uso de plásticos de un solo uso en la cadena de producción del café.

- **Ley 2245 de 2022:** Reconocimiento del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC) como Patrimonio Cultural de la Nación, que junto con los departamentos y municipios deberán unir esfuerzos para financiar programas y proyectos que fortalezcan la preservación del PCCC.

- **Ley 2249 de 2022:** Creación de la Fiesta Nacional del Campo y la Cosecha para incentivar el agro colombiano mediante la comercialización de productos agrícolas.

- **Ley 2183 de 2022:** Creación del Sistema Nacional de Insumos Agropecuarios, su política y el fondo para el acceso a estos insumos.

- **Ley 2195 de 2022:** Ley de transparencia en la contratación pública, con especial seguimiento en lo dispuesto para el manejo de los recursos del Fondo Nacional del Café en los contratos suscritos para beneficio de los caficultores.

- **Ley 2276 de 2022:** Presupuesto General de la Nación, con especial atención en las asignaciones de inversión para el sector agropecuario a través del Ministerio de Agricultura y el ICA.

- **Ley 2277 de 2022:** Reforma tributaria a través de la cual la FNC logró eliminar la disposición que derogaba el artículo 66-1 del Estatuto Tributario, manteniendo el costo presunto para los caficultores.



A febrero de 2023, incluimos los proyectos de ley en trámite bajo análisis y vigilancia de la FNC:

- **PL 331 de 2021, Cámara:** Fortalecimiento de los canales de comercialización de pequeños y medianos productores.

- **PL 235 de 2021, Cámara:** Mejora el bienestar de los caficultores y adopta medidas para la protección, promoción y aumento del consumo interno de café. Además, busca formar jóvenes y mujeres rurales expertos en café mediante cursos y emprendimiento en torno a la gastronomía del grano.

- **PL 110 de 2021, Cámara - 228 de 2021, Senado:** Enaltece el PCCC, buscando aumentar la destinación presupuestal para el fomento del paisaje y mejorar la ejecución de su plan de manejo.

- **PL 270 de 2021, Senado:** Establece el café como producto insignia nacional, fijando varios capítulos sobre comercialización y promoción de la caficultura.

- **PL 258 de 2022, Cámara:** Reforma los artículos 34 y 35 del Código de Minas para convertir dicho territorio en una zona libre de megaminería.

Durante la gestión del presidente Gustavo Petro (2022-2026), la Dirección jurídica ha desarrollado un trabajo integral con otras áreas de la FNC para obtener los mejores resultados para los caficultores en las reformas hasta hoy radicadas o mencionadas por el Gobierno nacional:

1. Plan Nacional de Desarrollo (PND).
2. Reforma a la salud.
3. Reforma laboral.
4. Reforma rural integral.
5. Reforma pensional.

COMO HERRAMIENTA PARA PROTEGER EL INGRESO CAFETERO ESTRUCTURACIÓN DEL FEPCAFÉ AVANZA EN PREVENCIÓN DE RIESGOS



También se busca estructurar un seguro de cumplimiento en contratos de venta de café con entrega futura.

Múltiples factores asociados a la inestabilidad de la producción, problemas en la comercialización y la volatilidad del precio interno hacen que el caficultor no tenga certeza sobre su ingreso esperado ni sobre su rentabilidad.

Por ello, desarrollar mecanismos de protección es la mejor vía para enfrentar con efectividad los factores que ponen en riesgo la estabilidad del ingreso del productor. **El modelo de operación que se está estructurando para el Fondo de Estabilización de Precios del Café (FEPCafé) contempla no solo mecanismos compensatorios para estabilizar el precio, sino también mecanismos de gestión de riesgos para estabilizar el ingreso de forma preventiva.**

Fruto de esto, el Gobierno nacional expidió el Decreto 1612 de 2022, mediante el cual se re-

glamentó la entrega de subsidios a los beneficiarios del FEPCafé, que podrán ser de dos tipos: **(I) como transferencia monetaria temporal** derivada de mecanismos de compensación, **(II) como menor costo al tomar seguros**, coberturas u opciones financieras que el fondo maneje en beneficio del productor. En ambos casos, y por disposición de la Ley 1969 de 2019, estos subsidios solo se activarán cuando el precio interno del café haya caído por debajo del parámetro de costo de producción establecido por el FEPCafé.

El Fondo dispone hoy de los siguientes estudios de soporte, que han permitido trazar no solo los lineamientos del modelo de operación, sino también identificar los actuales desafíos que enfrenta y que es necesario abordar oportunamente para asegurar el cumplimiento de su objeto:



Instrumentos de mercado para protección de riesgos en el sector cafetero: Este análisis da cuenta de los diferentes productos del mercado financiero y asegurador que pueden usarse para la gestión preventiva de los riesgos que afectan el ingreso cafetero. La firma, en septiembre, de un acuerdo de confidencialidad con una reconocida firma aseguradora para estructurar un seguro de cumplimiento en contratos de venta de café con entrega futura ante riesgo de precio es un avance puntual este 2022.



Fuentes de financiación del FEPCafé: Este análisis hace un estudio exhaustivo de las nueve fuentes de financiación establecidas en el artículo 13 de la Ley 1969, determinando sus requisitos y características, así como su factibilidad para los propósitos del Fondo. Seis de estas fuentes son potenciales, pero no son vinculantes o no están específicamente determinadas por esta ley, mientras que solo una está claramente definida,

pero es fija y no está asociada a la dinámica del precio del café, por lo que los **aportes, ahorros o contribuciones de los productores** en momentos favorables de precio seguirán siendo fundamentales para nutrir el Fondo.



Costos de producción: Con el apoyo de un consultor experto se realiza un estudio para definir una metodología estadística que determine un parámetro de costo unitario-medio de producción que sea representativo para la caficultura colombiana y responda a los propósitos del FEP-Café. Se busca que este parámetro funcione sobre la base de la información generada por el Plan 2000 Fincas, desarrollado por la FNC, para soportar la metodología en productores de todo el país que llevan registros de sus costos de forma ordenada, sistemática y con el acompañamiento del Servicio de Extensión.

Consolidar el modelo de operación del FEP-Café no ha sido una tarea fácil, dada la compleja naturaleza de su propósito, “Estabilizar el ingreso de los productores de café colombiano”, pero es alcanzable con el concurso de todos los actores impulsando ajustes normativos, los cuales permitan abordar en el futuro inmediato los dos desafíos fundamentales que ya fueron analizados en profundidad por el 90° Congreso Nacional de Cafeteros: **I)** Establecer una fuente

de financiación propia asociada a la dinámica del mercado que genere recursos de ahorro de los productores suficientes para enfrentar eventuales caídas del precio. **II)** Establecer una estructura de incentivos que permita ampliar el alcance del fondo para promover el acceso del productor a instrumentos previsivos, no solo para actuar cuando el precio esté por debajo de los costos, sino justamente para evitar que esto suceda.





5

Gestionando
**proyectos con
transparencia**
para transformar
el campo

FNC EJECUTA PROYECTOS POR \$253.333 MILLONES

La cifra es 11,4% superior a la observada en 2021, apalancando recursos del FoNC con los de otras fuentes en una proporción de 1 a 3,8.

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

Bajo los principios de organización y eficiencia, la FNC gestiona proyectos alineados con la estrategia de valor que apuntan a la sostenibilidad del sector, la rentabilidad de la caficultura y el bienestar de las familias cafeteras.

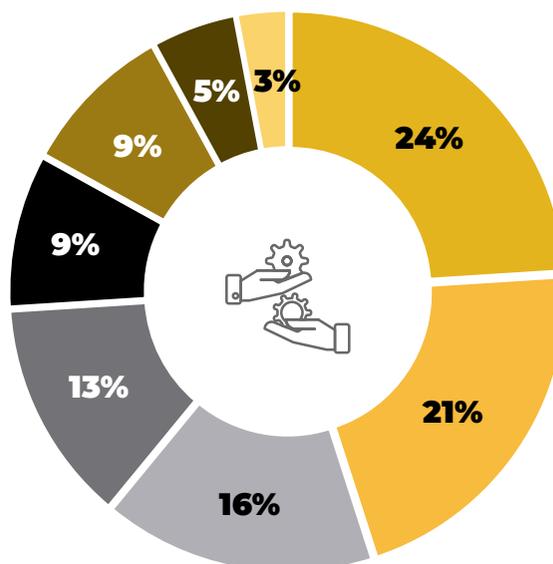
Estos proyectos son posibles gracias a la gestión de alianzas nacionales e internacionales con organizaciones públicas y privadas, que aportan importantes recursos.

En 2022, se ejecutaron proyectos por **\$253.333 millones**, cifra **11,4% superior** a la de 2021 (\$227,484 millones).

El 74% de los recursos provienen de organizaciones nacionales o internacionales, y las alianzas públicas lideradas por los comités municipales y departamentales son las principales fuentes de cofinanciación.

El Fondo Nacional del Café (FoNC) aportó 21% de los recursos, complementados con otras fuentes (gobiernos, entidades público-privadas, comunidad) que aportaron el 79% restante. Así, por cada peso aportado por el FoNC, la FNC logró gestionar **\$3,8 de fuentes adicionales**.

Participación en valor por tipo de aportante



- Gobierno departamental: **24%**
- Fondo Nacional del Café: **21%**
- Entidades internacionales: **16%**
- Gobierno municipal: **13%**
- Comunidad: **9%**
- Gobierno nacional: **9%**
- FNC: **5%**
- Entidades privadas: **3%**

Fuente: Oficina de Proyectos FNC.

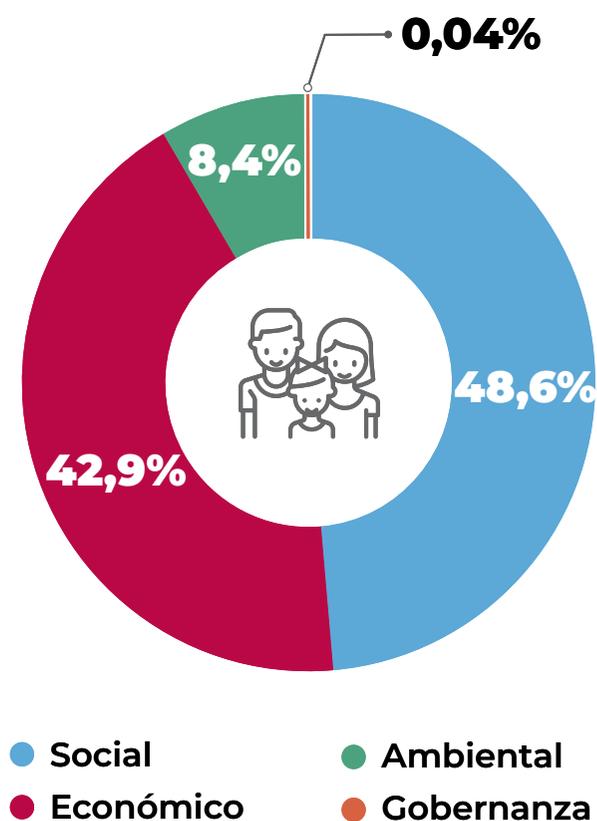
La mayoría de los recursos, 48,6%, se destinaron a fortalecer el eje social, invertidos en proyectos de infraestructura (88%), educación rural (6%) y otros proyectos (6%).

Al eje económico se destinó 42,9% de los recursos, con proyectos que mejoran la productividad (47,3%), reducen los costos de producción y logísticos (35,6%) y buscan un mejor precio para el productor (17,1%).

Para el eje ambiental se destinó 8,4% de los recursos, invertidos en el cuidado de los recursos naturales (68,5%) y adaptación a la variabilidad climática (31,5%).

Y a gobernanza correspondió 0,04%, destinando el 100% a capacitación y liderazgo gremial.

Participación por componente de la estrategia de valor



Fuente: Oficina de Proyectos FNC.



SGR ayuda a mejorar calidad sensorial del café

El Sistema General de Regalías (SGR), vía el Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación (FCTel), ayuda a financiar proyectos en los territorios que mejoran la calidad sensorial del café.

Como transferencia de conocimiento y tecnología, estos proyectos favorecen la creación de laboratorios de café, estudios de agroclimatología, perfilación de cafés y cursos de catación y calidad sensorial, enfocados en jóvenes y mujeres, y apuntan a que los comités tengan un mapa sensorial de café de su territorio.

En 2022 se estructuraron y gestionaron los siguientes nuevos proyectos para fortalecer la calidad sensorial del café:

PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	COMPONENTES	BENEFICIARIOS Y COBERTURA
HUILA			
Investigación + desarrollo para potenciar la producción de cafés de calidad, ajustado a las zonas agroecológicas del Huila.	\$8.762	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zonas agroecológicas. 2. Dotación de laboratorios. 3. Entrenamiento en catación. 4. Perfilación. 5. Acompañamiento especializado. 6. Transferencia de tecnologías. 	<p>1.102 familias</p> <p>35 municipios cafeteros</p>
NORTE DE SANTANDER			
Restauración de la caficultura en N. de Santander	\$10.799	<ol style="list-style-type: none"> 1. Renovación (nuevas siembras y zoca). 2. Capacitación en emprendimientos y equidad de género a jóvenes y mujeres. 3. Acompañamiento especializado. 	<p>3.404 familias</p> <p>34 municipios cafeteros</p>
TOLIMA			
Implementación de innovaciones tecnológicas en los procesos de poscosecha para mejorar la calidad y sostenibilidad del café en el Tolima	\$16.677	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis sensorial del café. 2. Microcentrales comunitarias. 5. Acompañamiento especializado. 6. Transferencia de tecnologías. 	<p>1.230 familias</p> <p>20 municipios cafeteros</p>
TOTAL	\$36.228		<p>5.736 FAMILIAS CAFETERAS</p> <p>89 MUNICIPIOS CAFETEROS</p>

Además, se trabaja en proyectos en Cesar-La Guajira-Bolívar, Cundinamarca, Quindío y Santander por **\$43.059 millones** que benefician **a 4997 familias en 90 municipios cafeteros**.

Estos proyectos se estructuran de forma integral, ya que involucran a Cenicafé, que construye una red de investigación con universidades regionales para fortalecer la red colaborativa de los comités de cafeteros.

\$39.749 MILLONES APALANCADOS CON ALIADOS INTERNACIONALES EJECUTADOS EN PROYECTOS, LA CIFRA MÁS ALTA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

*Son \$15.000 millones más que en 2021, en beneficio de los caficultores.
Se establecieron rutas estratégicas de cooperación para nuevos proyectos con
agencias u organismos como USAID, CAF y PNUD.*

La coyuntura internacional ha incidido en la formulación de nuevas estrategias de inversión por parte de la cooperación internacional desde el ámbito tanto público como privado. En este nuevo marco de cooperación, donde las agencias de los principales países oferentes de ayuda oficial para el desarrollo (AOD), multilaterales y el sector privado ven a Colombia como un aliado de inversión y apalancamiento de recursos, la FNC debe afianzar el relacionamiento estratégico con estos actores y definir rutas de trabajo claras para en el futuro acceder a recursos dirigidos a la sostenibilidad de la caficultura.

Con el liderazgo de su oficina de Nueva York, la FNC firmó tres memorandos de entendimiento claves con la Agencia de EEUU para el Desarrollo (USAID), el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para garantizar a futuro inversiones que beneficien a los caficultores del país. También se promovió la participación formal de la FNC como Agencia Ejecutora de la ONU

(“UN Partner Portal”), con el Fondo de Colombia Sostenible del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y con la Agencia de la ONU para los Refugiados (Acnur), lo que habilita a futuro una ruta de acceso a nuevas oportunidades de cooperación y a recursos disponibles a través de las diferentes agencias y convocatorias que se abran en los próximos años.

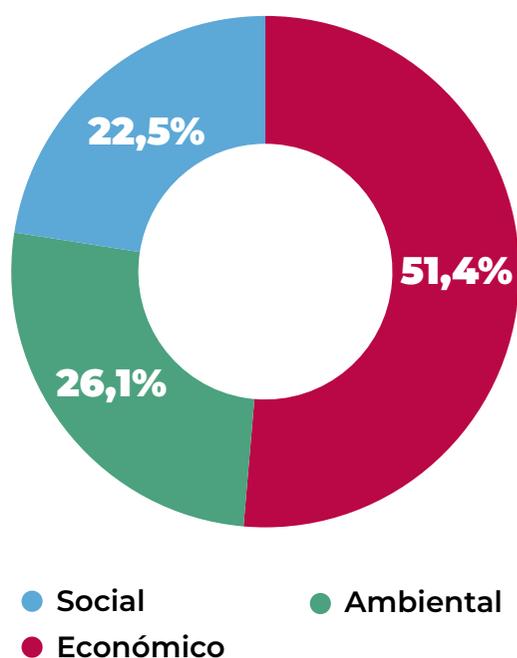
Un ejemplo claro de esta hoja de ruta **es el diseño e implementación del Plan Nacional de Alfabetización Digital (PNAD) para zonas cafeteras**, liderado por Alianzas Internacionales en el marco del memorando de entendimiento firmado con Microsoft en 2019 para lograr que caficultores y/o miembros de sus familias reciban un curso de formación básico en herramientas digitales y habilidades para el futuro que les permita romper barreras, empoderarse y fomentar los procesos individuales y colectivos de conocimiento, aprendizaje y creatividad. Así, se iniciaron dos **proyectos piloto con el apoyo de los comités departamentales de Risaralda y Huila**, este último en el marco del Programa Renacer de Juan

Valdez, en ejecución en alianza con Microsoft y la FAO.

Además, desde Alianzas Internacionales se diseñó un proyecto con **Nuestra Tierra Próspera (Programa de formalización de tierras financiado por USAID)**, la **Dirección de Asuntos Gremiales y el Comité del Cauca**, para apoyar procesos de formalización de tierras bajo el mecanismo de demanda agregada en el municipio de Caldon y otras zonas cafeteras del norte del Cauca. Se espera socializar el proyecto a más de 800 personas, para que al menos 300 logren recibir los títulos de sus tierras. Esta iniciativa posiciona a FNC como caso de éxito en promover la formalización de tierras desde el sector privado, buscando replicarla en otros departamentos y de la mano de otros aliados internacionales.

Gracias a la articulación entre las oficinas del exterior, la Gerencia Comercial, Alianzas Internacionales y los comités departamentales, la FNC logró una ejecución efectiva de **más de \$39.749 millones, \$15.000 millones más que en 2021**, los cuales están distribuidos en un 51,4% para el eje económico, 22,5% para el social y 26,1% en gestión ambiental.

Inversión por eje estratégico



Fuente: Oficina de Proyectos de la FNC.

Principales proyectos

Como primer piloto del Plan 100/100 de la FNC, la oficina de Nueva York gestionó el proyecto con **Tim Hortons**, y en articulación con la **Dirección de Gestión Ambiental y los comités departamentales de Antioquia, Huila y Santander**, se han ejecutado \$ 2.512 millones para entrega de planes de fertilización, módulos integrados de beneficio ecológico, filtros de agua potable, asistencia técnica y capacitación en productividad, entre otros.

Para la prosperidad de las familias cafeteras, se gestionó **un proyecto con la CAF por USD 820.000** para un estudio del sector cafetero que **permita crear y desarrollar los Planes Nacionales de Sostenibilidad Cafetera (PNSC) enmarcados en los ODS**, a ser presentados por el Foro Mundial de Productores de Café y para implementarse por los países productores de café.

Con **J.M. Smucker Company**, esta oficina gestionó USD 5.000 para retransmitir el programa radial *Mi finca, mi hogar y tesoro* en todo el territorio nacional cafetero.

En 2022 **la oficina de Europa** fortaleció el seguimiento y revisión de la ejecución presupuestal y validación detallada de las actividades a ejecutar de 11 proyectos vigentes, incluidos aquellos con **Starbucks en renovación de cafetales y agua**. Para el primero, se aprobó la **adición de 4,3 millones de chapolas** para una meta total de entrega de 50 millones en los 13 departamentos del proyecto. Con **Nestlé**, esta oficina ha **entregado más de 60.000 plántulas a caficultores de los 25 municipios**.

La oficina en Japón, ante el creciente interés en desarrollar proyectos de apoyo directo a caficultores y contribuir a la conservación del medio ambiente, en 2022 gestionó 5 proyectos que buscan apalancar más de **USD 100.000**. Con el aliado **Imperfect-MCAA**, hay un proyecto en seguridad alimentaria para entregar

semillas que aseguren la alimentación y mejoren la calidad de vida. Y con **Ishimitsu**, hay dos proyectos en marcha: uno en variedades de café para apoyar con primas a caficulto-

res discapacitados, y otro sobre medición de la huella de CO2 de la caficultura colombiana, con lo cual el aliado espera contribuir a una reducción de 30%.

USD 8,5 millones para proyectos recurrentes de café sostenible

Con el apoyo y la gestión de las oficinas en el exterior, la Gerencia Comercial siguió implementando proyectos recurrentes con clientes como Nespresso, Nestlé y Starbucks, cuyos beneficiarios obtienen mejores precios de compra, chapolas, capacitaciones, acompañamiento técnico o apoyo en infraestructura productiva, en procura de una mayor sostenibilidad.

A proyectos de años anteriores con aliados como Pur Projet, Mitsubishi, Nescafé y Starbucks, que impactan a 12.514 productores, se sumaron nuevos para beneficio de más de 21.000 caficultores.

En 2022 inició la implementación del proyecto Ahorro de Agua y Entendimiento del Suelo en fincas C.A.F.E Practices de Starbucks en Santander y Valle del Cauca, y en Caquetá se apoyó uno para donar kits escolares.

En total, los proyectos gestionados apalancaron USD 8.5 millones e impactan a cerca de 34.000 productores en 13 departamentos.

Principales nuevos proyectos firmados por la Gerencia Comercial

NOMBRE	PROPÓSITO	DEPARTAMENTO	CAFICULTORES
Pur Projet	Labores especializadas en el programa de agroforestería con caficultores AAA de las olas de siembra 1, 2 y 3, de los años 2014, 2015 y 2016.	Cauca: Almaguer, Balboa, Bolívar, Florencia, Inzá, La Sierra, La Vega, Mercaderes, Rosas, San Sebastián y Sotará.	1.736
Fintrac	Alianza comercial sostenible con 430 familias caficultoras del programa de calidad sostenible AAA de Nespresso.	Caquetá: Florencia y San Vicente.	430

NOMBRE	PROPÓSITO	DEPARTAMENTO	CAFICULTORES
Apoyo técnico FTUSA para ampliación	Apoyar la certificación de comercio justo de 16.865 caficultores en municipios de las seccionales La Unión, Juanambú y Occidente, en Nariño, y de las seccionales El Bordo y Oriente, en el Cauca	<p>Cauca: Inzá, Páez, Bolívar, Balboa, Patía, Florencia, Mercaderes, Sotará, Rosas, La Sierra, La Vega, Almaguer, San Sebastián.</p> <p>Nariño: La Unión, San Pablo, San Lorenzo, Colón, La Cruz, Arboleda, San Pedro de Cartago, San José de Albán, Buesaco, El Tablón de Gómez, Samaniego, Linares, Los Andes, Sardoná, Consacá, El Tambo, El Peñol, Ancuya, Pasto, Chachagüí, La Florida.</p>	16.865
Apoyo de Nespresso Corea a escuelas Carmen y El Reaibo	Donación de implementos y kits escolares a escuelas en el Caquetá	Caquetá: Florencia y San Vicente	28
Starbucks	Ahorro de agua y entendimiento del suelo	Santander y Valle del Cauca	2.200
MCAA	Kits de calidad	Cauca	25
TOTAL			21.284

COMITÉS LIDERAN PROYECTOS DE GRAN IMPACTO PARA LOS CAFETEROS

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

Su conocimiento de las necesidades de los productores en las regiones, la relación que tienen con aliados claves en las mismas y su capacidad de ejecución permitieron que llevaran a cabo importantes proyectos de impacto económico, social y ambiental.

A continuación, se presentan los proyectos más importantes de cada comité, con sus respectivos cooperantes:

ANTIOQUIA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
Expocafé RGC - Farmer Brothers Cooperativas de Antioquia, Occidente y Salgar Continental Gold Fintrac EPM DEVIMED Celsia Nescafé Corantioquia Corpourabá Gobernación de Antioquia Municipios Comunidad	Fortalecimiento y sostenibilidad de la caficultura en Antioquia ¹	\$14.687	<p>14.750 caficultores beneficiados.</p> <p>2.725.000 chapolas, 1.584.000 almácigos y 342 kg de semilla para renovación de cafetales.</p> <p>Fertilización para 11,7 millones de árboles y 366 análisis de suelos.</p> <p>832 marquesinas para secado de café al sol y 219 módulos de beneficio integrados para proceso de beneficio húmedo.</p> <p>249.467 árboles forestales sembrados, 16 composteras, 748 estufas eficientes, 114 sistemas de tratamiento de aguas mieles.</p> <p>1.746 kits de seguridad alimentaria de hortalizas, frutales, semillas de maíz y frijol.</p>

¹Bajo esta iniciativa se enmarcan varios proyectos del comité con diferentes ejecuciones y cooperantes.

BOYACÁ	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
15 administraciones municipales	Fortalecimiento de la caficultura y competitividad del departamento	\$1.292	<p>1.150 caficultores beneficiados con acciones integrales en renovación, entrega de material vegetal y elaboración de germinadores comunitarios.</p> <p>335 caficultores con subsidio de 30% para compra de fungicida, plástico Agrolene para secaderos de café, máquinas derribadoras para la recolección del café.</p> <p>264 estudios de suelo. Fertilización para 1.200.000 árboles de café.</p> <p>522 ha de café renovadas.</p> <p>1.600 kg de semilla certificada para renovación.</p> <p>246 beneficiaderos mejorados mediante entrega de secaderos parabólicos, módulos semi integrados, despulpadoras y tanques-tina para fermentación del café.</p>

CALDAS	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
Gobernación Cooperativa de Caficultores de Manizales 6 administraciones municipales	Plan para el mejoramiento de la productividad de la zona oriente del departamento de Caldas	\$1.000	Incentivar la renovación de 558 ha (47 ha de nueva siembra, 443,7 ha de renovación por siembra, 68,1 ha de renovación por zoca) mediante la entrega de 674.200 chapolas, 312.000 colinos de variedades resistentes e incentivos en fertilizante a 500 caficultores.

CAUCA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
<p>USAID</p> <p>Programa de Alianzas Comerciales (operador Fintrac)</p> <p>Cafinorte</p> <p>Caficauca</p> <p>(FNC)</p> <p>Craft Coffees</p> <p>Almacafé</p>	<p>Internacionalización del café del Cauca</p>	<p>\$300</p>	<p>Dos subastas internacionales a través de eventos del mejor café del Cauca.</p> <p>369 lotes vendidos con precios diferenciales que superaron los \$2.000 millones.</p> <p>49 clientes internacionales participaron en los dos eventos. Consolidación del evento “El Cauca sabe a café” y el reto “Arte latte en la región”.</p>

CESAR, LA GUAJIRA Y BOLÍVAR	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
<p>Gobernación de La Guajira,</p> <p>Comunidad cafetera</p>	<p>Asistencia técnica y desarrollo social dirigidos a los pequeños y medianos caficultores de la frontera colombo-venezolana, Serranía del Perijá, La Guajira</p>	<p>\$14.910</p>	<p>450 unidades sanitarias y 450 estufas ecológicas para mejoramiento de vivienda.</p> <p>380 secadores parabólicos y 380 beneficiaderos de café para mejoramiento de infraestructura productiva.</p> <p>450 familias capacitadas en temas económicos, sociales y ambientales.</p> <p>20 comités veredales fortalecidos.</p> <p>155 ha de seguridad alimentaria implementadas.</p> <p>450 ha de café renovadas.</p> <p>225 fincas certificadas en la cadena C.A.F.E. Practices.</p>

CUNDINAMARCA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
<p>Gobernación de Cundinamarca</p>	<p>Fortalecimiento de los encadenamientos productivos de la cadena del café en el departamento</p>	<p>\$1.869</p>	<p>Cooperativa Departamental Cafetera de Cundinamarca fortalecida con equipos de trilla, tosti3n y empaque.</p> <p>30 marcas mejoradas en sus dise3nos; 30 fotopol3meros entregados; 30.000 bolsas impresas.</p> <p>Acompa3amiento en tr3mite ante tostadoras para 80 caficultores en: sellos de caf3 de Colombia y DO, entre otros.</p> <p>15 caficultores dotados con tecnolog3a Ecomill® y 215 caficultores dotados con secadores mec3nicos (silos de 10@).</p> <p>3 caficultores con iniciativa de exportaci3n de caf3 tostado y verde apoyados en el comercio exterior.</p> <p>5 asociaciones apoyadas en temas contables, jur3dicos y sociales.</p>

HUILA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
	Programa de Renovación de Cafetales Huila 2021	\$1.439	<p>2.431 caficultores beneficiados.</p> <p>1.084 ha de café renovadas con incentivo de cafetales.</p> <p>Mejoramiento de: La densidad y la edad del cultivo de café.</p> <p>Incremento de: Variedades resistentes a roya, producción por ha, ingreso de las familias.</p>

MAGDALENA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
Fondo Colombia en Paz, Corpamag, Ejercito Nacional, PDET, Programa Colombia Sostenible	Fortalecimiento a los pequeños productores de café mediante la implementación de sistemas agroforestales y conservación ambiental en la Sierra Nevada de Santa Marta	\$1.059	<p>65 familias caficultoras renuevan sus cafetales con variedades resistentes.</p> <p>Se instalaron 65 tanques-tina para el proceso de beneficio.</p> <p>Se construyeron 65 filtros verdes para el manejo y tratamiento de las aguas residuales del café con cero descargas.</p> <p>Se sembraron 14.300 árboles maderables.</p> <p>65 familias capacitadas en Buenas Prácticas Agrícolas.</p> <p>65 análisis de suelos.</p> <p>Se contrataron 2 promotores de desarrollo rural y 1 profesional de proyectos.</p> <p>1 asociación de mujeres cafeteras fortalecida.</p>

NARIÑO	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
Recursos del Fondo Nacional del Café.	Mejoramiento y mantenimiento de las condiciones viales de la red terciaria y adecuación de instalaciones educativas, deportivas y de recreación	\$1.481	<p>12.811 caficultores beneficiados en 19 municipios.</p> <p>143 km de vías mejoradas.</p> <p>1.643 metros lineales de placa y cintas huella construidos.</p> <p>19 instalaciones mejoradas y adecuadas en 13 municipios.</p> <p>2.632 caficultores beneficiados.</p> <p>360 estudiantes beneficiados</p>

N. DE SANTANDER	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
Gobernación	Restauración de la caficultura de Norte de Santander	\$10.799	<p>3.404 caficultores beneficiados con acciones integrales en asistencia técnica, renovación de cafetales, entrega de material vegetal, bolsas para almácigo, análisis de suelo, enmiendas, fertilizantes.</p> <p>Renovación de 2.404 ha con análisis de suelo y cafetales jóvenes fertilizados.</p> <p>Entrega de 13,5 millones de chapolas con variedad resistente a roya.</p> <p>Fortalecimiento de capacidades locales de 600 mujeres y jóvenes caficultores.</p>

QUINDÍO	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
Alcaldías, Gobernación	Productividad departamental	\$1.317	<p>2.329.353 colinos de café.</p> <p>740.424 chapolas.</p> <p>740.000 bolsas.</p> <p>Entrega de fertilizante por \$402.649.124</p> <p>458 kg de frijol, 458 kg de maíz, 32 kits de hortalizas.</p> <p>1.516 beneficiarios</p>

RISARALDA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
<p>Gobernación</p> <p>CHEC – Grupo EPM</p> <p>Cooperativa de Caficultores de Risaralda</p> <p>Clúster de café especial de Risaralda</p> <p>Tiendas de café</p> <p>Asociaciones de productores del departamento</p> <p>SENA</p>	Estrategia Risaralda, Diversidad de Perfiles	\$2.777	<p>5 catadores certificados QGrader, beneficiando a las asociaciones de productores de café de alta calidad.</p> <p>96 personas en condición de disca- pacidad y 136 alumnos y profesores de escuelas del departamento for- mados en barismo.</p> <p>57 jóvenes con planes de negocio agropecuarios y 250 jóvenes cursan- do técnico profesional y tecnología.</p> <p>25 escuelas implementando los pro- yectos pedagógicos productivos.</p> <p>10 laboratorios de café de alta cali- dad en funcionamiento, 790 mues- tras de calidad y la capacitación a más de 6.000 personas en convenio con el SENA.</p> <p>Generación de valor agregado a 1.323 caficultores y ventas por más de \$3.500 millones.</p>

SANTANDER	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
<p>Efico Foundation King Baudouin Foundation Collibri Foundation SENA Comunidad cafetera</p>	<p>Una nueva generación de empresarios de café, municipios de Suaita, Gámbita, Oiba, Guadalupe, Guapotá, Zapatoca, Betulia, Galán, San Vicente y El Carmen de Chucurí</p>	<p>\$1.245</p>	<p>150 jóvenes cafeteros con 467.622 plantas de café en 84.72 ha.</p> <p>150 fincas cafeteras con análisis de suelo y planes de fertilización.</p> <p>150 familias cafeteras recibieron apoyo de seguridad alimentaria (gallinas y concentrado).</p> <p>150 kits de bioseguridad entregados.</p> <p>150 jóvenes cafeteros se capacitan en manejo agronómico del cultivo.</p> <p>150 familias de los jóvenes cafeteros venden café pergamino seco.</p>

TOLIMA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
<p>Jacobs Douwe Egbert (JDE) Keurig DrPepper FNC</p>	<p>El agua en el corazón de las comunidades cafeteras en Tolima (y Cauca)²</p>	<p>\$1.210</p>	<p>105 caficultores intervenidos con plantas de beneficio ecológico, procesadores de pulpa y filtros verdes construidos.</p> <p>29 caficultores con entrega de unidades sanitarias con sistema séptico construidas.</p> <p>97 caficultores con incentivo en fertilizante para 48,68 ha en nuevas siembras o renovación de cafetales.</p>

²El proyecto dio inicio el 20 de marzo de 2019, por lo que se ha reportado en este informe en varias vigencias.

TOLIMA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
			<p>972 caficultores con formación en conservación de los recursos naturales y agricultura climáticamente inteligente.</p> <p>24 caficultores en proceso formativo como observadores ambientales y en producción de café sostenible y de calidad.</p> <p>4 escuelas rurales con implementación de plan integral de formación ambiental y dotación de infraestructura sostenible, equipos para potabilización de agua y material pedagógico.</p>

VALLE DEL CAUCA	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
<p>Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC)</p>	<p>Capacitación e implementación de procesos de reconversión productiva y fortalecimiento de la producción agrícola y pecuaria, para apoyar la seguridad alimentaria</p>	<p>\$2.185</p>	<p>1.500 beneficiarios (900 caficultores).</p> <p>900 procesadores de pulpa.</p> <p>1.499 lugares de habilitación de material orgánico.</p>

OFICINAS COORDINADORAS	PROYECTO	INVERSIÓN (\$ MILLONES)	LOGROS
<p>Fintrac (financia USAID) por medio del Programa de Alianzas Comerciales (PAC)</p>	<p>Fortalecimiento de la cadena de café en los municipios de San Juan de Arama, Mesetas y Uribe, Meta</p>	<p>\$1.578</p>	<p>230 caficultores beneficiados.</p> <p>Construcción de 104 secaderos solares y mejoramiento de 104 beneficiaderos.</p> <p>79.429 árboles incentivados (29 fincas).</p> <p>100 muestras de análisis físico y sensorial de café.</p> <p>40 análisis de suelo.</p> <p>\$863 millones en ventas locales.</p> <p>73.909,50 kg.</p> <p>230 beneficiarios capacitados en mejores prácticas agrícolas.</p>





6

Gestionando
recursos con
transparencia
para transformar
el campo

FoNC FINANCIA BIENES PÚBLICOS CAFETEROS POR CASI \$403.100 MILLONES

GRI 102-7
GRI 203-1

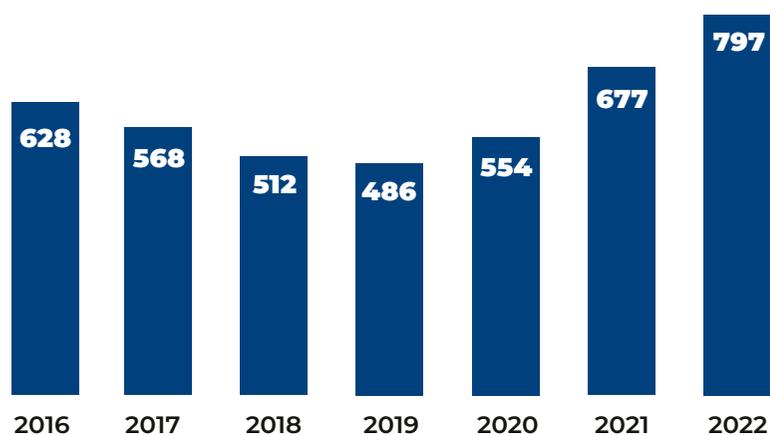
Por los altos precios del café, los ingresos del FoNC alcanzaron USD 890 millones, pero también se pagó más por la compra del grano.

En 2022, el Fondo Nacional del Café (FoNC) obtuvo ingresos por **USD 890 millones**, de los cuales **USD 585,7 millones** provienen de la comercialización de café verde, **USD 210,9 millones** de Buencafé y **USD 93,4 millones** de la actividad institucional.

Con ventas de café por **USD 796,6 millones** (18% más frente a los USD 677 millones de 2021, como se muestra en la gráfica), la comercialización del grano y la fábrica de café liofilizado se consolidan como motores en la generación de ingresos para el Fondo.



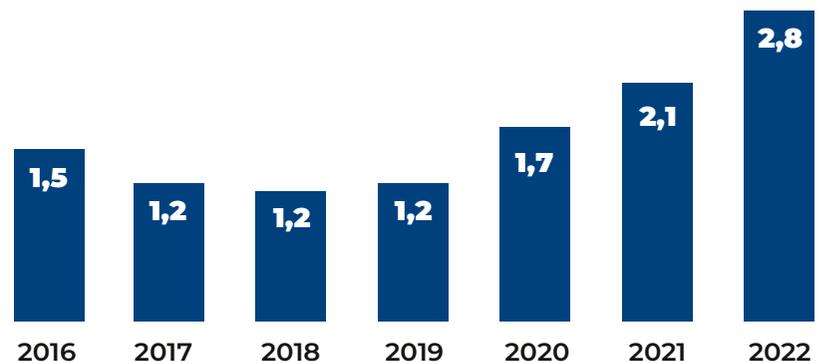
Ventas de café
(USD millones)



Incluye ventas de Buencafé y la comercialización de café verde.

Fuente: Gerencia Comercial FNC.

Compras de café
(\$ billones)



Fuente: Gerencia Comercial FNC.

De los ingresos por USD 93,4 millones de la actividad institucional, **USD 82,1 millones** se recaudaron por contribución cafetera y **USD 7,1 millones** por regalías, las cuales aumentaron 39% con respecto a 2021.

Con estos ingresos y los excedentes de las actividades comerciales, el FoNC financió bienes y servicios públicos cafeteros por **USD 95,5 millones**, que equivalen a **\$403.064 millones**.

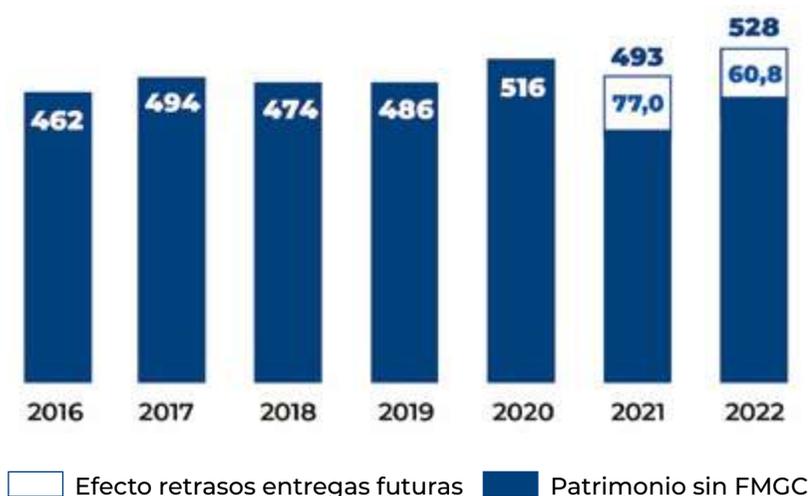
Como parte del ciclo de comercialización, el FoNC compró café por \$2,8 billones, **29%** más que en 2021.

PATRIMONIO DEL FONC ALCANZA USD 528 MILLONES

Aunque el indicador es superior al de 2021, se vio afectado en USD -61 millones por el incumplimiento de entregas a futuro, de ahí la importancia de que los productores honren sus compromisos.

En 2022, el FoNC consolidó un **patrimonio de USD 528 millones** (sin incluir la provisión de la Flota Mercante Gran Colombiana y los efectos de los retrasos en los compromisos de compra de café con entrega futura).

Patrimonio FoNC
(USD millones)



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

La rotación de cartera, que mide la eficiencia de gestión de los recursos de capital operativo, se mantuvo constante en **21 días** promedio, lo que genera mayor disponibilidad de recursos para el FoNC.

Producto de la confianza del sector financiero tanto local como internacional en la FNC, el FoNC cuenta con líneas de crédito por **USD 852 millones (\$4,1 billones)** que permiten, en caso de requerirse, apalancar el principal bien público de los caficultores, la garantía de com-



pra. El indicador es USD 25 millones (3%) superior al de 2021.

Para mantener la confianza del sector financiero y costear el capital de trabajo requerido por el FoNC y bienes públicos como la garantía de compra, es esencial la buena salud financiera del FoNC, la cual depende en gran medida del comportamiento de las actividades comerciales.

Por ello, la entrega de café por parte de los productores y las cooperativas en los plazos y tiempos acordados mantiene el normal ciclo comercial y salvaguarda las finanzas del FoNC, cuyo patrimonio se vio afectado en USD -61 millones en 2022 por los retrasos en la entrega futura de café.



RESPALDO DE OBLIGACIONES DE LARGO PLAZO DE LA FNC SUPERA EL 100%

Es el cuarto año consecutivo con presupuesto superavitario a nivel central, sin deuda con el sistema financiero y una estructura financiera estable que consolida la prosperidad financiera de la FNC.

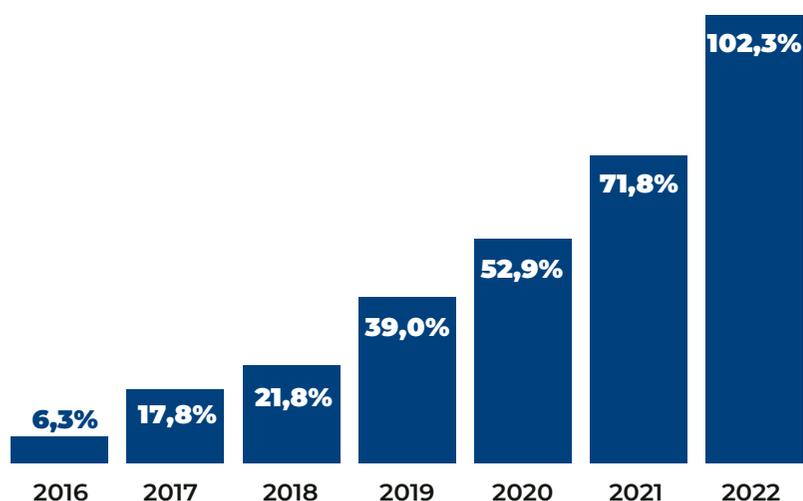
Cumpliendo la política de prosperidad financiera de la FNC aprobada por el Congreso Cafetero y respaldada por el Comité Directivo en 2017, en los últimos 7 años ha aumentado sostenidamente el respaldo de las obligaciones pensionales de la FNC y en 2022 superó el 100%, alcanzando la meta cinco años antes de lo propuesto en la política.

un ejercicio de presupuesto superavitario a nivel central y se mantiene sin deuda con el sistema financiero.

Esta situación se ha mantenido a pesar de una contraprestación por administración del FoNC sin ajuste desde hace 5 años, además de las presiones inflacionarias y cambiarias que impactan los presupuestos de egresos.

De ahí la fortaleza patrimonial de la FNC, con activos respaldados por el **69,7% de su patrimonio, la cifra más alta de los últimos 7 años**, y una razón corriente que desde 2018 refleja que sus activos corrientes más que duplican los pasivos corrientes.

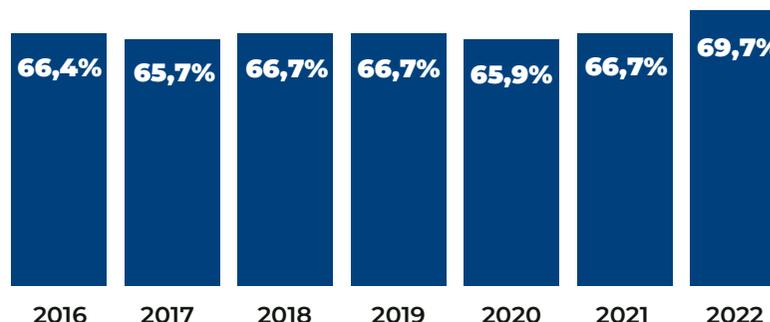
Respaldo de obligaciones de largo plazo FNC



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

Gracias a la formulación cuidadosa y diligente de los presupuestos de la FNC como ente privado, el eficiente uso de los recursos y la gestión de ingresos, desde 2019 la FNC mantiene

Fortaleza patrimonial FNC



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

Rentabilidad de inmuebles es 4,54%

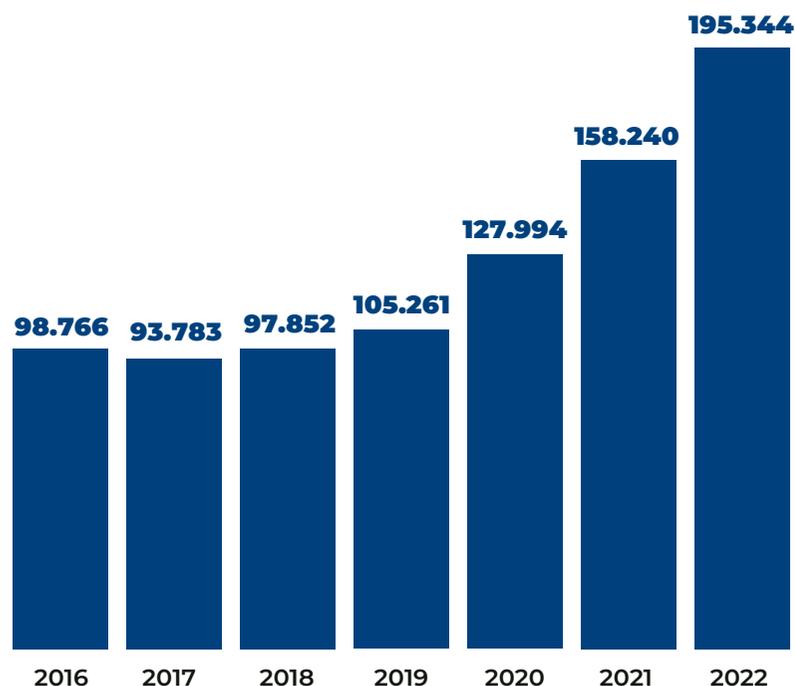
En 2022, se renovaron **34** contratos de arrendamiento, 2 fueron cedidos y se firmaron 2 nuevos, lo que arrojó una rentabilidad de 4,54% en los inmuebles gestionados por la FNC.

Ventas de almacenes de provisión agrícola superan \$195.000 millones

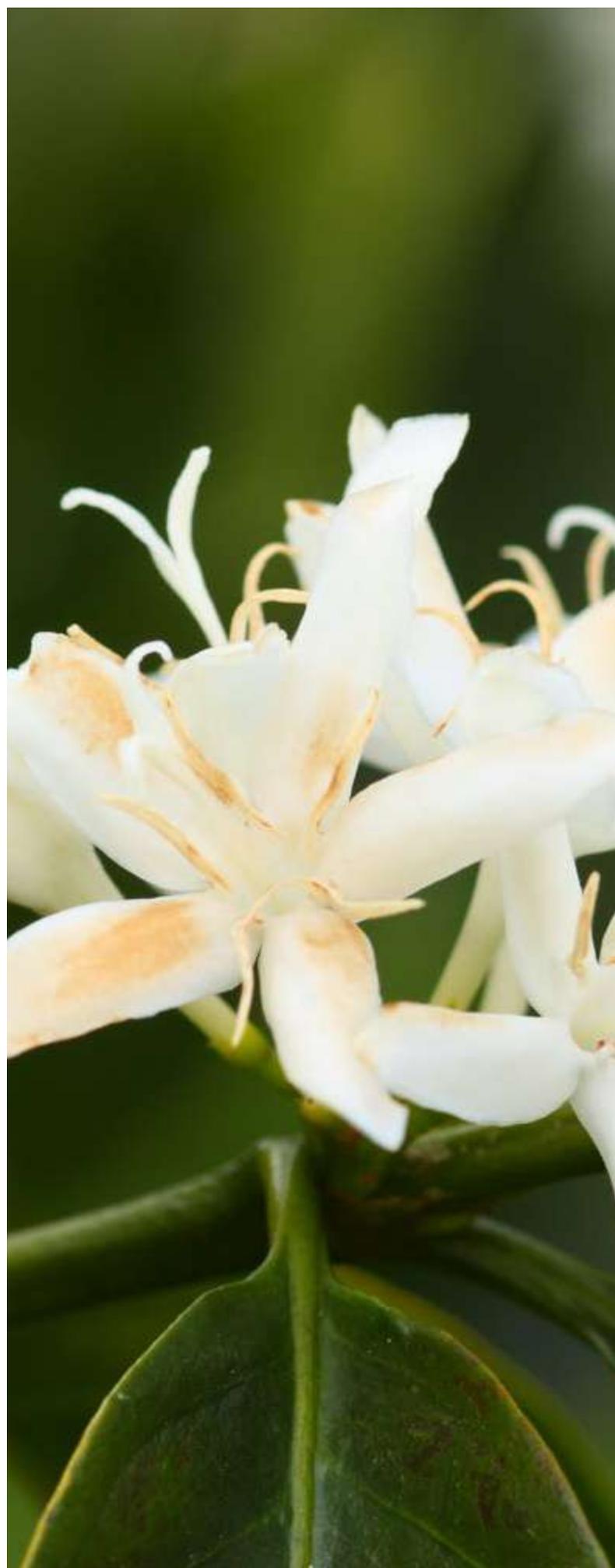
Estos establecimientos juegan un papel clave en proveer insumos de calidad a las empresas cafeteras.

En 2022 los almacenes de provisión agrícola en los comités departamentales de Caldas, Quindío y Santander alcanzaron ventas por \$195.344 millones, 23,4% más que en 2021.

Ventas en almacenes de provisión agrícola (\$ millones)



Estas unidades de negocio dejaron más de \$5.000 millones en ganancias en 2022, es decir, 3%, y son una fuente de recursos clave para fortalecer las finanzas de los comités departamentales.





GRI 102-7
GRI 102-8
GRI 404-2

GESTIÓN HUMANA

HACEMOS UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LO MEJOR DE COLOMBIA

Este año se construyó de forma colectiva el propósito superior de la FNC. Conectarlo con el de cada uno de los colaboradores es un desafío que nos inspira cada día para crear nuevas capacidades.

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



3.069
empleados
63% son hombres
y 37%, mujeres.

Nivel de estudios

- 1% doctorado
- 7% maestría
- 11% bachilleres
- 14% formación técnica
- 16% especialización
- 50% profesionales

165 en Cenicafé **5,4%**

434 laboran en Buencafé **14,1%**

1.008 son extensionistas **32,8%**

2.102 en los comités **68,5%**

En Gestión Humana las acciones se enmarcan en tres pilares fundamentales:



Entre los hechos destacables de este año están:

Definición y lanzamiento del propósito superior

El 2022 marcó un gran hito en materia organizacional con la construcción colectiva de nuestro propósito superior, inspirador y de alto impacto para todo el equipo de colaboradores.

“Hacemos un mundo más sostenible a través de lo mejor de Colombia” conecta con nuestro deseo de trascender y dejar huella por medio de nuestras acciones en el día a día, contribuye al bienestar de las familias cafeteras, y fortalece nuestra marca empleadora.

1.800 empleados participaron en su construcción y se formaron 80 facilitadores, quienes realizaron más de 90 talleres a nivel nacional para socializar e interiorizar con todos los

trabajadores de la FNC nuestro propósito superior, que hoy llevamos a todas partes.

Voluntariado Construyendo Sonrisas

Un millón de razones para sembrar árboles.

Convencidos de la importancia de los árboles en la captura de carbono, producción de oxígeno, purificación del aire, preservación de suelos fértiles, ríos limpios y en general mejora del ecosistema, se construyó una experiencia ambiental con los colaboradores en el marco de la campaña nacional **“Un millón de razones para sembrar un árbol”** que contribuye a oxigenar el planeta. Participaron más de 875 voluntarios a nivel nacional.

Más de 2.274 árboles de diferentes especies nativas sembrados en fincas de caficultores y terrenos de las dependencias y una contribución al medio ambiente con la captura de 38 t de CO2 eq/año.

El voluntariado también contribuyó a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) establecidos en el Acuerdo de París, Agenda 2030, sensibilizando a nuestros colaboradores frente al cambio climático y su adaptación.



Política de beneficios

Para mantener un clima laboral positivo y un ambiente saludable, basado en el equilibrio de las necesidades, que generen satisfacción, fortalezcan el compromiso y la contribución del trabajador, y consoliden a la FNC como el mejor lugar para trabajar, se diseñó la política de beneficios.

El portafolio contempla beneficios unificados a nivel nacional que generan una misma experiencia al colaborador y su familia en temas de flexibilidad de tiempo, beneficios económicos, calidad de vida, bienestar, diversidad, inclusión y equidad, para conciliar la vida personal, familiar y laboral.

Medición de Espacios Laborales Sin Acoso (ELSA)

Comprometidos con la equidad de género y para contribuir a los objetivos de desarrollo sostenible, diagnosticamos el acoso laboral en la organización mediante la herramienta ELSA con una participación a nivel nacional de 1.803 colaboradores. Se presentan los resultados al

Comité Ampliado de Gerencia y se capacita a todos los integrantes del comité de convivencia en el manejo e identificación de casos de acoso.

Préstamos y líneas de crédito para colaboradores

Fomentamos la calidad de vida, el bienestar y la tranquilidad de nuestros colaboradores mediante facilidades para atender sus necesidades económicas, personales y familiares. En 2022 se otorgaron **préstamos por \$2.159 millones a 334 personas**, con un **promedio de \$6.470.000 por persona**.

El **Fondo Rotatorio de Créditos para Empleados** de la Federación y Almacafé (FRCE) es una de las alternativas más importantes para nuestros colaboradores, pues **representa el 52% de los recursos desembolsados** y les permite acceder a préstamos para adquirir, construir o remodelar vivienda, o para el pago o abono de crédito hipotecario o *leasing* habitacional o para el estudio de pregrado y posgrado de sus hijos.

Programa Desarrollo de Líderes

Por cuarto año consecutivo, el programa Desarrollo de Líderes sigue fortaleciendo las competencias, conocimientos y herramientas que permitan a nuestros líderes gestionar con éxito sus equipos de trabajo.

Líderes visionarios que se comunican efectivamente y lideran con el ejemplo son los que hacen la diferencia en nuestra organización.

Este año llegamos a más de **380 líderes** a nivel nacional con dos acciones de formación 100% virtual que fortalecen dos de los ejes en que se enmarca el programa: Liderazgo para la gente y Liderazgo para la organización. En total se impartieron 20 horas de capacitación por persona.

Programa de formación y capacitación 2022

A nivel nacional, las acciones de formación promovidas desde Oficina Central, fueron:

DESCRIPCIÓN	PARTICIPANTES / TIEMPO PROMEDIO
8 acciones de formación en liderazgo, sostenibilidad ambiental y apropiación de nuevas formas de trabajo, apalancadas en tecnologías y habilidades digitales para el análisis de datos y la toma de decisiones.	1.671 personas: 1.535 trabajadores y 136 mujeres cafeteras. 35 horas/persona.
Acciones de formación y actualización sobre el Sistema de Gestión Integral de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), control y seguridad, proyectos y estrategia, entre otros.	2.680 trabajadores. 10 horas/persona.
Formación especializada para el Servicio de Extensión en temas como Ecomill®, cosecha asistida y gestión empresarial.	2.804 trabajadores. 21 horas/persona.



7

Sobre este
informe

Este informe se ha elaborado conforme a los estándares GRI: opción esencial, y corresponde a la gestión de la FNC en 2022.

GRI 102-54

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.

GRI 102-40

GRI 102-42

GRI 102-43

GRI 102-44

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

CAFICULTOR

Subgrupos

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

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

Congreso Nacional de Cafeteros, comités departamentales, Comité Directivo, comités municipales, página web, redes sociales, Conversemos con el Gerente, encuesta de percepción integral, páginas web de los comités departamentales, metodologías grupales e individuales aplicadas por el Servicio de Extensión, encuentros gremiales de liderazgo, programas radiales y periódicos regionales cafeteros, programa de TV *Las aventuras del Profesor Yarumo*, Informativo de la Federación FNC en acción, boletín electrónico Pergamino, mensajes de texto, pódcast, programa radial nacional Panorama Cafetero y chatbot.

GOBIERNO

Subgrupos:

Presidencia de la República

Ministerios

Departamentos
administrativosConsejerías presidenciales e
institutos descentralizadosContraloría General de la
RepúblicaProcuraduría 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 (FEPC).

TEMAS RELEVANTES

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

COMPRADORES DE CAFÉ Y CONSUMIDORES

Subgrupos:

Comercializadores

Industria tostadora

Grandes superficies

Tiendas de café

Consumidor final

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

Producto con valor agregado de alta calidad.

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

COLABORADORES

ENFOQUE DE LA RELACIÓN Y TEMAS RELEVANTES

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

Competencia, entendida como la habilidad para realizar el trabajo.

Compromiso, que es la voluntad de hacer el trabajo.

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

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

Al día con el Gerente, Intranet institucional, buzón de convivencia laboral, cartelera en línea, Comités de Salud Ocupacional, boletín Contacto, correos corporativos de Gestión Humana y Comunicaciones, *Prensa al Día*, pódcast.

ASOCIACIONES Y GREMIOS

Subgrupos:

Asociación 4C (Common Code for the Coffee Community)

Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex)

Cámara Colombo China de Inversión y Comercio

Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria

Cámara de Comercio Colombo Americana

Coffee Association of Canadá

Consejo Privado de Competitividad

Corporación Colombia Internacional (CCI)

Corporación Colombiana de Inversiones Agropecuarias Agrosavia (antes Corpoica)

Corporación Colombiana de Logística S.A

Corporación Connect Bogotá

Corporación Reconciliación Colombia

Empresarios por la Educación

Fundación Colombiana del Pacífico

Fundación Museo de los Niños

Fundación para la Enseñanza de Oficios

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec)

National Coffee Association (NCA)

Organización Internacional del Café (OIC)

Origin

Pacto Global (adherido desde 2003)

Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC)

Specialty Coffee Association (SCA)

TEMAS RELEVANTES

Representación de los intereses de los caficultores colombianos.

Promoción de la sostenibilidad.

Posicionamiento relevante de la FNC como gremio.

Fortalecimiento del sector.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Relacionamiento directo.

Redes sociales.

Página web.

MEDIOS Y COMUNICACIÓN

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

Actualidad del sector y el gremio, resultados de gestión.

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

INSTITUCIONALIDAD CAFETERA

Subgrupos:

Almacafé

Procafecol

Oficinas en el exterior

Fundación Manuel Mejía

Cooperativas

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

Gestión comercial, precio, mercado.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Reuniones de coordinación, carteleras, Al Día con el Gerente, correos, Al Día TV, *Prensa al Día*, redes sociales, podcast.

PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

Subgrupos:

Proveedores nacionales

Proveedores extranjeros

ENFOQUE DE LA RELACIÓN

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

TEMAS RELEVANTES

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

CANALES DE COMUNICACIÓN

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

MATERIALIDAD

A finales de 2018 se realizó un ejercicio de actualización de la materialidad de la FNC, dentro del cual se validaron los temas más relevantes para la sostenibilidad de la organización desde la perspectiva interna (estrategia del negocio, políticas corporativas, impactos de la FNC) y la externa (de sus grupos de interés). Esta materialidad ha quedado plasmada en los sucesivos informes de sostenibilidad y gestión. Validada en los controles anuales de la estrategia de valor de la FNC, sigue vigente en 2022.

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

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

Los resultados de este ejercicio se muestran a continuación:

IMPORTANCIA GRUPOS DE INTERÉS

Rentabilidad del caficultor



Desarrollo social de las familias y comunidades cafeteras



Unión gremial cafetera



Cuidado de los recursos naturales y adaptación a la variabilidad climática



Prosperidad de la FNC



Excelencia de la gestión de proyectos de sostenibilidad



Representación y regulación



Comercialización con valor agregado y posicionamiento diferenciado del Café de Colombia



Innovación



Calidad del capital humano al interior de la organización



● Alta ● Media ● Baja





IMPORTANCIA SEGÚN IMPACTOS FNC

Rentabilidad del caficultor



Desarrollo social de las familias y comunidades cafeteras



Unión gremial cafetera



Cuidado de los recursos naturales y adaptación a la variabilidad climática



Prosperidad de la FNC



Excelencia de la gestión de proyectos de sostenibilidad



Representación y regulación



Comercialización con valor agregado y posicionamiento diferenciado del Café de Colombia



Innovación



Calidad del capital humano al interior de la organización



● Alta ● Media ● Baja

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

EN LA FNC CONTRIBUIMOS CON 16 DE LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS), AL IMPACTAR **105 METAS**: 82 DE FORMA DIRECTA Y 23 DE FORMA INDIRECTA

● EJE ECONÓMICO

Contribuir a la **rentabilidad del caficultor**.

PRODUCTIVIDAD

1. Profundización de estrategia “Más agronomía, más productividad, más calidad”.
2. Mayor desarrollo tecnológico para el Servicio de Extensión.
3. Apoyo a nuevas áreas de producción.

● EJE SOCIAL

Fomentar el **desarrollo social integral y sostenible** de las familias y comunidades cafeteras, con enfoque de bienestar.

10. Protección social:

Promoviendo nuestro bienestar en salud, trabajo y vejez.

11. Educación rural:

Formando vidas.

12. Infraestructura:

Construyendo futuro.

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

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

15. **Proyectos** especiales.

PRECIO

4. Más diferenciación por calidad.
5. Estabilización de precios e ingresos.
6. Tostado en origen.
7. Nuevos mercados y ampliación del consumo interno.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

8. Manejo eficiente de la finca y nuevas tecnologías.
9. Menores costos logísticos.



● EJE AMBIENTAL

Promover la sostenibilidad ambiental en los **sistemas de producción de café y al interior de la organización**.

17. Reforestación en zona cafetera.

18. Cuidado del suelo y el agua.

19. Manejo de residuos / Economía circular.

● EJE GOBERNANZA

Fortalecer una **representatividad efectiva** para asegurar la **legitimidad de la FNC**.

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



8

Anexos

GRI 102-13
GRI 102-12

LISTA DE AFILIACIONES Y ASOCIACIONES

NOMBRE	JUNTA DIRECTIVA	
	PRINCIPAL	SUPLENTE
Asociación 4C (Common Code for the Coffee Community)		
Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex)	1	
Cámara Colombo China de Inversión y Comercio		
Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria	1	
Cámara de Comercio Colombo Americana		
Coffee Association of Canadá		
Consejo Privado de Competitividad	1	
Corporación Colombia Internacional (CCI)		
Corporación Colombiana de Inversiones Agropecuarias Agrosavia (antes Corpoica)		1
Corporación Colombiana de Logística S.A		
Corporación Connect Bogotá		
Corporación Reconciliación Colombia	1	
Empresarios por la Educación		
Fundación Colombiana del Pacífico		
Fundación Museo de los Niños		
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

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN				
GRI 102 CONTENIDOS GENERALES 2016	102-1	Nombre de la organización.	66	
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios.	18	
	102-3	Ubicación de la sede.	66	
	102-4	Ubicación de las operaciones.	18	
	102-5	Propiedad y forma jurídica.	66	
	102-6	Mercados atendidos.	20, 26, 30, 34, 39, 41, 46, 72, 73, 76, 80, 87	
	102-7	Tamaño de la organización.	20, 41, 46, 68, 100, 104	
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores.	104	
	102-9	Cadena de suministro.	19	
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.	No ha habido cambios significativos en el periodo objeto del informe.	
	102-11	Principio o enfoque de precaución.	Dentro del Sistema de Gestión Integral se desarrolla la gestión de riesgos de la FNC. Los riesgos han sido identificados y priorizados en sus diferentes categorías y se han definido acciones enfocadas a mitigar los riesgos y al logro de los objetivos.	

CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN	
GRI 102 CONTENIDOS GENERALES 2016	102-12	Iniciativas externas.	122		
	102-13	Afiliación a asociaciones.	122		
	ESTRATEGIA				
	102-14	Declaración de los altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones.	6		
	ÉTICA E INTEGRIDAD				
	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta.	67		
	GOBERNANZA				
	102-18	Estructura de gobernanza.	66		
	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
	102-40	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	110		
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva.	110		Al 31 de diciembre de 2022, 4,3% de los trabajadores hacen parte de la organización sindical.
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés.	110		
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés.	110		
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados.	110		
	PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES				
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	110		La Federación, como persona jurídica de derecho privado, sin ánimo de lucro y de carácter gremial, conso-	

CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
GRI 102 CONTENIDOS GENERALES 2016				lida sus resultados financieros con las inversiones patrimoniales donde ostenta una participación igual o superior al 50% de su capital:
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.		Almacenes Generales de Depósito de Café S.A. (Almacafé). Promotora de Café de Colombia S.A. (Procafecol) y sus subsidiarias. Oficinas en el exterior. Sociedad Forestal Cafetera del Valle S.A. (Soforestal). Sociedad Promotora Agroindustrial S.A.S. (Proagrocafé). Pretensados de Concreto del Oriente Ltda. (Pretecor). Comités de Cafeteros Almacenes SAS.
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas de los informes.	115	
	102-47	Lista de los temas materiales.	115	
	102-48	Reexpresión de la información.		En el presente informe no hubo reexpresión de información.
	102-49	Cambios en la elaboración de informes.		Con estándares GRI, desde 2019 el Informe de Gestión anual incorpora el de Sostenibilidad y el de la Industria.
	102-50	Periodo objeto del informe.		1 enero a 31 diciembre de 2022.
	102-51	Fecha del último informe.		2021
	102-52	Ciclo de elaboración de informes.		Anual

CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
GRI 102 CONTENIDOS GENERALES 2016	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe.	informacion.fnc@cafede-colombia.com	
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI.	110	
	102-55	Índice de contenidos GRI.	123	
	102-56	Verificación externa.		El presente informe no fue sometido a verificación externa.

TEMAS MATERIALES

IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS

GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	20, 30, 34, 37, 46, 80, 87, 101	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
GRI 203 IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS 2016	203-01	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	34, 37, 40, 41, 46, 68, 80, 87, 100	

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
ENERGÍA				
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	59, 60, 63	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
GRI 302 ENERGÍA 2016	302-01	Consumo energético dentro de la organización.	59, 60, 63	
	302-03	Intensidad energética.	60	
AGUA				
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	55, 59, 60	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
GRI 303 AGUA 2018	303-01	Extracción de agua por fuente.	60	
EMISIONES				
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	60, 62	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
GRI 305 EMISIONES 2016	305-01	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	60	

ESTÁNDAR	GRI	CONTENIDO	NO. DE PÁGINA	OMISIÓN
EFLUENTES Y RESIDUOS				
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	58, 59, 61, 63	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
GRI 306 EFLUENTES Y RESIDUOS 2016	306-02	Residuos por tipo y método de eliminación.	55, 58, 59, 61	
	FORMACIÓN Y ENSEÑANZA			
GRI 103 ENFOQUE DE GESTIÓN 2016	103-01	Explicación del tema material y sus coberturas.	34, 37, 46, 56, 68, 80, 87	
	103-02	El enfoque de gestión y sus componentes.		
	103-03	Evaluación del enfoque de gestión.		
GRI 404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA 2016	404-02	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	46, 55, 57, 58, 68, 104	



federaciondecafeteros.org     

HACEMOS UN MUNDO + **SOSTENIBLE** A TRAVÉS DE LO MEJOR DE *Colombia*