

IG INFORME DEL GERENTE

90 CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS



www.federaciondecafeteros.org | @fedecafeteros

Una publicación de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. ISSN 2954-7334

EDITORIAL

Por un futuro cafetero próspero

Calidad, productividad y sostenibilidad son factores claves para ello.

Pág. 02



EJE ECONÓMICO

Histórico valor de la cosecha

Cerró el año cafetero en \$14,5 billones.

Pág. 07



EJE SOCIAL

Una mujer cafetera más empoderada

Tanto en lo comercial como en los órganos gremiales, las mujeres ganan espacios.

Pág. 28

EJE AMBIENTAL

Más árboles nativos en zona cafetera

Más de un millón fueron sembrados.

Pág. 32

GOBERNANZA

Legitimidad refrendada

Elecciones cafeteras fortalecen al gremio.

Pág. 36



MI CAFÉ ES DE **CALIDAD**,
MI FINCA ES **PRODUCTIVA Y SOSTENIBLE**
MI FUTURO ES PRÓSPERO

DESTACADO: FNC IMPULSÓ Y SUSCRIBIÓ NUEVO ACUERDO INTERNACIONAL DEL CAFÉ. Pág. 37

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

El 2022, próximo a terminar, será histórico para los caficultores colombianos por los excelentes resultados económicos.

Entre enero y septiembre, el precio interno promedio de la carga fue de \$2.179.230, **59% más** que en el mismo periodo de 2021. Este aumento se explica por un precio promedio del contrato C de la bolsa de Nueva York que llegó a un promedio de USD 226 ¢/lb, **49% superior** al de 2021; un diferencial del café colombiano que alcanzó USD 70,7 ¢/lb, **38% superior** al de 2021, y una tasa de cambio promedio de \$4.069 por dólar, 10% más que el promedio del mismo periodo de 2021. En términos reales (descontada la inflación), **el precio interno es el más alto en los últimos cincuenta años**, superior al obtenido en la llamada bonanza cafetera de mediados de los setenta del siglo pasado.

Y por si fuera poco, valorando su compromiso con la calidad, la FNC reconoce a los productores el mejor precio posible del mercado. Gracias a la gestión de la Gerencia Comercial, en el mismo perio-

do los caficultores recibieron primas de cafés especiales por **\$32.684 millones** y un precio de compra promedio de **\$2.440.000** por carga, el mayor de la historia.

El valor de las exportaciones de café en 2022, a octubre, alcanzó USD 3.748 millones, **36.7% más** que en el mismo periodo de 2021, destacando la participación de **18% de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC)** con cargo al Fondo Nacional del Café. Por lo demás, es menester recalcar que el esfuerzo de la FNC en este frente ha sido promover las exportaciones de cafés especiales que reciben primas por encima del precio del café estándar. **Las ferias y subastas**, así como los **laboratorios móviles** y pruebas de taza que la FNC ha impulsado han sido claves en el posicionamiento y desarrollo de cafés de excelencia.

Así las cosas, pese a la contracción de 13% de la cosecha en los últimos 12 meses (a sep.), a 11.6 millones de sacos, debido a las lluvias excesivas por el fenómeno de La Niña, el valor de la cosecha puede terminar este año ron-

dando los **\$14 billones**, un 50% superior al valor de 2021. Cifra récord histórica.

Recordemos que el valor de la cosecha se irriga en los más de 600 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), genera bienestar en las regiones cafeteras y una mayor demanda de bienes y servicios, que contribuye al crecimiento económico nacional.

Nuestro parque cafetero, con **86%** de 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 ese país en 2020 y 2021. Por ello los precios del café en el contrato C de la bolsa de Nueva York alcanzaron altos niveles históricos. Sin embargo, ya se

vislumbra una recuperación de la producción brasileña para el año cafetero 2023/24 y por lo tanto un descenso de la cotización internacional. En cuanto al **diferencial** reconocido al **café colombiano**, hay que decirlo, refleja la **preferencia creciente del mercado** por cafés de calidad. Esperamos que ese diferencial se siga manteniendo firme en el futuro.

El segundo acontecimiento que quiero destacar en este informe es 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, casi **185.000 caficultores** que asistieron a las urnas para elegir entre 16.400 candidatos, una cifra récord para los últimos tres procesos. Hubo un **aumento** importante de la **representación femenina** elegida en esta ocasión: de 8% en los comités departamentales en 2014 se creció a **22%**, y en los comités municipales se pasó del 16% en 2014 a **28%** en 2022.



Manten
clara de
de ca
ambien

EDITORIAL



emos nuestra meta tener una caficultura calidad, productiva y talmente sostenible

En esa misma línea, destaco la renovación de los elegidos, con **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 para dar 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** y cada vez más **representativa** de la realidad del gremio continuaremos la tarea fijada por el Congreso Nacional de Cafeteros –su máxima autoridad– de seguir trabajando por lograr la prosperidad de los productores y sus familias.

Por otro lado, las empresas del gremio siguen mostrando excelentes resultados. A septiembre, **Buencafé**, líder en innovación y sostenibilidad integral, logró ventas históricas por **USD 146 millones** (9.597 toneladas en volumen); sus productos se exportan a 40 países para llegar a 60 mercados.

Los ingresos de **Procafecol**, que este año cumple 20 años, crecieron **58%** a **\$395.394 millones**, con 352 tiendas en Colombia, mientras que las ventas totales de Almacafé crecieron **4%** a **\$62.991 millones**, de las cuales \$29.815 millones provienen de clien-

tes distintos a FNC (35% más frente al mismo periodo de 2021).

Bajo la premisa de solidez financiera de la FNC, desde 2019 se **liquidó el total de la deuda institucional** y 2022 es el cuarto año consecutivo de presupuesto superavitario a nivel central. Y también por su buena gestión, el Fondo Nacional del Café (FoNC) sigue financiando los bienes y servicios públicos cafeteros que los productores tanto valoran.

En productividad no podemos bajar la guardia y debemos seguir las orientaciones del Servicio de Extensión en cuanto a renovación de cafetales envejecidos, fertilización y demás prácticas agronómicas.

En materia ambiental, hay que 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**, y avanzar en los proyectos educativos bajo el modelo de Escuela y Café. En infraestructura, procurar convenios de cofinanciación para mejorar las vías terciarias.

En el plano internacional, la FNC hizo gala una vez más de su vocería y liderazgo al impulsar, entre otras acciones, el **nuevo acuerdo de la Organización Internacional del Café**, suscrito en Bogotá en octubre, y dejar listo el escenario para una nueva reunión del **Foro Mun-**

dial de Productores de Café en febrero próximo, en Kigali, Ruanda, escenarios donde promueve un **ingreso próspero** que les permita a las familias cafeteras de Colombia y el mundo ser más competitivos.

Saludamos al nuevo Gobierno nacional, elegido democráticamente y posesionado el pasado 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 a 2027, año del centenario de la FNC: tener una caficultura de **calidad, productiva y ambientalmente sostenible** que genere prosperidad a las de 540.000 familias caficultoras.

Roberto Vélez Vallejo

Gerente General FNC

Entregando sostenibilidad para aportar al bienestar del caficultor colombiano

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 FNC que se muestra a continuación, 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.

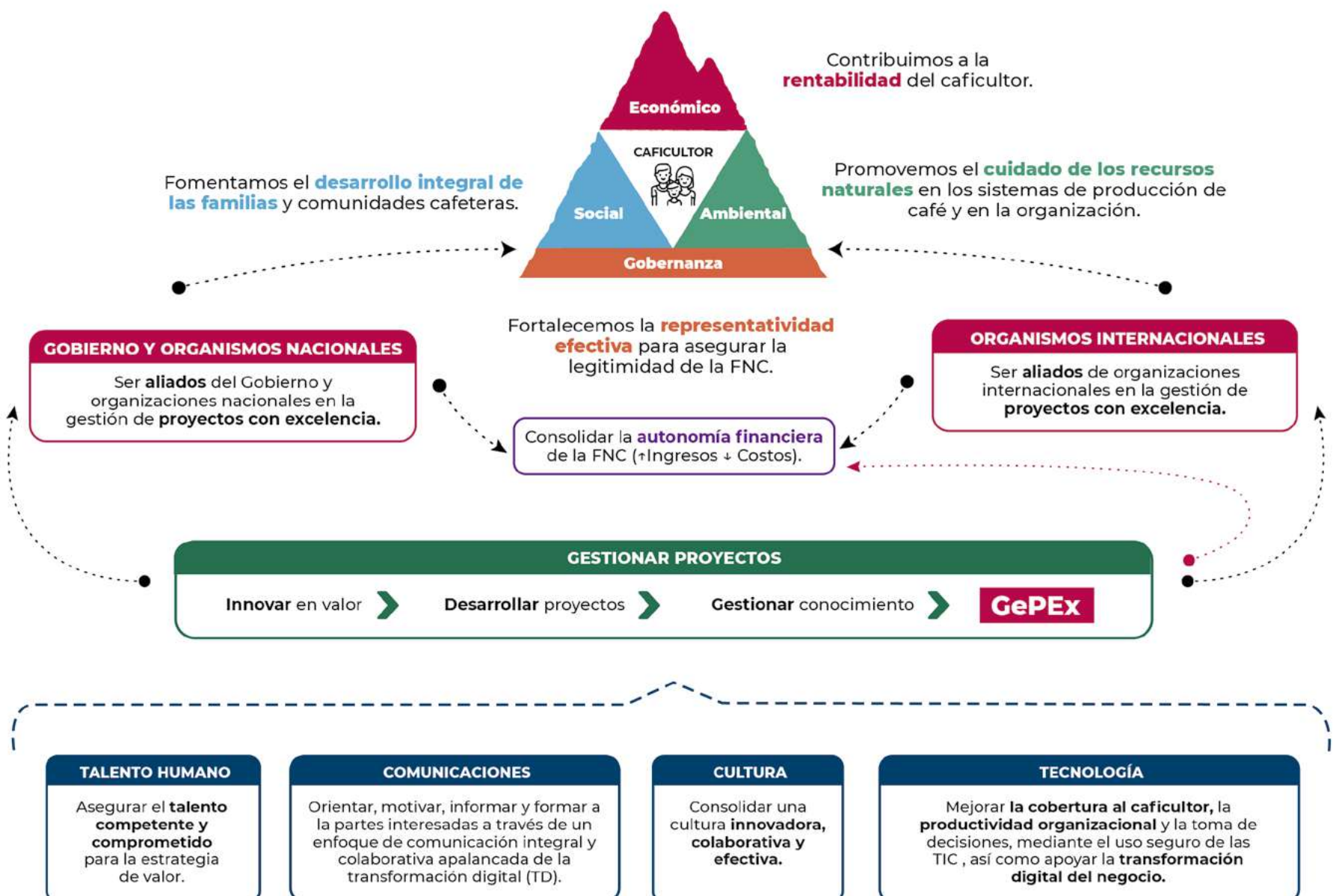
Más abajo están los llamados pulmones financieros, que contribuyen, por un lado, a consolidar la autonomía financiera de la organización, y por el otro, mediante la gestión de recursos con aliados nacionales e internacionales, a desarrollar proyectos de excelencia que benefician al caficultor y su familia.

MISIÓN

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

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.



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

ESTRATEGIA DE VALOR FNC

En las dos últimas secciones aparecen los **procesos y la estructura necesaria para cumplir la estrategia de valor**. En procesos, destacan la innovación, el desarrollo de proyec-

tos 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 fí-

sicos que permiten a la FNC operar y cumplir su labor.

Por su dimensión y cobertura, esta hoja de ruta requiere herramientas y metodologías que defi-

nan 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 vigen-

tes las metodologías utilizadas, y monitorea el cumplimiento de las metas propuestas, pensando siempre en el bienestar del caficultor colombiano y su familia.

Una estrategia de valor perfectamente alineada con los ODS

En la industria global, la estrategia de valor de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), con sus ejes económico, social, ambiental y de gobernanza, es una de las mejor sintonizadas con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

Por convicción propia, gracias también a un importante soporte científico y agronómico incluso antes de que el concepto de desarrollo sostenible fuera acuñado, los caficultores colombianos se han preocupado por tener una relación muy armónica con el entorno, pues entienden que de ese sano equilibrio deriva en buena medida su propia prosperidad en lo económico y lo social.

Los efectos de las prolongadas lluvias que en los últimos dos años se han dejado sentir en Colombia por efecto de La Niña son un recordatorio de lo importante que es apostar comprometidamente por una verdadera sostenibilidad integral.

CONTRIBUIMOS CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

16 DE 17 - IMPACTANDO EN **169 METAS**

- Contribuyendo a la rentabilidad y prosperidad del caficultor.
- Promoviendo el cuidado de los recursos naturales en los sistemas de producción y en la organización.
- Fomentando el desarrollo integral de las familias y comunidades cafeteras
- Fortaleciendo la representatividad efectiva para asegurar la legitimidad de la FNC.



Balance mundial del año cafetero 2022/23 arrojaría excedente de 6,38 millones de sacos

El año cafetero 2021/22 reportó una escasez de 7,15 millones de sacos debido a la caída de la producción mundial por condiciones climáticas adversas en los mayores países productores.

Para el año cafetero 2022/23 se espera superávit por los efectos negativos de la inflación, la incertidumbre económica sobre la demanda mundial y la recuperación de la producción brasilera.

El año cafetero 2021/22 cerró con un **déficit de 7,15 millones de sacos de 60 kg**. La producción mundial de café fue 160,38 millones de sacos, 10,13% menos de lo reportado en 2020/21, debido a una caída de **25,7%** en la producción de Brasil, mayor productor mundial, que pasó de **72 a 53,5 millones** de sacos debido al 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.

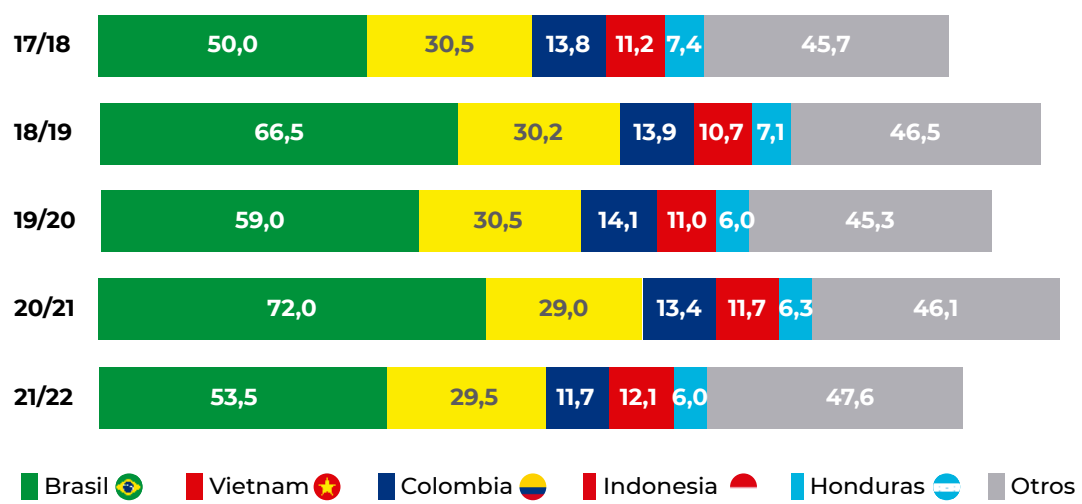
La participación de cafés arábigos en la producción mundial fue de **53,5%**, perdiendo terreno respecto al **58,3%** visto en 2020/21.

En este mismo periodo, el consumo mundial de café alcanzó 167,53 millones de sacos, un leve aumento de 1,09% con respecto al año anterior y que se asemeja al reportado en los años previos a la pandemia de covid-19. Sin embargo, la incertidumbre económica mundial puede revertir esta tendencia positiva en 2022/23.

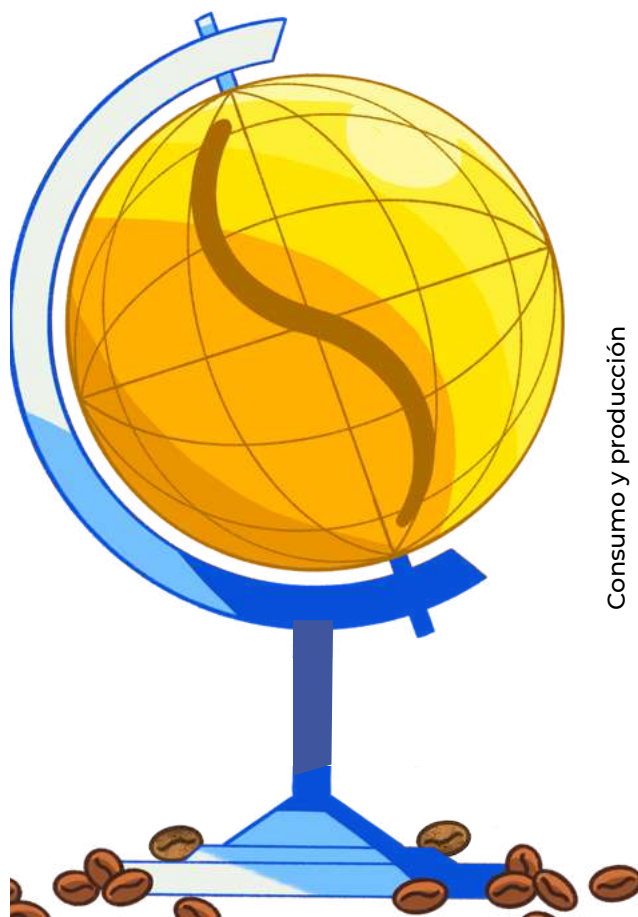
Por otro lado, para el año cafetero 2022/23, la firma LMC proyecta

Producción mundial de café

Millones de sacos de 60 kg

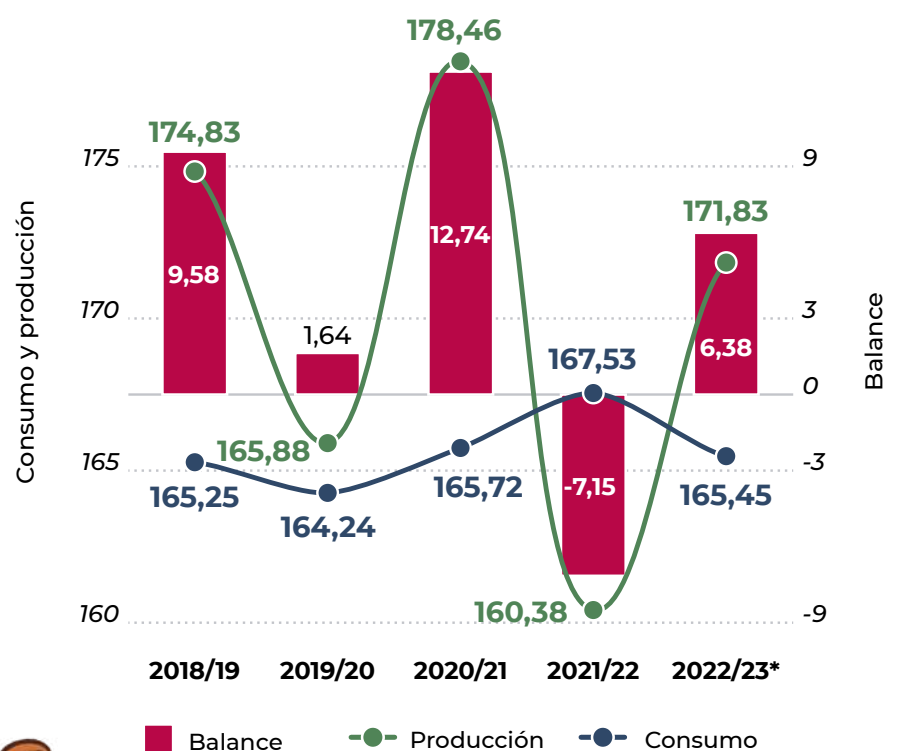


Fuente: LMC (Coffee Market Insight, octubre 2022)



Balance mundial

(millones de sacos de 60 kg)



ta que la producción mundial crecerá **7,14% a 171,83 millones de sacos** como consecuencia del ciclo bianual de producción de café arábigo en Brasil; se estima que las cosechas en Brasil y Colombia aumentarán **15% y 11,3%** el próximo año.

Sin embargo, en el mismo periodo se prevé que el consumo caiga a **165,45 millones** de sacos debido a la presión inflacionaria y la posibilidad de una recesión a escala global.

Así, el balance mundial para el año cafetero 2022/23 alcanzaría un **superávit de 6,38 millones de sacos**.

Producción nacional cae a 11,7 millones de sacos de café en el año cafetero 2021/22

La cifra es 12,8% menor a la del periodo anterior por la situación climática adversa en el país. Esta caída se vio acompañada de mayor consumo e importaciones, para un balance cafetero nacional deficitario.

En el año cafetero 2021/22, la producción nacional fue de **11,7 millones de sacos de 60 kg de café verde**, 12,8% menos frente a 2020/21. Esa caída fue producto, principalmente, de las condiciones climáticas poco favorables para el cultivo de café que golpearon al país a lo largo del año.

En el mismo periodo, **el consumo de café en Colombia fue de 2,3 millones de sacos¹**, 0,3% menos que en 2020/21 como consecuencia de que, a medida que se levantaron las medidas de confinamiento, el consumo

en los hogares retomó los niveles previos a la pandemia.

En cuanto a las exportaciones, **en 2021/22 fueron de 11,9 millones de sacos de 60 kg**, 7,2% menos que la cifra reportada para el año cafetero 2020/21. Sin embargo, **su valor fue 19,8% mayor** que en el periodo anterior debido al aumento constante de precios del café en los últimos doce meses, consecuencia a su vez de dificultades climáticas y malas cosechas en Brasil, la depreciación del peso colombiano frente al dólar (USD) y las dificultades lo-



	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
Producción e importaciones	14,5	14,9	15,0	15,1	13,7
Producción	13,8	13,9	14,1	13,4	11,7
Importaciones	0,7	1,0	0,9	1,7	2,1
Exportaciones y consumo	14,6	15,5	14,9	15,1	14,2
Exportaciones	12,7	13,5	12,6	12,8	11,9
Consumo	1,9	2,0	2,3	2,3	2,3
Balance	-0,0	-0,6	0,1	0,0	-0,4

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

gísticas alrededor del mundo desde principios de 2022. **Las importaciones fueron de 2,1 millones de sacos**, 19% más que hace un año.

El principal mercado de exportación del café colombiano sigue siendo Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México), con una participación del 51,5% en las exportaciones totales, mientras que Europa permaneció como el segundo mayor mercado, con 27,5% de participación. Asia fue el tercer mayor destino, con 17,4%

Superando récord del año anterior Valor de la cosecha alcanza \$14,5 billones en el año cafetero

El precio promedio en la Bolsa de Nueva York de 224,90 ¢/lb, un alto diferencial promedio por calidad de 66,39 ¢/lb y la depreciación del peso en 9,1% explican este aumento.

Como es sabido, 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 peso/dólar.

En el año cafetero 2021/22, el precio

del Contrato C en la Bolsa de Nueva York **augmentó 59%** a un promedio de **224,90 ¢/lb**, valor atribuible a dificultades en la cadena de suministro y de embarque, y las adversidades climáticas en Brasil y Colombia que redujeron la producción

de café arábigo a lo largo del año. El precio del Contrato C se mantuvo por encima de 200 ¢/lb durante todo el año y alcanzó su máximo mensual en febrero, **246,20 ¢/lb**.

El diferencial por calidad de los sua-

ves colombianos cerró en un promedio de **66,39 ¢/lb** para el año cafetero, 31% más con respecto al promedio de 2020/21. Este diferencial alcanzó su máximo en agosto, **80,00 ¢/lb**. A pesar de las altas cifras a lo largo del año, el diferencial no

superó su máximo histórico de **88,25 ¢/lb**, registrado en mayo de 2009, pero su comportamiento confirma la preferencia de los consumidores por cafés suaves y de calidad como el colombiano.

Por su parte, la tasa

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

de cambio (TRM) se depreció **9,1%** con respecto al año cafetero anterior y cerró en promedio en **\$4.023** por dólar. El nivel máximo se alcanzó el 13 de julio, cuando cerró en **\$4.627,5** por dólar.

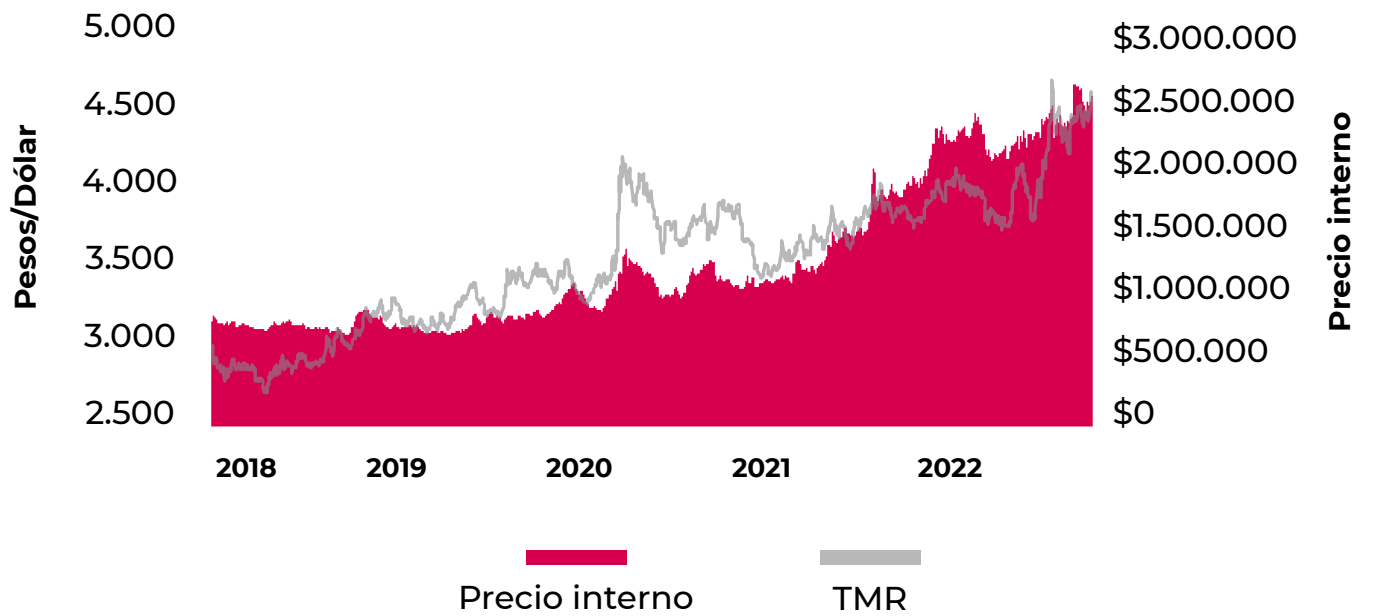
La fortaleza de la moneda estadounidense fue consecuencia, en parte, de las decisiones de política monetaria de la Reserva Federal de los Estados Unidos (Fed), que a lo largo del año elevó sus tasas de interés para combatir la inflación, medida que contribuyó a que la moneda colombiana se depreciara a niveles históricos.

Además, este año cafetero estuvo marcado por un ambiente macroeconómico tenso debido a la invasión rusa a Ucrania y la inflación generalizada en gran parte del orbe.

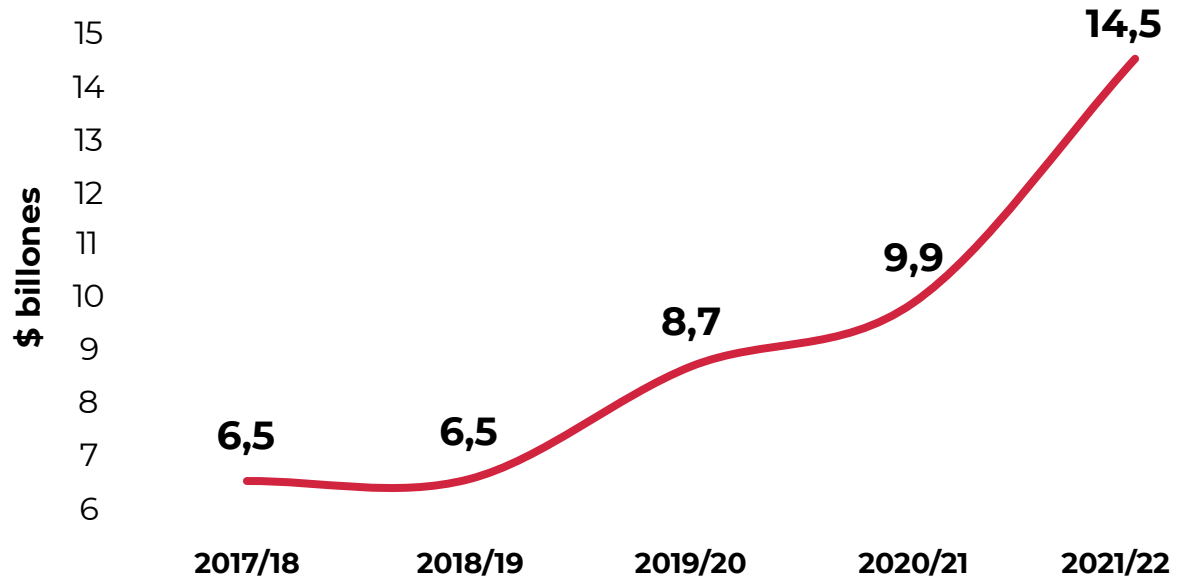
Por estos tres factores (precio del Contrato C, los diferenciales de origen y la tasa de cambio), el precio interno de referencia para la compra de café en Colombia alcanzó un **máximo histórico de \$2.398.967 por carga de 125 kg en septiembre** y cerró el año cafetero 2021/22 en un promedio de \$2,125,683 por carga.

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, 47%** más que el récord del año anterior.

Precio interno del café y TMR (2018-2022)

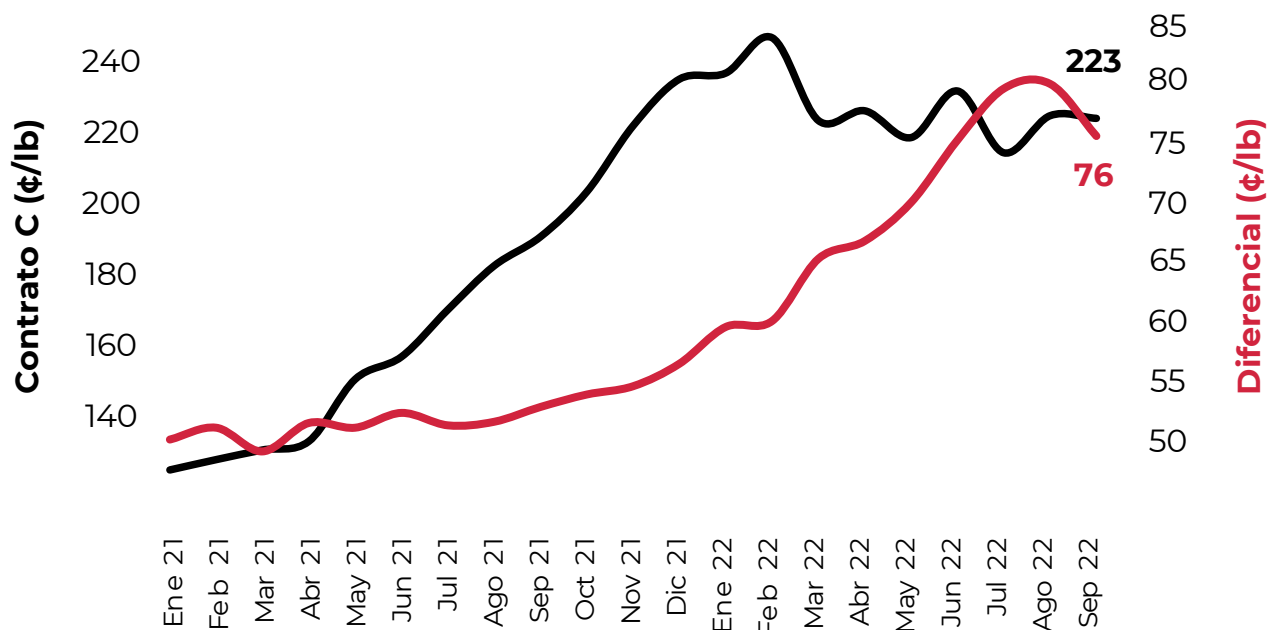


Valor de la cosecha



Fuente: Investigaciones Económicas FNC.

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

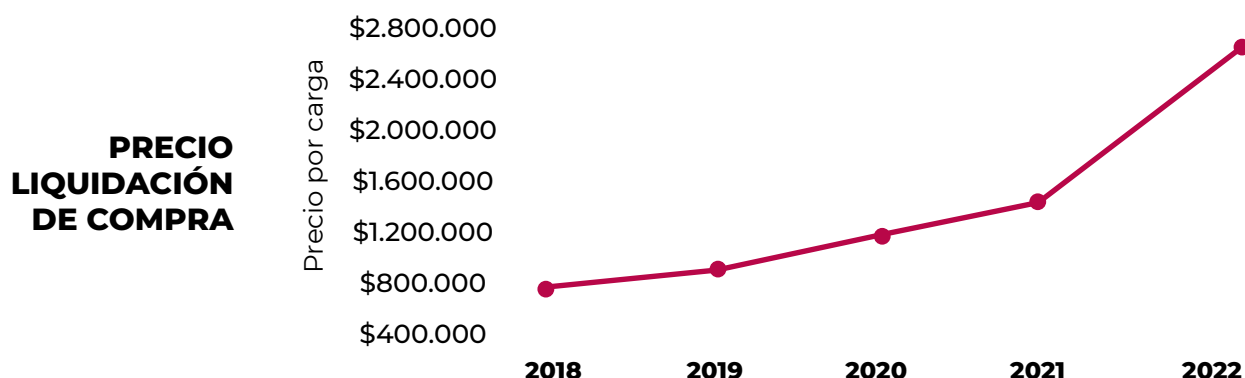


Fuente: OIC, Investigaciones Económicas FNC.

FNC consolida y diversifica nuevos mercados y clientes

Gracias a una labor articulada y la búsqueda continua de nuevos mercados y clientes, agregamos valor en cada uno de los eslabones de la cadena a pesar de los grandes retos en el sector.

Precio promedio de compra por FNC supera \$2.440.000 por carga, el más alto de la historia



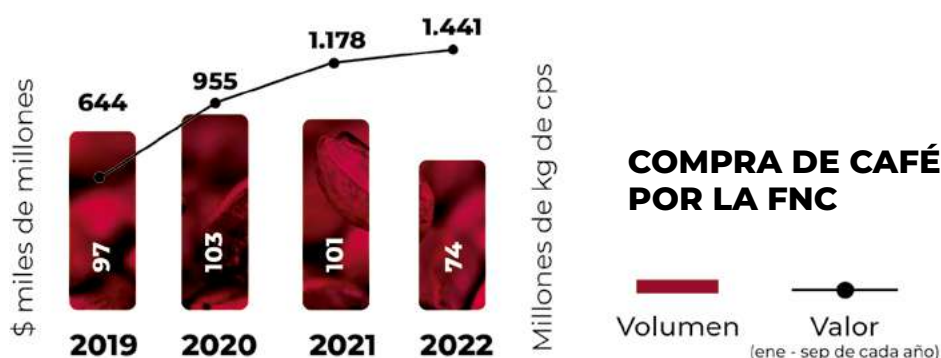
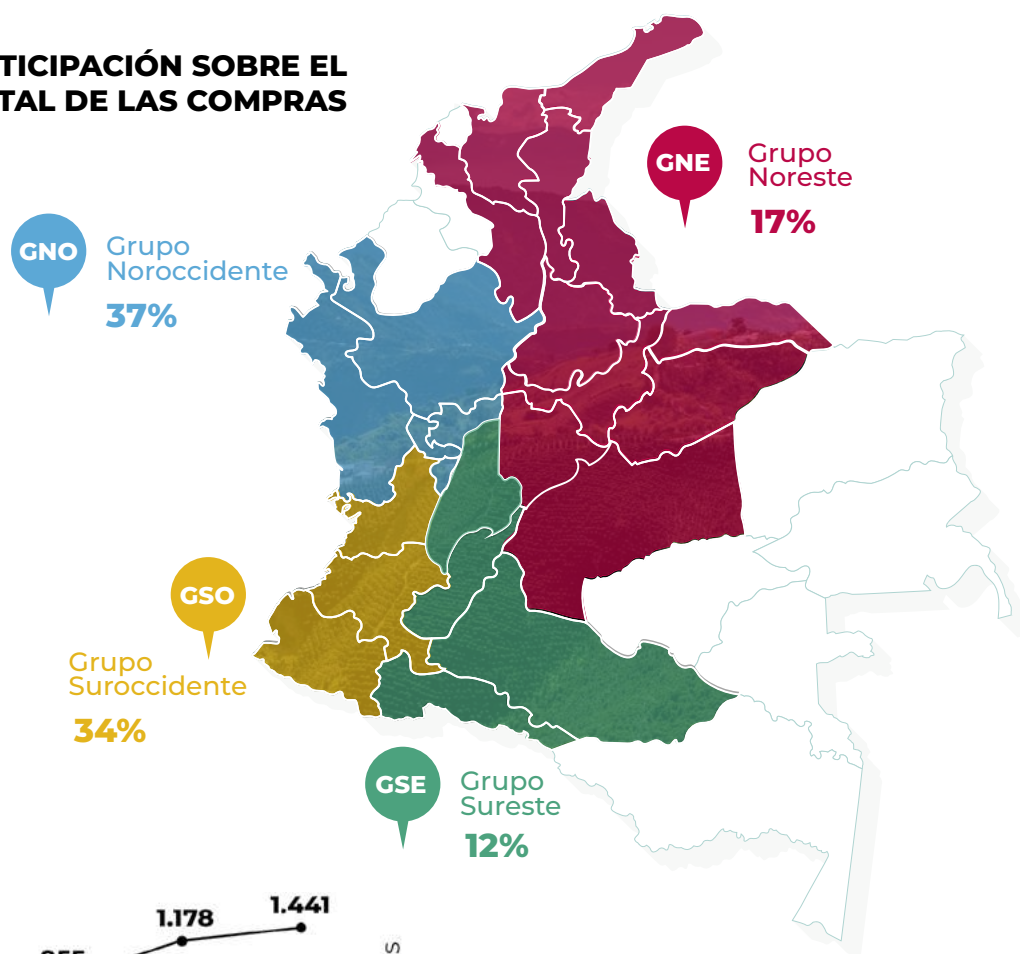
La FNC amplió su portafolio y canales de compra a 219 productos y 14 programas gracias al trabajo articulado de los equipos regionales y Almacafé.

Gracias a la gestión de la Gerencia Comercial, los caficultores recibieron primas de cafés especiales por \$32.684 millones y un precio de compra promedio de \$2.440.000 por carga, el mayor de la historia.

A septiembre el volumen de compras alcanzó 74 millones de kg de café pergamino seco (cps), cifra impactada por la menor producción en Colombia por las condiciones climáticas adversas, pero recompensada con un valor de **\$1,44 billones**, 22% más que en el mismo periodo de 2021.

Confirmando la preferencia de la industria mundial, los diferenciales del café colombiano también alcanzaron niveles históricos de 71 ¢/lb entre enero y septiembre frente a 51 ¢/lb en el mismo periodo de 2021.

PARTICIPACIÓN SOBRE EL TOTAL DE LAS COMPRAS



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 de más de 86 puntos en el protocolo 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.

El gran ganador, con cuatro atributos (**acidez, balance, cuerpo y exótico**), fue el café de Domingo Torres, de Ragonvalia, N. de Santander, mientras que el de Duberney Cifuentes, de Planadas, Tolima, ganó en 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.



Domingo Torres
Ragonvalia, Norte de Santander.



Duberney Cifuentes
Planadas, Tolima

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:

**18,5
USD/lb**

Precio máximo de venta FOB de la caficultora María Nilza Garzón.

**9,47
USD/lb**

40 sacos de 70 kg vendidos a un precio promedio FOB.

**260 sacos
de 70 kg**

vendidos como mezclas (blends) regionales de los lotes participantes.

3 lotes

mejores puntuados 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 6.700 productores fueron atendidos directamente por estos laboratorios, con más de 8 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 ha atendido a **1.400 productores** en 6 departamentos y 43 municipios, se han comprado **332.000 kg** de café y se han entregado **613 reportes de calidad** como retroalimentación.

Por otro lado, se han instalado **14 laboratorios** en Cauca, Nariño, Tolima, Santander y Antioquia, atendiendo a más de **5.300 productores** y comprando cerca de **8 millones de kg de cps**.

223.643 fincas cumplen al menos un estándar de sostenibilidad



La FNC facilitó la certificación y/o verificación de **223.643 fincas de café con al menos un estándar de sostenibilidad**, para beneficio de **160.247 caficultores**.

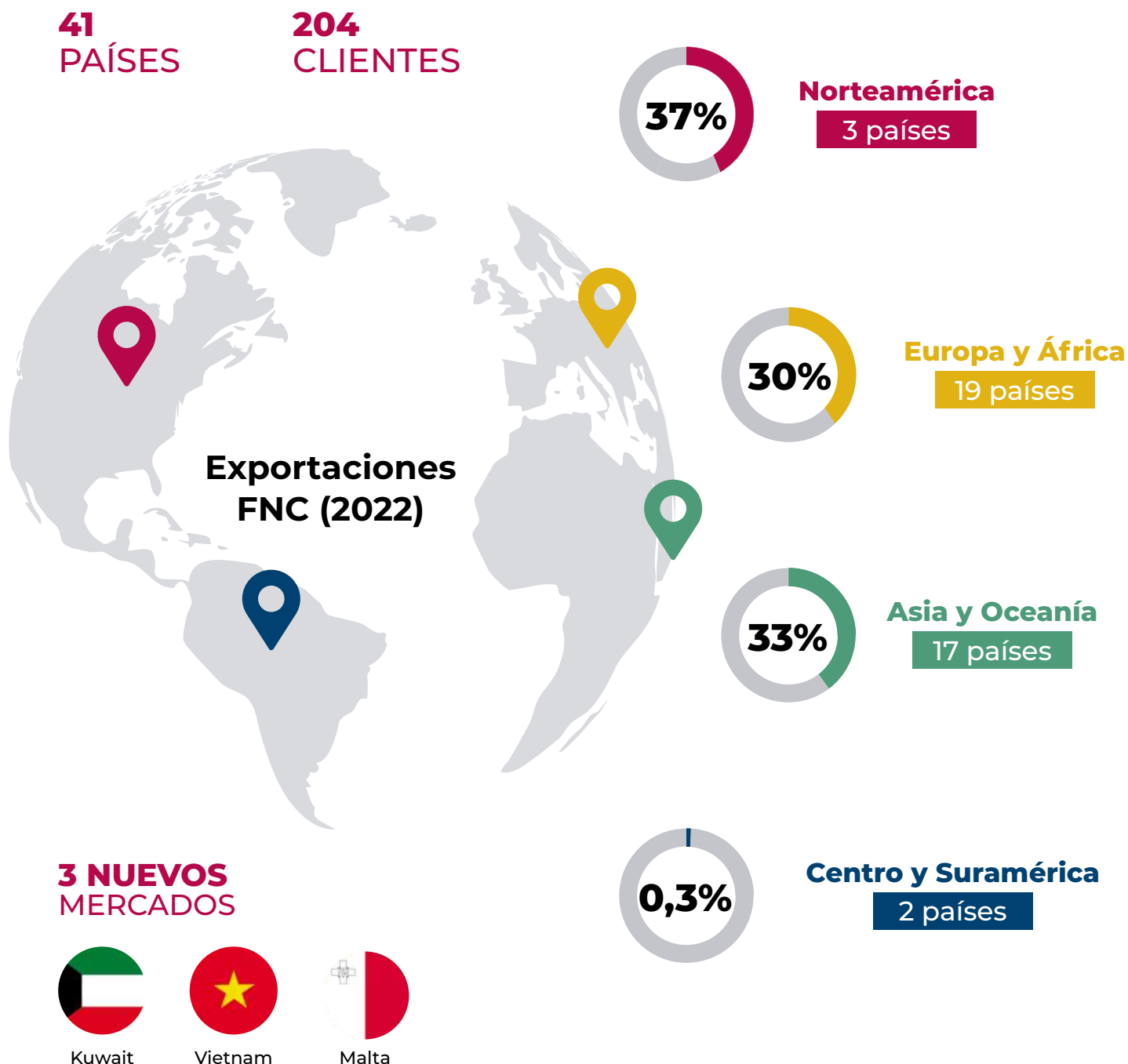
Su comercialización representó primas y reliquidaciones por **\$35.955 millones** a septiembre.

49 clientes nuevos y 3 mercados más, para un total de 41 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 **49 clientes nuevos** y se abrieron **3 nuevos mercados** (Kuwait, Vietnam y Malta), para un total de **41 destinos** y **204 clientes** a septiembre. Esto se tradujo en la venta de 1,4 millones de sacos de 60 kg por más de **USD 490 millones, 34% más que en 2021**, en particular por 102% más ventas en Colombia y Centro y Sudamérica.

Para seguir profundizando la estrategia de diferenciación y mejores precios (café 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.



Fuente: Gerencia Comercial

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.



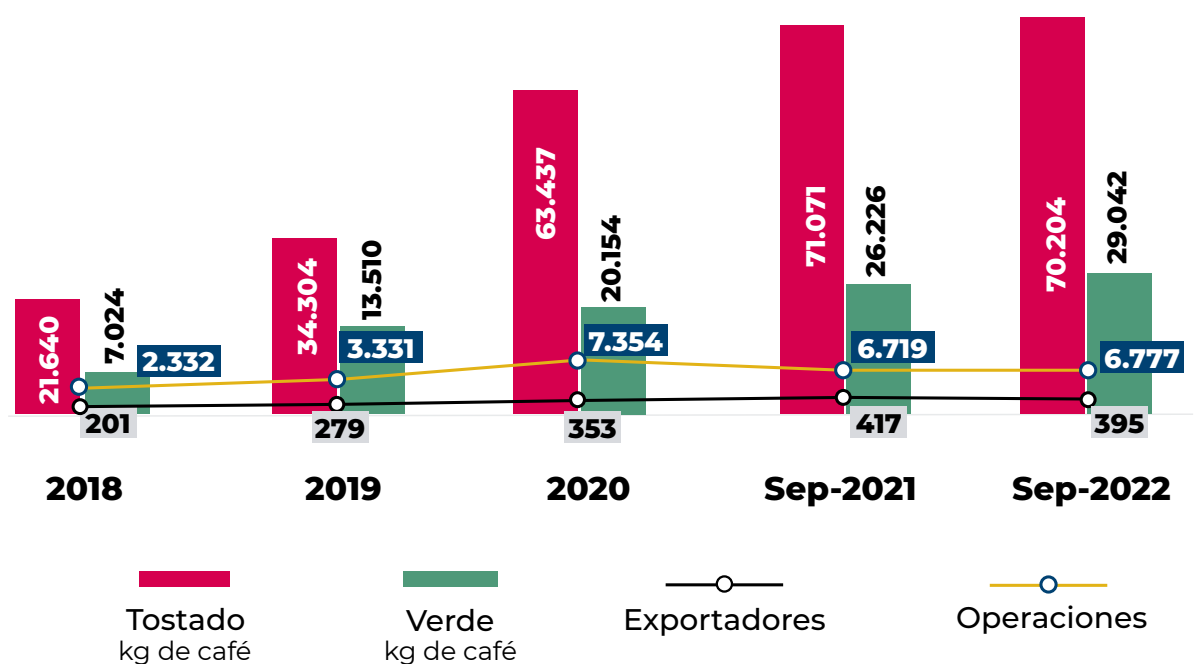
99.246 kg de café exportados en pequeñas cantidades a septiembre

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.

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.

A septiembre, con 99.246 kg, las exportaciones de café tostado y verde aumentaron 2% frente al mismo periodo de 2021, con más de 6.700 operaciones realizadas por 395 exportadores.

La cantidad



CAFIX concreta primeras exportaciones de café



Lanzada oficialmente en el 89 Congreso Nacional de Cafeteros, esta plataforma de la FNC complementa las exportaciones 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.

A septiembre, CAFIX completó 3 exportaciones de café verde y 10 de procesado con caficultores de Cundinamarca,

Quindío y Caldas.

Habilitado como destino inicial de la plataforma, a Estados Unidos se han exportado 152,9 kg de café procesado a un precio promedio de 9.67 USD/lb y 99 kg de verde a un promedio de 5,64 USD/lb. Como otra iniciativa de la plataforma, se envió café a Malta, apoyando y asesorando al caficultor para 3 envíos, cada uno de 50 kg de café procesado a un promedio de 7.90 USD/lb.

En la plataforma se han inscrito 48 vendedores (caficultores) y 16 comprado-

res (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.

Sector cafetero se adapta a crecientes exigencias de ingreso para preservar mercados claves

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 au-

tocontrol que garanticen la calidad del café para exportación al mercado de la UE.

Por otro lado, el 13 de septiembre, el Parlamento Europeo aprobó en primera lectura (453 votos a favor, 57 en contra y 123 abstenciones) la propuesta de la Comisión Europea del reglamento que busca desestimular el ingreso de productos asociados a deforestación, además de procurar que las empresas cumplan la legislación local y la normativa sobre derechos humanos y de los pueblos indígenas.

La propuesta abarcaba inicialmente ganado, cacao, café, aceite de palma, soya y madera, incluidos algunos derivados como cuero, chocolate y muebles. Se propone incluso que

no se hayan producido en tierras deforestadas desde el 31 de diciembre de 2019.

Las empresas deberán recurrir a 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 a EEUU 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 a partir del 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 (auto-registro), según lo dispuesto por esta autoridad.

Otras instancias y medidas que ayudan a prepararnos

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, Cenicafe y la Oficina de Calidad de Almacafe, con la coordinación de la Secretaría General, para hacer seguimiento, 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, Almacafe 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 auto-control, vía la Resolución 5 de 2018 del Comité Nacional, con lineamientos soportados en cinco estrategias:

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 pastillas del café, entre otros.

Evaluación de periodos de carencia y usos adecuados de agroquímicos de uso común en el cultivo del café, vía Cenicafe.

Monitoreo de la cadena de suministro.

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

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.



Buencafé logra ventas históricas por USD 146 millones

Esta cifra es 18% superior a la de 2021 y se espera cerrar el año en más de USD 200 millones, habiendo fortalecido las ventas al detal. La fábrica exporta a 40 países, con 5% del mercado mundial de liofilizado.

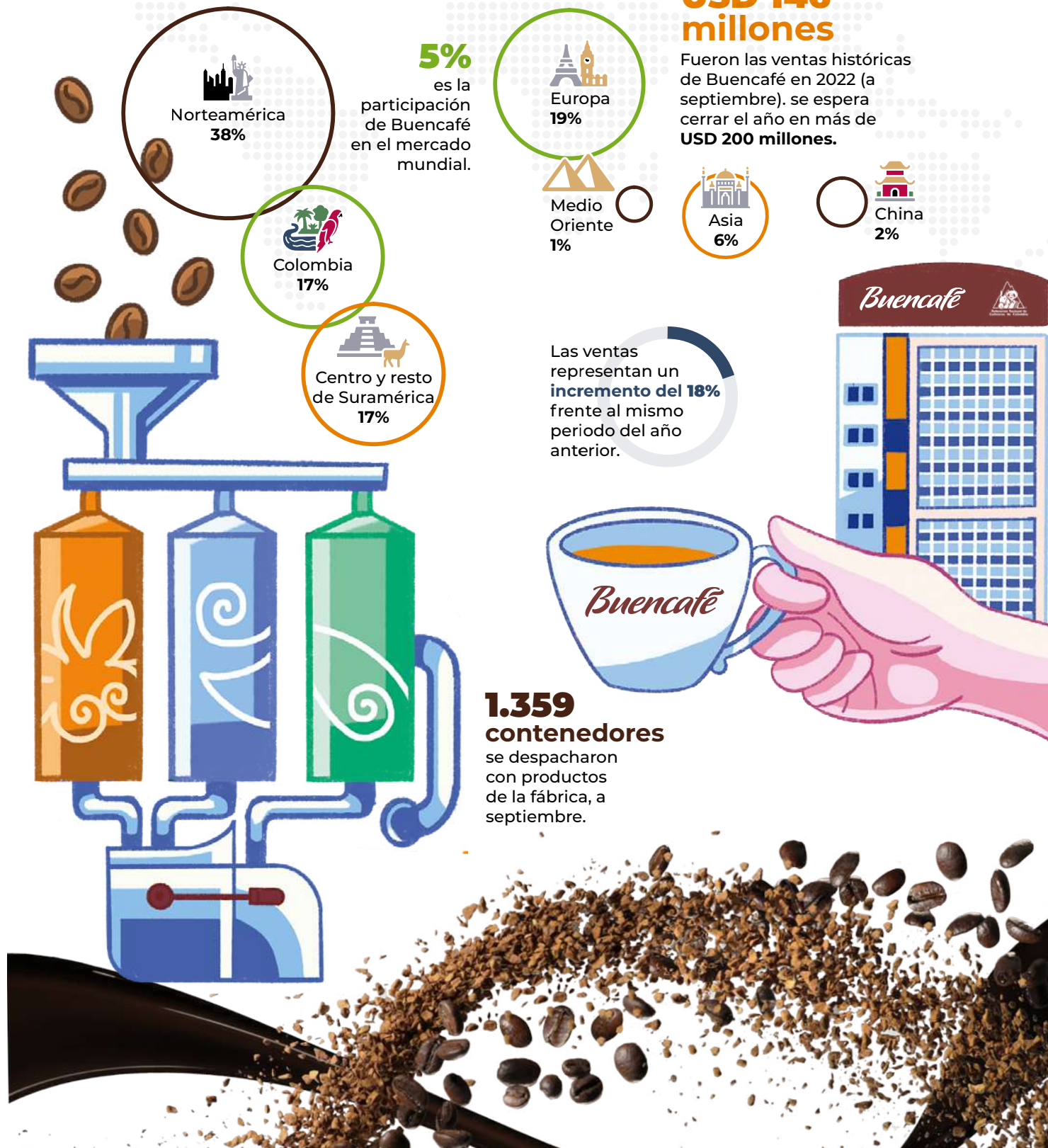
A septiembre, las ventas de Buencafé alcanzan **USD 146 millones**, 18% más frente al mismo periodo del año anterior, y se espera cerrar el año en más de USD 200 millones, cifra nunca antes vista en los 49 años de historia de la fábrica.

De las **9.597 toneladas** vendidas, 10% corresponden a productos certificados con estándares de sostenibilidad. Como insumos, las compras alcanzaron **340.000 sacos** de café verde.

Estos resultados se dan 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, a septiembre se despacharon **1.359 contenedores** con productos de la fábrica.

La estrategia de impulsar los productos de mayor valor agregado, particularmente al detal, elevó 20% el volumen de ventas frente al mismo periodo del año anterior en este segmento. Y al cierre del año se estiman 30% más ventas de productos al detal vs. 2021.

Relevancia en un mundo nuevo



Relevancia en un mundo nuevo

En 2022, Buencafé exportó sus produc-

tos a **40 mercados**, donde posicionó el logo de origen 100% Café de Colombia en 97% de las ventas al detal, y afianzó su 5% de participación en el

mercado mundial de liofilizado. Del total de ventas por ingresos, 38% fueron en Norteamérica, 19% en Europa, 17% en Colombia,

17% en el resto de Suramérica, 6% en Asia, 2% en China y 1% en Medio Oriente.

Los mercados de liofilizado que más crecieron en ingresos, con más de **USD 22 millones** facturados, frente al mismo periodo de 2021 fueron Norteamérica (con presencia en más de 51.000 puntos de

venta) y Colombia.

Las ventas (por volumen) de extracto de café congelado crecieron 108% vs. el mismo periodo anterior y se espera cerrar el año con más de 1.100 toneladas

vendidas, es decir, 92% más.

En 2022, Buencafé concretó la primera venta de aceite de café, un producto versátil, a Europa, y la primera de tostado y molido con marca de

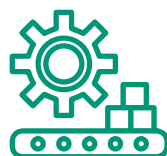
un tercero a Arabia Saudita (en conjunto con Almacafé). Y también se lanzó la plataforma de venta en línea Buencafé Market (B2B) para atender a clientes industriales en Colombia.

Con USD 19,1 millones a septiembre, las ventas de la marca Buendía en Colombia y Ecuador crecieron 22% frente al mismo periodo anterior (tanto en volumen como en ingresos).



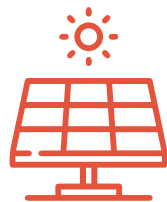
Reconocidos por Monde Selection y nuevos productos

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.



Más energías renovables y uso de aguas lluvias

Consciente del cambio climático, Buencafé busca un uso eficiente de energía, aprovechar al máximo los recursos, minimizar impactos y promover la economía circular. Estima cerrar el año con 97% de los residuos de producción usados como combustible para generar vapor, lo que redujo 36% el uso de gas natural y en 2.652 toneladas las emisiones de CO2 a septiembre.

Con paneles, la generación con energía solar aumentó a 24kWp (kilovatios pico), el 100% de la cual se usa para iluminación de la fábrica; se evitó así que este año se emitieran 6,33 t equivalentes de CO2.

Y con un programa fortalecido, a septiembre se recogieron 11.711 m3 de aguas lluvias para uso en servicios industriales.



Empaques más amigables con el planeta

A fin de año, Buencafé estima haber disminuido 540 t del 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, y tapas para envases de vidrio a partir de la pepa de aguacate. También se desarrolla una bolsa para café liofilizado de un solo componente -monomaterial- 100% reciclable.



Sostenibilidad económica y social

Buencafé entrega el 100% de sus utilidades para beneficio de las 540.000 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.

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

A SEPTIEMBRE

Ingresos de Procafecol crecen 58% a \$395.394 millones

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

Con cifras preliminares a septiembre, Procafecol registra ingresos operacionales (incluyendo ventas y otros) por **\$395.394 millones**, 58% y 66% más vs. 2021 y 2019 (prepandemia), respectivamente. Las ventas son 21% superiores a lo presupuestado.

Las regalías transferidas al FoNC superan los **\$24.000 millones** este año, y los **\$170.000 millones** desde su creación.

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, por eficiencias en otros costos.



Ingresos de Procafecol crecen 58% a \$395.394 millones

Tiendas en Colombia \$222.401 millones

49% + que 2021

13% + que lo planeado

Mercado internacional \$73.591 millones

53% + que 2021

28% + que lo planeado

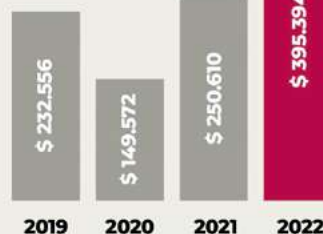
Consumo masivo (canal moderno) \$57.137 millones

59% + que 2021

139% + que lo planeado

Ingresos operacionales

Ene-sep de cada año
En \$ millones



VENTAS TOTALES



Canal institucional \$12.539 millones

103% + que 2021

27% + que lo planeado

Consumo masivo (canal tradicional) \$19.519 millones

181% + que 2021

42% + que lo planeado



Tiendas en Colombia

A septiembre, el canal de tiendas acumuló ventas por **\$222.401 millones**, que representan 57% de las ventas totales y superaron en 49% las de 2021 y en 13% lo planeado.

Se espera abrir 33 tiendas nuevas, además de remodelaciones y reubicaciones estratégicas, para alcanzar **352 tiendas en Colombia** a septiembre (288 propias y 64 franquiciadas).



Consumo masivo (canal moderno)

A septiembre, el canal moderno registra ventas por **\$57.137 millones**, 59% más frente al año anterior y 139% por encima de lo presupuestado; este canal representa así 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)

A septiembre, este canal, creado en abril de 2021, vendió **\$19.519 millones**, 181% más que el año anterior y 42% 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. Este canal ha permitido llegar a más de 100.000 tiendas de barrio con el café Juan Valdez.



Canal institucional

El canal institucional acumuló ventas por **\$12.539 millones**, 103% más frente al mismo periodo de 2021 y 27% 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 muestra resultados históricos. A septiembre, registra ventas por **\$73.591 millones**, 53% más vs. 2021 y 28% 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 productos de mercadeo con 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 totales de Almacafé crecen 4% a \$62.991 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 crecieron 58% 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.

A septiembre, obtuvo ingresos por **\$62.991 millones**, de los cuales **\$33.176 millones** provienen de la FNC y **\$29.815 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.

Café: 17 nuevos negocios y 90 clientes en total, con servicios de agenciamiento aduanero, almacenamiento y transporte nacional e internacional.

Agroindustrial: 9 nuevos negocios entre fertilizan-

tes, agroinsumos, azúcar y arroz, para un total de **27 clientes**.

Industrial: 10 nuevos negocios, para un total de 27 clientes, que incluyen energía, maquinaria, vehículos y materiales de construcción y ferretería, entre otros.

Consumo Masivo: 7 nuevos negocios con clientes de producción y/o comercialización de alimentos y bebidas, para un total de **29 clientes** atendidos en servicios especializados como torrefacción y logística.

A septiembre, las ventas de Almacafé a clientes distintos a la FNC crecieron 35% frente al mismo periodo de 2021 e hicieron crecer 4% los ingresos totales de la compañía.

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 a septiembre un ingreso de **\$558 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.

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

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 exporta-

ción 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 car-

bono-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 consolidada a Café de Colombia como una marca activa y visible

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.



Al cierre de 2022, Café de Colombia habrá participado en **10 ferias internacionales**. La participación en estas ferias ha permitido a la marca ser visible y activa ante más de **130.397 visitantes** de la industria, con **21.533 tazas de café de Colombia servidas**. Además, **80 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:

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

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

- **Talleres de catación y preparación de cafés filtrados**, en el marco de la primera Feria de Cafés Especiales de 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 ante **18.000 asistentes**.

En 2022 continuó la alianza con Pro-Colombia, con presencia en **5 eventos internacionales y 3 nacionales**, para que los diversos públicos que asisten a estas ferias degusten el mejor café del mundo, como parte fundamental de los stands del país.

Talleres de calidad de café colombiano

Acogiendo las recomendaciones del Congreso Cafetero, a octubre la **marca desarrolló 14 talleres de calidad con Taza Móvil** en varios **municipios**: los asistentes aprendieron a identificar los principales atributos y defectos del café y se fortaleció así el conocimiento en la industria.

Al cierre del año, se desarrollarán 16 talleres adicionales.

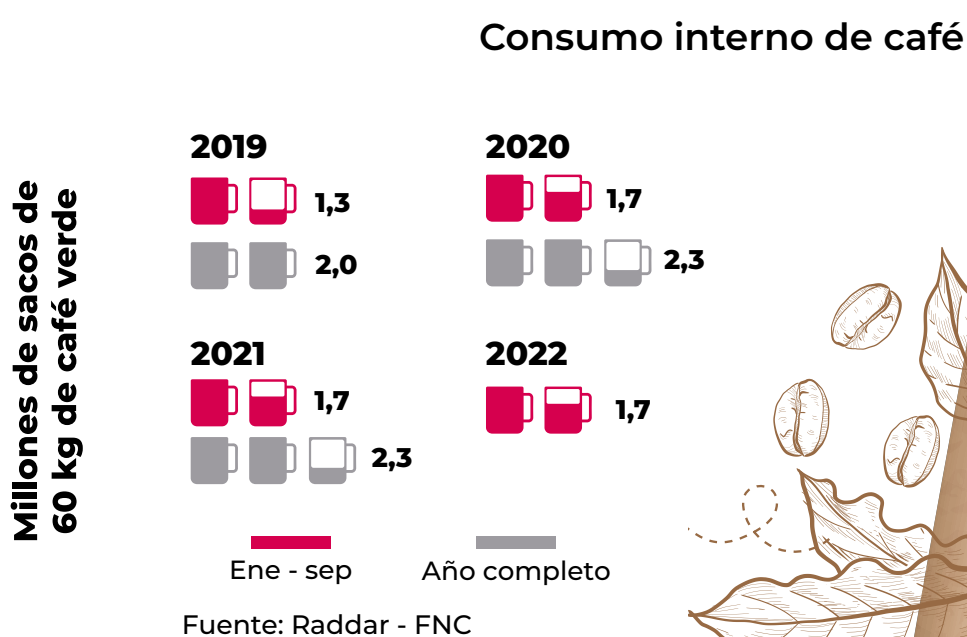


Tienda en línea comprocafedecolombia.com sigue potenciando consumo interno

En 2022 continuó el posicionamiento y la construcción de la tienda en línea para incentivar la compra de café 100% colombiano y visibilizar el trabajo de calidad de las más de 540.000 familias caficultoras.

Si bien para este año vemos un consumo interno de café estable, de 1,7 millones de sacos entre enero y septiembre, las actividades y campañas desarrolladas fueron claves para llegar a nuevas audiencias.

A continuación, se presentan las estrategias implementadas en 2022 para promover el consumo de café colombiano:



A octubre, 4.069 unidades vendidas

Al comparar las ventas con 2021, se ha superado la meta por

más de 1.000 unidades. Actualmente, la plataforma cuenta con más de 50 marcas de café 100% colombiano.

Este año, la tienda en línea se consolida 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 cuanto a redes sociales, @Compro

CafedeColombia está presente en Instagram y Facebook para llegar a más públicos, incluidos los más jóvenes.

Este año 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 corroborarlo es identificando el logo de 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 hoy 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 a nivel nacional: comercial en televisión, cuñas, pauta en redes sociales y medios digitales, in-



El talento de los colombianos está enmarcado en un Triángulo.

Busca el Triángulo de la Calidad que es el logo de Café de Colombia y compártelo en familia.



fluenciadores, prensa y artículos de relaciones públicas.

A septiembre, se lograron más de 2,4 millones de interacciones en los contenidos de redes sociales de la marca, incluidos me gusta, comentarios y clics hacia al sitio 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% colombia-

no con denominación de origen (y el logo de Café de Colombia) proveniente de los 23 departamentos productores.

A octubre, la plataforma alcanzó más de 117.000 sesiones de

consumidores que aprendieron cómo identificar el café 100% colombiano y recibieron sus certificados como embajadores del producto insignia del país.

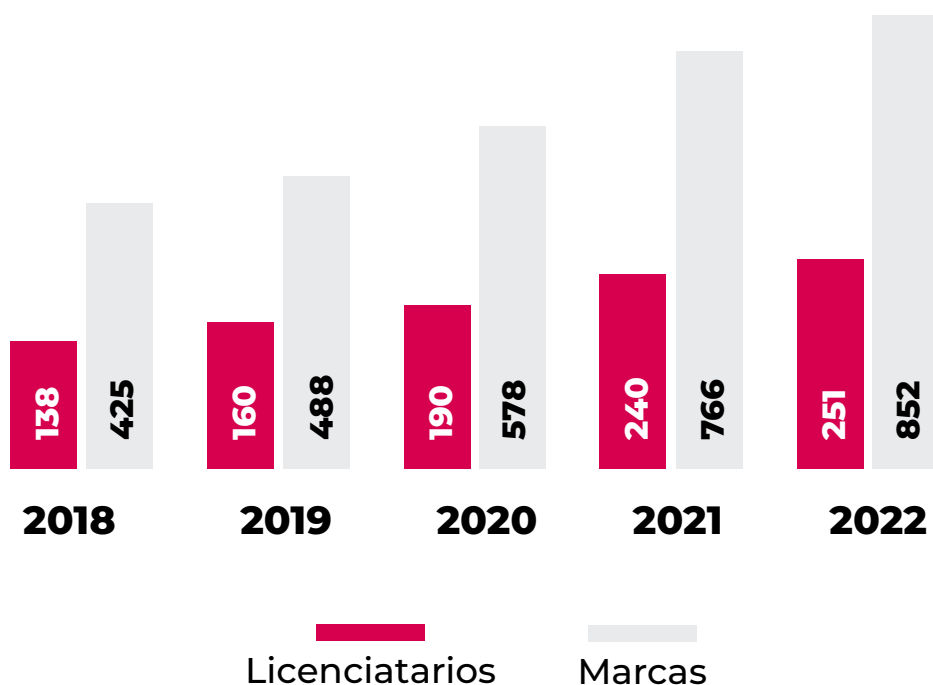
Programa 100% Café de Colombia crece

Cada año son más las marcas en el mundo que utilizan el logo Café de Colombia como respaldo de origen y calidad de sus cafés.

A septiembre de 2022, el número de licenciarios del programa creció a 251 vs. los 240 de ene-sep de 2021, y el de marcas autorizadas para usar el logo Café de Colombia creció a 852, 11% más frente a las 766 marcas del mismo periodo de 2021.

Este crecimiento del Programa 100% Café de Colombia se debe a dos factores: 1. La capacitación a productores y a 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



La marca gana premio en Suiza

Café de Colombia y su campaña de 2021 «Colombiano que se respeta 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 realacademiadelcafe.com, para aprender y convertirse en conocedores del café 100% colombiano.

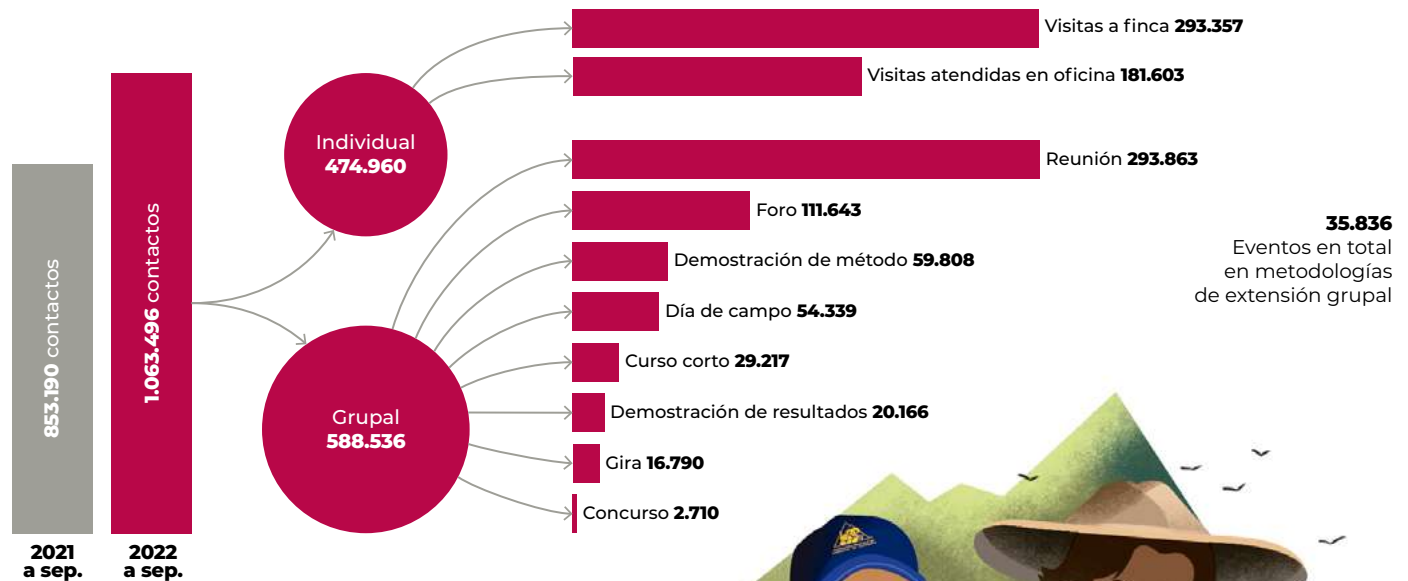
1.063.496 contactos del Servicio de Extensión con caficultores

A septiembre, esta cifra incluye métodos individuales y grupales y es 25% superior a los 853.190 del mismo periodo de 2021.

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

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

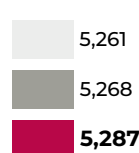
2. Plan 2.000 fincas para costos de producción. Más de 2.000 caficultores están aportando información sobre costos asociados al cultivo y manejo agronómico y administrativo, así como registro de producción e ingresos en la finca, ejercicio que permite al gremio obtener, como referentes, estructuras de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



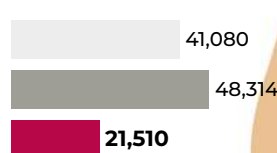
INDICADORES DE 'MÁS AGRONOMÍA, MÁS PRODUCTIVIDAD, MÁS CALIDAD'

2020 2021 2022 a sep.

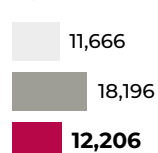
Densidad de siembra



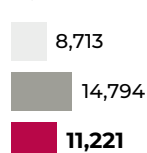
Renovación por zoca



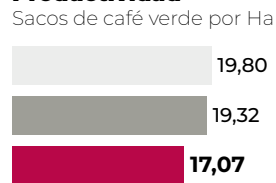
Renovación por siembra



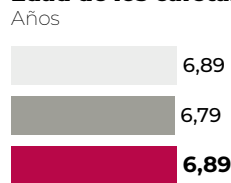
Nuevas siembras



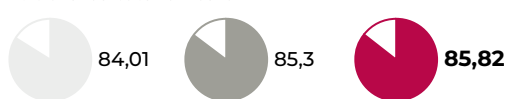
Productividad



Edad de los cafetales



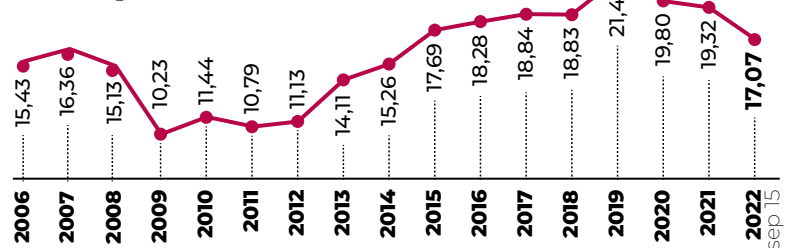
Variedades resistentes



A pesar del fenómeno de La Niña presente desde 2020, Colombia ha mantenido una buena productividad.

PRODUCTIVIDAD DE LA CAFICULTURA EN COLOMBIA

Sacos 60kg de café verde/ ha



Con 5,287 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 del cafeto.
- 2. Usar** colinos de café de origen conocido.
- 3. Sembrar o renovar** los cultivos en las épocas correctas.
- 4. Establecer** la densidad de siembra óptima.
- 5. Definir** ciclos de renovación para mantener el cultivo joven.
- 6. Adecuar** la luminosidad del cultivo a las condiciones de la zona.
- 7. Corregir** la acidez del suelo, ajustándola al cultivo de café.
- 8. Fertilizar** adecuadamente los cafetales.



7 LABORES DEL BENEFICIO DEL CAFÉ

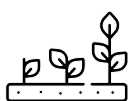
- 1. Asegurar** la calidad de la recolección del café.
- 2. Procesar** separadamente cada tanda de café.
- 3. Retirar** frutos y granos de inferior calidad.
- 4. Mantener** limpios y calibrados los equipos.
- 5. Monitorear** la fermentación con Fermaestro®.
- 6. Retirar** completamente el mucílago.
- 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.**



6,89 años

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



La densidad

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



El estado fitosanitario

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

A pesar del fenómeno de La Niña presente desde 2020, Colombia ha mantenido una producción cercana a los **13,5 millones de sacos de café al año.**

Aunque en 2022 no hubo programa de renovación, es importante resaltar el esfuerzo de los caficultores para dar continuidad a esta práctica, fundamental para mantener la productividad. A septiembre, se reportó la **renovación y nuevas siembras de 44.937 hectáreas.**

Retos

Los principales retos a futuro y metas asociadas son:

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

Se ha logrado 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 del café, 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 a septiembre son:



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 21 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.

Fortalecimiento de la resistencia a la roya con la **entrega a los comités departamentales de 92 toneladas de semilla de variedades mejoradas**, de las cuales 58% fueron Cenicafé 1 y el resto Castillo® general y zonales.

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.

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%.



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.

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.

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.

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.

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.

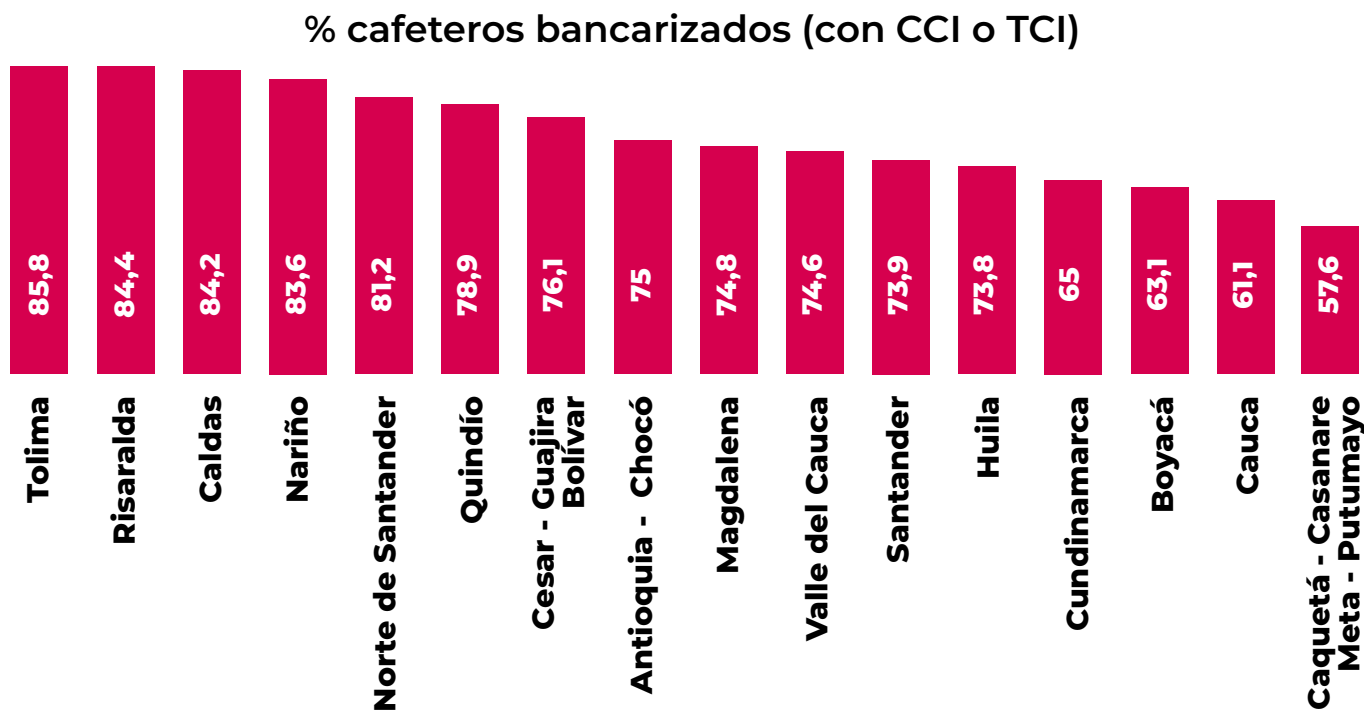
Entrega de diversos productos de investigación al Servicio de Extensión para incentivar el cambio técnico entre los caficultores enfocado en los ocho principios de la estrategia “Más agronomía, más productividad, más calidad”.

FNC mantiene liderazgo de inclusión financiera rural en Colombia

74% de los caficultores tiene Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente, con más de 384.000 bancarizados a septiembre. En Colombia 51% de los adultos tienen 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% de los adultos tienen una cuenta de ahorros activa.**



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera (Sep. 2022).

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

Para elevar el uso de la CCI o TCI con apoyo del Banco de Bogotá y Agroinsumos del Café se lanzó la Campaña de Reconocimiento 3+3, que busca fomentar el ahorro con los ingresos que

reciben los caficultores por la venta de su café.

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, ahorren mínimo \$1.500.000 y conserven su ahorro por 3 meses más.

Cafeteros ahorran \$884 millones en retiros de otras redes con CCI/TCI

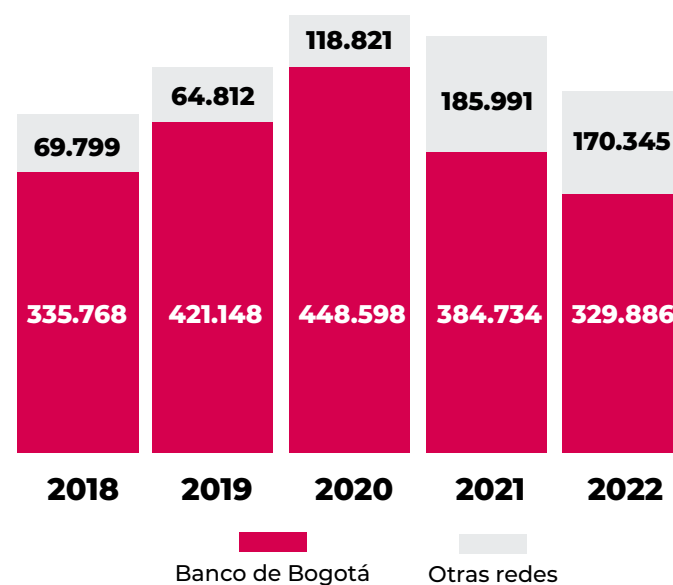
Por los beneficios gestionados, transacciones aumentaron 43% desde 2020.

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 empezó en marzo de 2020 e

irá hasta el 31 de diciembre de 2022, ha fomentado un mayor uso de los cajeros entre la población cafetera, con más de 2,8 millones de transacciones en los últimos 6 años.



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera (Ene-Sep de cada año).

Entre enero y septiembre de 2022, la exoneración de pago por retiros en cajeros de otras redes representó para los cafeteros un ahorro de **\$884 millones** de las 170.345 transacciones realizadas.

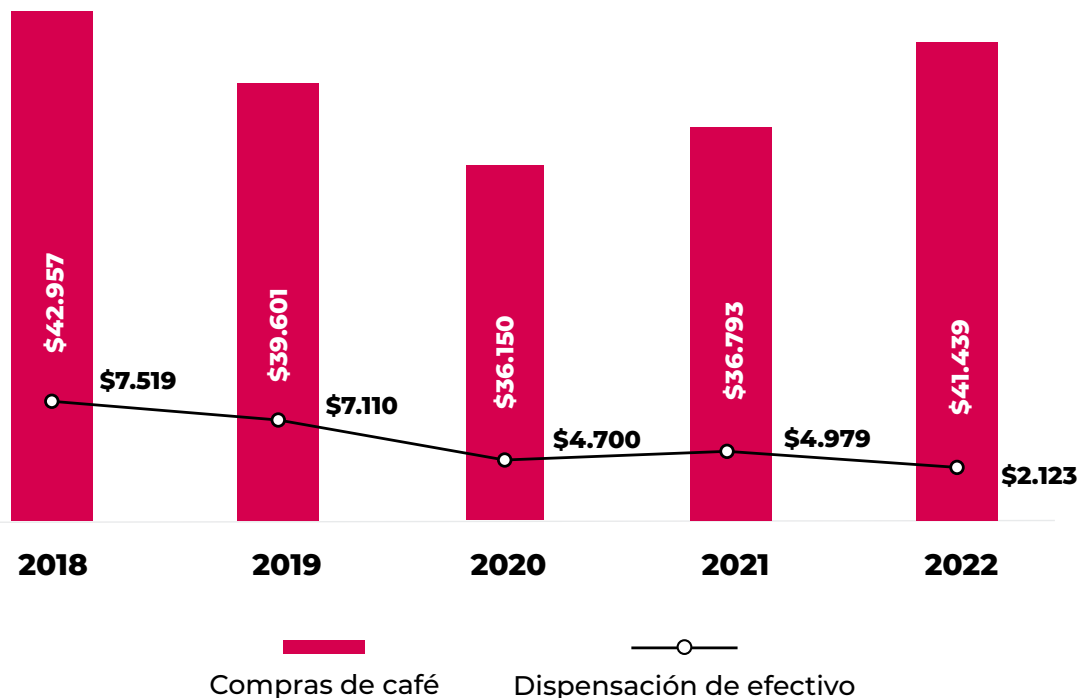
Crece uso de canales digitales

Durante el 2022 siguió siendo una prioridad el promover el uso de los canales digitales.

En esta línea, y atendiendo una recomendación sobre inclusión financiera gremial del 89 Congreso Cafetero que se reunió en el 2021, se habilitaron las compras en línea con la CCI/TCI a través de PSE. Esta funcionalidad permite a los usuarios de la CCI o TCI hacer transacciones y pagos en canales de venta por Internet.

En cuanto al uso de la CCI/TCI en el Canal Cafetero de las cooperativas, entre enero y septiembre se registraron **\$41.439 millones** en compras de café y **\$2.123 millones** en dispensaciones de efectivo.

Desde 2015, las tarifas preferenciales de la CCI/TCI se han traducido en ahorros por **\$324.000 millones** para los caficultores y la institucionalidad.



Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera (Ene-Sep de cada año).

A SEPTIEMBRE

Cartera cafetera de Banco Agrario crece 11%, a más de \$1,6 billones

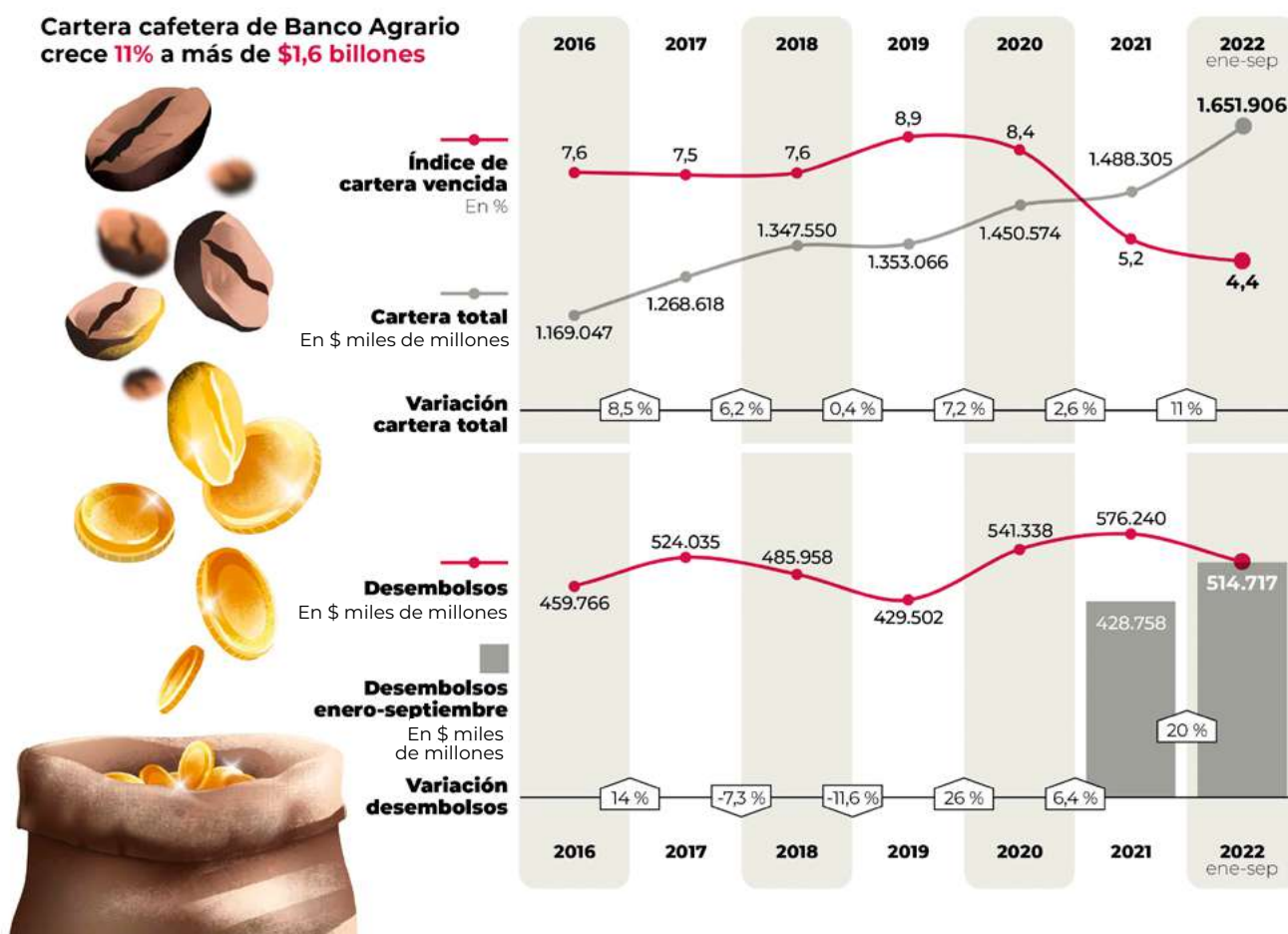
Trabajo articulado con la FNC, con apoyo del Servicio de Extensión, garantiza condiciones crediticias acordes al ciclo productivo. La cartera vencida se redujo a 4.4%.

En 2022, el Banco Agrario y la FNC trabajaron 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 sido posible gracias al trabajo articulado entre ambas instituciones para 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 la coordinación del proceso.

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



% recursos Finagro (ene-sep 2022)
 En no. de desembolsos: **98%** - En recursos totales: **93%**

Fuente: Banco Agrario de Colombia

A SEPTIEMBRE

60.529 créditos Finagro a productores por más de \$1,34 billones

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

Entre enero y septiembre de este año se otorgaron **60.529 créditos Finagro** a productores por más de **\$1,34 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 (sostenimiento, beneficiaderos, renovación y maquinaria).

Créditos otorgados a cafeteros por líneas Finagro

Año (ene-sep)	Créditos	Monto (\$ millones)
2016	46.073	296.931
2017	53.682	380.826
2018	51.889	380.826
2019	42.198	329.432
2020	63.465	488.465
2021	57.305	561.077
2022	60.529	1.343.969

Fuente: Finagro.

De los créditos otorgados, 89% fueron a pequeños productores, 10,3% a medianos y 0,7% a grandes productores. El 65% de los créditos fueron destinados a inversión.

13.906 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 **\$20.208 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. A septiembre, se alcanzaron **14.291 créditos por \$131.481 millones**, destinados principalmente a sostenimiento, nuevas siembras y construcción de beneficiaderos.



Destino de créditos a cafeteros

Actividad	Créditos	Monto (\$ millones)	Participación
Sostenimiento	4.283	\$ 27.329,91	29,97%
Nuevas siembras	3.618	\$ 38.629,99	25,32%
Construcción de beneficiaderos	2.162	\$ 28.310,63	15,13%
Renovación de cafetales tecnificados jóvenes (< 9 años al sol/<12 años a la sombra y semisombra)	1.858	\$ 18.254,13	13%
Renovación por zoca de cafetales tecnificados jóvenes (>54 meses)	972	\$ 5.424,38	6,80%
Renovación por siembra de cafetales envejecidos (≥ 9 años al sol/≥12 años a la sombra y semisombra)	692	\$ 6.775,27	4,84%
Maquinaria y equipo	651	\$ 6.518,93	4,56%
Maíz amarillo	32	\$ 129,89	0,22%
Frijol	13	\$ 57,38	0,09%
Maíz blanco	10	\$ 51,41	0,07%
TOTAL	14.291	\$131.481,92	100%

Fuente: Gerencia Técnica FNC.

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 de las mujeres a la cadena de valor.

Desde hace varios años, la FNC ha impulsado la producción de café de mujeres, y a septiembre, con 5.992 sacos de 70 kg, estas ventas superaron en 77% los 3.390 sacos de 2021.

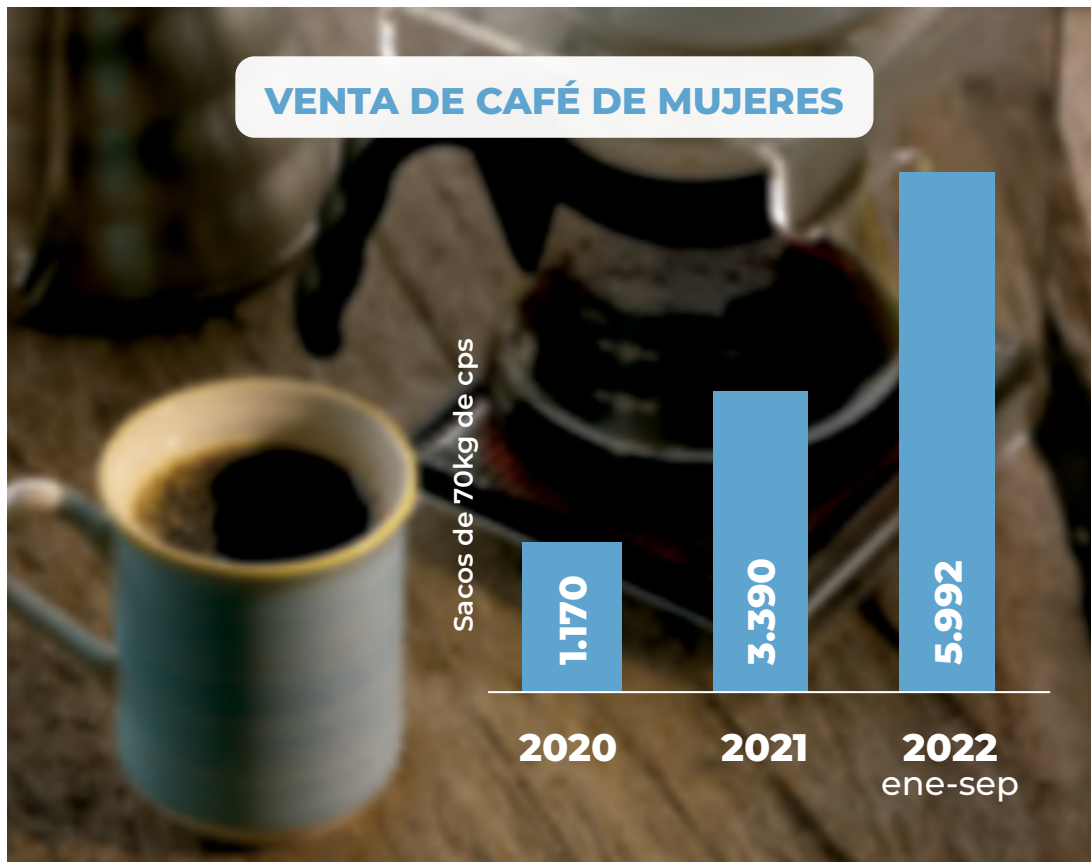
Con la asistencia del presidente de la República, la vicepresidenta y lideresas gremiales, el 17 de mayo se lanzó internacionalmente la línea de café de mujeres colombianas, evento que conectó en línea a 14 embajadas y clientes alrededor del mundo para resaltar que al adquirirlo se aporta al bienestar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

Desde hace varios años, la FNC ha impulsado la producción de café de mujeres, y a septiembre estas ventas superaron en 77% 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 también de tostado y liofilizado.



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 **22% en los comités 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	276
Cuentas sin cuento	WhatsApp	8 semanas - 15 minutos/día	268
Mi finca, un entorno saludable y seguro	WhatsApp/Virtual	4 semanas - 15 minutos/día	1183
	Plataforma Fundación Manuel Mejía	40 horas	

Casi 13.000 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, a septiembre 3.201 hogares cafeteros participaron en actividades de promoción del empalme generacional, un aumento de 300% frente a las 799 familias de 2021.

También se promovió el empalme generacional directamente entre 1.366 jóvenes para fortalecer su proyecto de vida en el café.

En total, se atendieron 12,387 familias en acciones que promueven la equidad de género y el empalme generacional (48% más que las 8.373 atendidas a sep. de 2021), con un aumento importante (28,4%) representado en las 7.820 familias que participaron en actividades de equidad de género frente a las 6.090 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

A sep 2022

12,387

Indicador global: Familias cafeteras participantes en acciones para promover la equidad de género y el empalme generacional.

7,820

familias cafeteras participantes en acciones para promover la equidad de género.

3,201

familias cafeteras participantes en acciones para promover el empalme generacional.

1,366

jóvenes cafeteros Sica participantes en acciones para promover el empalme generacional.

FNC recibe dos importantes reconocimientos por aportes en equidad de género

El trabajo de la FNC en equidad de género recibió este año dos importantes reconocimientos.

She Is Global Awards 2022

Este premio, en la categoría "Organización con poder de cambio en pro de la equidad de género", fue otorgado a la FNC el pasado 10 de noviembre en Cartagena de Indias por parte de la fundación She Is Global.

She is Global Awards 2022 reconoce y premia a las mujeres y organizaciones más destacadas de Co-

lombia y América Latina -en 21 categorías- por su trabajo continuo y aportes en pro de la equidad de género y el empoderamiento de la mujer.

Colombia sin Techos de Cristal

Este reconocimiento, otorgado a la FNC el 8 de marzo de 2022 por el Gobierno nacional, es ante todo un tributo a las líderes gremiales -29 en comités departamentales y 1094 en comités municipales- que en 2019 sembraron la semilla para la construcción



gremial de la Política de Equidad de Género para la Mujer Caficultora.

Se reconoce así el compromiso de la FNC con el cierre de brechas de género, no solo como empresa sino para el gremio en su conjunto.

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 cafe-

tera del municipio de Yopal, Casanare, con una inversión de \$2.807 millones.

La alianza ayudará a mejorar las condi-

ciones de vida de los habitantes de estas zonas rurales y a fortalecer la presencia institucional de las oficinas coordinadoras de la FNC.



Más de 15.800 beneficiados de mejoras en vivienda, saneamiento básico y energización

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

A septiembre, la FNC ejecutó 553 proyectos de infraestructura por más de **\$75.000 millones**, enfocándose en los segmentos de mejoramiento de vías y vivienda rural.

La FNC completó 2.196 obras de mejoramiento de vivienda, sanea-

miento básico (acueductos, suministros de agua, potabilización y alcantarillados) y energización, para beneficio de 15.887 personas.

Construyó más de 19 km de placa huella (97% más que en el mismo periodo de 2021), mientras que el

número de kilómetros mejorados en vías rurales se redujo 74%, debido sobre todo al incremento de precios y escasez de materiales.

Los principales resultados a nivel nacional se detallan a continuación:

SEGMENTO	INDICADOR	EJECUCIÓN	
		2021	2022
Vivienda, saneamiento básico, energización	# obras mejoradas y/o construidas	1.692	2.196
	# total de beneficiados	14.917	15.887
Vías	Metros de placa-huella construidos	9.884	19.495
	km mejorados en vías rurales	6.801	1.749
Infraestructura social	# obras construidas o mejoradas	55	87

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 técnicos 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 **3.300 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 **9.600 familias** han sido capaci-

tadas 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 observa-

ciones de diferentes actores internos de la FNC, será presentado ante el Comité Directivo y la Comisión de Desarrollo Social del Congreso Cafetero 2022. En 2023 se harán consultas a los comités departamentales.

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”** llega 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).

A septiembre de 2022 se alcanzaron los siguientes resultados:



Temas	Piezas de comunicación construidas	Personas alcanzadas con la estrategia de comunicación
Seguridad y salud en el trabajo (SST)	12	18.300
Prevención del trabajo infantil	10	4.639
Covid y otros temas de salud	3	1.557
Familias cafeteras en equidad de género y empalme generacional	16	214.060
Otros	6	10.000
Total	47	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.

Caficultores plantan más de 1 millón de árboles en ‘Sembrar nos une’

Se han establecido más de 616.000 árboles en sistemas forestales y agroforestales, y se sembraron ya los primeros 113.449 árboles en fincas como parte de alianza con Nestlé para sembrar 7,5 millones de árboles.

En cumplimiento de la propuesta del gerente general, para este año 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 pódcast, Panorama Cafetero y Las aventuras del profesor Yarumo.

Los sistemas forestales y agroforestales en las fincas son uno de los principales mecanismos para capturar más carbono y conservar la biodiversidad, todo bajo el concepto de servicios ecosistémicos de los sistemas de producción de café. A la fecha, se han establecido más de **616.000 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 **305 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 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 113.449 árboles en fincas.

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

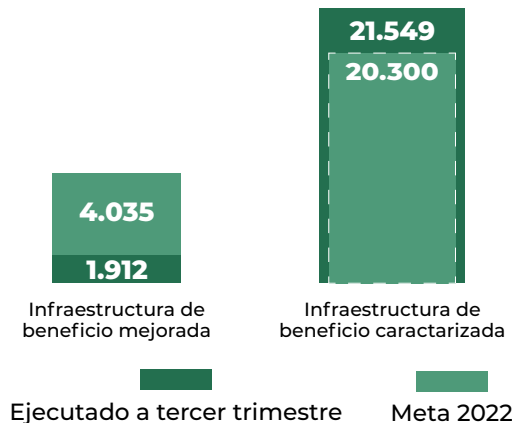
Fincas ahorran agua gracias a mejor infraestructura

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:

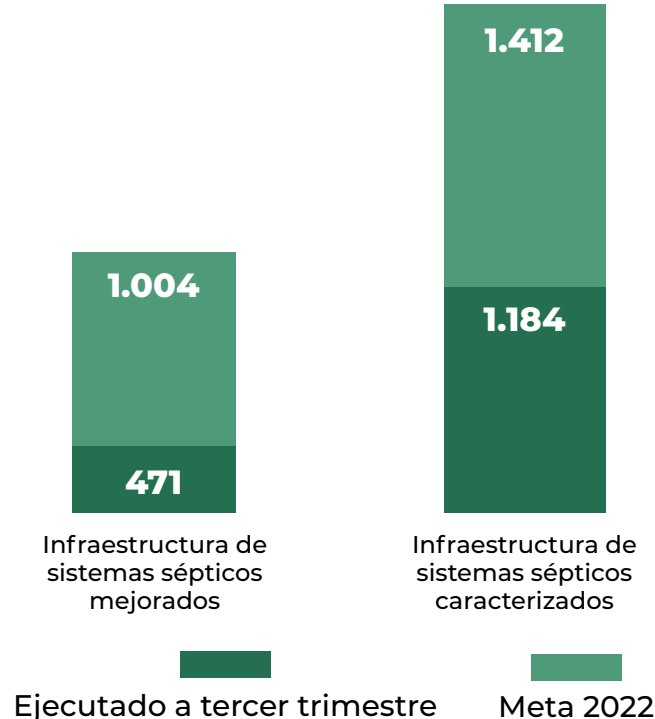
1. Caracterizar **20.300 sistemas de tratamiento de aguas residuales**.
2. Mejorar la eficiencia de **4.035 infraestructuras de beneficio existentes sin afectar la calidad del café**.

En sistemas de tratamiento de agua, para 2022 se planteó la meta de mejorar 1.648 infraestructuras.

PROMOVIENDO EL **CUIDADO DE LOS RECURSOS NATURALES**



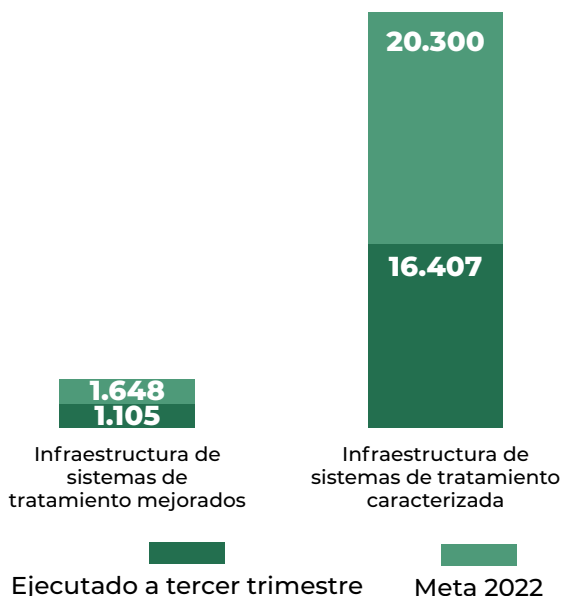
En viviendas se han instalado **470 ahorradores de agua** en grifos y sanitarios, y se mejoró la gestión de residuos sólidos en **2.843 fincas**, lo que junto con 4.113 caficultores capacitados, reduce el impacto de las actividades humanas en el recurso hídrico, suelo y aire. Tanto la caracterización de los sistemas sépticos como la inversión en mejorar estos sistemas 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** tanto a escuelas rurales como a familias caficultoras de Antioquia, Huila y Santander.



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



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 planteada a inicio del año. Algunas de estas prácticas son: **siembra a través de la pendiente, manejo de coberturas nobles y terrenos sin quemas para preparación**. Como seguimiento, se ha medido el índice aditivo de protección del suelo en 23.065 fincas, superando también la meta anual propuesta.

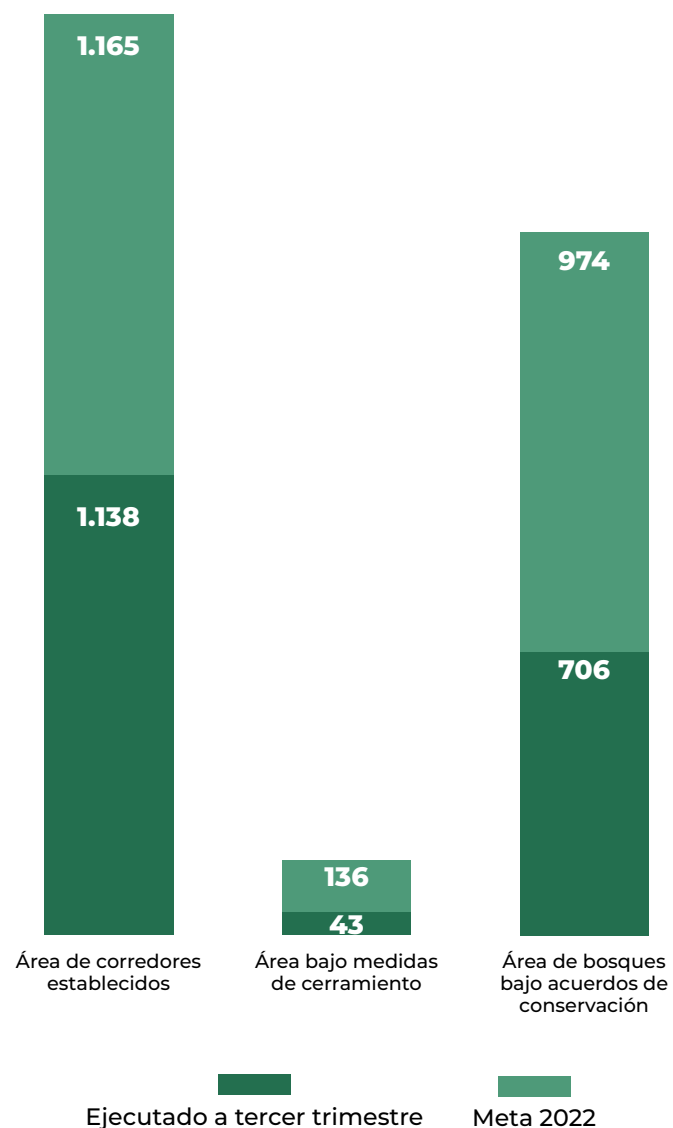
Caficultores cuidan la biodiversidad y se forman en gestión ambiental integral

Con el compromiso de conservar y recuperar la biodiversidad en zona cafetera, este año **1.886 hectáreas de bosques naturales** están bajo acuerdos de **conservación** por parte de los caficultores, 83% de la meta anual propuesta. Y en mayo, **822 participantes**, distribuidos en 18 departa-

mentos y 182 municipios, finalizaron el diplomado virtual en **Gestión Ambiental Integral de la Caficultura**. Procurando un uso más eficiente de fertilizantes y menos contaminación atmosférica, se han capacitado a **13.547 caficultores** en

buenas prácticas de fertilización, con 455 análisis de suelos en Huila, Santander y Antioquia, superando la meta anual establecida. Y se entregaron **688 bonos** redimibles para la compra de fertilizantes en puntos de venta autorizados.

Hectáreas conservadas y recuperadas





Colaboradores de la FNC refuerzan compromiso con el medio ambiente

Como organización, se debe trabajar por la eficiencia en el uso de electricidad y el consumo de agua, que en 2022 se monitorearon en **247 oficinas** a nivel nacional, con un **ahorro de 10%** vs. 2019 (año base por presencialidad en oficinas).

Con respecto a la meta, se han instalado 56% de ahorradores de agua y 50% de sistemas de iluminación eficientes. Y en conjunto con el Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA), se forma a **210 líderes de la FNC en sostenibilidad ambiental** para que integren estas herramientas en acciones aplicables en la empresa y el hogar. Con este curso, gracias al Programa de Formación Continua Especializada suscrito entre la FNC y el SENA, se espera certificar la participación de **703 colaboradores** de los comités al cierre del año.

Como complemento, la estrategia de educación ambiental **FNC Consciente** siguió enviando comunicados mensuales a los colaboradores sobre sostenibilidad ambiental y se hicieron experimentos sociales invitando a prácticas proambientales. Como parte del voluntariado institucional y en línea con la campaña “1 millón de razones para sembrar árboles”, el 29 de octubre hubo jornadas en todo el país cafetero para que cada colaborador participante sembrara un árbol.

Por último, se mejoró la correcta disposición de residuos eléctricos y electrónicos, cumpliendo 83% de la meta.



100% del material de desecho de elecciones cafeteras se entrega para reciclaje

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 generación de emisiones de gases efecto invernadero.

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 participaron en la entrega de 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 avanzó 93% en **eliminar de la lista de compra** de

los comités elementos de alto impacto como **icopor, vasos y mezcladores plásticos**.



Comité Huila



Comité Cesar-Guajira



Comité Quindío

Empresas del gremio avanzan en gestión ambiental

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, inspecciones en puestos de trabajo y entrega de incentivos, se mantienen los indicadores de consumo de agua y energía vs. años previos, acordes a la dinámica propia de las sedes.

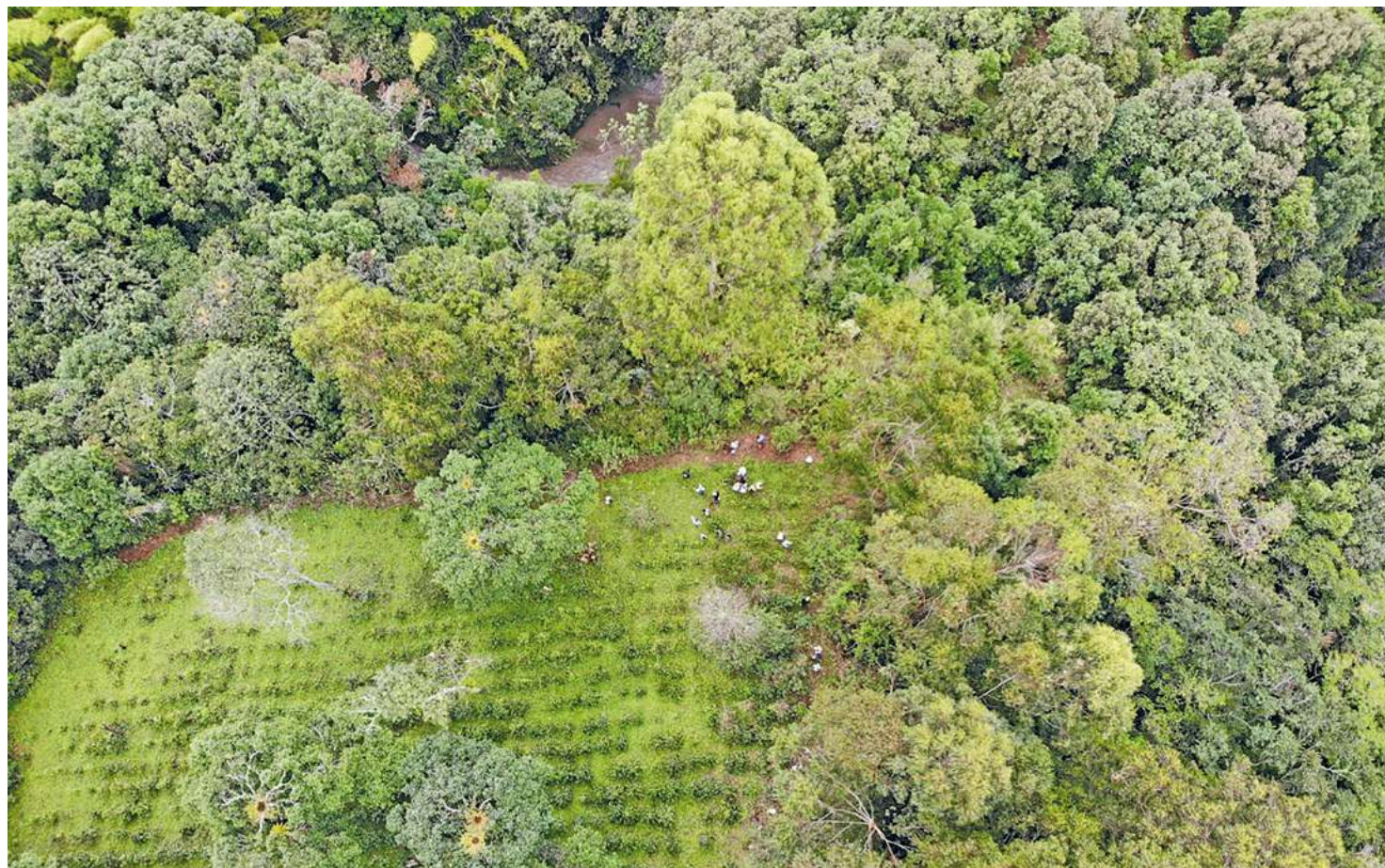
Buencafé sigue siendo líder en materia ambiental, innovando en sus procesos para producir más con lo menos posible. En eficiencia energética, a septiembre se mantienen los promedios de consumo de energía por kg de café liofilizado bajo la premisa de tener una borra más húmeda (uno de los combustibles para el secado) para lograr una mayor cantidad de extractos de café producido.

El uso de combustibles renovables se redujo levemente, de 29% a 27% por disponibilidad de cisco en el mercado.

En su desempeño ambiental, se mantiene el propósito de circularidad y basura cero, aprovechando no solo la borra seca, sino cinco nuevos residuos que antes se enviaban a relleno sanitario, para un ahorro de **\$747 millones** al año.

Se mantiene el uso de agua lluvia en la reposición de las torres de enfriamiento, con un ahorro de **\$30.7 millones** al año, y se cumplen los requisitos de vertimiento de aguas residuales.

Hubo un ligero aumento de emisiones de gases de efecto invernadero vs. la meta anual, pero se mantienen las acciones de reducción: consumir más cisco, empezar a operar el sistema de energía solar y aplicar el sistema de ciencia de datos para mejorar eficiencia energética.

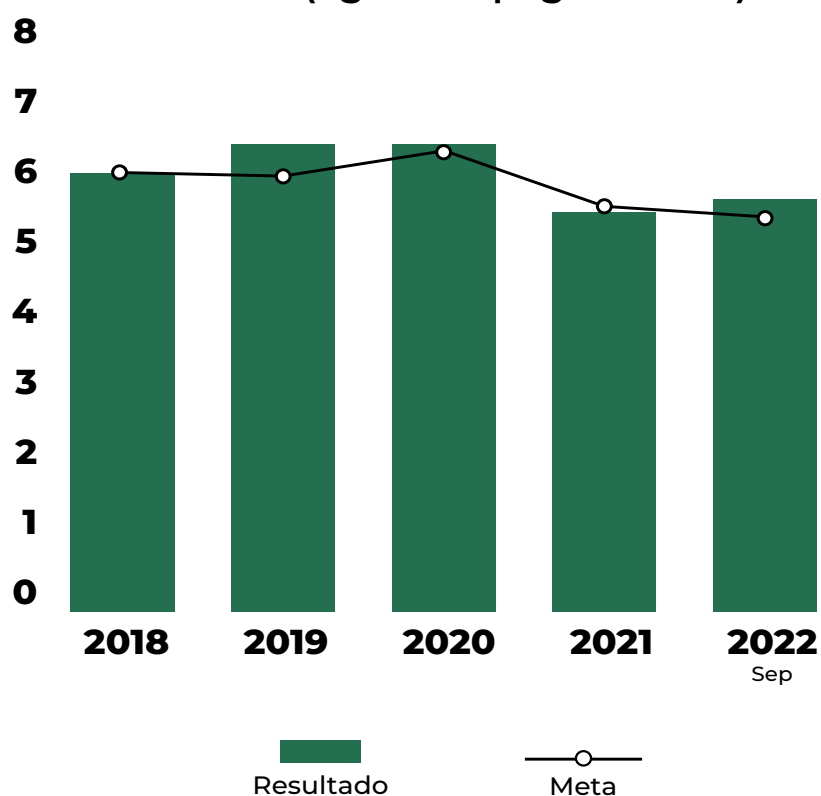


Procafecol calcula su huella de carbono con información de 2021 con miras a una estrategia de prevención, corrección, mitigación y/o compensación de gases de efecto invernadero (GEI), comprometiéndose con el estándar Iniciativa de Metas Basadas en Ciencia (SBTi) NetZero para fijar unos objetivos de reducción de emisiones al ritmo y la escala que requiere el planeta y reducir a la mitad las emisiones globales a 2030.

Se trabajó en concientización y pedagogía de clientes vía la plataforma de comunicación de la marca para mejorar la separación de residuos en la fuente y que conozcan buenas prácticas ambientales (se capacitó a 1.632 personas en 16 cursos virtuales), se recuperaron 17 toneladas de residuos reciclables de 37 tiendas, y se transformaron 63 toneladas de residuos orgánicos en compostaje.

Buencafé

Emisión GEI (kg CO₂eq/kg café liof.)



Caficultores refrendan una vez más legitimidad del gremio

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 8.814 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 884 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 capacitaron personas externas para que pudieran desarrollar bien su labor.

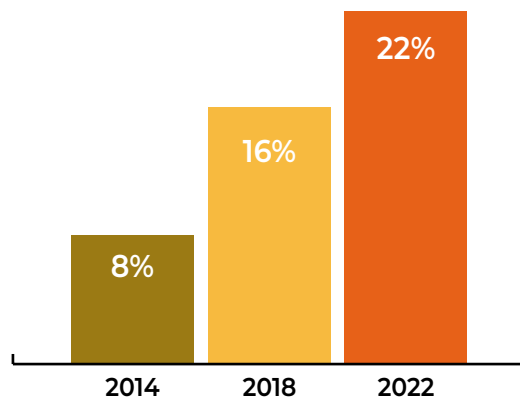
2. Mayor cobertura de mesas de votación.

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.

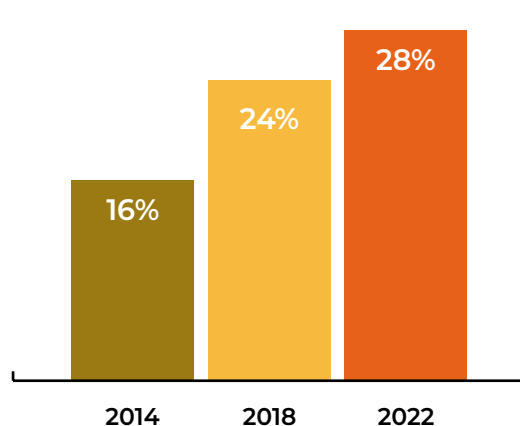
3. Fomento de la participación femenina en el gobierno gremial.

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% este año 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. 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 comisio-

nes 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.

5. 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 serán los encargados de proponer y diseñar las políticas en la 90° Congreso Nacional de Cafeteros.

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



Video testimonial de las comisiones escrutadoras.



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.



Conversemos con el Gerente

El Gerente ha escuchado directamente a más de 37.000 productores desde 2015.

A septiembre, se han realizado **19 Conversemos con el Gerente General**, con más de 3.500 caficultores conectados.

Desde 2015, **37.000 caficultores** han sido escuchados directamente por el gerente general 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.

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 cafecultoras y del país, suscribió el Acuerdo Internacional del Café (Bogotá 2022), que además ayudó a impulsar.

En la ceremonia participó el 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.



En su tercer año, pódcast llega a la 280 emisión

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.**

Se automatiza registro de exportadores e industriales del café

En el marco de la estrategia de transformación digital, en noviembre la FNC lanzó una **plataforma tecnológica**, en internet, que facilita

el registro de exportadores, plantas trilladoras, tostadoras y fábricas de café soluble con la documentación pertinente y demás información

de interés.

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 nacio-

nal 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.



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

Durante la legislatura 2021-2022, la Dirección Jurídica de la FNC acompañó la aprobación de 9 leyes en busca de obtener los mejores resultados para las 540.000 familias caficultoras y el Paisaje Cultural Cafetero. En los ámbitos de sostenibilidad, crédito, 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 en curso para comentar y aportar lo pertinente, enfocada en el progreso en 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 **Siste-**

ma 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.

Proyectos de ley en trámite al cierre de 2022 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:** Este proyecto 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 de formación y emprendimiento en torno a la gastronomía del café.

- **PL 110 de 2021, Cámara - 228 de 2021, Senado:** Enaltece el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia, buscando **aumentar la destinación presupuestal** para el fomento del Paisaje y mejorar la ejecución de su plan de manejo.
- **PL 270 de 2021, Senado:** Se establece el **café como producto insignia nacional**, fijando varios capítulos sobre comercialización del grano y promoción de la caficultura.
- **PL 118 de 2022, Cámara - 131 de 2022, Senado:** En el pro-

yecto de reforma tributaria hemos acompañado las proposiciones tendientes a I) que se mantenga la **presunción de costos** de mano de obra en el sector caficultor (art. 66-1); II) flexibilización en el cumplimiento de las **obligaciones tributarias** como la de factura electrónica o documento equivalente; III) categorizar el **café como bebida saludable** excluida como alimento ultra procesado/alto en azúcar; IV y V) adicionar los artículos 46-1 y 46-2 para que los **incentivos no sean ingreso gravable**, VI) creación del **registro nacional de compradores de café** para el recaudo de impuestos nacionales y territoriales, y VII) **exclusión** de la FNC como entidad **contribuyente** del impuesto a la renta en actividades comerciales.

Como herramienta para proteger el ingreso cafetero

Estructuración de FEPCafé avanza en prevención de riesgos

Algunas reformas son necesarias para terminar de estructurar el funcionamiento de este mecanismo; el apoyo de los cafeteros seguirá siendo fundamental para lograrlo.

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 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 reglamentó 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 mecanismo de aseguramiento del cumplimiento en contratos de venta de café a futuro ante riesgo de precio es un avance puntual este año.

• **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 no son vinculantes o no están determinadas por esta ley, mientras que solo una está claramente determinada, pero es fija y no está asociada a la dinámica del precio del café.

• **Costos de producción:** Con el apoyo de un consultor experto se realiza un estudio para definir una metodología estadística y determinar un parámetro de costo unitario-medio de producción que sea representativo para la caficultura colombiana y responda a los propósitos del FEPCafé. Se busca que este parámetro funcione so-

bre 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 FEPCafé no será 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 para impulsar ajustes normativos que permitan abordar en el futuro inmediatos desafíos fundamentales: I) Establecer una fuente de financiación propia asociada a la dinámica del mercado que genere recursos 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.

Comunicaciones de FNC ayudan a potenciar legitimidad y liderazgo del gremio en Colombia y el mundo

Las elecciones cafeteras, y una ardua y comprometida labor en favor de un ingreso digno para los caficultores en el mundo atrajeron los reflectores, gracias al trabajo, como cada año, de todo un equipo nacional de comunicadores.

Este año las comunicaciones de la FNC jugaron un rol clave en la promoción y difusión de las elecciones cafeteras, cita con la democracia participativa que reafirmó una vez más la legitimidad del gremio, así como en potenciar la vocería y liderazgo de la institución en favor de un ingreso digno para los caficultores en el mundo.

Para los comicios cafeteros, se llegó en todas las formas posibles (prensa, radio, televisión, mensajes de texto, redes

sociales, WhatsApp, pódcast, etc.) a los productores para fomentar la participación, incluida la de mujeres y jóvenes, con resultados muy satisfactorios, como se destaca en otras secciones de este informe.

La publicidad y difusión de información y resultados abarcó las distintas etapas del proceso, reglamentación electoral clara y oportuna, listas y planchas de candidatos, y listas de jurados, entre otros aspectos.

En el plano internacional, la FNC siguió jugando un rol de liderazgo muy activo en promover un ingreso digno para los 25 millones de familias caficultoras.

El Foro Mundial de Productores de Café muestra avances cada vez más importantes.

Y no es casualidad que la Organización Internacional del Café (OIC) haya elegido a Colombia como sede de su 134 reunión anual, donde se rubricó el nuevo Acuerdo Internacional de Café de Bogotá 2022.

**En el 2022
la FNC ocupó
el puesto**

43

“Estos resultados son el reconocimiento por parte de la sociedad del comportamiento y valor de las empresas”

Merco

RADIONOVELA

42 capítulos

Además de abordar temas como equidad de género, empalme generacional, seguridad y salud en el trabajo, y erradicación del trabajo infantil, se dedicaron 4 capítulos a elecciones cafeteras (liderazgo, valor de la institucionalidad, participación y democracia y representación de las mujeres).

PÓDCAST

Este novedoso formato, que se posicionó bien muy rápido entre la audiencia, alcanzó 300 emisiones en noviembre.



+ 4 millones

de personas alcanzadas en facebook en lo que va corrido del año.

Comunicaciones estratégicas con enfoque de sostenibilidad

Enmarcadas siempre en la sostenibilidad de la caficultura, lo que incluye empoderar a los productores para que tomen mejores decisiones para mejorar la productividad y rentabilidad del negocio, las campañas en 2022 siguieron apuntando al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institucionalidad en su conjunto, conforme a los ejes de la estrategia de valor de la FNC:

Eje económico

Más agronomía, + productividad, + calidad.

Café de mujeres.
Concurso y subasta Colombia, Tierra de Diversidad.

Campaña **¡Yo Cumplo!** (entregas de ventas a futuro).

Regreso de la feria Cafés de Colombia Expo.

Fondo de Estabilización de Precios del Café (FEPC).

Eje social

Avances sustanciales en equidad de género y empalme generacional.

Política de Educación Cafetera.

Mi finca, un entorno saludable y seguro.

Eje ambiental

Campaña de reforestación "Sembrar nos une". FNC Consciente, dirigida a colaboradores.

Gobernanza

Elecciones cafeteras.



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

En 2022, la comunicación interna jugó un papel clave en la construcción colectiva y difusión del propósito superior de la FNC como organización.

Este propósito superior, bien comunicado, contribuye a elevar el orgullo y sentido de pertenencia por trabajar por las familias cafeteras de Colombia, y fortalece la marca empleadora de la institución.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

8.382 noticias en medios nacionales y locales.

ROI*: \$70.272.569.788
*Retorno sobre la Inversión.

Fuente: Siglo Data + Hallon (Inteligencia de Medios), a septiembre.

Relacionamiento continuo con una red de **más de 800 periodistas**.

PANORAMA CAFETERO

Las noticias y actualidad cafetera se difunden también en Panorama Cafetero, programa radial que desde 2018 se emite cada miércoles en Radio Nacional de Colombia a través de 67 estaciones en todo el país.

FNC ejecuta proyectos por \$160.644 millones

La cifra es 49,6% superior a la del mismo periodo de 2021, apalancando recursos del FoNC con los de otras fuentes en una proporción de 1 a 5.

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.

A septiembre, se ejecutaron proyectos

por **\$160,644 millones**, cifra **49,6% superior** a la ejecutada en el mismo periodo de 2021 (\$107,378 millones).

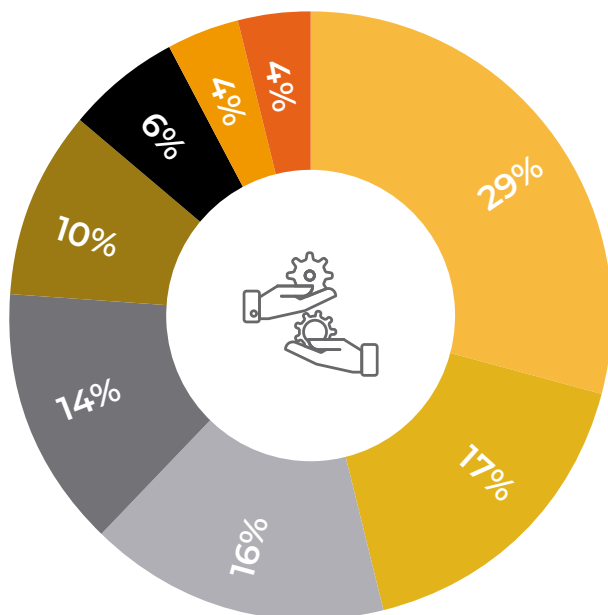
El 79% de los recursos provienen de organizaciones nacionales o internacionales, siendo las alianzas públi-

cas lideradas por los comités municipales y departamentales las principales fuentes de cofinanciación.

El Fondo Nacional del Café (FoNC) aportó 17% de los recursos, apalancados con otras fuentes (gobiernos, entidades públi-

co-privadas, comunidad) que aportaron el 83% restante. Así, por cada peso aportado por el FoNC, la FNC logró gestionar **\$5 de fuentes adicionales**.

Participación en valor por tipo de aportante



- Fondo Nacional del Café
- Gobierno departamental
- Entidades internacionales
- Gobierno municipal
- Comunidad
- Gobierno nacional
- Entidades privadas
- FNC

Fuente: Oficina de Proyectos FNC.

La mayoría de los recursos, 52,8%, se destinaron a fortalecer el eje social, invertidos en proyectos de infraestructura (89%), educación rural (5%) y otros proyectos (6%).

Al eje económico se destinó 38,6% de los recursos, con pro-

yectos que mejoran la productividad (43,6%), reducen costos de producción (37,2%) y buscan un mejor precio para el productor (19,2%).

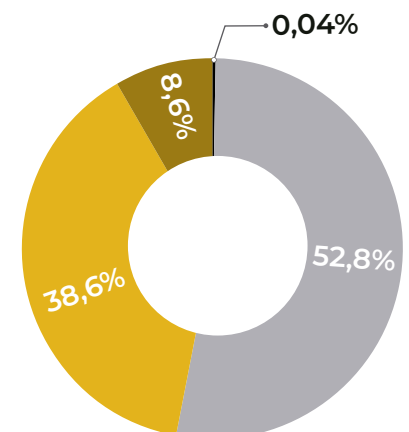
Para el eje ambiental se destinó 8,6% de los recursos, invertidos en el cuidado de

los recursos naturales (62,8%) y adaptación a la variabilidad climática (37,2%).

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



Participación por componente de la estrategia de valor



- Económico
- Social
- Ambiental
- Gobernanza

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.

Mediante 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 estructu-

raron y gestionaron los siguientes nuevos proyectos para fortalecer la calidad sensorial del café:

COMITÉ DEPARTAMENTAL	PROYECTO	VALOR (\$ 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	1. Zonas agroecológicas. 2. Dotación de laboratorios. 3. Entrenamiento en catación. 4. Perfilación. 5. Acompañamiento especializado. 6. Transferencia de tecnologías.	1.102 familias 35 municipios cafeteros
NORTE DE SANTANDER	Restauración de la caficultura en N. de Santander	10.799	1. Renovación (nuevas siembras y zoca). 2. Capacitación en emprendimientos y equidad de género a jóvenes y mujeres. 3. Acompañamiento especializado.	3.404 familias 34 municipios cafeteros
TOLIMA	Implementación de innovaciones tecnológicas en los procesos de poscosecha para mejorar la calidad y sostenibilidad del café en el Tolima	16.677	1. Análisis sensorial del café. 2. Microcentrales comunitarias. 3. Acompañamiento especializado. 4. Transferencia de tecnologías.	1.230 familias 20 municipios cafeteros
TOTAL		36.228		5.736 familias cafeteras 89 municipios cafeteros

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 in-

volucran a Cenicafé, que construye una red de investigación con universidades re-

gionales para fortalecer la red colaborativa de los comités de cafeteros.

A septiembre \$25.955 millones de aliados internacionales ejecutados, la cifra más alta en los últimos años

Son \$10.000 millones más que en el mismo periodo de 2021, en beneficio de los caficultores colombianos. Y se establecieron rutas estratégicas de cooperación con agencias u organismos como USAID, CAF y PNUD para futuros proyectos.

La coyuntura mundial ha llevado a formular nuevas estrategias de inversión con recursos de cooperación internacional pública y privada.

Dado que los principales países oferentes de ayuda oficial para el desarrollo, agencias multilaterales y sector privado ven a Colombia como aliado de inversión y apalancamiento de recursos, la FNC afianza relaciones estratégicas con estos actores para definir rutas de trabajo claras y acceder a recursos destinados a la sostenibilidad de la caficultura.

Así, con el liderazgo de su oficina en 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 las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para lograr inversiones que beneficien a las familias caficultoras. Y se promovió formalmente a la FNC como Agencia Ejecutora de la ONU (UN Partner Portal) con el Fondo Colombia Sostenible del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y con la Agencia de la ONU para los Refugiados (Acnur) para acceder a nuevas oportunidades de cooperación y recursos frescos.

Ejemplo de esta hoja de ruta es el diseño e implementación del **Plan Nacional de Alfabetización Digital (PNAD)** en zonas cafeteras, liderado por Alianzas Internacionales, en el marco de un memorando de entendimiento con Microsoft (2019), cuyo objetivo

es que caficultores y/o miembros de sus familias reciban un curso básico en herramientas digitales y habilidades para romper barreras, empoderarse y fomentar procesos de conocimiento, aprendizaje y creatividad. Así, se iniciaron **dos pilotos con el apoyo de los comités de Risaralda y Huila**, este último en el marco del Programa Renacer de Juan Valdez, ejecutado en alianza con Microsoft y la FAO.

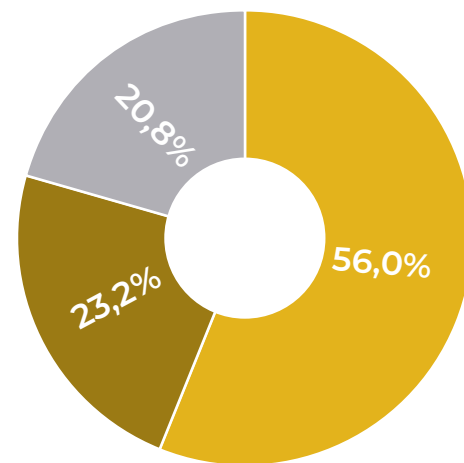
Desde Alianzas Internacionales también se diseñó un proyecto con Nuestra Tierra Próspera (programa de formalización de tierras financiado por USAID), la Dirección de Asuntos Gremiales y el Comité del Cauca para apoyar la formalización de tierras bajo el mecanismo de demanda

agregada en Caldonio y otras zonas cafeteras del norte del Cauca. Se espera socializar el proyecto con más de 800 personas, para que al menos 300 reciban los títulos de sus tierras. Esta iniciativa posiciona a FNC como un caso de éxito en promover la formalización de tierras desde el sector privado, buscando replicar esta iniciativa en otras regiones, 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 ha ejecutado más de **\$25.955 millones** (\$10.000 millones más que en 2021), destinados en un 56% al eje económico, 20,8% al social y 23,2% al ambiental.

Inversión por eje estratégico



● Económico ● Social ● Ambiental

Fuente: Oficina de Proyectos FNC.

Principales proyectos

Como primer piloto del Plan 100/100, la oficina de Nueva York gestionó el proyecto con **Tim Hortons**, y con la Dirección de Gestión Ambiental y los comités de Antioquia, Huila y Santander se han ejecutado \$2.512 millones

en entrega de planes de fertilización, módulos integrados de beneficio ecológico, filtros de agua potable, asistencia técnica y capacitación en productividad, entre otros.

Por la prosperidad

de las familias cafeteras, se gestionó un proyecto con **CAF** por USD 820,000 para un estudio del sector que permita crear y desarrollar Planes Nacionales de Sostenibilidad Cafetera (PNSC) enmarcados en los ODS, a ser pre-

sentados por el Foro Mundial de Productores de Café e implementarse por los países productores.

Con **J.M. Smucker Company**, esta oficina gestionó USD 5,000 para retransmitir el programa ra-

dial Mi Finca, Mi Hogar y Tesoro en todo el territorio nacional cafetero.

La oficina en Europa ha centrado sus esfuerzos en monitorear y revisar la ejecución presupuestal y validar a detalle las

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

actividades de 11 proyectos vigentes. Con **Starbucks**, se hizo seguimiento a proyectos de agua y renovación de cafetales (para esta, se aprobó la adición de 4,3 millones de chapolas, para una meta

total de 50 millones a entregar en 13 departamentos). Y con **Nestlé** se han entregado más de 60.000 plántulas a beneficiarios de 25 municipios.

La oficina en Japón,

ante el creciente interés en desarrollar proyectos de apoyo a caficultores conservando el medio ambiente, para 2022 gestionó **5 proyectos** que buscan apalancar más de USD 100.000. Con **Imper-**

fect-MCAA se trabaja en seguridad alimentaria para entregar semillas que aseguren la alimentación y mejoren la calidad de vida. Y con **Ishimaitu** hay dos proyectos en marcha: uno en variedades de

café para apoyar con primas a caficultores discapacitados, y otro sobre medición de la huella de CO2 de la caficultura colombiana, con la cual el aliado espera contribuir a una reducción del 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 sigue implementando proyectos recurrentes con clientes, cuyos beneficiarios obtienen mejores precios, chapolas, ca-

pacitaciones, acompañamiento técnico y apoyo en infraestructura productiva, procurando 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 que benefician a más de 21.000 caficultores.

En 2022 inició la implementación del

proyecto Ahorro de Agua y Entendimiento del Suelo en fincas CAFE Practices de Starbucks en Santander y Valle del Cauca; y en Caquetá se ejecuta un proyecto para donar kits escolares a una escuela.

En total, se apalancaron recursos por **USD 8.5 millones** para beneficio de casi **34.000 productores** en 13 departamentos.

Principales nuevos proyectos firmados por la Gerencia Comercial

Nombre	Descripción / Objetivo	Departamento(s)	Caficultores
Pur Projet	Labores especializadas en el programa de agroforestería con caficultores AAA de las olas de siembra 1, 2 y 3 de 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 cafeteras del programa de calidad sostenible AAA de Nespresso.	Caquetá: Florencia y San Vicente	430
Apoyo técnico FTUSA para ampliación	Apoyar la certificación en comercio justo de 16.865 caficultores de municipios de las seccionales La Unión, Juanambú y Occidente, en Nariño, y de las seccionales El Bordo y Oriente, en Cauca.	Cauca: Inzá, Páez, Bolívar, Balboa, Patía, Florencia, Mercaderes, Sotará, Rosas, La Sierra, La Vega, Almaguer, San Sebastián. 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, Sandoná, Consacá, El Tambo, El Peñol, Ancuya, Pasto, Chachagüí, La Florida.	16.865

Nombre	Descripción / Objetivo	Departamento(s)	Caficultores
Apoyo de Nespresso Corea a escuela Carmen y El Recaibo	Donar implementos y kits escolares 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 superan restricciones en suministros para ejecutar proyectos de alto impacto

Con su experiencia y el apoyo de los aliados, los comités departamentales lidiaron con la escasez y altos precios de materiales y otros insumos para ejecutar importantes proyectos de impacto económico, social y ambiental¹.



COMITÉ / COOPERANTE

PROYECTO

INVERSIÓN (\$ MILLONES)

PRINCIPALES LOGROS

Antioquia

Expocafé
RGC - Farmer Brothers
Cooperativas de caficultores 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 Antioquia²

14.885

14.515 caficultores beneficiados.

2,6 millones de chapolas, 1,9 millones de almácigos y 310 kg de semilla para renovación de cafetales.

Fertilización para 17,5 millones de árboles y 549 análisis de suelos.

685 marquesinas para secado de café al sol y 184 módulos de beneficio integrados.

257.655 árboles forestales sembrados, 63 composteras, 70 estufas eficientes, 54 sistemas de tratamiento de aguas mieles y 211 filtros de agua que aportan al cuidado de los recursos naturales.

2.100 kits de seguridad alimentaria de hortalizas, frutales, semillas de maíz y frijol.

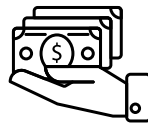
¹ En esta sección se presentan los proyectos más importantes reportados por cada comité. ² Engloba varios proyectos con diferentes ejecuciones y cooperantes.



COMITÉ /
COOPERANTE



PROYECTO



INVERSIÓN
(\$ MILLONES)



PRINCIPALES LOGROS

Boyacá

15 administraciones
municipales

Fortalecimiento
de la caficultura y
competitividad del
departamento

1.292

665 caficultores beneficiados con acciones integrales en **renovación**, entrega de **material vegetal** y **germinadores** comunitarios.

161 caficultores con subsidio de 30% para compra de fungicida, plástico Agrolene para secaderos de café y derribadoras para recolección de café.

220 análisis de suelo. Fertilización para 1.000.000 árboles de café.

290 ha de café renovadas.

1.600 kg de semilla certificada para renovación.

246 beneficiados mejorados con entrega de secaderos parabólicos, módulos semi integrados, despulpadoras y tanques-tina para fermentación de café.

Caldas

Gobernación
Cooperativa de
Caficultores de
Manizales
6 administraciones
municipales del
oriente de Caldas

Plan para el
mejoramiento de
la productividad de
la zona oriente del
departamento de
Caldas

1.000

558 ha renovadas (47 ha de nuevas siembras, 443,7 ha por siembra, 68,1 ha por zoca) mediante la entrega de **674.200 chapolas** y **312.000 colinos** de variedades resistentes, e incentivos en fertilizante a 500 caficultores **beneficiados**.

Cauca

USAID, Programa de
Alianzas Comerciales
(operador Fintrac)
Cafinorte
Caficauca
Craft Coffee
Almacafé

Internacionalización
del café del Cauca

300

2 subastas internacionales “Mejor café del Cauca”.

369 lotes vendidos a precios diferenciales por más de **\$2.000 millones**.

49 clientes internacionales participaron.

Consolidación de “El Cauca sabe a café” y el reto Arte Latte en la región.

Huila

Programa de
renovación de
cafetales Huila 2021

1.439

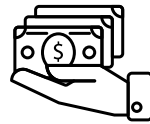
2.431 caficultores beneficiados.

1.084 ha de café renovadas con incentivo.

Mayor densidad de siembra, **menor edad** de cafetales, mayor % de variedades resistentes y mayor **productividad** por ha.

Mejores **ingresos** para las familias.


**COMITÉ /
COOPERANTE**

PROYECTO

**INVERSIÓN
(\$ MILLONES)**

PRINCIPALES LOGROS
**Cesar,
La Guajira,
Bolívar**

Gobernación de
La Guajira
Comunidad
cafetera

Asistencia técnica
y desarrollo social
para pequeños
y medianos
caficultores de la
frontera colombo-
venezolana, Serranía
del Perijá, La Guajira

14.910

450 unidades sanitarias.

450 estufas ecológicas para mejora-
miento de vivienda.

380 secadores parabólicos.

380 beneficiaderos para mejorar in-
fraestructura productiva.

450 familias capacitadas en temas
económicos, sociales y ambientales.

20 comités veredales fortalecidos.

155 ha de seguridad alimentaria im-
plementadas.

450 ha de café renovadas.

225 fincas certificadas en CAFE Prac-
tices.

Cundinamarca

Gobernación

Fortalecimiento
de los
encadenamientos
productivos de café
en el departamento

1.869

Cooperativa Departamental Cafetera
fortalecida con equipos de trilla, tos-
tión y empaque.

30 marcas mejoradas en su diseño;
30 fotopolímeros entregados; **30.000
bolsas impresas.**

Acompañamiento de **80 caficultores**
ante tostadoras en sellos Café de Co-
lombia y denominación de origen, en-
tre otros.

15 caficultores dotados con tecnolo-
gía Ecomill® y **215 caficultores** con
secadores mecánicos (silos de 10@).

3 caficultores con iniciativas de ex-
portación de café tostado y verde
apoyadas.

5 asociaciones apoyadas en temas
contables, jurídicos y sociales.

Magdalena

Fondo Colombia
en Paz, Corpamag,
Ejército Nacional,
PDET, Programa
Colombia Sostenible

Fortalecimiento
a pequeños
productores de
café a través de la
implementación
de sistemas
agroforestales
y conservación
ambiental en la
Sierra Nevada de
Santa Marta

1.059

65 familias renovaron sus cafetales
con variedades resistentes.

65 tanques-tina instalados.

65 filtros verdes para manejo y trata-
miento de aguas residuales del café
(cero descargas).

14.300 árboles maderables sembra-
dos.

65 familias capacitadas en buenas
prácticas agrícolas.

65 análisis de suelos.

**2 promotores de desarrollo rural y 1
profesional de proyectos** contrata-
dos.

1 asociación de mujeres cafeteras
fortalecida.

GESTIONANDO **PROYECTOS CON TRANSPARENCIA** PARA TRANSFORMAR EL CAMPOCOMITÉ /
COOPERANTE

PROYECTO

INVERSIÓN
(\$ MILLONES)

PRINCIPALES LOGROS

Nariño

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

12.811 caficultores beneficiados en 19 municipios.

143 km de vías mejoradas.

1.643 m lineales de placas- y cintas-huella construidos.

19 instalaciones mejoradas y adecuadas en 13 municipios, con **2.632 caficultores** beneficiados.

360 estudiantes beneficiados.

N. Santander

Gobernación

Restauración de la caficultura de N. de Santander

10.799

3.404 caficultores beneficiados con acciones integrales en asistencia técnica, renovación, entrega de material vegetal, bolsas para almácigo, análisis de suelo, enmiendas y fertilizantes.

2.404 ha renovadas, con análisis de suelo y cafetales jóvenes fertilizados.

Entrega de 13,5 millones de chapolas de variedad resistente.

Capacidades locales de **600 mujeres y jóvenes caficultores** fortalecidas.

Quindío

Alcaldías
Gobernación

Productividad departamental

1.317

329.353 colinos de café.

740.424 chapolas.

740.000 bolsas.

\$402.649.124 en fertilizante entregado.

458 kg de frijol, 458 kg de maíz, 32 kits de hortalizas.

1.516 beneficiarios.

Risaralda

Gobernación
CHEC – Grupo EPM
Cooperativa de Caficultores de Risaralda
Clúster de Cafés Especiales
Tiendas de café
Asociaciones de productores
Sena

Estrategia Risaralda
Diversidad de Perfiles

2.777

5 catadores certificados como Q Graders para asociaciones de productores de café de alta calidad.

96 personas en condición de discapacidad y **136 alumnos y profesores** de escuelas del departamento formados en barismo.

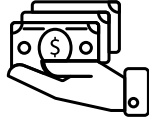
54 jóvenes con planes de negocio agropecuarios.

250 jóvenes cursando técnico profesional y tecnología.

23 escuelas implementan proyectos pedagógicos productivos.

10 laboratorios de café de alta calidad han permitido analizar la calidad de 790 muestras y capacitar a +6.000 personas en convenio con el Sena.

Agregación de valor a **1.323 caficultores** y ventas por **+\$3.500 millones.**



COMITÉ / COOPERANTE

PROYECTO

INVERSIÓN (\$ MILLONES)

PRINCIPALES LOGROS

Santander

Eficio Foundation
King Baudouin
Foundation
Colibri Foundation
Sena
Comunidad cafetera

Una nueva
generación de
empresarios
de café³ (en 10
municipios)

654

150 jóvenes cafeteros con 467.622 plantas de café en 84,72 ha.

150 fincas con análisis de suelo y planes de fertilización.

150 familias cafeteras recibieron apoyo en seguridad alimentaria (gallinas y concentrado).

150 kits de bioseguridad entregados.

150 jóvenes cafeteros se capacitan en manejo agronómico del cultivo.

Tolima

Jacobs Douwe Egbert
(JDE)
Keurig
FNC

**El agua en el
corazón de las
comunidades⁴
cafeteras en Tolima
(y Cauca)**

1.210

105 caficultores con beneficiaderos ecológicos, procesadores de pulpa y filtros verdes construidos.

29 caficultores con unidades sanitarias con sistema séptico construidas

97 caficultores con incentivo en fertilizante para apoyar 48.68 ha en nuevas siembras de café o renovación.

972 caficultores formados en conservación de recursos naturales y agricultura climáticamente inteligente.

24 caficultores en formación como observadores ambientales y en producción de café sostenible y de calidad.

4 escuelas rurales con plan integral de formación ambiental y dotación de infraestructura sostenible, equipos de potabilización de agua y material pedagógico.

Valle del Cauca

Corporación
Autónoma Regional
del Valle del Cauca
(CVC)

Capacitación e
implementación
de procesos de
reconversión
productiva y
fortalecimiento de la
producción agrícola
y pecuaria, para
apoyar la seguridad
alimentaria

2.185

1.500 beneficiarios.

450 procesadores de pulpa.

Oficinas Coordinadoras

Fintrac (financia
USAID) por medio del
Programa de Alianzas
Comerciales (PAC)

Fortalecimiento de
la cadena de café en
San Juan de Arama,
Mesetas y Uribe,
Meta

1.578

230 caficultores beneficiados.

104 secaderos solares construidos y **104 beneficiaderos** mejorados.

79.429 árboles incentivados (29 fincas).

100 muestras de análisis físico y sensorial de café.

40 análisis de suelo.

\$863 millones en ventas locales de café.

230 beneficiarios capacitados en mejores prácticas agrícolas.

A septiembre

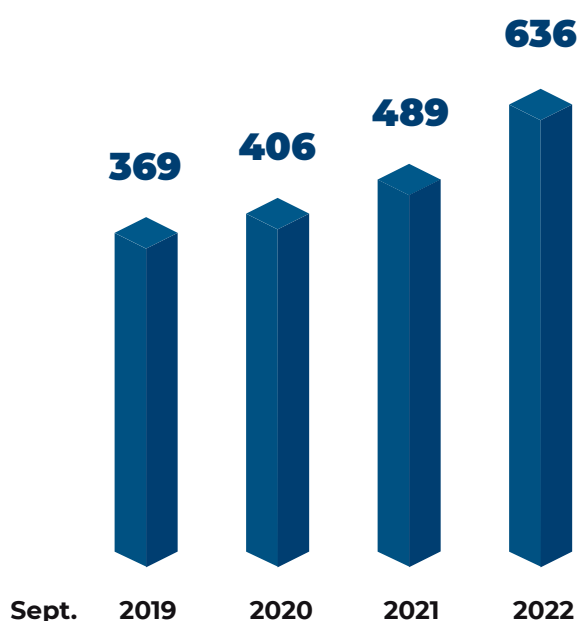
FoNC contribuye al crecimiento económico del país con ventas de café por USD 636,1 millones

A septiembre de 2022, el Fondo Nacional del Café (FoNC) recibió ingresos por **USD 706,8 millones**, de los cuales **USD 490,2 millones** provienen de la comercialización de café verde, USD 145,9 millones de las ventas de café liofilizado de Buencafé y **USD 70,7 millones** de la actividad institucional.

Con ventas de café por **USD 636,1 millones** (30% más frente a los casi USD 489 millones del mismo periodo de 2021), la comercialización de café verde y café industrializado se consolidan como los motores en la generación de ingresos para el Fondo Nacional del Café.

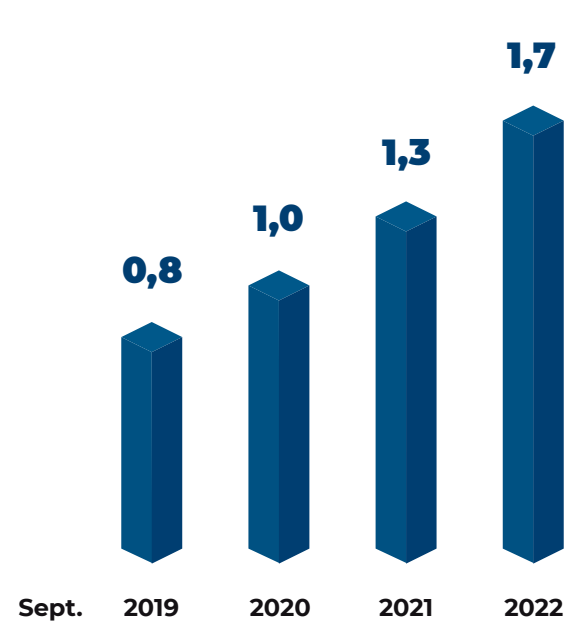
Como parte del ciclo de comercialización, el FoNC compró café

Ventas de café (USD millones)



Incluye ventas de Buencafé y Gerencia Comercial.

Compra de café (\$ billones)



Fuente: Gerencia Comercial FNC.

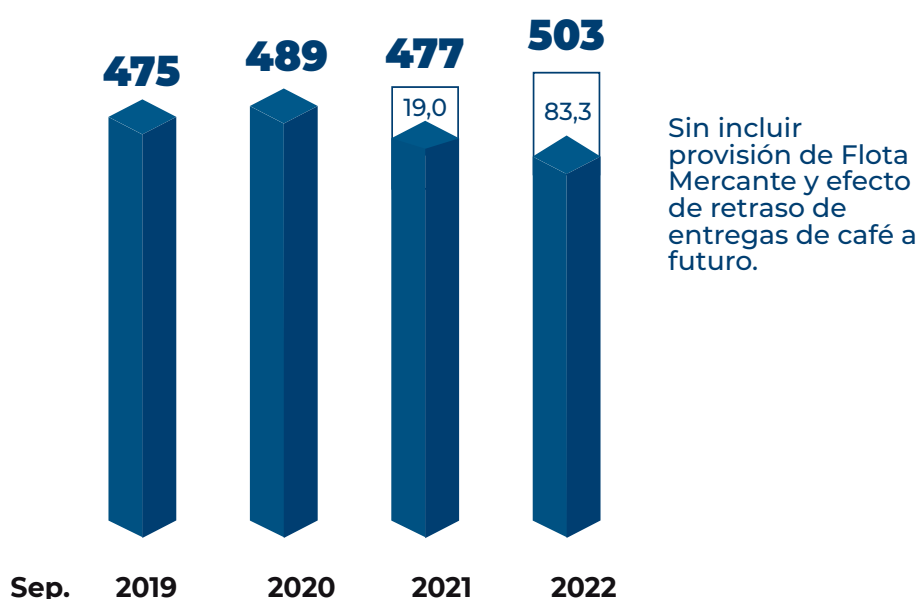
por más de **\$1,7 billones**, 32% más que en el mismo periodo de 2021.

De los ingresos por USD 70,7 millones de la actividad institucional, **USD 62,3 millones** corresponden a los recaudos de contribución cafetera y **USD 5,2 millones** por regalías por usos de marcas propiedad del FoNC, las cuales aumentaron 49% con respecto a 2021.

Con estos ingresos y los excedentes de las actividades comerciales, el FoNC financió bienes y servicios públicos cafeteros por **USD 74,2 millones**, que equivalen a **\$300.000 millones**.

Las inversiones en bienes públicos cafeteros constan de la investigación científica y desarrollo tecnológico, la asistencia técnica, la garantía de compra, la promoción y mercadeo, la transferencia cafetera para el desarrollo de proyectos con impacto en zonas cafeteras y compra de cafés especiales.

Patrimonio FoNC (USD millones)



Fuente: Gerencia Comercial FNC.

Patrimonio del FoNC alcanza USD 503 millones

Aunque el indicador es superior al de 2021, se ha visto afectado en buena medida por el incumplimiento de entregas a futuro, de ahí la importancia de que los productores honren sus compromisos.

A septiembre, el FoNC consolidó un **patrimonio de USD 503 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).

La rotación de cartera, que mide la eficiencia de gestión de los recursos de capital operativo, se **redujo de 22 días en septiembre de 2021 a 20 días promedio este año**, 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 mantuvo líneas de crédito disponibles por **USD 867 millones (\$3,9 billones)**

que permiten, en caso de requerirse, apalancar el principal bien público de los cafeteros de Colombia: la garantía de compra. El indicador es USD 118 millones (16%) superior al de 2021.

Para mantener la confianza del sector financiero y costear el capital de trabajo requerido por el FoNC es esencial su buena salud financiera, la cual depende del comportamiento de las actividades comer-

ciales, cuya afectación impacta la estabilidad financiera del fondo y pone en riesgo el acceso a la financiación de la banca nacional e internacional.

Respaldo de obligaciones de largo plazo de la FNC alcanza récord de 86,1%

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 a septiembre alcanza 86,1%, más del doble del de 2019.

Gracias a la formulación cuidadosa y diligente de los pre-

supuestos de la FNC como ente privado, el eficiente uso de los recursos y la gestión de ingresos, desde 2019 la FNC mantiene un ejercicio de presupuesto superavitario a nivel central y se mantiene sin deuda con el sistema financiero. Esta situación se ha logrado mantener a pesar de una contraprestación por administración del FoNC sin ajuste desde hace 5 años.

Las presiones inflacionarias y cambiarias también han impactado los presupuestos de egresos en 2022.

De ahí la fortaleza patrimonial de la FNC, con activos respaldados por el 67,1% 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.



Ventas de almacenes de provisión agrícola alcanzan \$146.000 millones

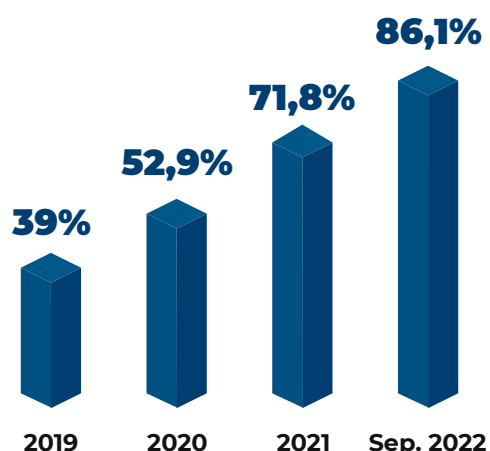
Estos establecimientos juegan un papel clave en proveer insumos de calidad a las empresas cafeteras.

A septiembre, los almacenes de provisión agrícola en los comités departamentales de Caldas, Quindío y Santander alcanzaron ventas por **\$145.814 millones, 34,5%** más que en el mismo periodo de 2021.

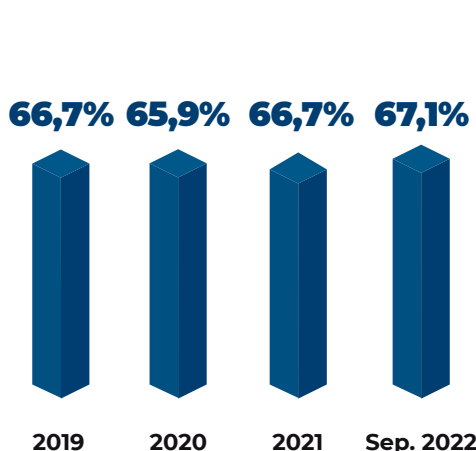
cerca de **\$4.000 millones** en resultados en los primeros nueve meses del año, un **margen neto de 3%**, y siguen siendo una fuente de recursos fundamental para fortalecer las finanzas de los comités departamentales.

Estas unidades de negocio han dejado

Respaldo obligaciones de largo plazo FNC



Fortaleza patrimonial FNC

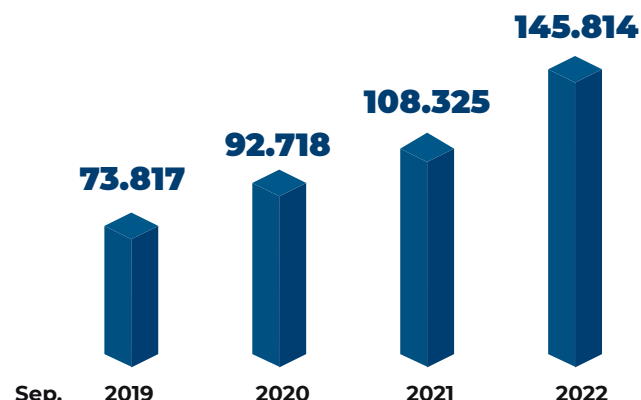


Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

Rentabilidad de inmuebles es de 4,5%

A septiembre, se renovaron 16 contratos de arrendamiento y se firmaron 2 nuevos, lo que arrojó una rentabilidad de 4,5% en los inmuebles gestionados por la FNC.

Ingresos almacenes



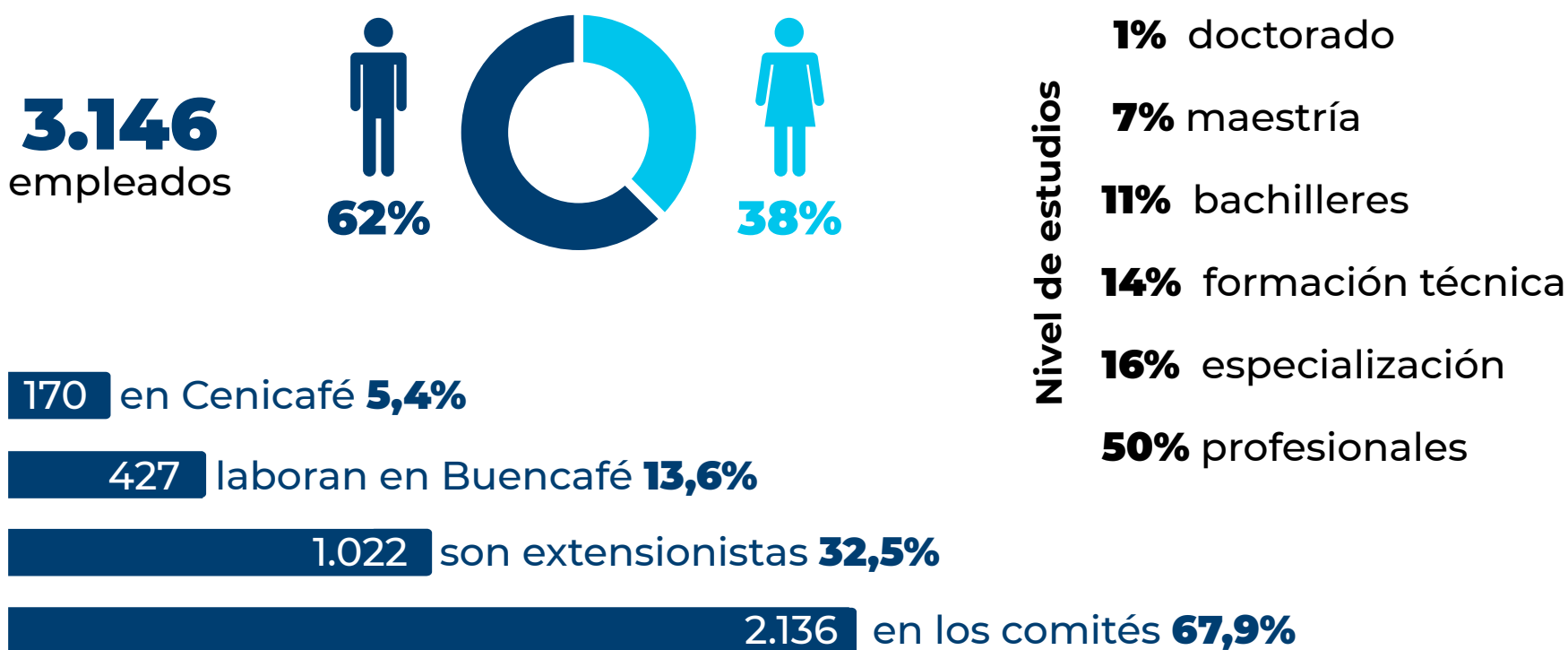
Fuente: Gerencia Administrativa y Financiera FNC.

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.



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.

1800 empleados participaron en su construcción y se formaron 80 facilitadores, quienes se encargaron de realizar 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 la 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”** para contribuir a oxigenar el planeta. Participaron más de 850 voluntarios a nivel nacional.

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 géne-

ro y para contribuir a los objetivos de desarrollo sostenible, diagnosticamos el acoso laboral en la organización mediante la herramienta ELSA. Todos los integrantes del comité de convivencia se capacitaron 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 \$1.835 millones a 246 personas, con un promedio de \$7.460.000 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 **representan 58% de los recursos desembolsados** y les permite acceder a préstamos para adquirir, construir o remodelar vivienda, 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 diferentes acciones de formación alcanzaron 4.090 horas, con un promedio de 3,44 horas por persona, lo que incluye las siguientes:

Este año, el programa de capacitación desarrolló **8 acciones de formación en liderazgo**, sostenibilidad ambiental y apropiación de nuevas formas de trabajo, apalancados en tecnologías y habilidades digitales para el análisis de datos y la toma de decisiones.

1.597

personas

1.477 trabajadores
y 120 mujeres
cafeteras.

En las acciones de formación y actualización relacionadas con el **Sistema de Gestión Integral de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)**, control y seguridad, proyectos y estrategia, entre otros.

2.389

trabajadores

17,5 horas en
promedio de
capacitación por
persona.

Formación especializada para nuestro **Servicio de Extensión en temas de Ecomill y cosecha asistida.**

481

trabajadores

13,36 horas en
promedio de
capacitación por
persona.

Anexo

Revisoría Fiscal

Ley 603 del 2000

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

1. Protección, mantenimiento y defensa de los derechos de propiedad industrial (signos distintivos, patentes de invención y modelos de utilidad, entre otros) y propiedad intelectual (derechos de autor) de la FNC como entidad gremial de derecho privado y administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC).

2. Vigilancia de las gacetas publicadas por las diferentes oficinas de propie-

dad industrial a nivel mundial para ejercer el derecho de defensa y velar por los derechos de propiedad industrial que ostenta la FNC.

3. Acciones tendientes a velar por los derechos preeminentes de la FNC como entidad gremial de derecho privado y administradora del FoNC en Colombia y en el exterior.

4. Pactos donde se previenen los conflictos de propiedad intelectual (PI) y derechos de autor en los diferentes acuerdos de voluntades, de confidencialidad y de protección de datos personales e información propia de las instituciones.

El análisis y estudios tendientes a proteger los derechos de propiedad industrial e intelectual de la FNC contemplan la observancia y respeto por los derechos de terceros. Además, declaramos que las actividades y procesos relacionados con licenciamiento de marcas y patentes de propiedad de la FNC-FoNC, administración de las denominaciones de origen (DO) e indicación geográfica protegida (IGP) (autorizaciones de uso,

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

Artículo 778 del Código de Comercio

Tras la revisoría fiscal de 2022, la red internacional de empresas de contabilidad, impuestos, consultoría y asesoramiento empresarial "BDO" determinó que cumplimos lo dispuesto en el artículo 778 del Código de Comercio (modificado por el art. 7 de la Ley 1231 de 2008). Lo anterior dado que la FNC tiene actualmente un procedimiento estructurado y documentado para

recepción de facturas y aceptación de facturas endosadas que permiten su libre circulación; este trámite está vinculado a nuestro sistema de gestión documental (Isolución), formato FEBS-P-0019, punto 5.4 "Endoso y/o cesión de derechos económicos de facturas".

Facturación Electrónica – Resolución 000001 del 03/12/2019

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

Ese mismo equipo ha estado al tanto de la evolución nor-

mativa y desde 2019 ha hecho los ajustes para adaptar los desarrollos al sistema de facturación enmarcados en la Resolución 00001 de 2019 y a cumplir los aspectos técnicos y normativos requeridos por la DIAN. En consonancia, para la transmisión de facturas a la DIAN la Federación cuenta con los servicios de dos proveedores tecnológicos debidamente autorizados para asegurar así el cumplimiento de los requisitos aplicables al sistema de facturación electrónica en la operación normal y en caso de presentarse algún inconveniente.

Decreto 1406 de 1999

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

Transformación en acción para la sostenibilidad y prosperidad de los cafeteros de Colombia

