



Federación Nacional de  
Cafeteros de Colombia®

# INFORME DEL GERENTE

CONGRESO  
NACIONAL  
DE CAFETEROS

| #94





**SABEMOS**  
LO QUE HACEMOS



# ECONÓMICO

MÁS RENTABILIDAD

11

# SOCIAL

MÁS BIENESTAR

34

# AMBIENTAL

MÁS COMPETITIVIDAD

41

# GOBERNANZA

MÁS UNIÓN Y GREMIALIDAD

46

# ALIANZAS

ESTRATÉGICAS

52

# FINANZAS

PROSPERIDAD

57

# ANEXO

62

# LA TRANSFORMACIÓN CAFETERA AVANZA A PASO FIRME

El año cafetero **2024/25** arrojó un balance muy positivo para la caficultura colombiana.

La producción alcanzó **14,9 millones de sacos** de café verde, la más alta en los últimos 33 años, gracias a la adopción de buenas prácticas por parte de los caficultores, siguiendo las recomendaciones del Servicio de Extensión, y la renovación de cafetales con variedades más productivas y resistentes, así como a la investigación de Cenicafé, con una productividad de **22,3 sacos de café verde/ha**.

El precio interno alcanzó un promedio de **\$2,761.578/carga** de café pergamino seco, 69,2% más con respecto al año cafetero anterior, producto de la subida del precio internacional para los suaves colombianos a **360,19 USD ¢/lb<sup>1</sup>**, 57,5% más que en 2023/24, y la devaluación del peso colombiano frente al dólar en 4,6%.

La inusitada alza se explica por un equilibrio casi perfecto entre la oferta y la demanda en el mercado mundial, lo que ha acumulado un déficit en los últimos cinco años y un agotamiento gradual de los inventarios, tanto en los países de origen como en los de destino.

Gracias a la mejora en producción y precios, las exportaciones alcanzaron **13,3 millones de sacos**, 12,5% más, mientras que su valor rozó los **USD 5.700 millones**, que hasta septiembre significó 12,5% del valor de las exportaciones totales del país.

Con esta situación favorable, el valor de la cosecha alcanzó **\$24,5 billones**, cifra histórica que más que duplica (+103,7%) la del año cafetero anterior. La participación del sector cafetero en el PIB total al segundo trimestre alcanzó 1,54%.

<sup>1</sup>Según cifras de la Organización Internacional del Café (OIC).

Foto: (CEET) Casa Editorial El Tiempo.



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

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

En lo comercial, con los recursos del Fondo Nacional del Café (FoNC), se alcanzó a septiembre una participación de **21,2%** en las exportaciones del grano, de las cuales **65%** fueron cafés especiales (lo que se traduce en primas adicionales para los caficultores).

Destacan los resultados de las empresas del gremio: la facturación de Buencafé alcanzó **USD 217,8 millones**, los ingresos operacionales de Procafecol fueron casi **\$638.000 millones** (con regalías proyectadas para el FoNC de \$48.000 millones) y Almacafé tuvo casi **\$109.000 millones** en ingresos.

La Fundación Manuel Mejía formó a **26.500 caficultores** en productividad y calidad del café, e inició formación en barismo, catación y tueste.

A septiembre, se reportaron **71.012 ha renovadas o con nuevas siembras**, y esperamos cerrar el año con 100.000 ha con variedades resistentes y más productivas.

Las centrales de beneficio que impulsamos para mejorar la calidad del grano con menor impacto ambiental se consolidan como el camino correcto para la caficultura del futuro.

Muestra de ello es la aceptación del modelo y la sobresaliente calidad obtenida en los primeros volúmenes de café cereza adquiridos a productores.

En cuanto a los nuevos centros de industrialización (CIR), el de Huila superó el punto de equilibrio y muestra un resultado operacional positivo.

En marzo inició operaciones el de Caldas, en noviembre lo hará el de Santander, y avanza la construcción del de Boyacá, ampliando así la red nacional de transformación del café.

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

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



# INNOVAR ES AHORA UNA CONSTANTE EN FNC

## TRANSFORMACIÓN EN FINCA

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

## TECNOLOGÍA Y VARIEDADES

Con la entrega de **77,8 t de semilla de variedades mejoradas**, Cenicafé ha seguido innovando al desarrollar nuevas líneas genéticas para altas temperaturas, preparando a la caficultura ante el cambio climático.

## COMPRA DE CAFÉ CEREZA

Las centrales de transformación y beneficio estandarizan la calidad y consistencia del café. Hasta septiembre se han comprado **1.502.448 kg** de café cereza, equivalentes a **290.395 kg** de pergamo.

## ECONOMÍA CIRCULAR

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

## INDUSTRIALIZACIÓN REGIONAL

En marzo entró en operación el Centro de Industrialización de Caldas, y en noviembre arrancará el de Santander, con una **inversión de Almacafé de \$2.158 millones**. Ya se desarrolla y construye el de Boyacá.

## ALMACENAMIENTO Y LOGÍSTICA (ALMACAFÉ)

Se almacena café pergamo seco (cps) en silos de ambiente controlado en Armenia, con una inversión de **\$7.560 millones**. Inició la migración del almacenamiento y manipulación de cps en **Big Bags** en Chinchiná, Manizales, Medellín y Armenia, con una inversión de **\$868 millones**.

## CAFENLACE

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

## CRAFT COFFEES

Se potencia la venta de cafés especiales con la línea de negocio **Craft Coffees**, que conecta al productor con el consumidor y trasciende de la venta a experiencias. En ene-sep se vendieron **36.106** sacos de **60 kg, 69% más** vs. el mismo periodo anterior.

# LOS CUATRO EJES ESTRATÉGICOS MUESTRAN LOGROS IMPORTANTES

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

## ECONÓMICO

Para elevar la productividad, se renovaron o sembraron **71.012 ha** vs. la meta de 100.000 ha. La densidad alcanzó **5.365 árboles/ha** (la más alta de la historia).

En lo comercial, se compraron **112,1 millones de kg de cps**, 32,8% más que en el mismo periodo anterior, y se vendieron **2,1 millones de sacos de 60 kg de café verde**, con exportaciones a 51 países.

## AMBIENTAL

Tres de las cinco centrales de transformación y beneficio reportaron la **valorización de 70% de la biomasa generada** en el proceso de beneficio. Se sembraron más de **1,15 millones de árboles** y se han conservado **600 hectáreas de bosque**.

## SOCIAL

Se **mejoraron 1.417 km de vías rurales y se construyeron 40.516 m de placa-huella**. Se intervinieron y mejoraron **835 viviendas** rurales cafeteras. En Política de Equidad de Género, se cumplió 64% de las actividades de sus tres programas.

## GOBERNANZA

A septiembre, se capacitaron más de **4.500 líderes** departamentales y municipales en Institucionalidad cafetera y buen gobierno, y se han visibilizado 1.346 líderes en las redes sociales de los comités departamentales para dar a conocer su labor e importancia dentro de la FNC.

Ha habido más de **225.000 contactos** con caficultores con objetivo gremial.

## ...Y EN OTRAS ÁREAS

### ALIANZAS Y PROYECTOS

La FNC apalancó en **3,4** veces los recursos del FoNC, ejecutando **\$97.149 millones con los de aliados nacionales e internacionales** (96.4% de la meta). El índice de inversión de recursos del FoNC fue **89.9%** y el de desempeño de gestión de proyectos, 96.2%.

### SOLIDEZ FINANCIERA

La relación de ingresos y egresos fue **1,03**, con ingresos suficientes para atender los gastos. Todas las dependencias redujeron gastos de operación y administración, en línea con los pilares estratégicos.

### COMUNICACIONES

Las redes sociales de la FNC generan gran impacto, con una tasa de interacción en **Facebook** de **11,7%** e Instagram de **7,24%**, evidenciando el fuerte interés y conexión con nuestras audiencias.

### GESTIÓN HUMANA

La implementación estratégica para optimizar el clima organizacional avanzó al 97% (socialización y seguimiento), y el disfrute de vacaciones pendientes se ha cumplido en 69%.



# COMUNICACIONES, ESTRATEGIA CLAVE DETRÁS DE LA MARCA FNC

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

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



## REPUTACIÓN CORPORATIVA LA CONFIANZA DE TODO UN PAÍS

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



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



## ENTRAMOS AL TOP 10 DE LAS EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN DIGITAL

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

Liderados por la **Gerencia General y el equipo de Comunicaciones**, se impulsaron campañas de largo alcance e impacto, como el **Día Nacional del Café**.

Nos sumamos a tendencias mundiales, colaboramos con influencers y expertos, e innovamos en formatos y narrativas, transformando la presencia digital de la marca FNC.

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

## RESULTADOS DE CRECIMIENTO Y PARTICIPACIÓN (A SEPTIEMBRE 2025)<sup>2</sup>



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

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

## COMUNICACIÓN INTERNA “SOMOS CAFÉCRACKS”

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

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

## APOYO A INCLUSIÓN FINANCIERA

En 2025, se apoyó la inclusión financiera con la campaña “Cédula y tarjeta cafetera, identidad gremial y más servicios financieros”, dirigida a los caficultores registrados en el Sistema de Información Cafetera (Sica) que cumplen los requisitos para acceder a ella.

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

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

<sup>2</sup> Por consistencia, los resultados de crecimiento y participación se comparan con las del informe del gerente 2024 con fecha de corte octubre 2024.

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

En 2025, lideraremos la renovación del sitio web de la FNC, fortaleciendo su presencia digital y adaptándola a las nuevas necesidades de información y consulta.

El nuevo portal ofrece una navegación más ágil e intuitiva, integra los contenidos gremiales, económicos y de

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

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

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



01

A close-up photograph of a pink rose flower with its green stem and leaves. The flower has many layers of petals and is surrounded by large, ruffled green leaves. The lighting is soft, highlighting the texture of the petals and leaves.

# ECONÓMICO

# BALANCE MUNDIAL DE AÑO CAFETERO 2025/26

## ARROJARÍA EXCEDENTE DE 5,99 MILLONES DE SACOS

Por mayores cosechas en **Colombia, Indonesia y Honduras**, la producción mundial en el año cafetero 2024/25 alcanzó 174,60 millones de sacos, 2,38% más que en 2023/24, para un superávit de 4,31 millones de sacos, según la consultora Global Data.

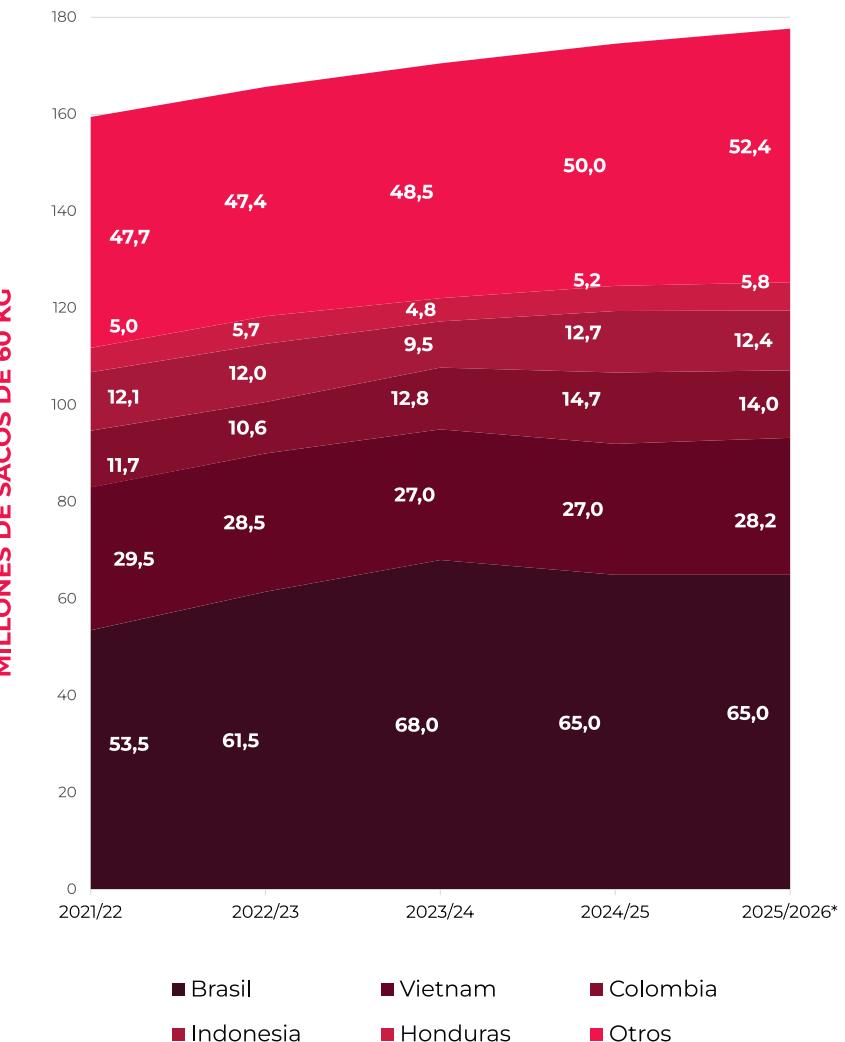
La producción de Colombia **creció de 12,75 a 14,70 millones de sacos<sup>3</sup>**, y la de Indonesia, de 9,5 a 12,7 millones de sacos.

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

La participación de arábigo en la producción mundial fue de 57%, 0,20 puntos porcentuales menos que en 2023/24.

Por su parte, **el consumo mundial alcanzó 170,29 millones** de sacos, **0,45%** más que un año antes, pese a la persistente alza precios de café verde y la situación arancelaria.

### PRODUCCIÓN MUNDIAL DE CAFÉ



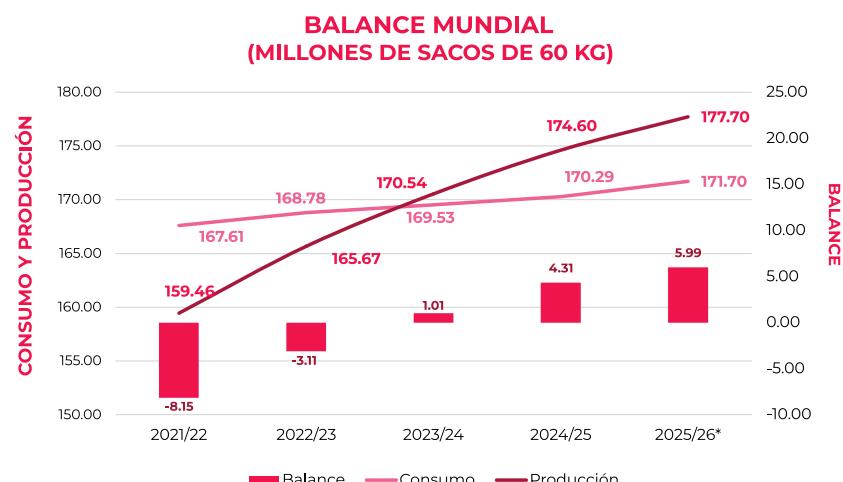
<sup>3</sup> El dato puede presentar diferencias respecto de la cifra oficial de FNC. En futuros informes, la consultora Global Data puede actualizarlo para ajustarse a la cifra oficial.

Fuente: GlobalData (Coffee Market Insight, sep. 2025)

Para el año **cafetero 2025/26**, GlobalData proyecta que la **producción mundial crecerá 1,77% (vs. 2024/25)** a **177,70 millones** de sacos por aumentos en Vietnam e Indonesia y una producción estable en Brasil.

Se prevé que el consumo crezca a 171,70 millones de sacos, 0,83% más, por expectativas de mejores entregas de los países productores a los mercados de consumo.

Como resultado, el balance mundial 2025/26 alcanzaría un superávit de 5,99 millones de sacos.



Fuente: GlobalData (Coffee Market Insight, sep. 2025) \*Proyección



# PRODUCCIÓN NACIONAL ALCANZA 14,9 MILLONES DE SACOS EN AÑO CAFETERO 2024/25

Creció 16,5% vs. el año anterior por condiciones climáticas favorables. Hubo también mayores exportaciones y mayor consumo interno.

En el año cafetero 2024/25, la producción nacional alcanzó **14,9 millones de sacos de 60 kg de café verde**, 16,5% más vs. 2023/24, gracias a mejores condiciones climáticas, que beneficiaron el cultivo, y a una buena tasa de renovación en los cafetales.

Pese al aumento de los precios al consumidor, el **consumo de café en Colombia fue de 2,26 millones de sacos**, 2,2% más que en 2023/24.

En 2024/25 se exportaron **13,3 millones de sacos de 60 kg**, 12,5% más que el año anterior, y su valor preliminar alcanzó los USD 5.690 millones. Las importaciones fueron de **0,86 millones de sacos**, 8,5% menos.

El principal mercado de exportación de café colombiano siguió siendo **Norteamérica**, con 49,1% de participación; Europa, el segundo, con 29,4%; Asia fue el tercero con 16,2%, y otros destinos (Oceanía, resto de Sudamérica, Centroamérica y África) tuvieron una participación de 5,3%.

## BALANCE AÑO CAFETERO 2024/25 (MILLONES DE SACOS DE 60 KG)

	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25*
PRODUCCIÓN E IMPORTACIONES	15,1	13,8	12,7	13,7	15,7
PRODUCCIÓN	13,4	11,7	10,6	12,8	14,9
IMPORTACIONES	1,7	2,1	2,1	0,9	0,86
EXPORTACIONES Y CONSUMOS	15,1	14,2	12,5	14,1	15,6
EXPORTACIONES	12,8	11,9	10,3	11,9	13,3
CONSUMO	2,4	2,3	2,2	2,2	2,26
BALANCE	-0,0	-0,4	+0,2	-0,4	+0,1

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

# VALOR DE LA COSECHA CRECE 103,7% A 24,5 BILLONES

*El crecimiento es histórico, no sólo gracias a los altos precios del café, sino a una mayor producción nacional.*

Como es sabido, el precio interno del café colombiano, calculado de forma transparente, depende de tres variables fundamentales: el precio del Contrato KC en Nueva York, el diferencial por calidad y la tasa de cambio peso-dólar. Cualquier variación de estos factores lo impacta.

En el año cafetero 2024/25, el precio de la primera posición del Contrato KC creció **63,66%** a **340,73 ¢/lb** en promedio a causa de la incertidumbre por la situación climática en los países productores y los cambios arancelarios en EE.UU. El diferencial de los suaves colombianos cerró en un promedio de **12,33 ¢/lb**, **15,09%** menos que en 2023/24.

Y la tasa de cambio (TRM) se depreció **4,60%** a un promedio de **\$4.186/USD**. Con una alta volatilidad, se apreció hacia el final del año cafetero por la incertidumbre económica en EE. UU., que generó una depreciación del dólar frente al resto de monedas.

Por estos tres factores, el precio interno de referencia para la compra de café en Colombia cerró 2024/25 en un promedio de **\$2.761.578 por carga**, 69,21% más que un año antes (\$1.632.049).

Los altos precios registrados en el año y la buena producción elevaron el valor de la cosecha a **\$24,5 billones**, más del doble (103,7%) que en el año cafetero anterior.



Fuente: IE FNC.



# FNC APUESTA POR LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA PARA GENERAR VALOR



Entre enero y septiembre, el volumen de compras fue el mayor en los últimos nueve años, **112,1 millones de kg** de café pergamino seco (cps), **32,8% más** que en el mismo periodo de 2024 y su valor alcanzó los **\$2,62 billones**, **115,1% más**, gracias a precios internos históricos, que alcanzaron los **\$3.380.000/carga** (13 de feb).

Esta gestión comercial estuvo apalancada por 13 programas de compra con 210 productos en todas las regiones cafeteras.

La garantía de compra ha significado para los productores un precio de compra promedio de **\$2.926.716** por carga, **2,3% más** que en el mismo periodo anterior.

## DISTRIBUCIÓN DE COMPRAS POR REGIÓN

NORTE  
**38%**

CENTRO  
**34%**

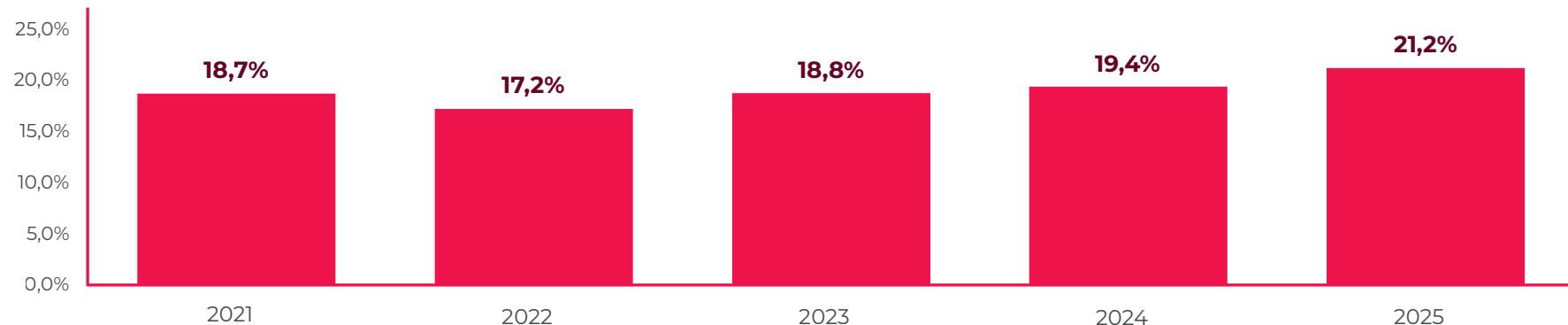
SUR  
**28%**

### VENTAS DE FNC-FONC ALCANZAN RÉCORD EN ÚLTIMOS NUEVE AÑOS

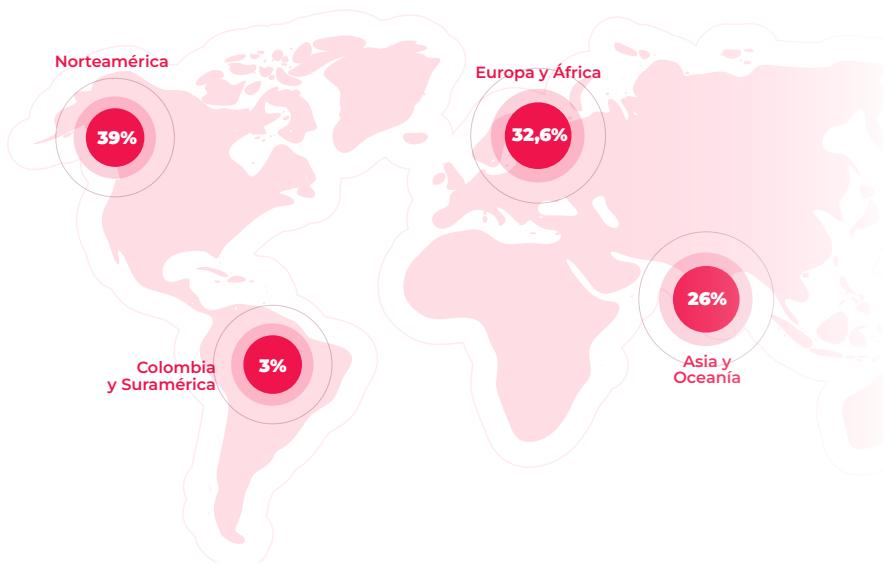
Las ventas de café verde de la FNC-FoNC a septiembre alcanzaron 2,1 millones de sacos de 60 kg (superando incluso las de 2016) por USD 892 millones.

El 65% del volumen corresponde a cafés de valor agregado (sostenibles, regionales, estándar plus y craft), con 1,4 millones de sacos de 60 kg. Se entablaron relaciones con 263 clientes en 51 países. Las unidades de negocio de café verde y Buenacafé marcaron un hito, con 21,2% de participación en las exportaciones, demostrando la confianza y preferencia de nuestros clientes.

## PARTICIPACIÓN FNC-FONC EN EXPORTACIONES DE CAFÉ (%, ENE-SEP)



## EXPORTACIONES DE LA FNC POR MERCADO



## FNC VENDE 68,5% MÁS CAFÉS ESPECIALES

*CON SU ESTRATEGIA CRAFT*

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

Resaltando la calidad y singularidad del café colombiano, a septiembre se vendieron **36.106 sacos de 60 kg, 68,5% más** que en el mismo periodo anterior, pagando a los productores reliquidaciones por **\$3.803 millones**.

## CONECTAMOS PRODUCTORES Y MERCADOS

### AGREGANDO VALOR

**36.106**  
sacos (60 kg)

CRECIMIENTO  
EN VENTAS

+69%  
2025 vs. 2024

**\$3.803 MILLONES**  
RELIQUIDACIONES 2025



• 12% | **CAFÉS DE FINCA**

Joyas de nuestra tierra



• 18% | **CAFÉS DE RELACIÓN**

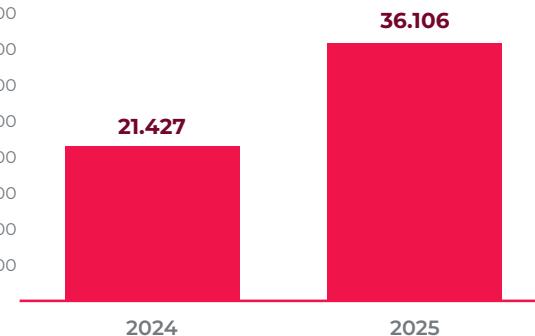
Historias y calidad única



• 70% | **CAFÉS DE ORIGEN**

Consistencia y prestigio de nuestros orígenes

VENTAS CRAFT (ENE-SEP)  
SACOS DE 60 KG



CRAFT  
Cafés de especialidad



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

En la 10<sup>a</sup> versión del concurso Colombia, Tierra de Diversidad, 24 de los 1.076 lotes presentados calificaron para la subasta internacional, donde se alcanzó un total récord de venta de **USD 444.549 por 12.857 libras**, con **87** compradores inscritos.

El precio promedio fue de **USD 34,58/lb**, 72% más que en la 9<sup>a</sup> versión.

## RESULTADOS SUBASTA HÍBRIDA

**24**

LOTES SUBASTADOS

**444.549 USD**

VALOR FACTURADO

**34,58 USD/LB**

PRECIO PROMEDIO

**12.857 LB**

VOLUMEN SUBASTADO

**87**

COMPRADORES  
INSCRITOS

**11** PAÍSES  
INSCRITOS



**644**

OFERTAS

**105,5 USD/LB**

PRECIO MÁS ALTO



Cecilia Beatriz Almonacid Rojas  
Huila, Palestina, Finca El Porvenir



# CONCURSOS DEPARTAMENTALES DE CALIDAD

## CAUCA

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

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

## TOLIMA

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

## CUNDINAMARCA

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

## HUILA

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

# FACTURACIÓN DE BUENCAFÉ CRECE 28,1% A USD 217,8 MILLONES

*2025 fue un año excepcional para el liofilizado 100% colombiano.*

La facturación al tercer trimestre alcanzó **USD 217,8 millones, 28,1% más que en ene-sep 2024<sup>4</sup>**. En volumen, Buenafé vendió 9.586 toneladas de producto terminado a más de 60 países, comprando y transformando más de **330.000 sacos de café verde** a los caficultores colombianos.

El 100% de las ventas de producto empacado llevó el sello **Café de Colombia** (75% de los ingresos totales). Norteamérica concentró 42% de las ventas, seguida de Latinoamérica (26%), la marca Buendía (14%), Europa (12%), Asia (3%), China (2%) y Medio Oriente (1%).

Buenafé cierra 2025 con grandes resultados, confirmando que los pilares de eficiencia, austeridad e innovación consolidan su liderazgo global en la producción y comercialización de liofilizado 100% colombiano.

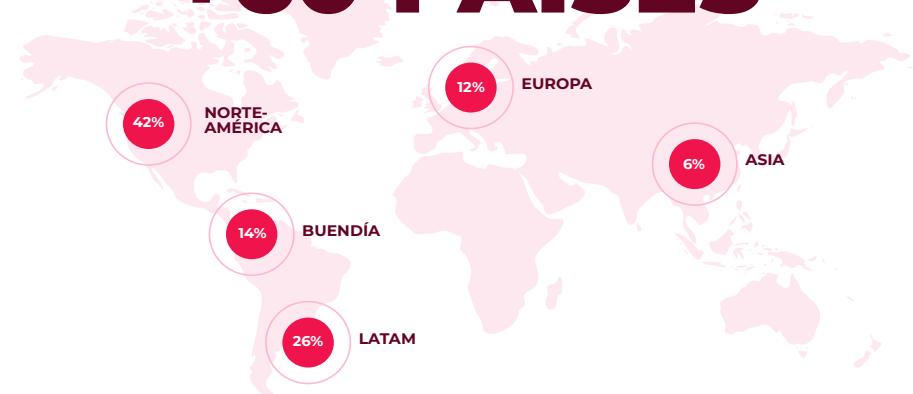
<sup>4</sup> A partir de este informe se reporta el valor facturado (ventas netas) y no los ingresos operacionales, como se hacía en los informes anteriores.



## MERCADOS BUENCAFÉ

**CAFÉ LIOFILIZADO 100% COLOMBIANO**

## LLEGAMOS A +60 PAÍSES



La compañía inauguró en septiembre el **Centro Logístico Integrado Buenafé (Clib)**, una moderna infraestructura de **5.281 m<sup>2</sup>** y **4.304 posiciones**, conectada con la Autopista del Café.

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



# INGRESOS DE PROCAFECOL CRECEN 18,2% A \$637.832 MILLONES

Con cifras preliminares a septiembre, Procafecol registró ingresos operacionales por **\$637.832 millones**, 18,2% más vs. 2024, y mejoró su rentabilidad, con un Ebitda récord de **\$63.379 millones** (10,1% de las ventas), 45% más que en ene-sep 2024.

Se espera que las regalías transferidas al FoNC cierren en \$48.000 millones y superen los \$320.000 millones desde su creación.

**Tiendas en Colombia:** Este canal acumuló ventas por **\$345.658 millones** (9,3% más que en el año anterior), es decir, 55,3% de las ventas totales, con 376 tiendas en Colombia.

**Consumo masivo (canal moderno):** Ventas por **\$88.354 millones** (14,1% de las ventas totales), 23,4% más, con nuevos clientes como Oxxo y Dollarcity, y mejorando sus márgenes para mayor rentabilidad.

**Canal institucional:** Ventas por **\$20.329 millones** (11,6% más), que representan 3,3% del total, gracias a nuevos clientes y profundización de los existentes, alcanzando ya 380 clientes institucionales.

**Consumo masivo (canal tradicional):** Ventas por **\$40.552 millones** (64,6% más), que representan 6,5% de las ventas totales gracias a ejecución en punto de venta, mayor distribución y cobertura, alcanzando más de 104.000 puntos.

**Mercado internacional:** Ventas por **USD 31,4 millones** (27,6% más), que representan 20,7% de todas las ventas. En los últimos años, se han abierto nuevas tiendas en República Dominicana, Dubái, Egipto y Catar, cerrando negocios y sociedades relevantes en España, Brasil y Chile.

## EDICIÓN DE LUJO TRES VARIETALES



Celebramos la expertise de los caficultores colombianos  
Canal: Moderno

## EDICIÓN ESPECIAL 500 AÑOS DE SANTA MARTA



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

## COSECHA ESPECIAL BOURBON ROSADO



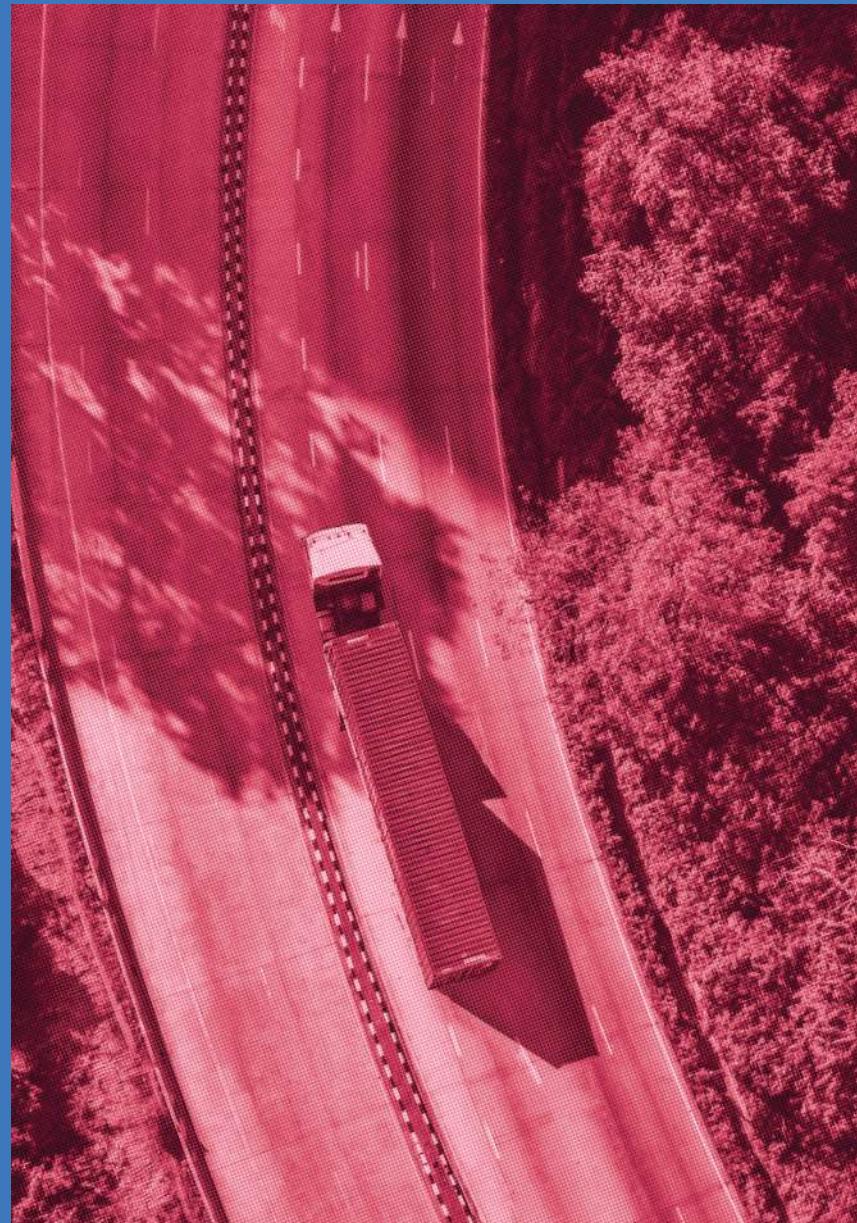
Un homenaje a la pasión y arte de nuestros caficultores

## COLECCIÓN NIÑOS

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



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



## VENTAS DE ALMACAFÉ A CLIENTES DISTINTOS A FNC CRECEN 12,7% A \$49.656 MILLONES

Al tercer trimestre, los ingresos totales de Almacafé fueron \$108.991 millones (15,1% más vs. ene-sep 2024), de los cuales \$59.336 millones provinieron de la FNC (17,2% más) y \$49.656 millones de otros clientes, consolidando su estrategia comercial segmentada por sectores estratégicos:



**Café:** 16 nuevos negocios para un total de 106 clientes, con presencia en toda la cadena de valor. Los centros de industrialización regional de Neiva y Manizales alcanzaron 45 clientes.



**Agroindustrial:** 5 nuevos negocios en productos agrícolas y cacao, para una base de 27 clientes.



**Industrial:** 10 nuevos negocios para 48 clientes en total, en sectores como vehículos, electrodomésticos, ropa y materiales de construcción.



**Consumo masivo:** 3 nuevos negocios con empresas de alimentos y bebidas, para un total de 27 clientes.

## TAMBIÉN DESTACAN

**Rebranding:** Se renovó la identidad visual de Almacafé bajo el lema “Conectamos el origen”, que refleja nuestro papel de transformación en la cadena del café y la expansión a nuevos segmentos industriales.



**Posicionamiento de marca:** Almacafé participó en 19 eventos regionales, consolidando su presencia en ferias, congresos y espacios estratégicos para mayor reconocimiento y posicionamiento.

**Centros de Industrialización Regional (CIR):** En abril se inauguró el CIR Manizales para agregar valor en origen y atender a exportadores de café procesado. Se proyecta la apertura del CIR Bucaramanga en noviembre.

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



**Cafenlace:** Esta nueva plataforma de exportación conecta a caficultores de forma ágil y competitiva con compradores internacionales, brindando trazabilidad en línea y reducción de costos logísticos. Aquí, el paso a paso:

### AQUÍ, EL PASO A PASO



ESCANEAR EL CÓDIGO QR Y  
CONSULTA EL PASO A PASO.



**Cápsulas de café:** Con el nuevo proceso de encapsulado, Almacafé diversifica su portafolio y se pone a la vanguardia de la industria.



# CAFÉ DE COLOMBIA, EL ALMA DE LOS CAFÉS ESPECIALES

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

A septiembre, Café de Colombia participó en **6 ferias internacionales**:



**HOTELEX  
SHANGHÁI 2025**  
DEL 30 DE MARZO  
AL 2 DE ABRIL.



**SPECIALTY COFFEE  
EXPO (SCA) 2025**  
EN HOUSTON, DEL 25  
AL 27 DE ABRIL.



**WORLD OF COFFEE  
JAKARTA 2025**  
DEL 15 AL  
17 DE MAYO.



**WORLD OF COFFEE  
EN GINEBRA, SUIZA**  
DEL 26 AL  
28 DE JUNIO.



**HOTELEX  
CHENGDÚ**  
DEL 24 AL  
26 DE JULIO.



**SCAJ WORLD SPECIALTY  
COFFEE CONFERENCE AND  
EXHIBITION 2025**  
EN TOKIO, DEL 24 AL  
27 DE SEPTIEMBRE.

La marca ha operado con el lema “Colombia, el alma de los cafés especiales” (**Colombia, The Heart of Specialty Coffee**) ante más de **444.603 profesionales** de la industria, se han servido 19.107 tazas de café de 23 departamentos, y se han habilitado 148 espacios en las peceras de catación y barras de degustación, donde marcas de café 100% colombiano muestran sus productos, fortaleciendo su posicionamiento con valiosos contactos comerciales.

**SE BUSCA CERRAR EL AÑO CON LA PARTICIPACIÓN  
DE LA MARCA EN 11 EVENTOS INTERNACIONALES**

## EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE, LA MARCA ESTARÁ PRESENTE EN...



**16 SCTA COFFEE FORUM & DINNER**  
DEL 2 AL 3 DE OCTUBRE,  
EN BASELA (SUIZA).



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



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



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



**HOTELEX SHENZHEN 2025**  
DEL 16 AL 18 DE DICIEMBRE,  
SHENZHEN (CHINA).

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

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

A **septiembre**, se ha participado (en), patrocinado y/o organizado los siguientes eventos locales:

**3 campeonatos nacionales de:** Arte Latte en Bucaramanga, Filtrados en Medellín y Cold Brew en Neiva, con 55 competidores y 33 jueces embajadores del café de Colombia.

**10 eventos y/ o campeonatos,** como Catación Juvenil en Líbano, Tolima; Campeonato Aeropress en Circasia, Quindío, y Campeonato Aeropress en Garzón, Huila.

Café de Colombia mantuvo su alianza con ProColombia, participando en **7 eventos internacionales y 3 nacionales.**

## LAS REDES SOCIALES DE CAFÉ DE COLOMBIA SE HAN MOVIDO BIEN



**Facebook** tiene un alcance de **1.936.097** personas y **3.846** interacciones.

En su versión internacional Café de Colombia Worldwide, **94.8%** de sus seguidores residen en EE. UU., y **visitas crecieron 30,7%** por contenido basado en la asistencia en ferias internacionales.



La cuenta en **Instagram** de Café de Colombia, en su versión internacional, aumentó alcance e interacciones en más de **100%** por más contenidos y la pauta durante la asistencia a las **ferias SCA en Houston (USA) y Ginebra (Suiza)**.

*Ambas redes crecieron más de 20% en seguidores.*



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

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

La inscripción es directa en [realacademicadelcafe.com](http://realacademicadelcafe.com) y se realiza en ciudades como Manizales, Pereira, Bogotá, Bucaramanga y Montenegro para mayor acceso en las regiones.



## COMPROCAFE DECOLOMBIA.COM

A septiembre, la tienda en línea comprocafedecolombia.com alcanzó ventas por **\$273.058.596 (70,6% más vs. ene-sep 2024)**, con **10.709** productos vendidos.

Se realizó la tercera edición de la Semana del Café (Coffee Week, del 24 al 30 de agosto), con **132%** más ingresos y **52%** más unidades vendidas frente a la misma campaña de 2024.

El Programa 100% Café de Colombia alcanza ya 978 marcas en 109 países gracias a una estrategia conjunta de la Dirección de Mercadeo y la Coordinación de Propiedad Intelectual que capacita a la cadena productiva sobre la importancia del origen como determinante de calidad y los beneficios de las denominaciones de origen y el logo Café de Colombia.

# 1.152.850 ATENCIones DEL SERVICIO DE EXTENSIón A CAFICULTORES

A septiembre, el Servicio de Extensión acumuló **1.152.850 atenciones** a caficultores, fortaleciendo los sistemas productivos mediante capacitación, asesoría técnica y el uso de métodos de extensión individuales (visitas a finca y oficina) y grupales (reunión, demostración de método, foro, curso corto, gira, día de campo y concursos), para una cobertura de 68% de los caficultores colombianos.

## MÉTODOS INDIVIDUALES

ACTIVIDAD	No. DE ATENCIones
VISITAS A FINCA	324.419
VISITAS EN OFICINA	222.964
<b>TOTAL</b>	<b>547.383</b>

## MÉTODOS INDIVIDUALES

ACTIVIDAD	No. DE ATENCIones
Reuniones	310.172
Foros	124.804
Demostración de métodos	60.486
Días de campo	55.950
Demostración de resultados	25.687
Giras	19.324
Cursos cortos	6.262
Concursos	2.782
<b>TOTAL</b>	<b>605.467</b>



Los siguientes programas estratégicos del plan operativo han logrado:

- ▶ **Actualización de fincas cafeteras:** Aproximadamente 150.000 predios visitados para actualizar su información en el Sica.
- ▶ **Gestión empresarial:** Más de 90.000 atenciones a caficultores, con capacitaciones en manejo administrativo de la finca (actividades grupales) y el plan 3.000 fincas.
- ▶ **Transferencia de tecnología:** Cerca de 600.000 atenciones para promover la adopción de las innovaciones tecnológicas de Cenicafé, lo que impacta la tecnificación y fertilización.
- ▶ **Crédito cafetero:** 76.000 atenciones para dar a conocer las líneas de financiación de las entidades bancarias.
- ▶ **Post cosecha:** Más de 90.000 atenciones para la adopción de las siete prácticas del beneficio húmedo, que estandarizan procesos para una calidad consistente.
- ▶ **Cafés especiales:** Cerca de 90.000 atenciones bajo los conceptos de sostenibilidad de los diferentes sellos de certificación, con el fin de mejorar el ingreso por valor agregado y abrir nuevos mercados.

## 5.365 ÁRBOLES/HA, LA DENSIDAD MÁS ALTA DE LA HISTORIA

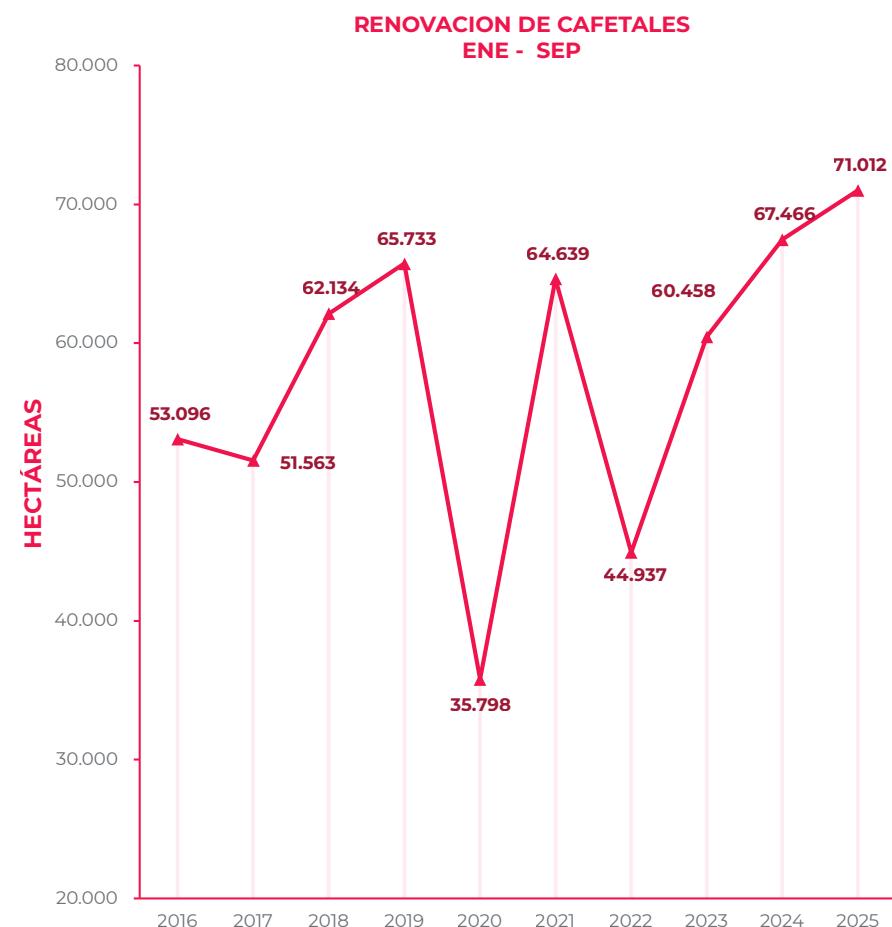
Gracias a la renovación de cafetales, la densidad de siembra alcanzó 5.365 árboles/ha, la más alta de la historia cafetera en Colombia, con 87,8% del área sembrada con variedades resistentes y 80% como caficultura joven.

La edad promedio de **6,4** años es la menor registrada.

El estado fitosanitario es óptimo, pues los cultivos se conservan sanos y sin riesgos de daño económico.

### INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD

INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	2024 (A SEPT)	2025 (A SEPT)
DENSIDAD DE SIEMBRA	ÁRBOLES/HA	5.340	<b>5.365</b>
RENOVACIÓN DE CAFETALES	HA	58.007	<b>60.113</b>
NUEVAS SIEMBRAS	HA	9.459	<b>10.899</b>
VARIEDADES RESISTENTES	% DEL ÁREA EN CAFÉ	87,5%	<b>87,8%</b>
EDAD PROMEDIO	AÑOS	6,68	<b>6,4</b>



La renovación sigue siendo crucial para la productividad y rentabilidad de la caficultura. A septiembre, se reportaron **71.012 hectáreas renovadas y con nuevas siembras**, 5,3% más que en el mismo periodo de 2024, con la meta de lograr una tasa de renovación anual de **12%** del área cafetera.

La productividad alcanzó **22,27 sacos** de café verde/hectárea en el año cafetero 2024/25, con una meta de una producción de **16 millones de sacos** de café verde al año en un futuro.

**CON TECNOLOGÍA, SOSTENIBILIDAD Y PROYECCIÓN A FUTURO**

## CENICAFÉ POTENCIA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ

Con registros históricos en la zona central (febrero fue el mes más lluvioso y julio, el más seco), en 2025 el llenado de frutos fue más lento en el primer semestre, con floraciones dispersas que afectaron la producción del segundo semestre.

No obstante, la producción de café es histórica, con 87,8% del área sembrada en variedades mejoradas.

### ENTRE LOS PRINCIPALES RESULTADOS DE CENICAFÉ DESTACAN

- ▶ La entrega de **77,8 toneladas de semilla**, siendo Tolima el departamento con mayor demanda (10.197 kg), con 23% del total en Castillo 2.0.
- ▶ Como solución natural, los **abonos verdes de legumbres** intercaladas con café brindan el nitrógeno y potasio para el levante.
- ▶ Ante el cambio climático, se evalúan 9 sitios de **18 líneas de café arábico mejoradas para altas temperaturas**, con resistencia a roya, excelente calidad de taza y alta productividad.
- ▶ En **agricultura regenerativa**, se complementó la protección del suelo mediante contenedores de turba comprimida para producir almácigos de café.
- ▶ Se constató el beneficio de alternar poda calavera con zoca tradicional para estabilizar los ciclos de producción, con posible recurrencia de la primera a dos cosechas, hasta por dos intervenciones continuas.
- ▶ Sin emplear **insecticidas químicos sintéticos**, se mantuvieron los niveles de infestación de broca por debajo del umbral de acción (2%).

▶ Se definieron parámetros y guías para el uso de **drones en la caficultura**.

▶ La espectroscopía de infrarrojo cercano (NIRS) se adaptó como alternativa eficiente para determinar **propiedades químicas del suelo**.

▶ Nuevos **secadores solares** (de cubiertas transparentes) y el **GravimetSM2** ajustado para secadores mecánicos mejoran el secado.

▶ Se evaluaron los efectos de ecotopos, frutos pintones, secado y materiales de almacenamiento de café tostado en la **calidad final de taza**.

▶ Para aprovechar subproductos, se cultiva **mosca soldado negra** como proteína para alimentación animal.

▶ Se implementó un agente de IA que responde consultas técnicas con base en información de Cenicafé, usando como insumo **47 productos de investigación** enfocados en la productividad, la calidad y la sostenibilidad de la caficultura.



# FNC BANCARIZA MÁS QUE EL PROMEDIO NACIONAL

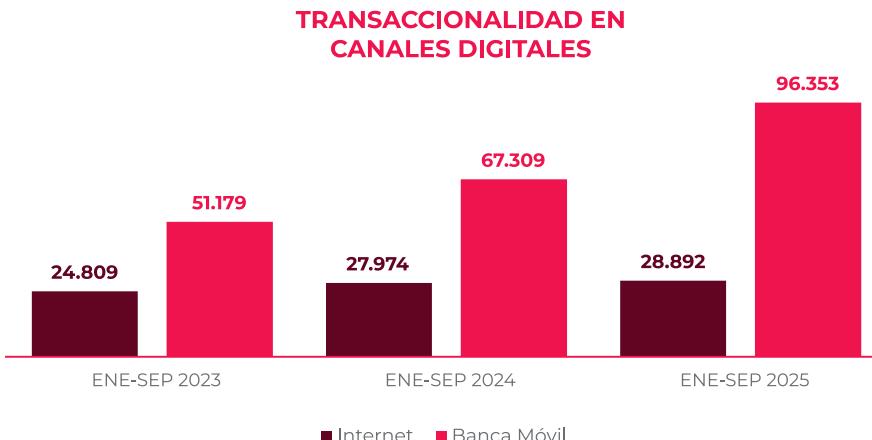
**73,0%** de los caficultores están bancarizados vs. el **65,6%** de acceso a productos de depósito en municipios rurales.

Gracias a la alianza entre la FNC y el Banco de Bogotá, renovada por 10 años, más de **386.000 caficultores** (73% del total) están bancarizados vía la cédula o tarjeta cafetera inteligente (CCI/TCI) frente al 65,6% de acceso nacional a productos de depósito en municipios rurales, según Banca de las Oportunidades.

En Tolima, Risaralda, Caldas, Nariño, Magdalena y N. de Santander, más del 80% de los caficultores la tienen.

Su uso en el Canal Cafetero de las cooperativas crece: entre enero y septiembre las compras de café sumaron **\$62.762 millones** y las dispensaciones de efectivo, **\$1.826 millones**, 92,8% y 181,4% más que en el mismo periodo de 2024, respectivamente.

Desde 2022 se habilitaron las compras en línea con la CCI/TCI vía PSE, y en ene-sep las transacciones por internet y Banca Móvil crecieron 3% y 43% vs. el mismo periodo de 2024.



# CAFETEROS AHORRAN **\$869 MILLONES** EN RETIROS DE OTRAS REDES

Por los diversos beneficios, entre enero y sep. los cafeteros ahorraron **\$869 millones** en retiros en cajeros de otras redes, acumulando **5,065,834 transacciones** en cajeros en los últimos 8 años.

Desde 2015, las tarifas preferenciales de la CCI/TCI han ahorrado **\$484.000 millones** a los caficultores y la institucionalidad.

## Davivienda, el nuevo operador

En agosto se firmó el convenio de colaboración para que Davivienda sea proveedor de servicios bancarios como operador de la CCI/TCI con la FNC. Tras pilotos de entrega, a septiembre hubo 5.000 solicitudes de CCI/TCI Davivienda y 61 solicitudes de Tarjeta de Crédito Cafetera.

## Estandarización de la información gremial

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

BANCO DAVIVIENDA



BANCO DE BOGOTÁ



*POR CASI \$1,7 BILLONES*

## 51.529 CRÉDITOS FINAGRO PARA CAFICULTORES



A septiembre, se les otorgaron **51.529 créditos Finagro** por casi **\$1,7 billones** (\$1,658,978 millones), de los cuales 74,2% fueron para pequeños productores de ingresos bajos, 12,8% para pequeños productores, 10,9% para medianos y 2,1% para grandes.

El número de créditos fue 23,1% inferior a los 67.040 otorgados entre enero y septiembre 2024, pero el monto fue **12,3% superior**.

**1.325 caficultores** se beneficiaron de tasas de interés preferenciales de las Líneas Especiales de Crédito (LEC), con ahorros por subsidios en tasa de interés por **\$4.000 millones**.

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

A septiembre, hubo **23.461 solicitudes por \$344.585 millones**, de las cuales **94%** fueron ante el Banco Agrario, 4% ante Bancolombia y 2% ante Davivienda, destinados principalmente a renovación (siembra y zoca, 26%), nuevas siembras (24%), sostenimiento de café (23%) y construcción de beneficiaderos (17%).

El Gobierno nacional abrió recursos para todas las cadenas productivas por **\$74.531 millones vía el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR)**, de los cuales el café alcanzó inscripciones por **\$28.187 millones** para **3.961 pequeños productores de ingresos bajos**, mientras que los pequeños y medianos representaron 38%.

# CON ALIANZA BANCO AGRARIO-FNC, CARTERA SUPERA LOS \$2,23 BILLONES

*El trabajo articulado con la FNC, con apoyo del Servicio de Extensión, ha sido fundamental.*

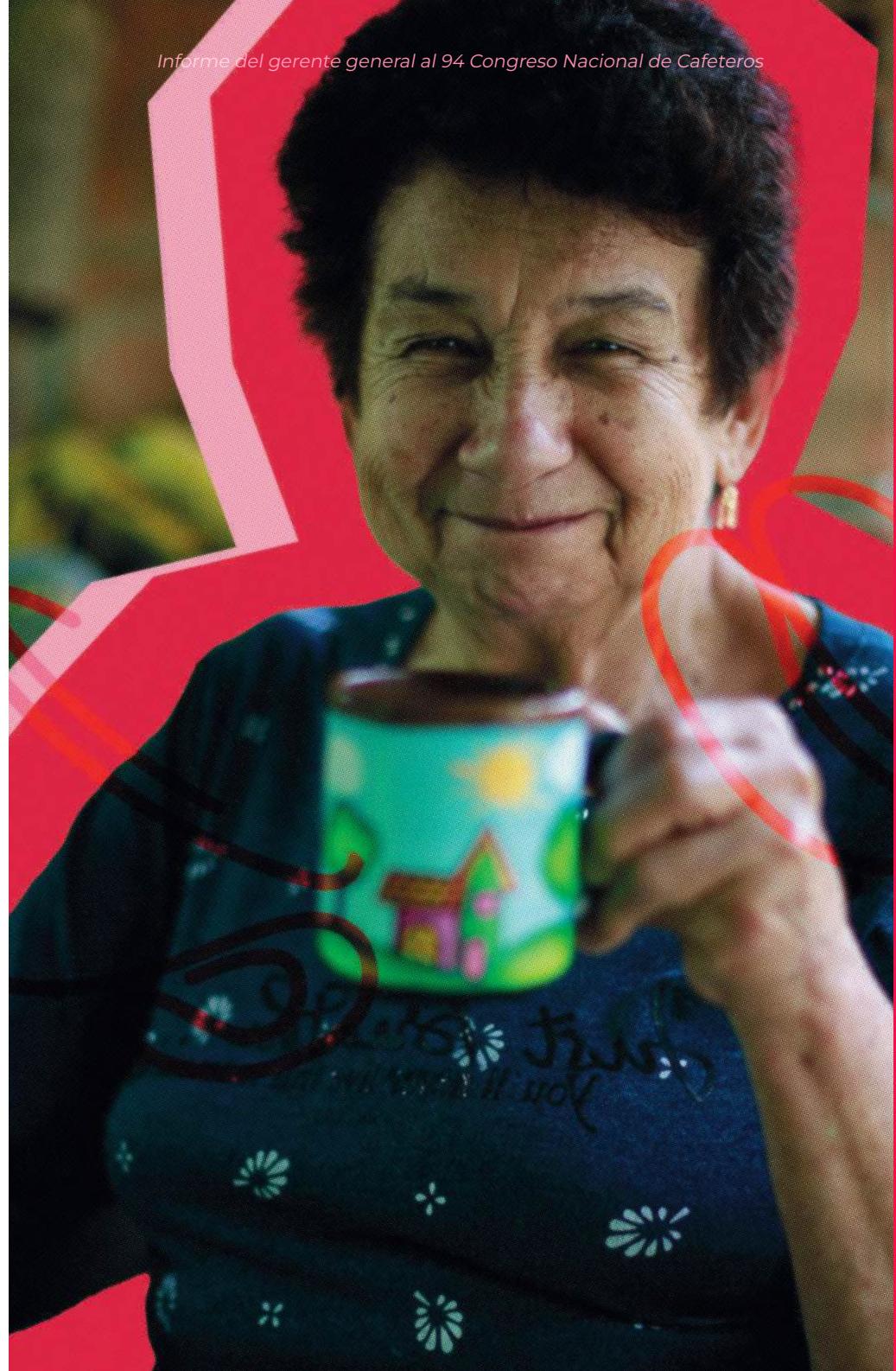
En 2025, el Banco Agrario y la FNC siguieron trabajando de la mano para garantizar el acceso cafetero a créditos acordes al ciclo productivo del cultivo y su comportamiento financiero en ahorro, inversión y pago de obligaciones.

Parte del éxito de esta alianza es el apoyo del Servicio de Extensión.

A septiembre, la cartera superó los **\$2,23 billones**, con un índice de **cartera vencida de 8.7%**.

Los desembolsos superaron los **\$687.000 millones, 16,3% más** que en 2024, lo que incluye apoyos para normalización de cartera a tasas de interés más favorables.

DESEMBOLSOS BANCO AGRARIO (MILLONES)	VARIACIÓN
<b>2024 (ENE-SEP) \$590.972</b>	
<b>2025 (ENE-SEP) \$687.273</b>	<b>16,3%</b>



## PROYECTOS DE INNOVACIÓN MANTIENEN LA CAFICULTURA A LA VANGUARDIA

Proyectos de innovación en los cuatro ejes de la estrategia de valor de la **FNC (económico, social, ambiental y de gobernanza)** mantienen la caficultura colombiana a la vanguardia.

### ECONÓMICO

#### CERO PAPEL EN SICA

Esta iniciativa integral busca eliminar del todo el uso de papel en la atención a caficultores, digitalizando la documentación física (**sea en visitas a fincas o en atenciones grupales y gestiones en oficina**) al capturar, procesar y acceder a la información en tiempo real vía dispositivos móviles y/o la aplicación web.

En promedio, se ha **ahorrado 80%** de tiempo en el registro de recomendaciones en digital vs. físico.

#### INTEGRACIÓN DE LA PLATAFORMA AGROCLIMÁTICA CAFETERA (AGROCLIMA) A SICA WEB

La valiosa información recolectada por Cenicafé, con más de 80 años de datos históricos de lluvia, brillo solar, humedad relativa y temperatura, permite al extensionista consultar desde la aplicación **Sica Web** cada una de estas variables para las fincas registradas en el sistema.

#### APP MÓVIL CENICAFÉ

Las **apps móviles de Cenicafé permiten a los 1.100 extensionistas y a los caficultores**, incluso sin conexión a Internet (**fueras de línea**), consultar información agronómica y fitosanitaria; indicadores de rendimiento de mano de obra, y monitoreo de la calidad en la postcosecha, tres temas clave.

02

# SOCIAL

# +10.500 FAMILIAS IMPACTADAS CONSOLIDAN EQUIDAD DE GÉNERO COMO ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

*La FNC lleva bienestar integral a las familias caficultoras.*

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

## YO AMO A MI FAMILIA CAFETERA

En 2025 más de 6.500 familias cafeteras fueron sensibilizadas sobre violencias basadas en género (VBC), salud integral, promoción de la transformación cultural y redefinición de roles en el hogar:

En alianza con la Fundación WWB, Procafecol y los comités del Eje Cafetero, Cauca, y Valle del Cauca, más de 750 personas fueron sensibilizadas en prevención de violencias, se formó a 40 colaboradores de comités para replicar la metodología y se diseñaron rutas de atención VBC para 27 municipios.

Atención integral en salud a más de 4.000 personas. Destaca la alianza con Fundación OneSight y los comités de Antioquia, Huila y Tolima, donde 1.300 caficultores recibieron examen visual, lentes y monturas gratis para mejorar su visión y el desarrollo de sus actividades diarias.

## MUJERES LIDERANDO LA CAFICULTURA

Se fortaleció el liderazgo de 1.273 mujeres vía talleres, encuentros y sensibilizaciones, impulsando su rol como protagonistas gremiales.

## CAFÉ DE MUJERES

Más de 5.000 mujeres han sido beneficiadas para mejorar la productividad, la comercialización y diversificación del ingreso; 862 mujeres se formaron en administración financiera; y con las universidades Sergio Arboleda y de la Sabana, 108 mujeres se formaron en habilidades comerciales, diseño de marca y mercadeo para potenciar la venta de su café tostado.

## EQUIDAD DE GÉNERO TRANSVERSAL

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

### Económico

Las ventas de Café de Mujeres crecieron 15%, de **7.754** sacos de 70 kg en 2024 a 8.898 sacos en 2025.

Y la asistencia técnica del Servicio de Extensión a mujeres superó en general el **30%**:

- **GESTIÓN EMPRESARIAL** 28.240 mujeres (31%).
- **POSTCOSECHA** 26.799 mujeres (30,8%).
- **CAFÉS ESPECIALES** 27.810 mujeres (30,3%).
- **TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA** 173.754 mujeres (29,9%)

### Ambiental

En los proyectos Nestlé, Tim Hortons y Pur Project participaron 1.348 mujeres cafeteras (29%), integrando su liderazgo en la agenda de sostenibilidad.

### Gobernanza

697 mujeres líderes gremiales participaron en 11 sesiones de Cafédeas con el gerente general, para que su visión sea un insumo en construir los próximos 100 años de la FNC.

# JÓVENES CAFETEROS, PROTAGONISTAS DE LA INTEGRACIÓN GENERACIONAL

En 2025 se consolidó la construcción de la Política de Integración Generacional con el involucramiento de los jóvenes y líderes y tomadores de decisiones institucionales.

Se han seguido **tres rutas estratégicas**: generación de ingresos, liderazgo juvenil e identidad cafetera, con metas en el Cuadro de Mando Integral (CMI), para un avance de **91,4%** a septiembre, beneficiando a más de 18.700 jóvenes.

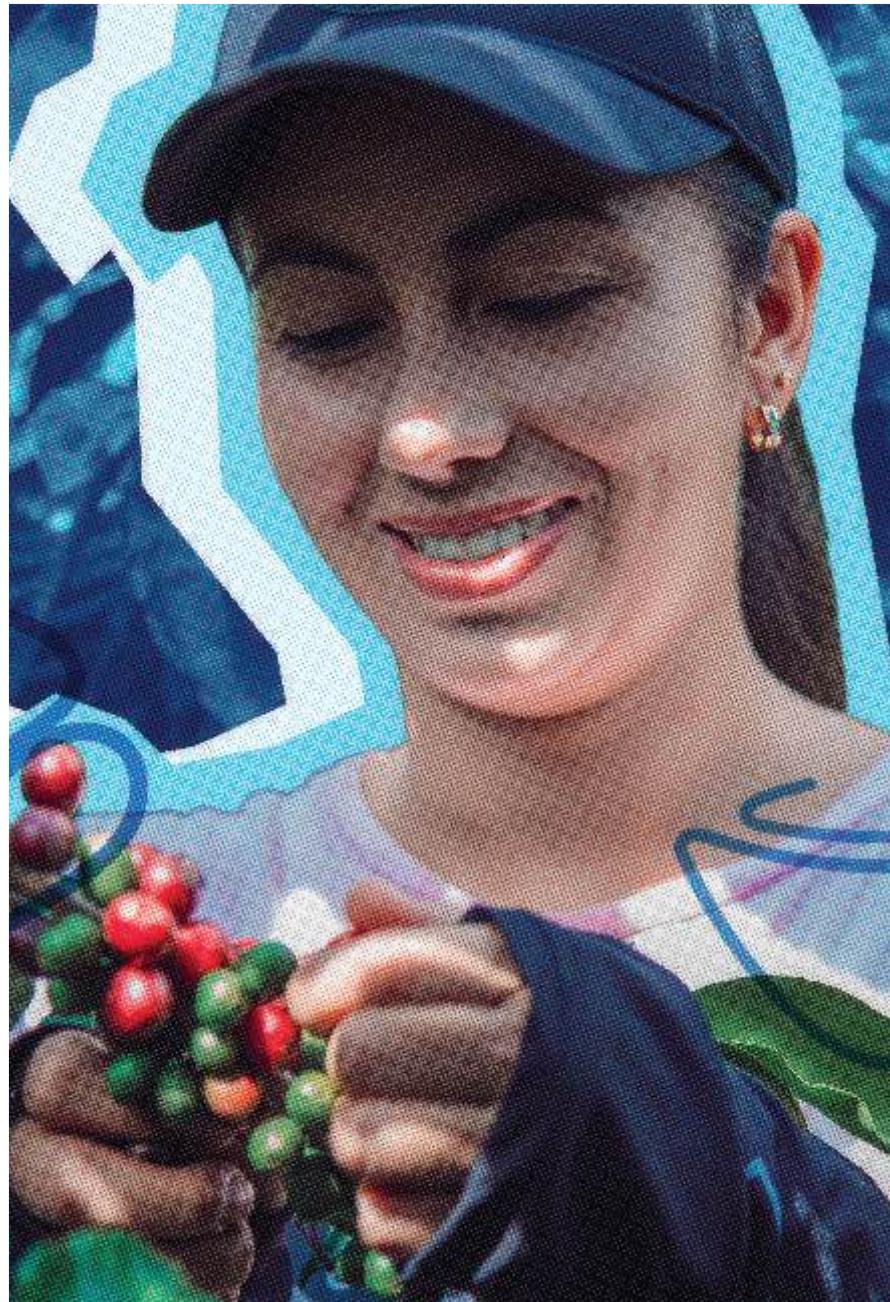


RUTA	META 2025	A SEPT	
	BENEFICIARIOS	% AVANCE	
GENERACIÓN DE INGRESOS	18.373	17.039	92,7%
PARTICIPACIÓN Y LIDERAZGO	1.121	916	81,7%
INTEGRACIÓN E IDENTIDAD CAFETERA	1.000	773	77,3%
<b>TOTAL</b>	<b>20.494</b>	<b>18.728</b>	<b>91,4%</b>

## GENERACIÓN DE INGRESOS

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

- ▶ El programa **Campamentos de Jóvenes** brinda formación teórica/práctica y ayuda a establecer cafetales; beneficiando a más de 450 jóvenes en 5 comités.
- ▶ Con las universidades Sergio Arboleda y de la Sabana, el proyecto **De la Finca a la Marca** impulsa el diseño y posicionamiento de marcas de café de 13 jóvenes emprendedores, con estrategias de mercadeo y exposición comercial en Cafés de Colombia Expo 2025.
- ▶ Se apoyó a Procafecol en **Jóvenes Renacer Cundinamarca**, que compra café a 60 jóvenes para una edición especial Juan Valdez, quienes además se formarán en producción y liderazgo.



## PARTICIPACIÓN Y LIDERAZGO

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

### ► LIDERAZGO

Con la Dirección de Asuntos Gremiales y la Fundación Manuel Mejía (FMM), se diseñó el taller virtual sobre liderazgo gremial para fomentar la participación juvenil en las próximas elecciones cafeteras.

### ► ENCUENTROS

770 jóvenes participaron en encuentros en sus regiones para fortalecer el liderazgo gremial y comunitario.

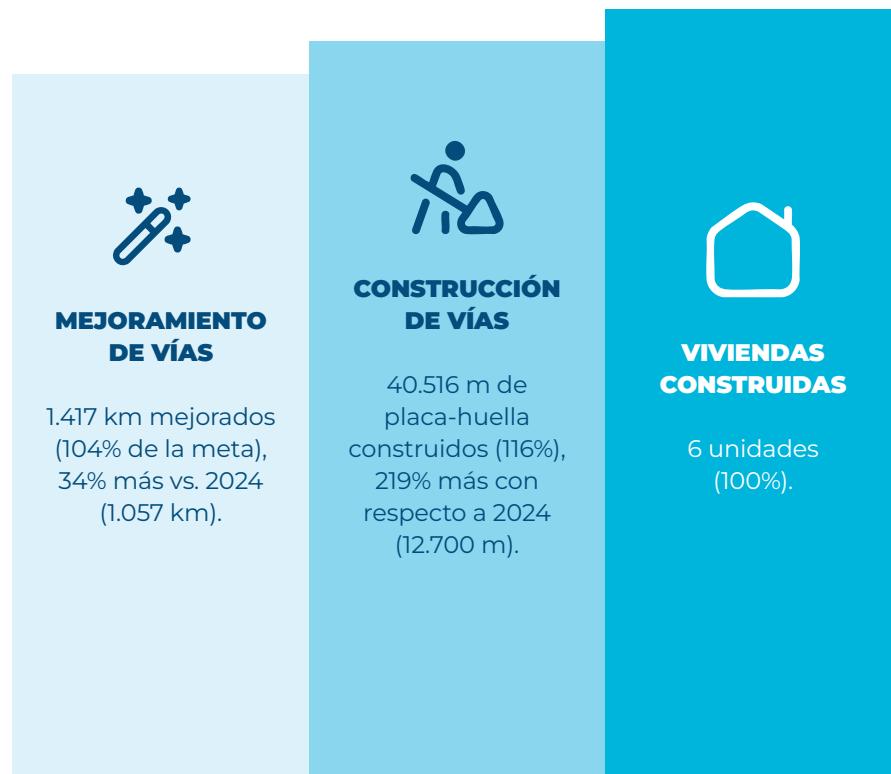
## RUTA INTEGRACIÓN E IDENTIDAD CAFETERA

Con el Fondo Cultural Cafetero (FCC), se diseñó la metodología para construir la identidad cafetera, y que sea escalada a nivel nacional en 2026. Esta metodología se validó con pilotos en los comités de Santander, Huila y Cundinamarca, con 163 caficultores.

# \$51.825 MILLONES PARA INFRAESTRUCTURA SOCIAL COMUNITARIA EN ZONA CAFETERA

A septiembre, los comités y la sede de Bogotá ejecutaron **268 proyectos** de infraestructura (vías, vivienda, social y saneamiento básico) por **\$51.825 millones**, 50% más vs. ene-sep 2024 (\$34.566 millones).

Y ya se superan las metas de 2025:



Ha habido 835 obras de mejoramiento de vivienda (52% de lo planeado), y en el último trimestre se impulsarán con la construcción de estufas ecoeficientes, que beneficiarán a unos 200 cafeteros en Cundinamarca, Nariño y Santa Marta.

## MÁS DE 60 ALIANZAS PARA TRANSFORMAR LA EDUCACIÓN CAFETERA

Por recomendación del Congreso Cafetero 2024, la transformación de la educación cafetera ha beneficiado a más de 8.000 caficultores, un hito:

### ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Los comités departamentales superaron la meta anual, con 64 alianzas con universidades y centros de formación para beneficiar a 8.309 caficultores y sus familiares.

### FORMACIÓN MASIVA (FMM)

La FMM formó a más de 26.500 caficultores y extensionistas virtual y presencialmente:

- ▶ **CaféU:** 23.818 caficultores formados en renovación, fertilización, cosecha asistida y calidad del café.
- ▶ 1.171 cafeteros capacitados en temas técnicos, productivos y de institucionalidad, en la sede de Chinchiná.
- ▶ 112 personas formadas en barismo, cafés filtrados, tostión y catación mediante la Real Academia del Café.

**EMPRENDIMIENTO JUVENIL**

Con la Universidad del Rosario, 41 jóvenes cafeteros se formaron en "Metodologías de emprendimiento ágiles"; los más destacados participaron en Cafés de Colombia Expo 2025.

**BRECHA DIGITAL**

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



### RUTA DE ADOPCIÓN DIGITAL PARA CAFICULTORES

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

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

### FOMENTAR LA CULTURA DE INNOVACIÓN EN LOS CAFICULTORES

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

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

# INNOVACIÓN SOCIAL



03

A black and white photograph of a person from the side, facing right. The person is wearing a dark baseball cap and a yellow, zippered jacket over a light-colored shirt. They are standing in front of a row of trees with dense foliage. The lighting suggests it might be late afternoon or early morning.

# AMBIENTAL

# FNC MARCA EL CAMINO PARA LA CAFICULTURA SOSTENIBLE Y REGENERATIVA

*La valorización de subproductos, la resiliencia de la caficultura y el cuidado de la naturaleza son apuestas firmes de la Dirección de Sostenibilidad Ambiental.*

## ESTRATEGIA ‘DE RESIDUOS A VALOR’

La FNC profundizó su compromiso con la bioeconomía circular al convertir residuos en coproductos de alto valor.

El vermicompostaje aumentó de **250 kg a 4,5 toneladas de pulpa de café/ciclo**, generando abonos orgánicos y biomasa. Esta estrategia de innovación y sostenibilidad fue reconocida con el Premio al Compromiso Ambiental de ANIF y Banco de Occidente.

El liderazgo de FNC también se reflejó en la integración al **Hub de Bioeconomía 2025** de la Andi para aprovechar subproductos, siendo pioneros del programa **Hoja de Ruta Biodiversidad + Empresa**.

El diagnóstico de madurez nos ubica en la categoría “En crecimiento”, destacando la incorporación del capital natural y los servicios ecosistémicos como motores de productividad, sostenibilidad y competitividad en la caficultura.



## ACCIÓN CLIMÁTICA

Se estimó la huella de carbono organizacional en alcances 1, 2 y 3, con importantes mitigaciones de emisiones vía investigación científica, asistencia técnica y ejecución de proyectos ambientales. Y se identificaron oportunidades para reducirlas en el beneficio del café, así como el consumo energético en nuestras operaciones.

Estamos calculando **emisiones de una taza del café colombiano**, lo que será referente global para la cadena de valor, exaltando el aporte de la caficultura en la gestión del cambio climático e identificando logros y desafíos.

A septiembre, se sembraron **1.152.000 árboles y se conservaron 600 hectáreas de bosque para proteger** la biodiversidad, elevar la resiliencia de los ecosistemas y beneficiar a comunidades locales.

El proyecto **Nestlé & FNC Tree Planting** vinculó 600 nuevos participantes y se amplió de 25 a 58 municipios, con inversiones adicionales por **USD 14 millones a 2030**. Con **Tim Hortons** beneficiamos a 603 caficultores con formación económica y ambiental, análisis de suelos y filtros purificadores.

Con **Pur Project**, se fortaleció la conservación de 29 microcuencas en el Huila, beneficiando a más de 1.800 caficultores. Sistemas agroforestales, cercas vivas y plantaciones forestales en 264 hectáreas favorecen su conectividad ecológica y la restauración de ecosistemas vulnerables.

La Organización para la Alimentación y la Agricultura de la ONU (**FAO**) **otorgó a la FNC un reconocimiento técnico** en "Producción y protección forestal sostenible" entre 1.330 postulaciones por los impactos positivos del cultivo del café en la conservación de la naturaleza.

En Santander se desarrolló el **piloto de mercados de carbono con pequeños productores**, identificando fincas de alto potencial de captura. Los caficultores participan como titulares en esquemas de créditos de carbono, con ingresos adicionales por conservar árboles en sus fincas.



Movizamos recursos por **\$2.666 millones** del fondo alemán Kreditanstalt für Wiederaufbau (**KfW**, a través de Patrimonio Natural, Fondo para la Biodiversidad y la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena) para nuevas siembras de árboles, fortalecer sistemas productivos, renovar cafetales y valorizar subproductos en el Huila.

En conducta empresarial responsable, incorporamos los **principios de debida diligencia, integridad y transparencia**. Y para responder a la exigencia normativa EUDR recibimos **cooperación técnica de la FAO** para aplicar el Manual OCDE-FAO para empresas sobre deforestación y debida diligencia en las cadenas de suministro agrícolas.

Diseñamos el **modelo de evaluación de riesgo por deforestación de la caficultura**, herramienta única e integral preventiva que integra las tres dimensiones del riesgo: amenaza, exposición y vulnerabilidad. Su implementación en Cundinamarca y los territorios cafeteros de Orinoquía y Amazonía (Meta, Caquetá, Arauca, Casanare y Putumayo) demostró que la caficultura no es motor de deforestación en el país.

Las empresas del gremio mostraron resultados sobresalientes. **Procafecol** usó 50% de plástico reciclado en botellas de agua y certificó el aprovechamiento de 8 toneladas de reciclables. **Buencafé** redujo 11% el consumo de agua, 5% el energético por kg de café liofilizado y 29% los residuos enviados a relleno sanitario. **Almacafé** aprovechó 11.786 toneladas de residuos, evitó 17,6 toneladas de CO<sub>2</sub>eq y redujo 60,8% el consumo de ACPM, comprometido con la eficiencia energética.

En la **Fundación Manuel Mejía (FMM)** destaca el diplomado Sistemas de Producción de Café, liderado por la Gerencia Técnica para capacitar a 1.200 extensionistas con énfasis en sostenibilidad ambiental y deforestación cero.



# INNOVACIÓN AMBIENTAL

Informe del gerente general al 94 Congreso Nacional de Cafeteros

## INNOVACIÓN ABIERTA

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

## CULTIVO DE MOSCA SOLDADO NEGRA

Con Cenicafé, en la granja **Isidro Parra del Tolima**, se cría mosca soldado como fuente de proteína para alimentación animal, fortaleciendo iniciativas ambientales locales y generando materia prima (**escalable a otras regiones**) e ingresos para los comités departamentales.



04

A photograph showing a group of approximately ten people, mostly men, wearing yellow polo shirts with a small pyramid logo on the chest. They are all smiling and giving a thumbs-up gesture towards the camera. The background is slightly blurred.

# GOBERNANZA

# FNC, UNA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

*La institución sigue potenciando el liderazgo cafetero en las regiones.*

## 11 CAFÉIDEAS CON EL GERENTE GENERAL EN LAS REGIONES

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

A septiembre, hubo 11 Caféideas, con más de 2.600 líderes gremiales y más de 2.140 ideas sobre productividad, comercialización, industrialización y liderazgo cafetero. A fin de año, se espera completar el recorrido por todos los comités de cafeteros.

## +700 CAPACITACIONES PARA +4.500 LÍDERES

En 2025, los comités departamentales (vía sus coordinadores gremiales) capacitaron a líderes municipales y departamentales en institucionalidad cafetera y código de ética y buen gobierno, entre otros temas.

Las metodologías incluyen días de campo, giras, foros y encuentros, con más de 4.500 líderes beneficiados.

## EDICIÓN 569 DEL PÓDCAST CAFÉ AL DÍA

En su sexto año, el pódcast **Café al Día** llegó a su edición 569, ofreciendo información y noticias del acontecer cafetero, música y reflexiones de forma alegre y amena. Además de las plataformas tradicionales, fue su segundo año en Spotify, con **165 ediciones a septiembre**.

## 452 ESTABLECIMIENTOS Y +1.500 EXPORTADORES REGISTRADOS ANTE LA FNC

Con más de **1.500 exportadores** con registro vigente a septiembre, el crecimiento de 480% en la última década evidencia mayor interés y nuevos actores.

La industria cafetera también se expande, con **452 establecimientos registrados (222 trilladoras, 224 tostadoras y 6 fábricas de café soluble)**, 45% más que en los pasados 10 años, un avance sostenido hacia la agregación de valor.

## EXPORTACIÓN DE PEQUEÑAS CANTIDADES CRECE 51,4%

En ene-sep, las exportaciones de café en pequeñas cantidades, bajo la modalidad de envíos urgentes o tráfico postal, alcanzaron 242.462 kg (entre verde, tostado, soluble y extracto), 51,4% más que en el mismo periodo de 2024 (160.157 kg)<sup>5</sup>, un aumento histórico.

Fueron 12.757 embarques gestionados por 443 exportadores, reflejando creciente interés por la comercialización directa y la diversificación de canales de exportación.

## CAPACITACIONES A LA POLFA

Como acciones de fortalecimiento y articulación interinstitucional, la FNC ayudó a la Policía Fiscal y Aduanera (Polfa) a reforzar sus conocimientos en control del transporte de café, cumplimiento del Estatuto Aduanero y normatividad cafetera vigente.

Esta formación presencial y virtual fortalece sus capacidades técnicas, con mayor vigilancia de la trazabilidad del café, transparencia operacional y la protección del café.

<sup>5</sup> Este dato varía ligeramente vs. lo reportado hace un año por correcciones en ciertas operaciones.



ESCANEA EL  
CÓDIGO QR

## ATENTOS A REFORMAS Y DECRETOS EN BENEFICIO DEL SECTOR

La Dirección Jurídica se mantuvo atenta a iniciativas legislativas que afecten al sector cafetero y agrícola. En la legislatura 2024-25, enfocó sus esfuerzos en el proyecto de bebida nacional, la reforma laboral, la jurisdicción agraria y las Áreas de Protección para la Producción de Alimentos (Appa).

Con la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), se enviaron comentarios ante las resoluciones del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural sobre reglamentación de la inspección, vigilancia y control de asociaciones campesinas agropecuarias.

Se hizo seguimiento y gestión sobre los proyectos normativos de ordenamiento territorial, en especial las Appa, Zonas de Reserva Campesina (ZRC), Zonas de Protección para la Producción de Alimentos (ZPPA) y Territorios Campesinos Agroalimentarios (Tecam).

Ante la reforma laboral, se radicó en la Cámara un proyecto de ley que busca reconocer y regular el contrato agrario como modalidad especial de trabajo rural, y establecer garantías mínimas de formación y formalización de los trabajadores rurales.

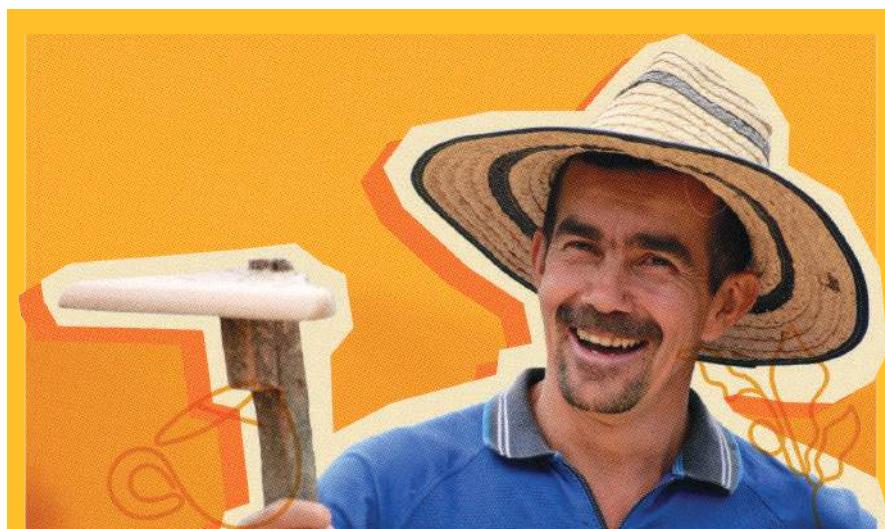


# FEPCAFÉ ROBUSTECE BLINDAJE PARA LOS PRODUCTORES

*En 2025, se fortalecieron parámetros y propuestas de nuevos mecanismos para proteger el ingreso cafetero, avanzando en estrategias preventivas.*

## EN LO OPERATIVO

- ▶ Se realizó la Encuesta Nacional de Costos 2024, con una muestra aleatoria de 1.500 fincas en 22 departamentos sobre escalas de producción, regiones y sistemas productivos. Desde 2025, se tiene ya una metodología robusta para estimar el costo medio según tres componentes: (I) Plan 3.000 fincas; (II) Encuesta Nacional de Costos; y (III) Actualización en tres etapas: mensual: precios de los insumos; semestral: costo de la mano de obra, y anual: estructura de costos por labor.
- ▶ Se actualizó el procedimiento para estimar la capacidad productiva por caficultor con base en el área en producción y la productividad estimada según la proyección semestral de Cenicafé con el Servicio de Extensión.
- ▶ Para fortalecer la gestión de riesgos del productor, se capacitaron 1.212 extensionistas en el curso Finagro Educa y 1.027 extensionistas en el de Gestión de Riesgos en Café con la Fundación Manuel Mejía.



## MECANISMOS DE ESTABILIZACIÓN

El Fepcafé cuenta con mecanismos de estabilización reactivos y preventivos:

TIPO	MECANISMO	OBJETIVO	ESTADO
REACTIVO	Mecanismo de Compensación del Ingreso Cafetero ( <b>Mecic</b> )	Compensación económica directa al caficultor para aliviar pérdidas temporales cuando el precio interno cae por debajo del costo promedio de producción.	Reglamentado para operar cuando se requiera.
	Mecanismo de Compensación por Riesgos Agroclimáticos o Fitosanitarios ( <b>Merac</b> )	Compensar parte del costo medio de producción para compra de agroinsumos, recuperando capacidad productiva y estabilizando el ingreso ante eventos adversos.	Estado Inactivo
PREVENTIVO	Protección Anticipada del Ingreso Cafetero	Fomentar el ahorro individual de corto plazo para proteger la capacidad productiva y estabilizar el ingreso.	En revisión y aprobación de metodología y operación.
	Contrato con cobertura de precio piso.	Fomentar contratos de comercialización con coberturas que garanticen un precio base.	

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

Como líder de la institucionalidad del PCCC, la FNC convocó y lideró la octava reunión de la Comisión Técnica Intersectorial del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (CTIPCCC), realizada en agosto, donde se aprobó el séptimo informe de gestión, destacando los siguientes resultados:

## INVERSIONES PARA LA GESTIÓN

Hubo avances significativos en el territorio del PCCC entre mayo 2024 y abril 2025<sup>6</sup> gracias a la articulación efectiva entre entidades públicas y privadas:

- ▶ Se ejecutaron **inversiones en infraestructura por más de \$27.500 millones**, incluyendo la entrega de 364 viviendas nuevas y la mejora de 482.
- ▶ Se destinaron **más de \$24.700 millones a iniciativas de difusión de tradiciones culturales** y el fortalecimiento de procesos de apropiación social del patrimonio.
- ▶ En alianza con múltiples entidades, la FNC ejecutó **275 proyectos de inversión social por más de \$47.000 millones** en infraestructura productiva, comunitaria y vial, e iniciativas de relevo generacional, educación, equidad de género y protección social.

Destaca también la gestión de las corporaciones autónomas regionales, que en conjunto con municipios, gobernaciones y otros actores han implementado el Programa de Sostenibilidad Ambiental del PCCC por más de **\$18.000 millones**.

<sup>6</sup> A partir del octavo informe en 2026, el periodo abarcará de mayo a diciembre, y desde el noveno, el periodo será ene-dic.

## ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE MANEJO

Con el liderazgo de FNC y el Ministerio de las Culturas, se avanzó en la construcción, validación e implementación de la metodología de actualización del Plan de Manejo del PCCC, con la revisión participativa de matrices DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) para cada uno de los valores de este patrimonio, con el acompañamiento de toda la institucionalidad del territorio.



# INNOVACIÓN EN GOBERNANZA

## NUEVO APlicativo de CEDULACIÓN CAFETERA

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

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



05

# ALIANZAS



EN UN CONTEXTO DE MENOR COOPERACIÓN INTERNACIONAL

## FNC EJECUTA PROYECTOS POR \$130.281 MILLONES

La cifra es 5,4% superior a la de 2024, con un apalancamiento de recursos del FoNC de 3,43. Y nos preparamos para la entrada en vigor del Pacto Verde de la UE.

Entre enero y septiembre, la FNC gestionó proyectos por **\$130.281 millones, 5,4% más** que en el mismo periodo de 2024. Los recursos del FoNC fueron apalancados **3,43<sup>7</sup>** veces gracias a la confianza de **440 aliados nacionales e internacionales** en la institucionalidad cafetera.

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

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), a finales de 2025 habría una caída de **USD 35.000 millones** (17%) en la ayuda para el desarrollo.

La **Unión Europea (UE)** redirecciona su cooperación con la nueva estrategia **“Global Gateway”**, que prioriza **inversiones reembolsables** sobre las simples donaciones (*grants*).

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

Pese a esto, la FNC gestionó con éxito alianzas con **gobernaciones, alcaldías y otras entidades nacionales** por más de **\$61.742 millones (47,3%)**. Los aliados internacionales aportaron **\$19.966 millones (15,3%)**, con alianzas estratégicas con Nestlé, Pur Project, Nestrade S.A., Tim Hortons y la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ) para **38 proyectos de alto impacto**.

<sup>7</sup> Se excluye el programa de renovación con recursos FoNC, porque estos no se apalancan con terceros.

## PARTICIPACIÓN POR TIPO DE APORTANTE



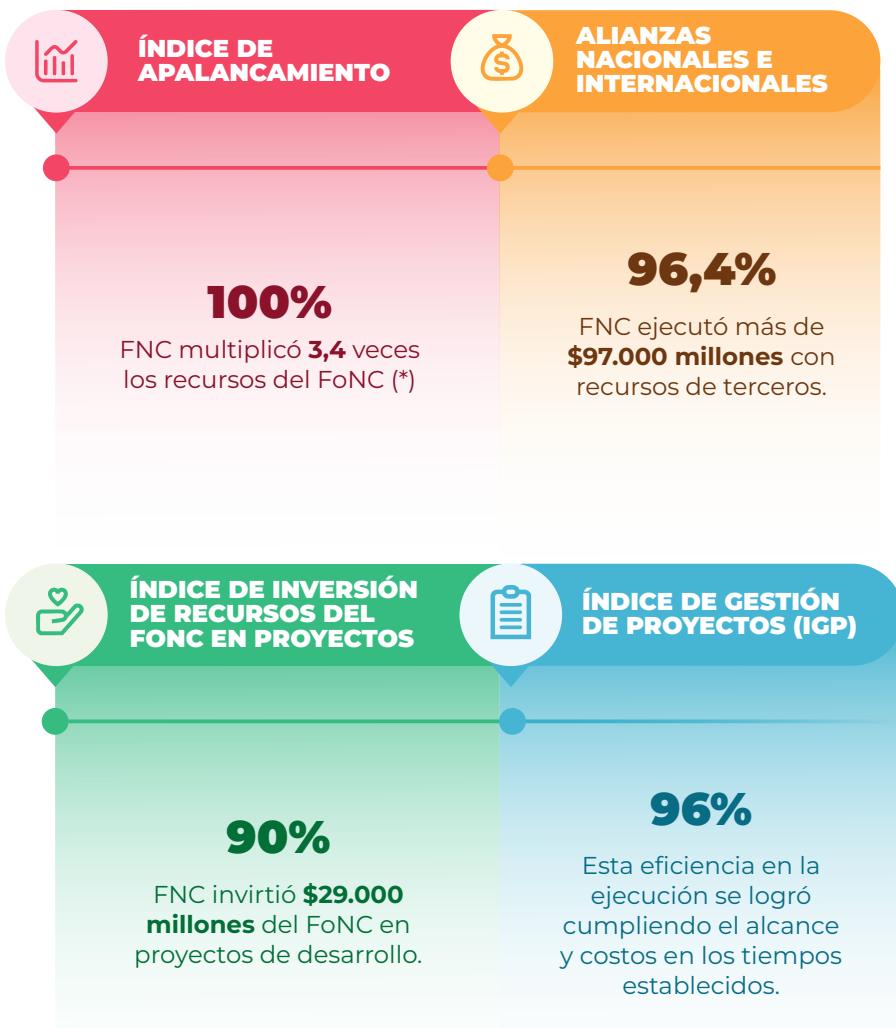
Fuente: Dirección de Alianzas y Proyectos FNC.

Distribución de los recursos por ejes de la estrategia de valor:

- **Social** \$63.686 millones (48,9%), con 81% destinado a infraestructura vial, vivienda, saneamiento básico e infraestructura social.
- **Económico** \$52.397 millones (40,2%), de los cuales el 40% fue para renovación de cafetales.
- **Ambiental** \$13.995 millones (10,7%), con el 73% para mitigación de la variabilidad climática.
- **Gobernanza** \$203 millones (0,2%), enfocados en participación, liderazgo y fortalecimiento democrático.



## METAS ESTRATÉGICAS ALIANZAS Y PROYECTOS



(\*) Se excluye el programa de renovación con recursos del FoNC, pues estos no se apalancan con terceros.

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

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

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

#### ► AGRICULTURA REGENERATIVA

**Nescafé Plan** implementará prácticas regenerativas y resilientes en Antioquia y Risaralda por **\$7.785 millones**, para certificar como 4C a **1.635 productores** a 2030, mejorando la productividad y reduciendo las emisiones de CO<sub>2</sub>.

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

#### ► FINCAS CON CERTIFICACIÓN SOSTENIBLE

Se certificaron **109.356 fincas con al menos un estándar de sostenibilidad**, para beneficio de **88.364 caficultores**. La comercialización de su café representó primas y reliquidaciones por **\$64.579 millones**.

#### ► MEJORAMIENTO DE LA EDUCACIÓN RURAL CAFETERA

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

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

## NUESTROS ALIADOS



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

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

- ▶ **Acceso a geolocalización:** Se implementó el **Servicio de Consulta de Geolocalización** (Plataforma de Regulación Cafetera) con datos del Sica; más de **310.000 productores** ya han podido hacerlo de forma eficiente.
- ▶ **Validación de estatus libre de deforestación:** En un piloto con el Ideam, se desarrolló una metodología de alta precisión (reduciendo el área en riesgo de 11 a 2,5 hectáreas en Huila), que se está **escalando a todas las regiones cafeteras**.
- ▶ **Fortalecimiento de sistemas de trazabilidad:** La actualización de los sistemas SAP ha potenciado la transparencia y aumentado **60% la generación de reportes**, integrando más de **cuatro plataformas clave** y adaptándose a más de **ocho formatos** distintos.

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

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



06

A blue-toned photograph of a woman with dark hair and glasses, resting her chin on her hand and looking thoughtfully towards the camera.

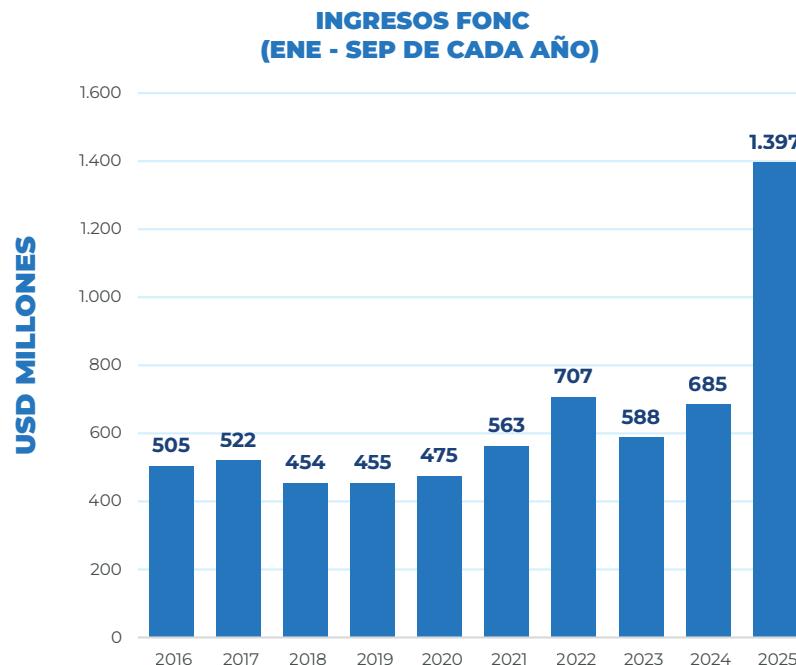
# FINANZAS

A SEPTIEMBRE

# FONC FINANCIA BIENES PÚBLICOS CAFETEROS POR \$381.489 MILLONES

*La cifra es 11% superior a la de ene-sep 2024, gracias a que sus ingresos crecieron 104% a USD 1.397 millones.*

Entre enero y septiembre, el Fondo Nacional del Café (FoNC) tuvo ingresos por **USD 1.397 millones**, 104% más que en el mismo periodo de 2024, gracias a más ventas de café verde por **USD 1.097 millones** (148%+) y facturación récord de Buencafé por **USD 217 millones<sup>8</sup>** (29%+). La actividad institucional aportó **USD 82,8 millones** (11,5%+).



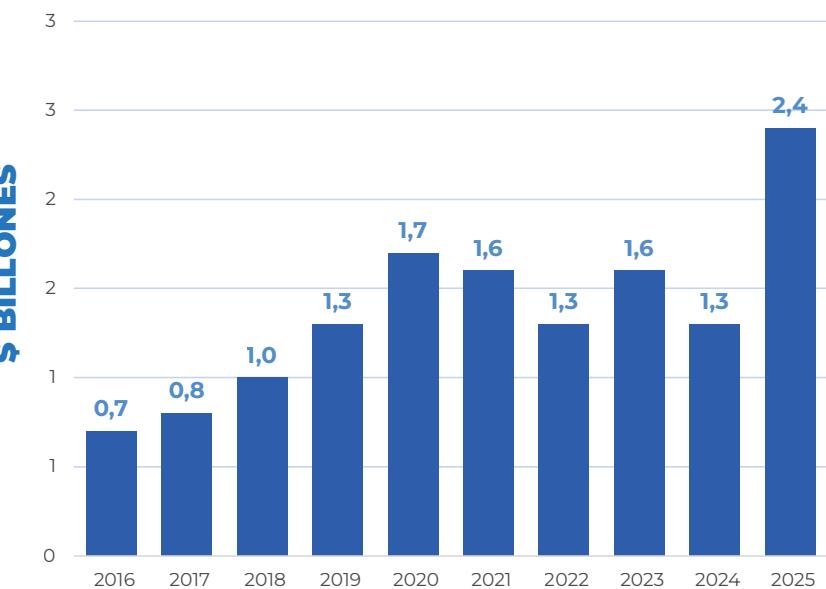
<sup>8</sup> Este dato es ligeramente menor al de la sección comercial de Buencafé porque se descuentan traslados

Con ventas totales de café verde y liofilizado por **USD 1.314 millones** (115,1%+), la labor comercializadora de la FNC se ha enfocado en mercados muy dinámicos.

El FoNC giró más de **\$2,4 billones** (85%+) a las regiones para la garantía de compra, que asegura un ingreso estable a los productores, protegiéndolos de la volatilidad del precio.

La FNC sigue así comprometida con la seguridad económica del productor y la caficultura como motor de desarrollo en las regiones.

## COMPRAS DE CAFÉ (ENE-SEP DE CADA AÑO)



De los **USD 82,8 millones** de la actividad institucional, **USD 72,2 millones** fueron por contribución cafetera y **USD 9,1 millones** por regalías de la marca Juan Valdez.

El FoNC financió bienes públicos cafeteros y servicios institucionales por **USD 92 millones (\$381.489 millones)**, **\$38.000 millones** más que en el mismo periodo del año anterior.

El FoNC reafirma así su capacidad de sostener y profundizar programas estratégicos de sostenibilidad, productividad y bienestar de las familias caficultoras.

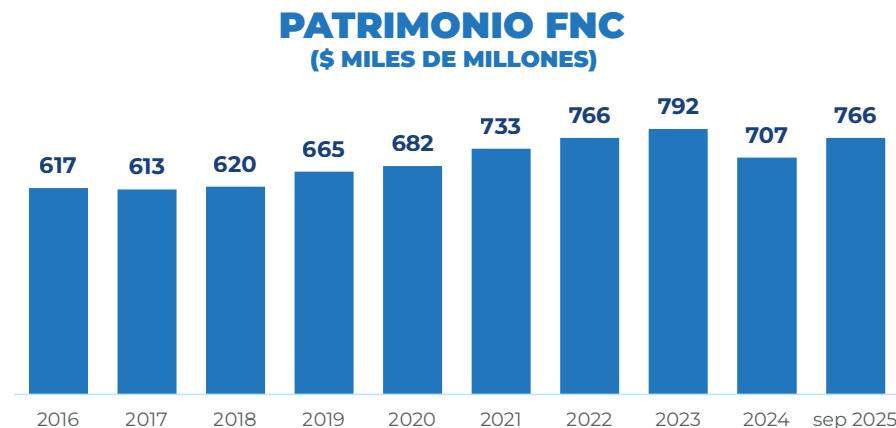
Por eficiencia operativa, su Ebitda alcanzó más de **USD 135 millones**, y su patrimonio alcanzó **USD 314 millones<sup>9</sup>**, 33% más que a diciembre 2024.

Y fruto de la confianza del sector, el FoNC cuenta con líneas de crédito por **USD 1.094 millones** (23%+) para apalancar la garantía de compra en beneficio de los caficultores.

**A SEPTIEMBRE  
FNC AUMENTA SU PATRIMONIO  
EN \$59.000 MILLONES**

Gracias a la formulación cuidadosa y diligente de los presupuestos de la FNC, al uso eficiente de los recursos y a una adecuada gestión del ingreso, el patrimonio de la FNC alcanzó **\$766.000 millones** a septiembre 2025, 8% (\$59.000 millones) más vs. los \$707.000 millones de diciembre 2024.

Con una razón corriente positiva desde 2018, los activos corrientes superaron en más de 1,8 veces los pasivos corrientes.



<sup>9</sup> Al no incluir las provisiones para la Flota Mercante Grancolombiana (FMGC), la cifra difiere de informes anteriores.

Y gracias a los pilares de austeridad, eficiencia e innovación en la ejecución presupuestal, en ene-sep la sede Bogotá y los comités departamentales ahorraron **\$27.000 millones (17%)** en gastos de operación.

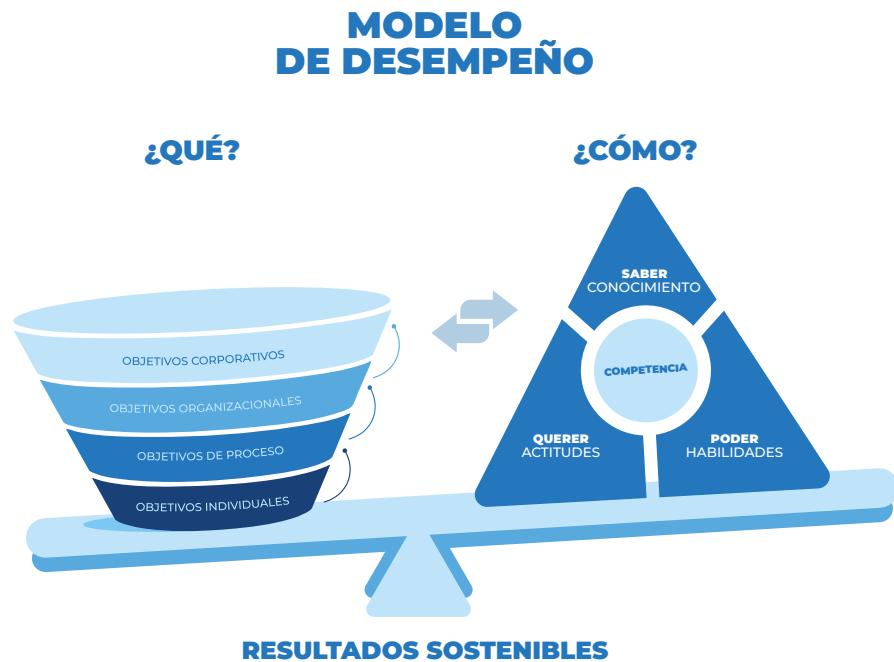
## GESTIÓN DEL DESEMPEÑO MATERIALIZA LA ESTRATEGIA A TRAVÉS DEL TALENTO HUMANO

Nuestro equipo humano está conformado por 3.361 trabajadores:



En 2025 se consolidó el Modelo de Gestión del Desempeño, alineado con la estrategia corporativa de FNC y Almacafé, para fomentar una cultura de alto rendimiento que equilibra el qué (objetivos) y el cómo (competencias) para lograr resultados sostenibles.

El modelo está definido a partir de las mejores prácticas de mercado: el justo **balance entre el qué se logra y cómo** es determinante en la **sostenibilidad de los resultados**.



## ESTRUCTURA Y COMPENSACIÓN ESTRATÉGICA

Empezó a revisarse la estructura organizacional y salarial de la FNC, abarcando **365 denominaciones de cargos**, para alinearla con la estrategia corporativa frente a las condiciones de mercado, lo que potencia la competitividad para atraer talento, fortalece la equidad interna y focaliza la inversión salarial para asegurar la sostenibilidad.

## GESTIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y COMPROMISO

La medición de clima y compromiso **mejoró 2 puntos porcentuales** para **FNC** vs. 2021. Su gestión implicó una **estrategia de intervención a 64 equipos**, que tendrán una medición de seguimiento, al finalizar el año.

## RESULTADOS DE LA MEDICIÓN (A 2024)

EMPRESA	% PARTICIPACIÓN	RESULTADOS		
		CLIMA	COMPROMISO	ENPS <sup>10</sup>
FNC	92,36% (2.827 colaboradores)	85,5%	87,4%	73,19%
ALMACAFÉ	93,20% (562 colaboradores)	83,10%	85,11%	63,88%

## DESARROLLO DE TALENTO

Se invirtieron **22.701 horas en formación** para 3.256 colaboradores (no únicos, **79% del personal**), destacando dos programas estratégicos: la **mejora de habilidades masivas (upskilling)** en IA con herramientas Google, con 77% de cobertura, y la **formación de 36 "Agentes de Cambio"** con la Universidad de los Andes para impulsar la innovación.

<sup>10</sup> Employee Net Promoter Score (Puntuación Neta del Promotor del Empleado)



\* El informe detalla el total de la planta de personal (personal de planta, aprendices y practicantes) correspondiente al año 2025 y el índice de rotación

## EXPERIENCIA Y BIENESTAR DEL COLABORADOR

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

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

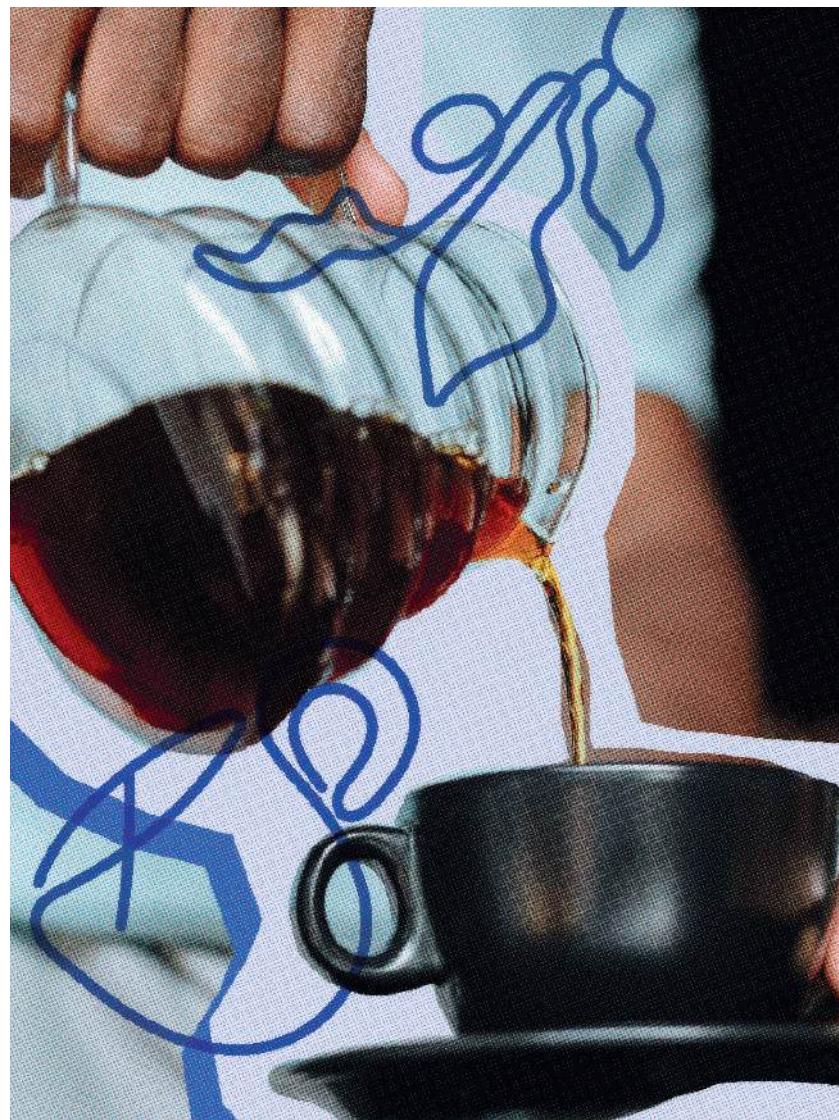
- ▶ **3.454** días para celebraciones y licencias.
- ▶ **446** colaboradores en trabajo híbrido.
- ▶ **305** beneficiarios de préstamos.
- ▶ **3.710** usos de convenios.

## INTEGRACIÓN Y SENTIDO DE PROPÓSITO CORPORATIVO

Los servicios compartidos entre las empresas de la organización facilitaron la **integración (onboarding) desde el grano hasta la taza** para 48 colaboradores de FNC, Almacafé y Procafecol.

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

- ▶ Como resultados tangibles, la adopción de la norma ISO 45001 redujo **640 días de ausentismo** por accidente de trabajo, mantiene la **ausencia de casos de enfermedad laboral** en los últimos 10 años y se reportaron **40 accidentes laborales menos**.





# ANEXO REVISORÍA FISCAL

## LEY 603 DE 2000

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

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

**2.** Vigilancia de las gacetas publicadas por las diferentes oficinas de propiedad industrial, a nivel mundial, con el objetivo de ejercer el derecho de defensa y velar por los derechos de propiedad industrial que ostenta la FNC.

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

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

El análisis y estudios tendientes a proteger los derechos de propiedad industrial y de propiedad intelectual de la FNC como entidad gremial de derecho privado y como administradora del FoNC contemplan la observancia y respeto de los derechos de terceros. Además, declaramos que las actividades y procesos relacionados con licenciamiento de marcas y patentes de propiedad de la FNC-FoNC, administración de las denominaciones de origen (DO) e indicación geográfica protegida (IGP, autorizaciones de uso, vigilancia de mercado, reportes anuales a la Superintendencia de Industria y Comercio [SIC] entre otras), supervisión del adecuado uso de los activos intangibles de propiedad de la FNC-FoNC de acuerdo a las políticas aprobadas y vigentes, capacitación y promoción en relación a las DO e IGP, así como el programa de licenciamiento del logo Café de Colombia conocido como Programa 100% Café de Colombia, diseño y propuesta de políticas para el manejo de la PI de la FNC-FoNC, se desarrollan en consonancia con la normatividad vigente en materia de propiedad industrial e intelectual.

## ARTÍCULO 778 DEL CÓDIGO DE COMERCIO

Tras la revisoría fiscal de 2022, la red internacional de empresas de contabilidad, impuestos, consultoría y asesoramiento empresarial BDO determinó que estamos dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 778 del Código de Comercio (modificado por el art. 7 de la Ley 1231 de 2008), ya que la FNC actualmente tiene un procedimiento estructurado y documentado para la recepción de facturas y la aceptación de facturas endosadas permitiendo su libre circulación; este trámite está vinculado a nuestro sistema de gestión documental (Isolución), formato FE-BB-P-0019, punto 5.4 "Endoso y/o cesión de derechos económicos de facturas".

## FACTURACIÓN ELECTRÓNICA – RESOLUCIÓN 000001 DEL 03/12/2019

Para el debido cumplimiento de la facturación electrónica según la normativa vigente, la FNC, en su calidad de gran contribuyente, está obligada a emitir factura electrónica desde septiembre de 2018. Para solventar esta obligación, se conformó un equipo interdisciplinario liderado por los equipos de Gestión Tributaria y Tecnología de la Información, quienes desarrollaron el Proyecto de Facturación Electrónica en cuyo marco se implementó un sistema de facturación en todas las dependencias de la FNC. Ese mismo equipo se ha mantenido al tanto de la evolución normativa y desde 2019 ha hecho los ajustes para adaptar los desarrollos al sistema de facturación enmarcados en la Resolución 1 de 2019 y al cumplimiento de los aspectos técnicos y normativos requeridos por la Dian.

En consonancia, para la transmisión de las facturas a la Dian, la FNC cuenta con los servicios de dos proveedores tecnológicos debidamente autorizados, lo que asegura el cumplimiento de los requisitos aplicables al sistema de facturación electrónica en la operación normal y en caso de presentarse algún inconveniente.

## DECRETO 1406 DE 1999

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





**SABEMOS**  
LO QUE HACEMOS