



REPORTE  
INTEGRADO  
**2022**

Para realizar consultas o compartir comentarios u  
opiniones acerca de este reporte, escribir a:

[sostenibilidad.jv@juanvaldezcafe.com](mailto:sostenibilidad.jv@juanvaldezcafe.com)  
<https://juanvaldez.com/>

Conceptualización y edición:

**Portafolio**  
**verde**  
Innovación para el Desarrollo Sostenible  
[www.portafolioverde.com](http://www.portafolioverde.com)

Arquitectura gráfica:

i n s i d e

Colombia, 2023

## SOBRE ESTE INFORME

[GRI 2-1] [GRI 2-2] [GRI 2-3] [GRI 2-4] [CO12 7.1, (i)]

Se presenta el reporte integrado que describe las actividades relacionadas con la gestión de la compañía Promotora de Café Colombia S.A.. El reporte comprende las actividades realizadas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022. Durante este periodo, la empresa no ha sufrido cambios organizacionales relevantes que afecten la comparabilidad. La compañía estableció una periodicidad anual para el informe de gestión y de sostenibilidad, que en esta oportunidad se integraron en un único documento.

El informe fue elaborado en referencia a los estándares de Global Reporting Initiative (GRI), dando cumplimiento a los principios de calidad y a la selección de contenidos e indicadores definidos en los Estándares Universales GRI.

Procafecol S.A. nace en 2002 con el objetivo de generar negocios de valor agregado para los caficultores y para liderar la expansión de la marca Juan Valdez®. Procafecol S.A. es una sociedad anónima y emisor de valores, cuyos accionistas principales son la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, la Fundación Manuel Mejía y Almacafé S.A., junto con más de 18.000 accionistas minoritarios, en su gran mayoría caficultores activos (10.768<sup>1</sup>). A cierre de 2022, contaba con 357 tiendas operando en Colombia y 178 en el exterior, además de tener una amplia presencia en 38 países en la categoría de grandes superficies. El café premium 100% colombiano Juan Valdez® ha mantenido a la marca como la más reconocida y admirada en Colombia durante los 20 años transcurridos desde la constitución de Procafecol S.A., lo que consolida el reto de expansión a mercados internacionales.

### Datos de identificación básica del emisor

[CO12 7.1, (ii)]

Nombre o razón social:

Promotora de Café Colombia S.A.

Ciudad de domicilio principal:

Bogotá D.C., Colombia

Dirección del domicilio principal:

Calle 73 # 8-13 Torre A piso 3

### Emisiones de valores vigentes:

[CO12 7.1, (iii)]

La clase de valor:

Ordinarias

Sistema de negociación:

Extrabursátil (Cerrado)

Bolsas de valores en que están listados los valores, si aplica:

No aplica

Monto de la emisión:

Veinte mil millones de pesos (COP \$20.000.000.000)

Monto colocado:

Veinte mil millones de pesos (COP \$20.000.000.000)

Saldo pendiente por colocar, si aplica:

No aplica

<sup>1</sup> Número de caficultores registrados en el último cruce de información con el Sistema de Información Cafetero de Colombia (SICA) en el año 2019.



## TABLA DE CONTENIDO

### INFORME DE GESTIÓN

I. Saludo de la presidenta	8
II. Hechos y cifras relevantes	11
a. Hitos	11
b. Juan valdez en el mundo	14
c. Aperturas relevantes	18
d. Premios y reconocimientos	22
e. Nominaciones	23
f. Nuestro negocio	23
g. Nuestra gente	36
h. Resultados financieros e indicadores	
- Estados financieros separados	47
i. Principales índices financieros	
- Estados financieros separados	50
j. Resultados financieros e indicadores	
- Estados financieros consolidados	51
k. Principales índices financieros	
- Estados financieros consolidados	54
III. Transacciones con partes relacionadas, neto	56
IV. Informe anual de gobierno corporativo	59
a. Estructura de la propiedad	59
b. Estructura de la administración	62
c. Operaciones con partes vinculadas	72
d. Sistemas de gestión de riesgos de la sociedad	72
e. Accionistas	78
f. Encuesta código país buen gobierno	
- Resultados 2022	83
V. Sostenibilidad	86
a. Plataforma de valor compartido	86
b. Mitigación al cambio climático y economía circular	86
VI. Lo que viene	87
VII. Estados financieros separados	89
a. Comentarios de la gerencia para el año	89
b. Información especial	90
c. Informe sobre la situación económica y financiera	90
VIII. Estados financieros consolidados	97
a. Comentarios de la gerencia para el año	97
b. Información especial	98
c. Informe sobre la situación económica y financiera	98

7

### IX. Dictamen estados financieros separados

104

### X. Dictamen estados financieros consolidados

110

### XI. Informe del revisor fiscal sobre la evaluación del control interno y del cumplimiento de las disposiciones estatutarias y de la asamblea de accionistas

116

### INFORME DE SOSTENIBILIDAD

119

#### I. Hechos y cifras relevantes

120

#### II. Nominaciones y reconocimientos

124

#### III. Análisis de materialidad y grupos de interés

125

#### IV. Estrategia

126

#### a. Plataforma de valor compartido

129

#### b. Mitigación del cambio climático y economía circular

144

#### c. Internacionalización

155

#### V. Relacionamiento con accionistas

156

### ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

157

### ÍNDICE CIRCULAR 012

159

### ANEXOS

165

#### Anexo 1

165

#### Anexo 2

166

#### Anexo 3

174

Navegue por el menú en la parte lateral y superior del informe con un solo clic

# GLOSARIO

[CO12.7.3]

**ATL (Above The Line):** actividades de comunicación y de promoción en medios masivos como televisión, prensa, radio, etc.

**Back office:** también llamado back, es el grupo de colaboradores de Procafecol S.A. que ocupan roles y/o funciones que no requieren relacionarse directamente con los consumidores. P. ej.: área de contabilidad, servicios administrativos, entre otros.

**BTL (Below The Line):** actividades de comunicación y de promoción en medios dirigidos a clientes y consumidores, como activaciones en punto de venta, volantes, artículos de marca, entre otros.

**Café en grano:** etapa del fruto del café después de haber sido recolectado, lavado y tostado.

**Café liofilizado:** café soluble producto de la liofilización, que es el proceso ideal para conservar los atributos de sabor, aroma y perfecto balance del café, y que consiste en congelar el extracto líquido de café<sup>2</sup>.

**Café molido:** estado del café posterior al proceso de tostión y de molienda, listo para proceder a la preparación de la bebida<sup>3</sup>.

**Café Pergamino Seco (CPS):** producto del beneficio del grano, el cual se obtiene después de quitarle la cáscara y el mucílago, lavarlo y secarlo hasta una humedad del 12%. También se refiere al nombre del café que comercializa el caficultor al interior del país<sup>4</sup>.

**Café verde:** estado del grano de café, al cual también se le conoce en ciertos países como "café oro", "semilla" o "almendra". Se obtiene después de la remoción del pergamiento como resultado del proceso de trilla. El café verde es el insumo básico para la elaboración del café tostado, el soluble y los extractos de café, y es la forma más común en la que es exportado a otros países<sup>5</sup>.

**Canales:** conjunto de medios de venta a través de los cuales Procafecol S.A. presenta sus productos y servicios a los consumidores, tales como tiendas (propias y franquicias), consumo masivo (tradicional y moderno), institucional y plataformas de comercio electrónico (e-commerce).

**Carpooling:** práctica que consiste en compartir un medio de transporte para movilizarse, optimizando la ocupación de las vías y generando un impacto ambiental positivo gracias a la reducción de emisiones de carbono que resulta de emplear menos vehículos.

**Cashless:** transaccionalidad sin utilizar dinero en efectivo.

**Delivery Apps:** aplicaciones digitales para la entrega de productos.

**E-commerce:** plataformas de comercio electrónico.

**EDR (Endpoint Detection and Response):** sistema operativo en terminales para detección de amenazas y comportamientos inusuales que generan respuestas de

**Engagement:** compromiso o conexión que tienen los usuarios o consumidores con una marca.

**Expertise:** habilidad de un experto.

**FDA (Food and Drug Administration):** Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos.

**FoNC:** Fondo Nacional del Café.

**Front office:** también llamado front, es el grupo de colaboradores de Procafecol S.A. que ocupan roles y/o funciones que requieren relacionarse directamente con los consumidores. P. ej.: área de operaciones, servicio al cliente, entre otros.

**Funnel:** proceso que determina las fases que atraviesa el consumidor para tomar una decisión con respecto a la adquisición de un producto o servicio.

**Joint venture:** acuerdos de colaboración o asociación entre empresas con un objetivo común y riesgo compartido.

**Look and feel:** es el estilo visual de una plataforma de marca que genera una interacción diferencial con sus consumidores.

**Marketplaces:** plataformas en línea de comercialización de productos y servicios.

**Podcasts:** contenido digital en formato de audio disponible en plataformas en línea.

**POS (Point of Sale):** punto de venta.

**PR value (Valor de relaciones públicas):** rentabilidad o retorno de inversión de una campaña de relaciones públicas ejecutada.

**RPA (Robot Processes Automatization):** automatización robótica de procesos.

**Sell In:** ventas de Procafecol S.A. a clientes como grandes superficies, cadenas de consumo masivo y distribuidores, entre otros (por mayor).

**Sell Out:** ventas realizadas por clientes de Procafecol S.A., como grandes superficies, cadenas de consumo masivo y distribuidores, entre otros, a consumidores o cliente final (al detal).

**SOC (Security Operation Center):** Centro de Operaciones de Seguridad que monitorea el comportamiento y alarmas de los sistemas de seguridad de la red, EDR y Antivirus.

**TAT(Tienda a tienda):** canal de mercado, también conocido como 'canal tradicional', conformado por tiendas de barrio, autoservicios independientes, cafeterías, entre otros establecimientos de este tipo.

**TRP (Target Rating Point):** porcentaje de la audiencia meta de la compañía que ve sus campañas de publicidad y/o comerciales.

**TTL (Through The Line):** actividades de comunicación y promoción transversales entre ATL y BTL.

**Wholesale:** venta de productos en grandes volúmenes a bajo costo.

<sup>2</sup> Adaptado de Glosario por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (<https://federacion.org/glosario/>).

<sup>3</sup> Idem.

<sup>4</sup> Idem.

<sup>5</sup> Idem



---

# INFORME DE GESTIÓN

---



## I. SALUDO DE LA PRESIDENTA

[GRI 2-22]

Camila Escobar



Respetados accionistas, miembros de la Junta Directiva, equipo de colaboradores, clientes, consumidores y demás grupos de interés.

El 2022 fue un año de importantes hitos para Procafecol S.A., empezando por la conmemoración de los 20 años desde la apertura de la primera tienda Juan Valdez® Café. Hacer del café colombiano un símbolo en todos los rincones en los que estamos presentes ha sido nuestra fuente de inspiración y el objetivo de nuestro trabajo, impulsando el propósito de "Cautivar al mundo con los cafés premium de Colombia, generando valor a los caficultores colombianos". Hemos recorrido un camino lleno de logros, oportunidades y grandes desafíos, y nuestra mirada siempre ha estado puesta en cruzar las fronteras para llevar el grano de más de 540 mil familias caficultoras a más rincones de Colombia y del mundo.

En el 2002 asumimos el compromiso de potenciar la comercialización del café colombiano, vimos en el patrimonio marcario de Juan Valdez® la posibilidad de llevar el nombre del país a dimensiones nunca antes imaginadas y trabajamos en crear el escenario perfecto para demostrar que nuestra oferta de productos, servicios y experiencias, basadas en el propósito de Procafecol S.A., es inigualable.

*Hoy, 20 años después del día cero, les decimos: ¡Estamos cumpliendo nuestro sueño! El café Juan Valdez® ya se toma en todos los continentes, desde Colombia hasta Nueva Zelanda, y nuestro sabor enamora cada día más el paladar de miles de consumidores que encuentran la mejor compañía en una taza de nuestro café Juan Valdez®. Hoy contamos con orgullo que tenemos 535 tiendas en el mundo y que nuestros productos llegan a 38 países.*

El 2022 se presupuestó bajo un escenario de expectativa, en el que aún se mantenían los impactos de la pandemia, las dificultades globales en la cadena de suministro y el contexto político y económico de cambio tanto a nivel nacional como global. Sin embargo, los efectos de las políticas de apoyo de los bancos centrales a las economías y el levantamiento de medidas restrictivas por la pandemia del COVID-19 llevaron a una aceleración del consumo mundial. Procafecol S.A. se apalancó en este contexto para ejecutar su estrategia, logrando importantes hitos relacionados con la operación y haciendo del 2022 un año lleno de éxitos.

Es importante recordar que en el 2021 Procafecol S.A. fue certificada como empresa B gracias a su compromiso con el triple impacto: económico, social y ambiental. Es a estos tres ejes fundamentales de valor a los que nos referimos cuando hablamos de éxito y cumplimiento.

En cuanto al primer eje - económico-, Procafecol S.A. ha alcanzado hitos importantes en el último año, como récord de ventas y rentabilidad, demostrando la viabilidad y robustez financiera de la compañía. El desempeño sobresaliente se ha dado gracias a las estrategias comerciales que se elaboran con un conocimiento profundo de las necesidades de los consumidores, lo que permite generar una oferta de productos y ejecuciones en puntos de venta a través de los diferentes canales comerciales:

- El canal de Tiendas Colombia ha crecido consistentemente en cantidad de transacciones, ticket promedio y número de tiendas.
- El canal de consumo masivo en Colombia presenta una ejecución excepcional tanto en el canal moderno como en el canal tradicional, el cual cuenta ya con presencia en más de 100.000 puntos de venta a nivel nacional a dos años de su lanzamiento.
- La expansión en el canal internacional se ha acelerado de manera significativa en los mercados en los que la marca ya estaba presente, como América Latina, Norteamérica y España, y en nuevas geografías como Argentina, Turquía, Emiratos Árabes y Catar.
- El fortalecimiento de canales digitales propios y de terceros en Colombia y el mundo ha permitido estar presente en nuevas ocasiones de consumo relevantes para los clientes.

Varios hechos impactaron este año: la guerra en Ucrania avivó la volatilidad de los mercados y generó dificultades adicionales en las cadenas de suministro con consecuentes impactos en oferta, precios y tasa de cambio; los ajustes de bancos centrales en el mundo a las acciones realizadas en pandemia afectaron el costo de financiamiento global, particularmente en Colombia; y se sintieron los efectos de las presiones inflacionarias derivadas de la aceleración del consumo. Procafecol S.A. hizo frente a estos retos con estrategias ajustadas y acordes a su negocio, y afrontó este escenario de forma exitosa a través de coberturas cambiarias naturales producto de los ingresos de la operación del canal internacional; de la administración de riesgo por medio de futuros para la compra de café; y de su fijación de precios, además de la gestión de gastos de administración, personal y ventas.

Con base en lo anterior, la empresa alcanzó ingresos operacionales por \$554.355 millones de pesos (+52% vs AA) y una ganancia por actividades de operación de \$29.770 millones de pesos (+34% vs AA). El resultado del ejercicio fue una utilidad de \$2.901 millones de pesos, la cual supera por \$4.251 millones de pesos lo obtenido en el año anterior.

Un hito importante que se constituye en motivo adicional de orgullo es el hecho de que Procafecol S.A. es la única empresa en Colombia en el sector de restaurantes y tiendas de café calificada públicamente por la firma Fitch Ratings, la cual ratificó en octubre de 2022 su calificación previa, 'A(col)' y 'F1(col)', perspectiva estable, sustentada en la recuperación de la generación operativa beneficiada por el buen desempeño de los diferentes canales, el incremento en los volúmenes de ventas y la capacidad de proteger los márgenes ante los incrementos en los costos de los insumos; así mismo, se citaron como factores relevantes de la calificación: 1. La posición sólida de negocios por ser uno de los principales actores en el segmento de venta de café con el respaldo de la fortaleza de la marca Juan Valdez®, la presencia regional nacional e internacional y los diferentes canales de negocio; y, 2. La generación operativa positiva que soporta el plan de crecimiento.

En nuestras proyecciones de corto y largo plazo, contamos con una estrategia estructurada que se sustenta en tres focos transversales: 1. Fortalecimiento de marca; 2. Crecimiento exponencial en el mercado internacional; y, 3. Consolidación en el mercado nacional.

En lo que respecta al segundo eje -social-, trabajamos con convicción para crear valor a nuestros grupos de interés a través de iniciativas destacadas como Mujeres Cafeteras y Jóvenes Renacer (jóvenes caficultores). En el 2022 nos concentraremos en profundizar el impacto positivo en el universo de 800 mujeres que forman parte del programa Mujeres Cafeteras, a través de la compra de café a 385 de ellas, quienes cuentan con una prima diferencial; nos enfocamos también en el fortalecimiento de capacidades técnicas y de proyecto de vida de 243 personas entre las mujeres y sus familias. Así mismo, hicimos una apuesta contundente por escalar el programa Jóvenes Renacer, impactando a 60 jóvenes en el departamento del Huila a través de una alianza multisectorial para fortalecer sus capacidades técnicas y productivas con enfoque en la creación de un ecosistema digital. En estas iniciativas ha sido evidente el esfuerzo articulado de todos los actores de la institucionalidad cafetera, incluyendo la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, los comités departamentales y la Fundación Manuel Mejía. Por último, seguimos comprometidos con nuestros accionistas caficultores a través del programa de compra de café Plan Amigo Inversionista, el cual llegó a 82.871 kg de café verde

En el tercer eje -ambiental-, Procafecol S.A. se unió en el 2022 a la campaña *Race to Zero*, que busca lograr cero emisiones netas para el 2050, y en el 2023 presentaremos nuestro plan de reducción de emisiones. Para ello, venimos trabajando durante los últimos tres años en la medición de la huella de carbono, llegando en el 2022 a una primera aproximación del alcance 3, que representa el mayor impacto de nuestra huella (95%) y en el cual será muy importante el trabajo articulado con nuestros proveedores. También fue muy importante el trabajo que hicimos para incorporar la urgencia del cambio climático en nuestra cultura organizacional.

*Quisiera destacar la creación del Comité de Sostenibilidad y Gobierno Corporativo como una instancia de la Junta Directiva, como un paso más en nuestro compromiso como empresa B.*

Así, hemos demostrado que el café Juan Valdez® ya no solo será una fuente de inspiración de crecimiento y fortaleza financiera, sino, además, el ejemplo para miles de compañías y colombianos al demostrar que se puede promover el impacto social y ambiental, la generación de empleo, la innovación y la retención del talento humano bajo una estrategia de valor compartido (impacto económico, social y ambiental).

En Procafecol S.A. tenemos la certeza de que no solo seremos la mejor compañía del mundo, sino la mejor para el mundo. Llegar hasta acá no hubiera sido posible sin el apoyo de todos nuestros grupos de interés: caficultores, accionistas, proveedores, consumidores, clientes, colaboradores, Junta Directiva, medios de comunicación y aliados empresariales. Por esto, hoy les agradecemos por hacer parte de nuestro camino y los invitamos a seguir escribiendo con nosotros esta gran historia con un pasado afortunado y un futuro inspirador.



CAMILA ESCOBAR

*Presidenta Procafecol S.A.*

## II. HECHOS Y CIFRAS RELEVANTES

### a. HITOS

#### ECONÓMICO



En Colombia



Tiendas Juan Valdez® Café

Apertura de  
**25**  
tiendas  
Juan Valdez®  
Café



**103.000**  
puntos de venta del  
canal tradicional  
en **dos años**.

Presencia en

**38**

países en distintos  
canales de mercado



Tiendas Juan  
Valdez® Café



Ganancia de  
**\$29.7**  
mil millones  
de pesos por actividades  
de operación

↑ Incremento  
de un  
**52%**

respecto a los  
ingresos del 2021

La compañía alcanzó

**\$554**

mil millones de pesos  
por ingresos operacionales,  
cifra más alta lograda  
por la compañía

La firma  
Fitch Ratings ratificó  
en octubre de 2022  
su calificación previa:  
'A(col)' y 'F1(col)' con  
perspectiva estable



En el resto del mundo



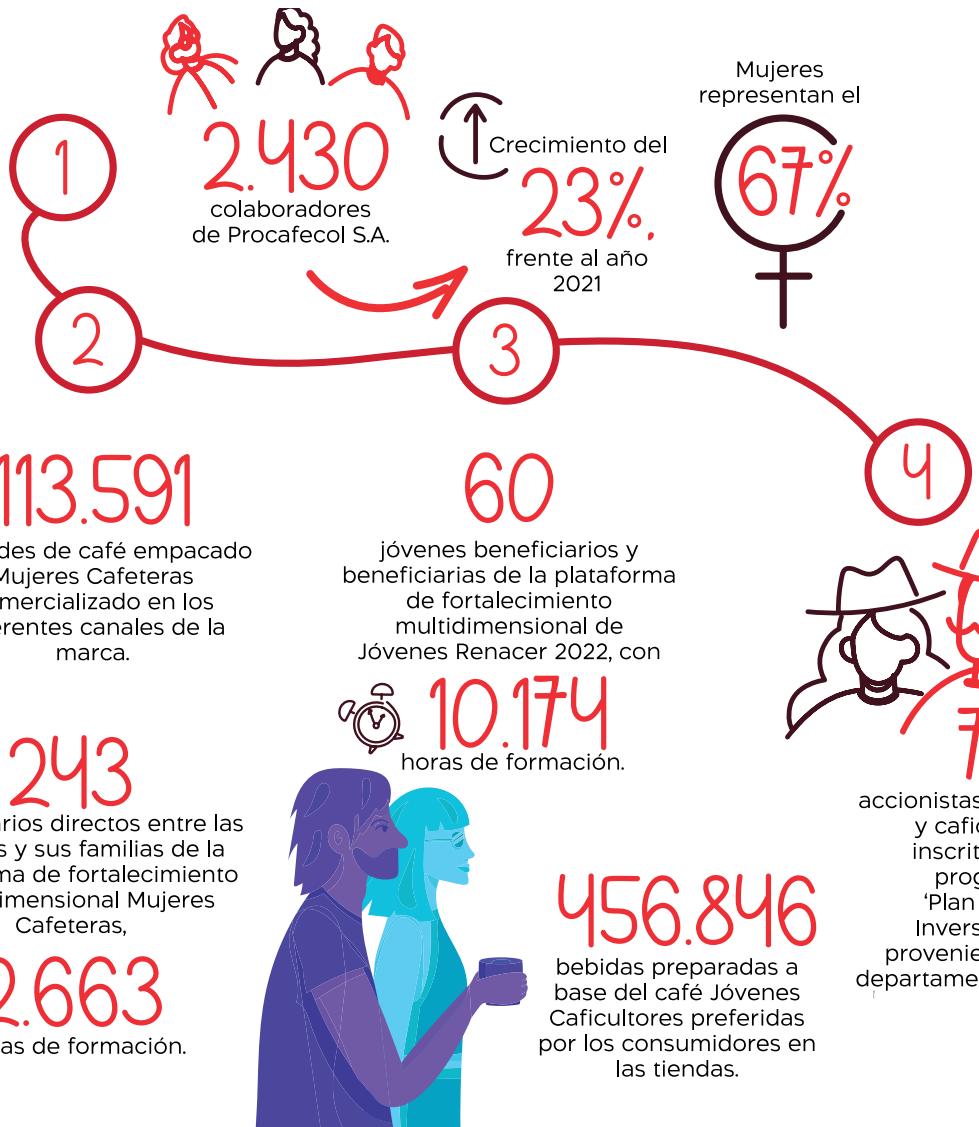
Tiendas Juan  
Valdez® Café

Apertura de  
**41**  
Tiendas  
Juan Valdez®  
Café



Apertura de  
operación de tiendas  
Juan Valdez® Café  
en Argentina, Turquía  
y Catar

SOCIAL



AMBIENTAL



Adhesión a la campaña **Race to Zero** de la Organización de las Naciones Unidas y compromiso con los acuerdos de la iniciativa "Metas Basadas en Ciencia" (Science Based Targets initiative -SBTi).



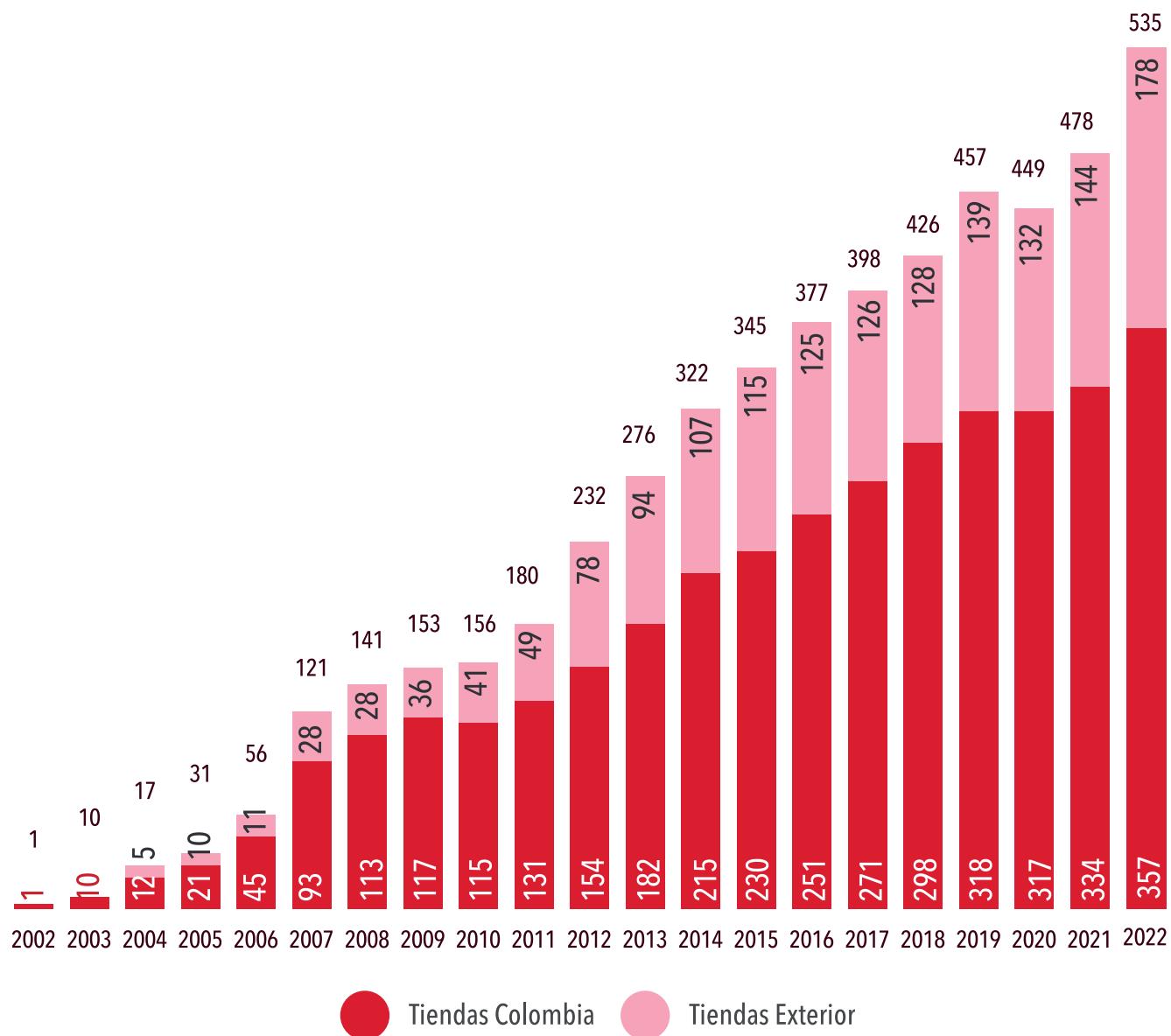
## RECONOCIMIENTOS



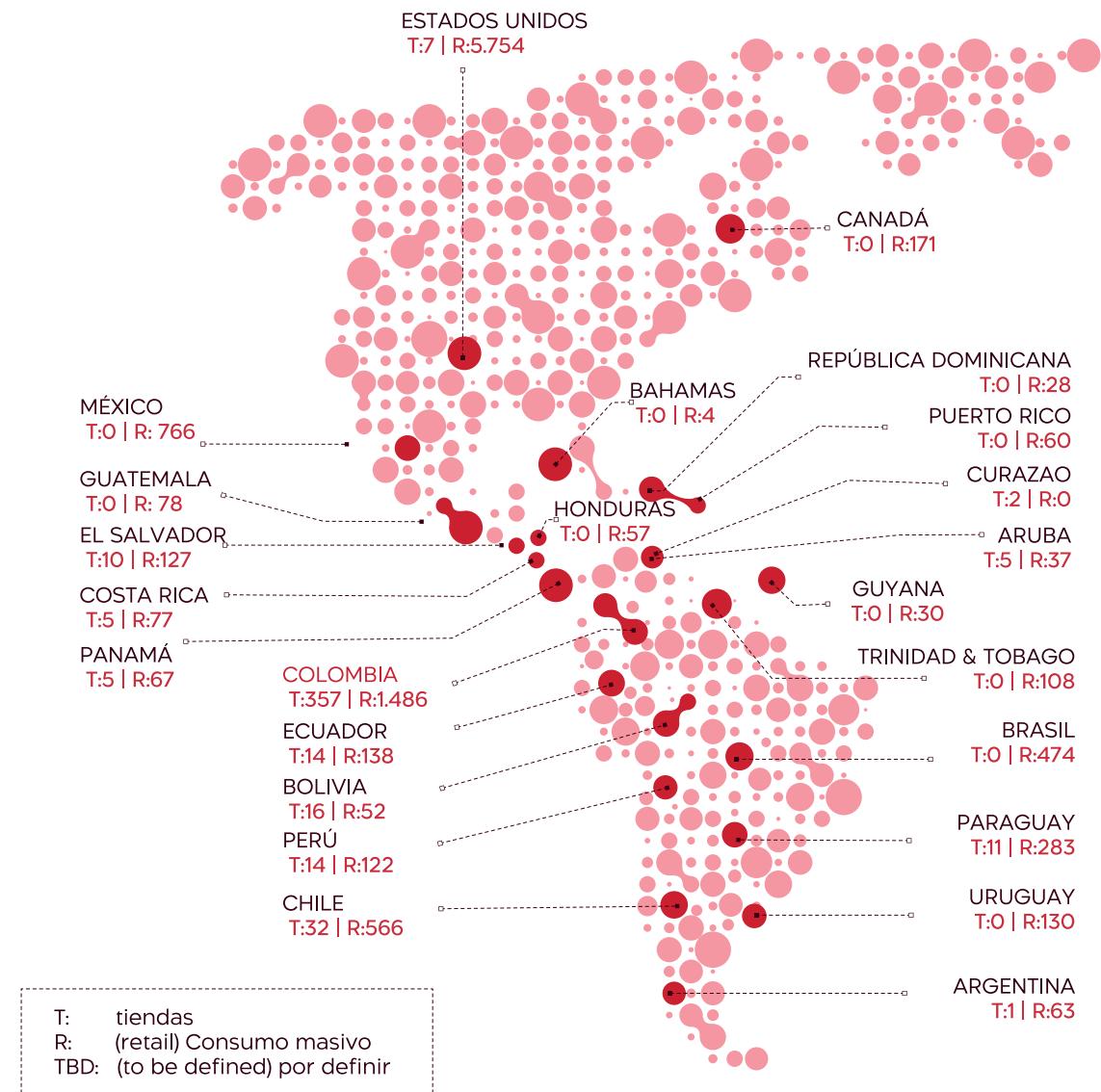
## b. Juan Valdez en el mundo

[GRI 2-6]

### i. Tiendas de café

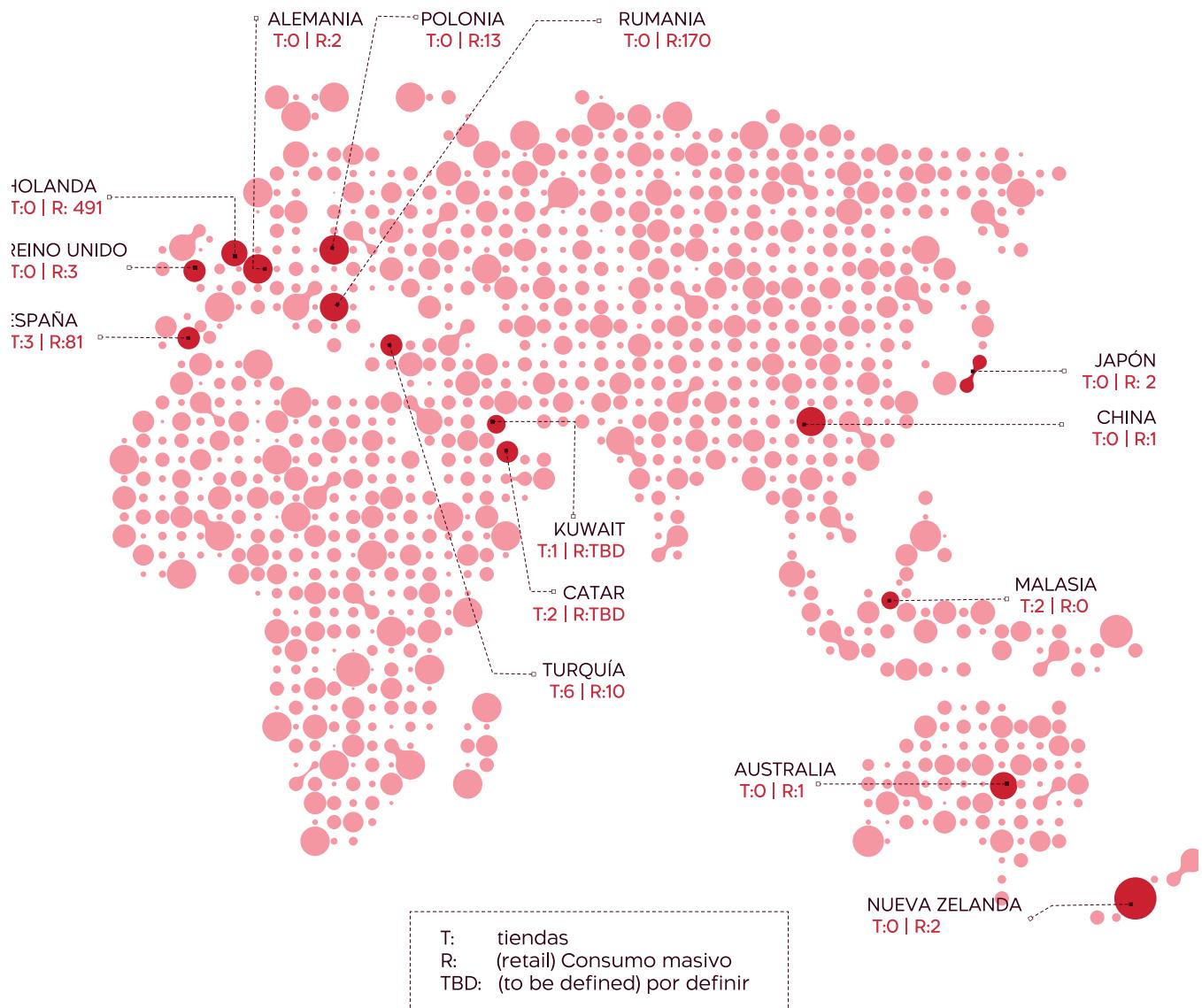


## ii. Presencia Juan Valdez® en el mundo

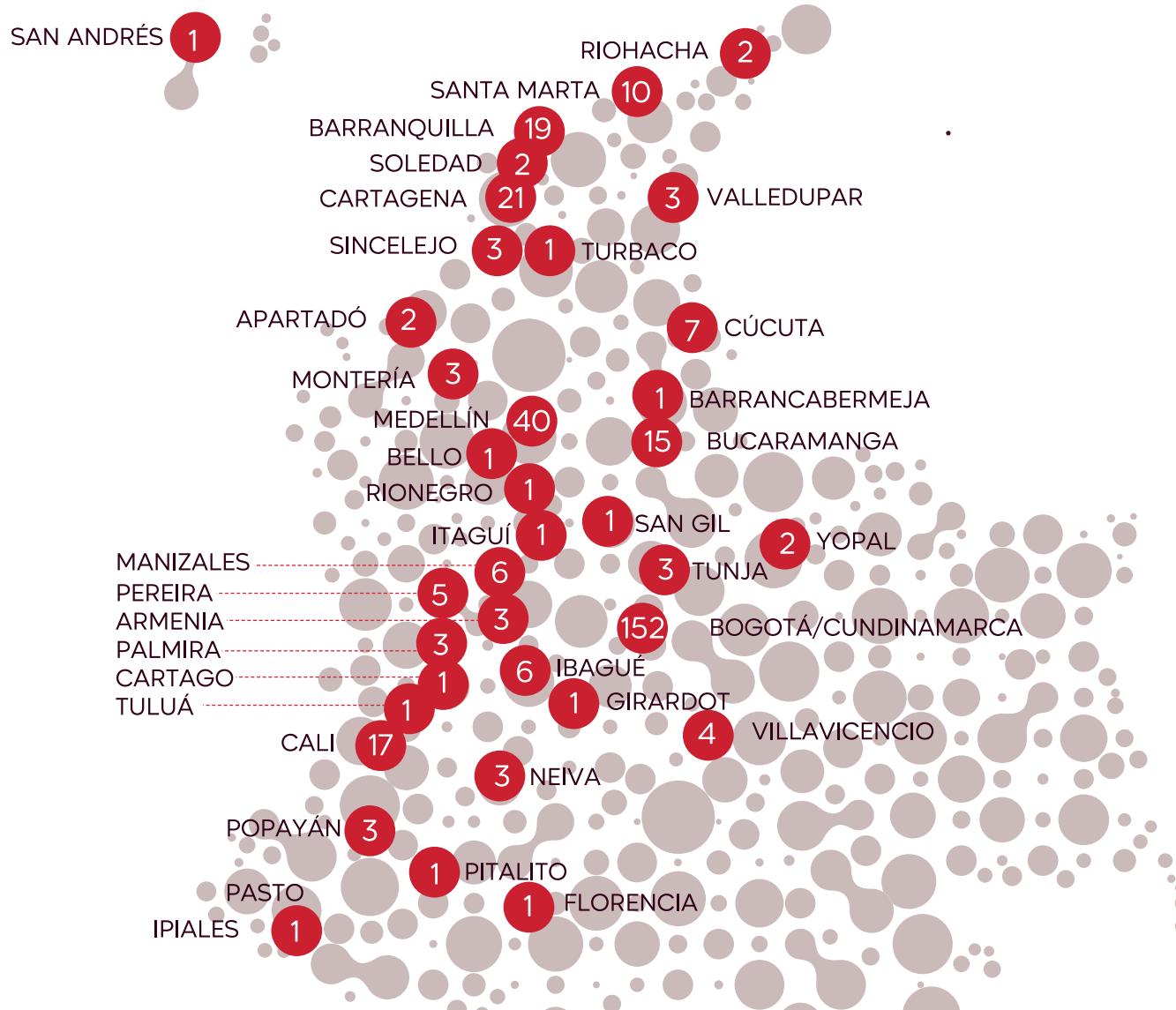


## TIENDAS INTERNACIONAL (17 PAÍSES)

Países	Países
Aruba (franquicia)	Kuwait (franquicia)
Argentina (franquicia)	1
Bolivia (franquicia)	Malasia (franquicia)
Chile (sociedades)	Panamá (franquicia)
Costa Rica (franquicia)	Paraguay (franquicia)
Curazao (franquicia)	Perú (franquicia)
Ecuador (sociedades)	Catar (franquicia)
España (sociedades)	Turquía (franquicia)
El Salvador (franquicia)	USA (franquicia)
	<b>Total Tiendas</b>
	<b>178</b>



### iii. Presencia Juan Valdez® en Colombia



#### TIENDAS

Propias	273
Franquicias	64
Institucional	19
Tienda Móvil	1
<b>Total Tiendas</b>	<b>357</b>

#### CONSUMO MASIVO

Puntos de venta	1.486
-----------------	-------

## c. Aperturas relevantes

### i. Colombia

El canal de Tiendas Colombia ha tenido una evolución importante con resultados relevantes desde 2018, presentando un crecimiento anual compuesto de 4,7% en transacciones, 11,1% en ventas y 3,1% en número de tiendas, lo que ha permitido una expansión y posicionamiento de marca a nivel nacional.



**LAURELES**  
Medellín-Antioquia  
Apertura: 15 octubre de 2022  
Formato: Barra  
Segmento: Calle



**PITALITO- HUILA**  
Apertura: 31 de octubre de 2022  
Formato: Barra  
Segmento: Calle



**SANTA MARTA-MAGDALENA**  
Apertura: 31 de octubre de 2022  
Formato: Express  
Segmento: Aeropuerto



**HOTEL TEQUENDAMA**  
Bogotá D.C.  
Apertura: 4 de noviembre de 2022  
Formato: Barra  
Segmento: Calle



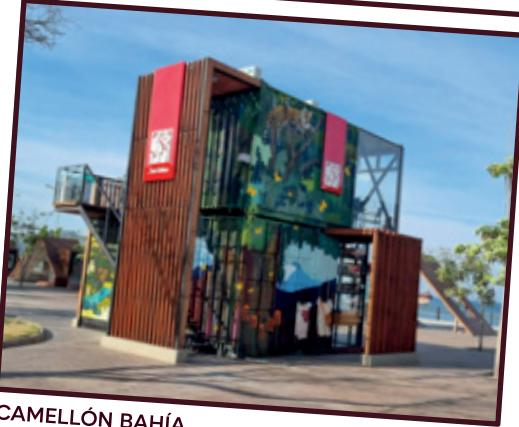
**VIVA ENVIGADO II**  
Medellín -Antioquia  
Apertura: 10 de diciembre de 2022  
Formato: Express  
Segmento: Centro Comercial



**AERO CÚCUTA**  
Cúcuta-Norte de Santander  
Apertura: 18 de noviembre de 2022  
Formato: Barra  
Segmento: Aeropuerto



**TURBACO-BOLÍVAR**  
Apertura: 15 diciembre de 2022  
Formato: Barra  
Segmento: Centro Comercial



**CAMELLÓN BAHÍA**  
Santa Marta-Magdalena  
Apertura: 17 de diciembre de 2022  
Formato: Barra  
Segmento: Calle



**ZONA MET**  
Bogota D.C.  
Apertura: 28 de diciembre de 2022  
Formato: Express  
Segmento: Centro Comercial



**GUACARI II**  
Sincelejo-Sucre  
Apertura: 14 de diciembre de 2022  
Formato: Barra  
Segmento: Centro Comercial

## ii. Internacional

Desde 2018, la marca ha tenido un crecimiento excepcional a nivel internacional, logrando la apertura de tiendas Juan Valdez® Café en nuevos países. El modelo de franquicias y el relacionamiento con aliados estratégicos ha sido fundamental para entender el contexto cultural de los territorios, lo cual ha permitido capitalizar oportunidades de negocio a partir de un portafolio de productos variado, incluyendo tipos de café con distintos perfiles de taza, que se adaptan a las preferencias de los consumidores.

Dentro de las aperturas más relevantes realizadas durante el 2022, se encuentran las nuevas tiendas en Catar y Turquía, las cuales hicieron parte del plan de expansión en la región del Medio Oriente y el norte de África, fortaleciendo la presencia de la marca a través de eventos relevantes tales como el mundial de fútbol.



**HARBIYE**  
Estambul-Turquía  
Apertura: **Marzo de 2022**  
Formato: Barra con terraza  
Segmento: Calle



**UNICENTER**  
Buenos Aires-Argentina  
Apertura: **Enero de 2022**  
Formato: Barra  
Segmento: Comercial



**ESPIGONE**  
Santiago de Chile-Chile  
Apertura: **Mayo de 2022**  
Formato: Aeropuerto  
Segmento: Barra Comercial



**FALABELLA 3**  
Santiago de Chile-Chile  
Apertura: **Abril de 2022**  
Formato: Barra comercial  
Segmento: Centro Comercial



**21 HIGH STREET GROUND FLOOR**  
Doja-Catar  
Apertura: **Marzo de 2022**  
Formato: Barra con terraza  
Segmento: Centro Comercial



**BATANCUENA**  
Cuenca-Ecuador  
Apertura: Mayo de 2022  
Formato: Centro Comercial  
Segmento: Express experiencia



**SAMBORONDÓN**  
Guayaquil-Ecuador  
Apertura: Mayo de 2022  
Formato: Centro Comercial  
Segmento: Express experiencia



**MILLELIUM**  
Cuenca-Ecuador  
Apertura: Julio de 2022  
Formato: Calle  
Segmento: Barra



**MAKRO SANTA CRUZ**  
Santa Cruz-Bolivia  
Apertura: Abril de 2022  
Formato: Supermercado-Calle  
Segmento: Barra



**TOWN CENTER COSTA DEL ESTE**  
Ciudad de Panamá-Panamá  
Apertura: Julio de 2022  
Formato: Centro Comercial  
Segmento: Express

## d. Premios y reconocimientos

Bajo el marco de la estrategia de relacionamiento, se logró posicionar una compañía con trayectoria, comprometida con los caficultores colombianos y con el país. En 2022, se mantuvo una participación activa de la marca en especiales editoriales y conferencias nacionales e internacionales relacionadas con sostenibilidad y liderazgo femenino, además de la difusión de contenidos relevantes en torno a reputación corporativa, internacionalización y sostenibilidad por medio de comunicados de prensa, entrevistas, columnas de opinión y podcasts.

Se destacaron noticias como la apertura de la tienda en Argentina, la expansión en consumo masivo en Canadá, la colaboración del yogurt de café con Alpina, la apertura de más de 500 tiendas a nivel mundial, la llegada de café Juan Valdez® al espacio, la firma del compromiso Race to Zero y la campaña Generación JNVDLZ.

Por otra parte, la presidenta Camila Escobar fue reconocida como una de los 500 líderes más influyentes de América Latina por Bloomberg, como una de las 50 mujeres más poderosas de Colombia por la Revista Forbes y como uno de los 100 gerentes más exitosos del 2022 por Revista Gerente. Además, subió dos posiciones en el escalafón de los 100 líderes con mejor reputación corporativa, pasando del puesto 16 en 2021 al 14 en 2022. Adicionalmente, el episodio de Camila Escobar en el "Podcast 13%" fue el más escuchado en Apple Music en la primera semana del lanzamiento.

El PR value para 2022 tuvo un crecimiento del 107% respecto a 2021, llegando a más de \$5.786 millones de pesos. Esto a través de acciones de free press que lograron aumentar la presencia en medios de comunicación con mayor impacto y alcance a nivel nacional, pasando del 67% en 2021 al 69% en 2022. En el ámbito internacional, se lograron 74 publicaciones asociadas a la expansión de la marca.

**Juan Valdez y Alpina estrenan edición limitada de yogur con sabor a café**

**Generación sin límites**

**Juan Valdez anunció ser carbono neutro a 2050**

**Juan Valdez se subió a un globo aerostático para conquistar el mercado turco**

**Los jóvenes son la nueva apuesta para impulsar la caficultura en Colombia**

## e. Nominaciones

Procafecol S.A. está entre las mejores empresas para atraer y retener talento en Colombia en el ranking de Merco Talento 2022, ocupando la posición 26 entre 100 empresas evaluadas. En esta nominación se tuvieron en cuenta tres valores de una empresa con talento: calidad laboral, marca empleadora y reputación interna. La muestra total del campo de Merco Talento 2022 en Colombia, pasó de 68.808 a 78.275 encuestas con respecto al año anterior.



## f. Nuestro negocio

[CO12 7.4.3.1.1]

El grupo económico está compuesto por tres compañías: Procafecol S.A., bajo la figura de casa matriz, con las sociedades POD Col Coffee Ltda y NFCGC Investments INC como subordinadas.

**PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A.** – Procafecol S.A.: tiene como objeto social principal comercializar café colombiano en todas sus formas, crear tiendas de café para administración directa o a través de terceros y otorgar franquicias de las tiendas de café y todas las actividades conexas indicadas en los documentos legales.

**POD Col Coffee Ltda:** tiene como objeto social principal comercializar café colombiano en todas sus formas, comercializar porciones individuales de café, POD, comercializar extracto de café congelado y estabilizado a nivel nacional o a nivel internacional y todas las actividades conexas indicadas en los documentos legales.

**NFCGC Investments Inc:** compañía Holding domiciliada en Estados Unidos de América que a través de sus filiales comercializa café colombiano así:

- **NFCGC Retail, LLC:** compañía que comercializa café colombiano a través de grandes superficies, clientes independientes, páginas web, entre otros.
- **NFCGC Airports, LLC:** operador de tiendas Juan Valdez® Café en aeropuertos.
- **NFCGC Franchises LLC:** compañía constituida para actuar como administrador del sistema de franquicias de la marca Juan Valdez® en este territorio.

Para mayor detalle de Procafecol S.A. y sus subsidiarias, remitirse a la nota número uno (I) de los estados financieros consolidados.

[CO12 7.4.3.1.1, (iii)]

La compañía no percibe ingresos que se realicen de manera estacional, cíclica u ocasionalmente.

[CO12 7.4.3.1.1, (ii)]

El portafolio de productos de la compañía se compone de cuatro categorías:

### Bebidas:

Esta categoría hace referencia a bebidas preparadas a base de café o sin café, calientes o frías, que se preparan en punto de venta para su consumo inmediato.

Las bebidas del portafolio se clasifican a su vez en diferentes tipos:

- Bebidas filtradas
- Bebidas a base de espresso
- Bebidas frías a base de café
- Otras bebidas que no tienen como base el café, tales como té, chocolate, jugos, aguas, malteadas y helados.

### Alimentos:

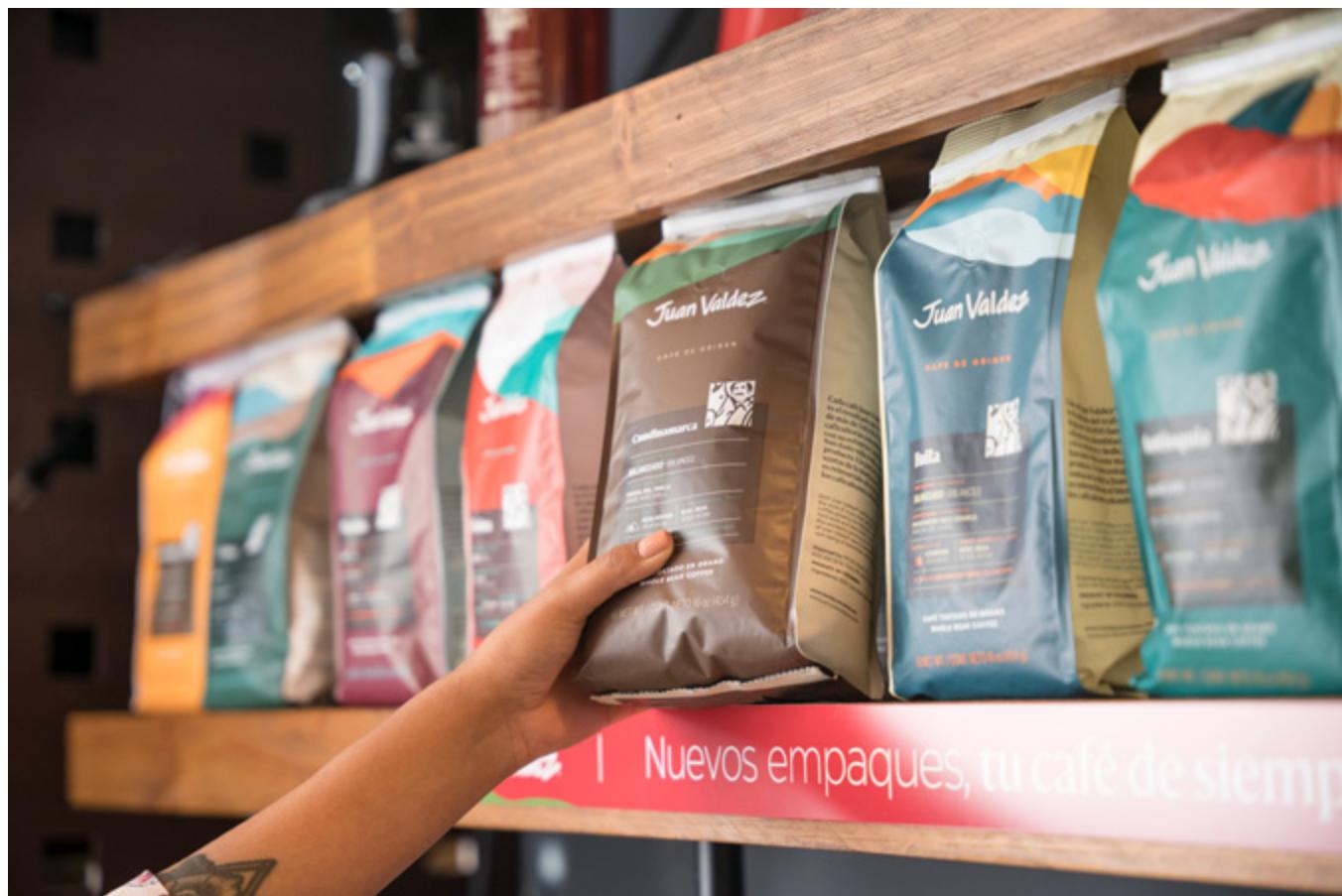
Esta categoría hace referencia a alimentos de pastelería, panadería y snacks empacados listos para el consumo en punto de venta o para llevar. Los alimentos se clasifican en cuatro grandes segmentos:

- Pastelería sal
- Pastelería dulce
- Desayunos y/o almuerzos
- Otros diferentes a pastelería como snacks empacados

### Café empacado:

Esta categoría hace referencia al café empacado para consumo en el hogar. Este café empacado, o sin preparar, puede encontrarse en tres presentaciones diferentes:

- Café tostado molido o en grano: es el café tostado para preparar en casa en cafetera o con otros métodos de preparación. Puede venir en grano entero o ya molido. En el portafolio se encuentran tres tipos de café:
  - \* Café Línea Premium Selection
  - \* Café de Origen
  - \* Cafés Especiales o Gourmet Selection
- Café liofilizado: café instantáneo de fácil preparación para consumo en el hogar con agua o leche caliente.
- Café monodosis: café para preparar de manera individual en el punto de venta o en la casa.



**Artículos de marca y preparación:** Esta categoría hace referencia a productos con el logo de la marca, tales como termos, vasos, ropa y gorras; incluye también artículos para la preparación de bebidas de café como máquinas, cafeteras, molinos, entre otros.

La composición de estas categorías, y su aporte en las ventas, varía de acuerdo a cada canal de venta. No todos los canales cuentan con todas las categorías.

**Tiendas:** el canal de tiendas cuenta con todas las categorías. Su foco principal es bebidas preparadas y alimentos, pero también ofrece café empacado y artículos de marca y preparación. Este canal hace referencia a las tiendas Juan Valdez® Café ubicadas en diferentes vías públicas, centros comerciales, aeropuertos, centros empresariales y otros.

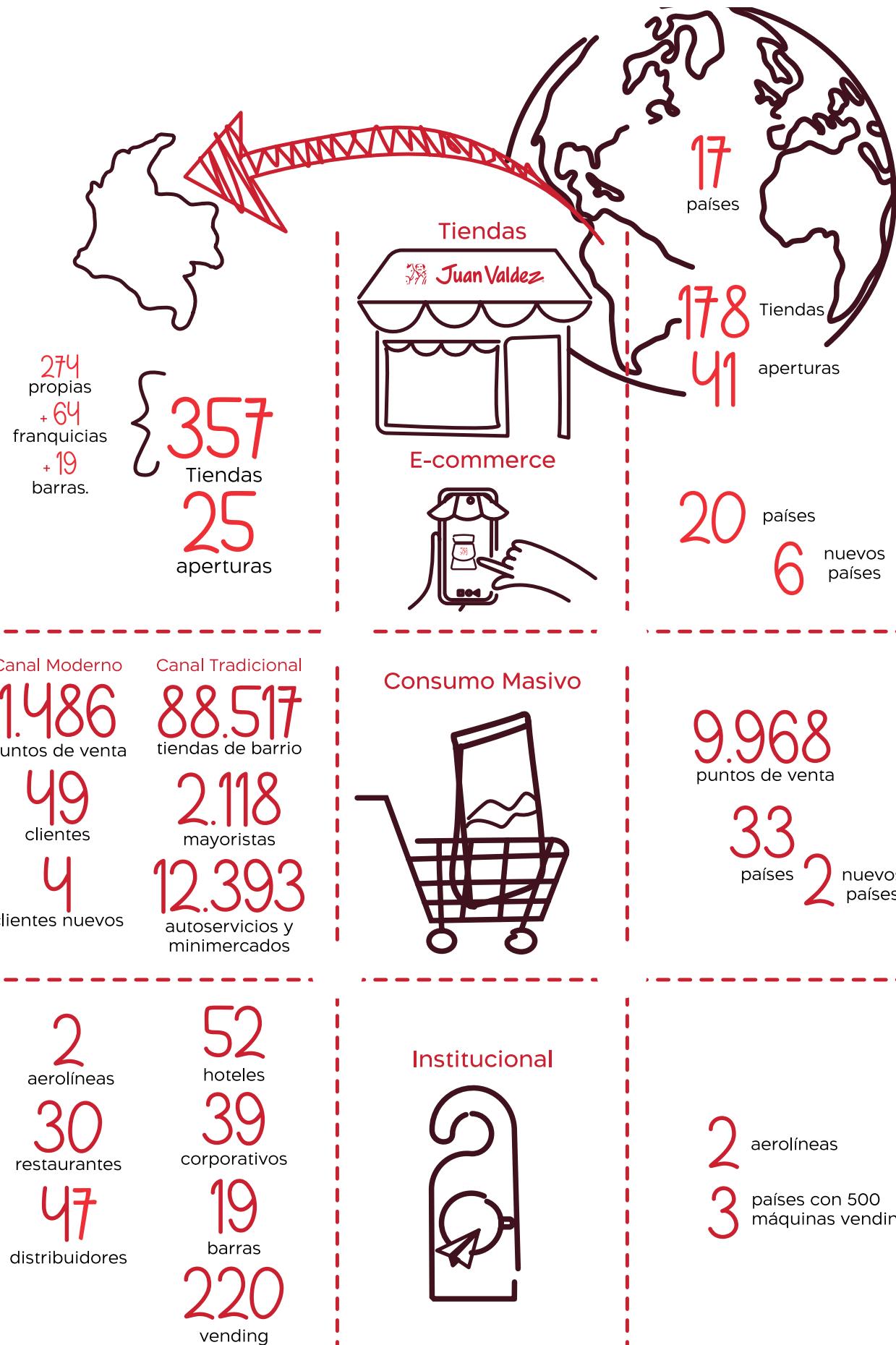
**Consumo masivo:** el canal de consumo masivo tiene dos subcanales: 1. El canal moderno o grandes superficies y 2. El canal tradicional o tiendas de barrio. Este canal cuenta únicamente con la categoría de café empacado.

**Institucional:** el canal institucional, o canal horecas, se encarga de distribuir café empacado o bebidas preparadas a diferentes sub-canales tales como restaurantes, hoteles, aerolíneas y clientes corporativos.

**Internacional:** al mercado internacional se exporta principalmente café empacado, pero también se ofrecen artículos de marca y de preparación para exhibir en las tiendas internacionales.

**Domicilios:** operados desde las tiendas Juan Valdez® en Colombia para pedidos realizados por el App Amigos.

**Comercio electrónico/E-commerce:** a través de [www.tiendajuanvaldez.com](http://www.tiendajuanvaldez.com) en Colombia y otras como <https://www.juanvaldezcafestore.com/> para Estados Unidos de América, se puede acceder a la compra de café Juan Valdez® empacado, liofilizado, artículos de marca y suscripciones.





En los 20 años de historia de Procafecol S.A. se han alcanzado resultados extraordinarios con respecto al desarrollo y fortalecimiento de la marca, logrando transformar la forma de hacer mercadeo en la compañía y conectando la marca con nuevas audiencias de manera acertada. Juan Valdez® ha crecido consistentemente en todos los indicadores que miden el valor de la marca a partir de los siguientes pilares:

1. Acciones de alto impacto y alcance, con aumento de presencia en formatos de comunicación masiva que han hecho que la marca esté presente, se escuche y conecte con los consumidores;
2. Integración de la sostenibilidad a los planes de mercadeo, generando un impacto positivo en términos de diferenciación y alineación con el propósito de la compañía;
3. Desarrollo de una estrategia exitosa de renovación de la marca que ha permitido construir atributos de marca moderna, contemporánea, vigente y premium;

4. Momentos de marca 360, integrados y masivos, que van más allá de construir el posicionamiento de un canal en específico; y, por último,
5. Diseño de planes específicos para definir el portafolio, ejecución promocional y actividades tácticas que acompañan cada canal de manera adecuada para las necesidades comerciales.

En 2022, se logró un crecimiento total de la compañía de un 52% respecto a 2021, consolidando la tendencia positiva que se viene capitalizando desde el 2019. Durante el año, se alcanzaron resultados positivos en todos los canales, se desarrollaron acciones a nivel comercial y estrategias de marca, posicionamiento e innovación en producto y canales que contribuyeron al crecimiento de los indicadores de la marca en varios niveles. Además, se expandió la presencia y se sigue acercando la marca de los caficultores colombianos a todos los rincones del mundo. Se consolidaron los canales digitales y se sigue conectando emocionalmente al mundo con el propósito, valores y expertise de la marca.

A nivel de canales, estas fueron las más grandes apuestas y resultados:

## Tiendas Juan Valdez® Café

En el canal de tiendas se cerró el año con un crecimiento del 41% respecto a 2021, lo que demuestra la recuperación de la confianza del consumidor y la consolidación del canal en el país. Dentro del plan de expansión, se logró ampliar presencia y llevar la experiencia Juan Valdez® a nuevas ciudades como Apartadó, Barrancabermeja, Fusagasugá y Pitalito, y se continuó incrementando la presencia en ciudades principales como Bogotá, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Medellín, Santa Marta y Sincelejo, llegando a un total de 25 aperturas en el año.

Adicionalmente, se continúa trabajando en la renovación visual de las tiendas para tener una marca más vigente, moderna y cercana a los consumidores, al tiempo que se conserva la esencia. En este sentido, se llevaron a cabo 28 remodelaciones durante el año, siendo Bogotá y Cartagena las ciudades con mayores intervenciones: 12 y 4 respectivamente. Entre las remodelaciones y aperturas de las nuevas tiendas con nueva imagen se destacan el mobiliario de última generación, los murales que resaltan la cultura en cada región y las nuevas tecnologías como pantallas digitales en menú y hornos que garantizan de manera significativa la calidad del producto.

Desde la Dirección de Operaciones, a cargo del canal, se ha logrado la correcta ejecución y el cumplimiento en estándares de calidad y tiempos pactados en las remodelaciones y aperturas. Sumado a esto, la renovación de marca sitúa a la compañía como referente de innovación y tendencia frente a los grandes cambios que se presentan en el mercado. En diciembre de 2022 se registró en tiendas propias una cifra récord para la compañía de \$1.180 millones de pesos en venta diaria, un hecho histórico que se logró gracias a los esfuerzos operativos y mejoras que se han realizado durante varios años para enfrentar los grandes retos que se presentan día a día.

A nivel internacional, se abrieron 41 tiendas distribuidas en Aruba, Bolivia, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Panamá, Paraguay, Catar y Turquía. El seguimiento operacional, la evaluación de costos y los estudios de mercado fueron herramientas clave para la apertura acelerada durante el año, lo que también fue producto de la implementación de una estrategia focalizada en potenciar las capacidades de los socios y franquiciados con el fin de transmitir al consumidor la experiencia Juan Valdez®.

Esta línea continuará su implementación con los aliados actuales y potenciales para alcanzar el ambicioso plan de expansión fijado para

los próximos cinco años, el cual contempla una presencia relevante en los cinco continentes, siendo los próximos territorios Egipto, Emiratos Árabes Unidos y México.

A 2022, Juan Valdez® cuenta con 535 tiendas; 357 tiendas a nivel nacional, las cuales están divididas en 273 tiendas propias, 64 franquicias, 19 institucionales y una tienda móvil. A nivel internacional se cuenta con 178 tiendas en 17 países: Aruba, Argentina, Bolivia, Chile, Costa Rica, Curaçao, Ecuador, España, El Salvador, Estados Unidos, Kuwait, Malasia, Panamá, Paraguay, Perú, Catar y Turquía.

El ingreso a los mercados de Catar y Turquía ha permitido llevar el café de los caficultores colombianos al otro lado del mundo. Así mismo, la marca ha recibido una cálida acogida por parte de los consumidores locales, lo que ha llevado a Juan Valdez® a ser visible durante eventos de relevancia internacional como el Mundial de Fútbol en Catar.

Para seguir contando con clientes satisfechos, confiados y leales a través de una oferta de productos seguros y consistentes con la estrategia de la compañía, la gestión de las Tiendas Juan Valdez® Café tiene cuatro objetivos específicos con miras a superar las expectativas de los consumidores y consolidar el mercado nacional e internacional:

- Asegurar los estándares de servicio y calidad en los productos ofrecidos en Juan Valdez®, velando por el cumplimiento de la normatividad sanitaria e inocuidad de los mismos y validando los productos durante todas sus etapas: recepción, preparación, exhibición y almacenamiento hasta la venta a los clientes.
- Validar la capacidad de los proveedores para producir, almacenar y distribuir alimentos cumpliendo con la normatividad sanitaria de acuerdo con la evaluación global anual. Se prioriza la frecuencia y se planifican las auditorías a plantas de alimentos y nuevos proveedores.
- Garantizar el cumplimiento normativo para el etiquetado y los empaques primarios de los productos.
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos correspondientes a normas de salubridad por infraestructura física para la prestación de los servicios, venta y consumo de alimentos.



## E-commerce y domicilios

Tras el lanzamiento de la tienda online Juan Valdez® en el 2020 y la expansión de la cobertura a nivel nacional en 2021, el 2022 se convirtió en un año de estandarización de procesos y buenas prácticas de dinámicas promocionales, las cuales generaron un crecimiento del canal de 13% en ventas respecto al 2021, con 3,23 millones de visitas a la página web (5% más que en 2021), triplicando las ventas del canal de 2020 al cierre de 2022.

Adicionalmente, se pudo mejorar la tasa de conversión del canal y llegar a niveles récord en comparación a 2021, en línea con la tendencia del mercado.

Entre los hitos más relevantes del año, se encuentra la integración con el proveedor de envíos Servientrega para ejecutar los envíos desde dos tiendas en Bogotá y Medellín hacia el resto del país; esto permite controlar el despacho de productos y tener mayor disponibilidad de inventario para el canal.

En 2022, la marca estaba presente en tres plataformas externas de domicilios: Rappi, DiDi y iFood, esta última hasta el cierre de su operación en octubre. Rappi cerró el año un crecimiento del 32% respecto a 2021 y un volumen relevante de transacciones; DiDi en su primer año alcanzó un nivel de ventas y ticket promedio por transacción importantes.

En cuanto a la App Juan Valdez®, durante el 2022 se enfocó en: 1. Captar nuevos Amigos; 2. Asegurar el buen desempeño de la venta del canal, ubicándose en el top tres de tiendas con mayor venta; 3. Ser relevan-

tes para los "Amigos", consumidores afiliados al plan de lealtad, con una oferta de productos exclusivos y beneficios especiales para ellos; y 4. Mejorar la experiencia de compra para todos los "Amigos", identificando oportunidades de mejora en la experiencia del cliente.

En el 2022, la App se posicionó como medio principal de captación de nuevos "Amigos", denominación de los miembros del programa de fidelización de la marca; la App fue uno de los canales de venta más importantes siendo equivalente a la tercera tienda en ventas del país, incluso con un crecimiento en transacciones de doble dígito respecto a 2021. La venta se realizó principalmente en pedidos para recoger en tienda.

En línea con el interés por continuar con las mejoras del canal, en el mes de noviembre se inició el proceso de renovación de la App, con el fin de potenciarla no solo como un canal transaccional, sino también como el punto de contacto principal con los "Amigos". Esto se llevó a cabo a través de mejoras en la experiencia de usuario y en el Look&Feel del canal, además de la implementación de la posibilidad de tener un manejo en tiempo real para responder a las oportunidades de mercado.

El objetivo para Juan Valdez® durante los próximos cinco años es tener presencia e-commerce en todos los continentes del mundo con al menos uno de los cuatro subcanales: Tienda Online, Marketplaces, Delivery Apps y Consumo Masivo. Además, desarrollar el proyecto de Wholesale en todos los países e-commerce para incrementar ventas y crear líneas de negocio diferentes.



## Consumo Masivo

### Subcanal Moderno

En el canal se mantuvo la dinámica de crecimiento sostenido bajo el lema "Estar + Estar bien + Rotar", con un enfoque en:

- Distribución y penetración, garantizando la presencia en los puntos correctos con el portafolio correcto.
- Revisión constante de inventario, evitando agotamientos en puntos de venta.
- Garantía de la correcta exhibición en góndola y logro de exhibiciones adicionales.
- Seguimiento a precios propios y de la competencia.
- Dinámicas comerciales frecuentes y profundas en fines de semana, con el propósito de incrementar el ticket promedio a través de la implementación de tácticas como segunda unidad con descuento, incentivos por compra en volumen y referencias de mayor desembolso.
- Educación en Punto de Venta a través del equipo de impulso, logrando un incremento del 60% respecto al 2021, con lo que se alcanzaron nuevos niveles de venta que duplicaron la cifra con la que cerró 2019.

Adicionalmente, se obtuvo un crecimiento a doble dígito con todos los clientes, logrando un gran desempeño dentro del canal moderno, tanto con clientes grandes cadenas como independientes y regionales.

### Subcanal Tradicional

Luego de la incursión en el 2021 en el canal tradicional, con el objetivo de seguir llevando un café premium 100% colombiano a más hogares colombianos, el canal presentó un crecimiento de 164% en [Sell In](#) para 2022. En el segundo semestre de ese mismo año se registró un crecimiento del 22% respecto al primer semestre, el cual estuvo apalancado principalmente por el [Sell Out](#), que creció un 35% en el mismo periodo.

Este importante avance en distribución y ventas se logró con dos pilares muy fuertes que se mantuvieron implementados durante todo el año: 1. Capacitación a la fuerza de ventas del distribuidor y 2. Incentivos atractivos para mantener la marca con alta prioridad en la gestión del vendedor. Durante el primer semestre se aseguró un fuerte avance con activaciones de ofertas para distribución en tradicional y se dieron los primeros avances en planes comerciales para los clientes autoservicios más representativos del canal.

### Institucional

Este canal presentó una recuperación importante tras la fuerte caída que sufrió por los efectos de las medidas sanitarias producto de la pandemia del COVID-19 en el año 2020. Logró crecer un 88% respecto al 2021 y un 65% con relación a 2019. Esto gracias a la consolidación de los clientes y al acompañamiento de los mismos, con lo que fue posible la recuperación de todos los segmentos de clientes, entre los cuales se destaca el segmento Distribuidores con la generación de \$2.705 millones de pesos adicionales.

Continuando la estrategia de expansión con la creación de nuevos clientes, se adquirieron \$1.970 millones de pesos adicionales. Entre es-

tos nuevos clientes se destacan Alpina, con quien se logró la alianza para ser el café de sus puntos Deli y Cabaña Alpina, y Avianca, donde la marca estará acompañando a los colombianos durante los vuelos nacionales.

Adicionalmente, se reactivó la tienda móvil y la participación en eventos, asegurando la presencia en más de 50 de estos a nivel nacional; entre ellos se destacan: ANATO, Expoartesano Medellín, Congreso de la ANDI, Festival Cordillera, Festival Estéreo Picnic, Christmas Fest en Salitre Mágico, Cumbre Cafetera, Congreso Cafetero, entre otros. Esta participación en eventos permite mantener la marca activa y posicionar a la compañía como experta en los servicios que se enfocan en la experiencia del consumidor.

## Internacional

### Consumo masivo

En el canal de consumo masivo, durante el año 2022 se incrementó la rotación de productos a partir del fortalecimiento de activaciones y promotoría en puntos de venta, la venta de kits con artículos de marca, la codificación de ediciones especiales y productos in-and-out, entre otros. Adicionalmente, una de las iniciativas destacadas de este canal consiste en el gran esfuerzo que se ha hecho para educar a los consumidores, de manera que puedan entender las diferencias entre las líneas de producto que se ofrecen y cómo se diferencia la marca frente a la competencia en la góndola. Es muy importante realizar este trabajo, sobre todo en este canal, debido a que no es tan sencillo que el cliente pueda probar el café como lo haría en una tienda Juan Valdez®, por lo que la educación, muestreo de producto y explicación de las líneas ofrecidas es clave para atraer nuevos consumidores.

Para consumo masivo en Estados Unidos, en el 2022 se logró un crecimiento del 33% respecto a 2021. Esto se logró gracias a la consolidación de la marca en los diferentes retailers, soportado en estrategias de logística, distribución, actividades de trade marketing y planes promocionales para los principales clientes. Así, se alcanzó la meta de crecimiento en volumen gracias a un excelente trabajo en conjunto con los clientes. En el 2022 se alcanzaron 6.400 puntos de venta. Algunos de los principales supermercados son: Walmart, CVS, Whole Foods, Winn Dixie y Food Bazaar. Para finalizar, se reestructuró la estrategia del canal, en la cual se le empezó a dar foco al desarrollo de nuevos clientes y aliados para lograr una expansión en el mercado objetivo del territorio, que es donde está el gran potencial para la marca Juan Valdez®.

En Europa se ha buscado fortalecer la presencia en el canal llegando a España a través del distribuidor a Costco y Carrefour; allí se han enfocado los esfuerzos en las activaciones en punto de venta para aumentar la presencia de la marca e incrementar los porcentajes de cobertura de las cadenas. En Alemania, Polonia y Reino Unido se ha hecho un trabajo para potencializar los canales de e-commerce y generar reconocimiento de marca para lograr los acercamientos con las cadenas más importantes de cada región.

Para lograr un acercamiento de la marca Juan Valdez® en los continentes más lejanos (Asia y Oceanía), se ha buscado la participación en diferentes eventos a través de los distribuidores; ejemplo de ello fue el evento "Connected City Colombia Edition" en Ginza, Japón, donde no

solo se presentó la marca y el portafolio de productos, sino que también se realizó el exitoso lanzamiento del café Mujeres Cafeteras.

En cuanto a América Latina, se ha evidenciado el progreso de consolidación de Juan Valdez®, ya que en algunos mercados como Chile, Ecuador, El Salvador y Paraguay la marca cuenta con un posicionamiento relevante. Adicionalmente, se ha dado una expansión hacia nuevos puntos de venta y codificaciones en cadenas principales, lo cual ha impulsado los resultados de ventas internacionales.

El mejor desempeño para 2022 se dio en Brasil, México, República Dominicana y Uruguay, países que tuvieron crecimientos de más del doble en sus ventas a partir de ingresos en grandes cadenas de supermercados y estrategias de optimización logística y de planeación, además del impulso a la venta por medio de una fuerte inversión en publicidad tanto en medios digitales como físicos.

Argentina, Bolivia, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guyana y Puerto Rico, por su parte, tuvieron también crecimientos significativos a doble dígito y se hizo la apertura del canal de consumo masivo en Aruba. Adicionalmente, Procafecol S.A. fue elegida en Ecuador por Corporación Favorita como ganadora del premio a mejor proveedor 2022 de productos importados, gracias al cumplimiento y mejoras en la agilidad en tiempos de entrega.

La madurez de la marca en los mercados latinoamericanos ha permitido pensar en el desarrollo de nuevos modelos de negocio que permitan ampliar el panorama de comercialización e impacten canales de distribución en los que Juan Valdez® no había estado anteriormente, como lo es, por ejemplo, el canal de consumo tradicional, el cual se caracteriza por su conveniencia, la presencia masiva en muchos países de la región y los productos de menor desembolso.



## Ferias internacionales

Con el propósito de consolidar la presencia de la marca Juan Valdez® a nivel internacional, de encontrar nuevos socios comerciales y de complementar las estrategias y prácticas implementadas en conformidad a las necesidades de cada canal y región del mundo, se ha tenido presencia en eventos y ferias de alta relevancia global. Entre ellos se destacan:

**National Restaurants Association (NRA) USA:** la feria más grande e importante de restaurantes en Estados Unidos, enfocada en restaurantes independientes y grandes cadenas, pero complementada por compradores de hoteles, distribuidores de equipos y maquinaria para restaurantes.

**National Supermarkets Association (NSA) USA:** Juan Valdez® participó en agosto de 2022 en la feria de Nueva York, donde más de 500 supermercados independientes asistieron para conocer, comprar y negociar con marcas de diferentes lugares del mundo.

**SIAL Canadá:** en abril de 2022, Juan Valdez® participó en SIAL Show Canadá, una de las ferias de agroindustria más grandes del mundo. Allí participaron más de 20.000 personas, entre compradores y exhibidores, para conectar sus necesidades en las industrias de consumo masivo (retail) y servicio de alimentos (food service).

**APAS Brasil:** la feria más grande e importante del sector alimenticio en América Latina volvió a celebrarse en São Paulo luego de haber sido cancelada varios años por la coyuntura del COVID-19. Se estima que tuvo más de 800 expositores y 25.000 visitantes por día durante cuatro días seguidos.

**Biofach Alemania:** en julio de 2022, Juan Valdez® participó en el stand de Colombia, junto con Procolombia y otras empresas exportadoras del país, en la feria Biofach en la ciudad de Nuremberg, Alemania. El

objetivo de la feria era promover y posicionar la oferta de productos orgánicos y sostenibles.

**Expo 2020 Dubai:** entre octubre de 2021 y marzo de 2022, Juan Valdez® estuvo presente en Expo Dubai, el cual es un evento global que se realiza cada cinco años, reuniendo a todos los países para presentar su oferta cultural, tradiciones y proyectos a futuro. En esta oportunidad, se participó como la tienda de café oficial en el pabellón de Colombia, donde, a diferencia de versiones anteriores, se desarrolló un modelo transaccional para la venta de todas las bebidas y productos de la marca. Los resultados fueron mejores de lo esperado, con un 120% de sobrecumplimiento versus presupuesto, lo que la convirtió en la segunda tienda con mejores ventas en el sistema internacional. Gracias a esta participación, la marca logró generar nuevas oportunidades y proyectos para capitalizar en el corto plazo, impulsando el desarrollo en la región de Medio Oriente.

**Gulfood:** en el marco de las actividades de Expo-Dubai, el equipo comercial de Juan Valdez® asistió a la feria Gulfood, la feria de alimentos más grande de la región de Medio Oriente y África, lo cual permitió generar mayores oportunidades para todas las líneas de negocio de la marca. Esta feria ratificó el potencial que tiene el café premium 100% colombiano para los compradores de la región.

**Chocolate and Coffee:** Juan Valdez® estuvo presente en Nueva Zelanda, donde se enseñó a los consumidores a preparar cafés de la marca. Se llevaron tres tipos de café de origen para explicar los perfiles de taza y observar la reacción de los consumidores locales.

Durante el año, la marca ejecuta numerosas actividades con distribuidores y asiste a diversas ferias internacionales y eventos organizados por Procolombia en el mundo.

## Expansión Internacional

Gracias a los ajustes basados en aprendizajes y estrategias que se han implementado en los últimos años, Juan Valdez® se encuentra en proceso de expansión a lo largo de los cinco continentes. En cada continente, los mercados se encuentran en distintas etapas de evolución y madurez.

Actualmente, la marca Juan Valdez® y el proceso de comercialización de sus productos se encuentran más consolidados en mercados latinoamericanos, siendo los más desarrollados Chile, Ecuador, El Salvador y México.

Respecto a los mercados norteamericanos, Estados Unidos lidera el desarrollo, proyectándose como uno de los de mayor potencial de crecimiento en América para la marca, seguido por Canadá.

Igualmente, se han dado importantes avances a lo largo de los últimos años en países asiáticos y europeos que se han convertido en uno de los focos de la Vicepresidencia Internacional. Se abrieron seis tiendas en Turquía, cinco en Estambul y una en Ankara a cierre de 2022. La marca ha sido acogida por los locales y ha logrado un gran posicionamiento, no solo por su crecimiento acelerado, sino también por todas las actividades **TTL & ATL** así como las actividades **BTL** que se han realizado, entre las cuales se destacan el globo aerostático en Capadocia y un bus brandeado que recorre la ciudad de Estambul.

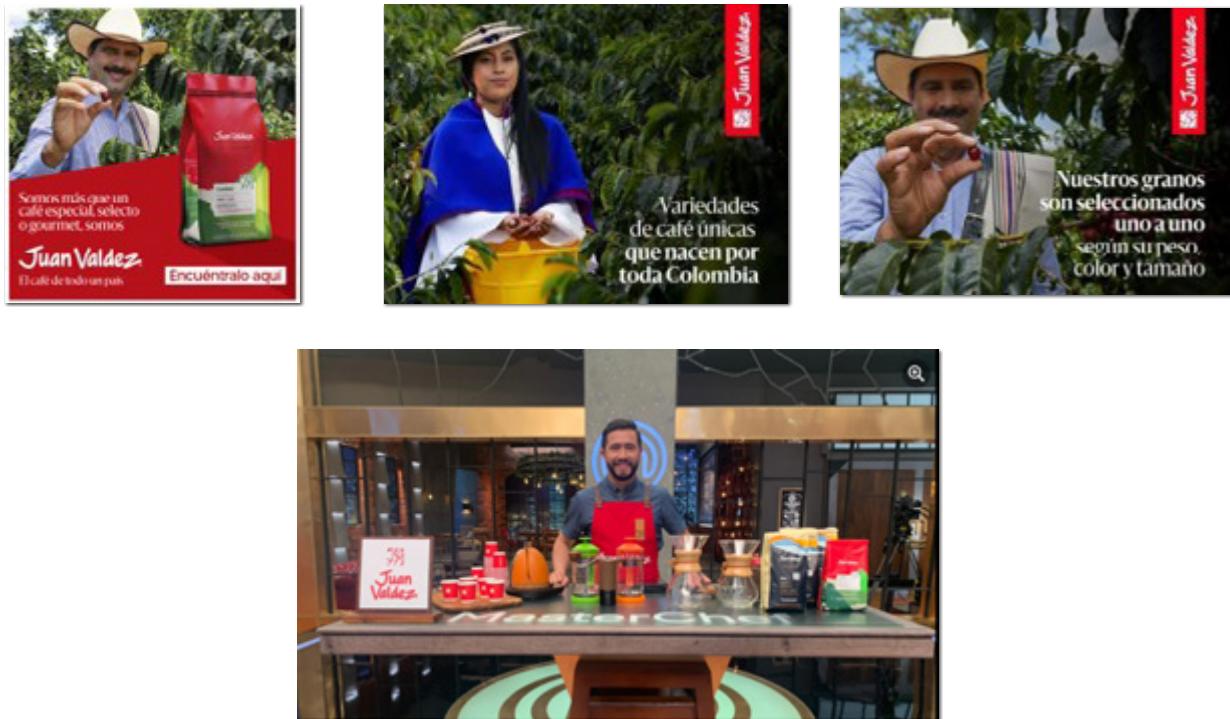
En España se firmó la sociedad con Cafescol con un nuevo socio, lo que permitió dar inicio al plan de expansión en la región con la remodelación de tres tiendas y la búsqueda de sub-franquiciados en el territorio.



## Actividades de marca Juan Valdez®

Se inició el 2022 con el reto de recordarles y contarles a los colombianos por qué Juan Valdez® es un café superior a los que se encuentran en el mercado; esto a través de una campaña en la que se explicó por qué es la marca de las marcas: "Tostamos a la temperatura y tiempo ideal según el origen, tenemos variedades de café únicas que nacen por todas las re-

giones del país, nuestros granos son seleccionados uno a uno según su peso, color y tamaño; somos más que un café especial, selecto o gourmet, somos Juan Valdez®"; esta campaña tuvo un fuerte componente en televisión.



En vista de la gran acogida que tuvo la participación en Masterchef en 2021, se apostó nuevamente en 2022 por este formato con el fin de seguir diversificando los medios a través de los cuales la compañía se acerca a los consumidores. En esta oportunidad, la participación se dio en tres capítulos, en los cuales se educó al público colombiano y a los participantes del concurso sobre las características del café Juan Valdez®. Se continuó el año profundizando en el propósito de agregar valor a los caficultores colombianos y se desarrolló la campaña "La nueva Genera-

ción Juan Valdez®", un concepto que buscó visibilizar el trabajo de los jóvenes colombianos como motores de cambio en sus comunidades. Para ello, la campaña contó con un lanzamiento 360° de productos, entre los cuales se incluyeron: la edición especial de 'Jóvenes Caficultores' apalancada bajo el programa Jóvenes Renacer, bebidas de temporada (sabores explosivos) y artículos de marca fabricados por emprendedores jóvenes colombianos, con los que fue posible llegar a nuevas audiencias de consumidores.



Por primera vez, se lanzó una edición de café cultivado en Huila por jóvenes del programa Jóvenes Renacer, que además estuvo acompañado por un concepto gráfico innovador creado por Emilia Cano, una estudiante de diseño industrial de la Pontificia Universidad Javeriana. En el 2022, se vendieron más de 16.062 unidades de café empacado en tiendas propias y en consumo masivo, y 456.846 bebidas a base de espresso elaboradas con café de jóvenes; además, se desarrollaron bebidas frías con un concepto innovador que mezcla sabor, color y textura para los integrantes de la generación Z, quienes buscan una forma diferente y divertida de tomar café.



Con motivo de la conmemoración del Día Internacional del Café, se decidió cruzar las fronteras de la Tierra y poner el café Juan Valdez® en órbita para demostrar al mundo que el objetivo de la marca no consiste solo en ser el café de todo un país, sino del planeta entero.

Luego de tres meses de planeación y trabajo junto a la Aeronáutica Civil Colombiana y el joven científico Faber Burgos, se realizó el lanzamiento desde las montañas de Palestina, Caldas, usando un globo aerostático con una cámara y un GPS satelital que documentaron la salida y el retorno del café a la Tierra.

Este hecho fue uno de los hitos noticiosos más importantes en 2022, alcanzando un [PR value](#) de \$720,8 millones de pesos en medios de comunicación con mayor impacto y alcance a nivel nacional, medios regionales y cerca de diez publicaciones internacionales.



Durante el Mundial de Catar, se estableció una alianza estratégica con DIRECTV para participar en los programas de Fútbol Total y Dnews, y en las transmisiones de los partidos con pauta.

En redes sociales se ejecutó una campaña de mercadeo en tiempo real en la que se compartió la experiencia del personaje Juan Valdez® en Catar. Además, se generó un [podcast](#) que recopila los hechos históricos de todos los mundiales, el cual estuvo al aire en plataformas de streaming y tuvo cerca de 4.000 descargas durante la campaña.

Se finalizó el año apostando a seguir construyendo y aportando a la creación de vínculos y conexiones de la marca con las audiencias a través de diferentes iniciativas para celebrar la Navidad. Por un lado, la compañía se sumó al Christmas Fest de Salitre Mágico, parque de diversiones localizado en la ciudad de Bogotá, haciendo presencia de marca en el árbol de Navidad, la rueda 360°, las pantallas del escenario principal, vallas, caravana, salas de Cine Colombia, aeropuerto El Dorado y sus redes sociales.



Adicionalmente, se lanzó una campaña de comunicación en redes sociales para "dar las gracias", a la cual se sumaron los seguidores de la marca y colaboradores de Procafecol S.A.



Lo anterior estuvo acompañado de una edición especial de Navidad masiva, premium y personalizable que contribuyó a seguir posicionando la marca como el regalo perfecto: un café cargado de buenos deseos del cual se vendieron en 2022 más de 32.000 unidades a través de los canales en los que Juan Valdez® tiene presencia en Colombia.

Durante todo el año, las redes sociales fueron aliadas para seguir conectando con las audiencias. Luego del lanzamiento en 2021 de la cuenta en Tik Tok, en 2022 se generaron contenidos virales humorísticos y propios de la marca por medio de creatividad pensada nativamente para la red, con lo cual se logró de manera orgánica un top 3 de alcances

de 2,5 millones de vistas, 620 mil vistas y 240 mil vistas; alcances que normalmente se obtienen a través del pago de pauta.

En Facebook se incrementó el engagement de 1,9% a 3,6% y se subieron los niveles de alcance mensual en más de 300 mil vistas, llegando a más de 2,3 millones mensuales. Por su parte, en Instagram se atrajeron 40 mil fans nuevos y se consolidó la comunidad de 457 mil seguidores, con los cuales se tuvo un engagement en el que el promedio de interacciones mensuales subió de 31 mil por mes en 2021 a 63 mil por mes en 2022; además, se obtuvo un crecimiento del 64% en alcance mensual, llegando a 1,8 millones.

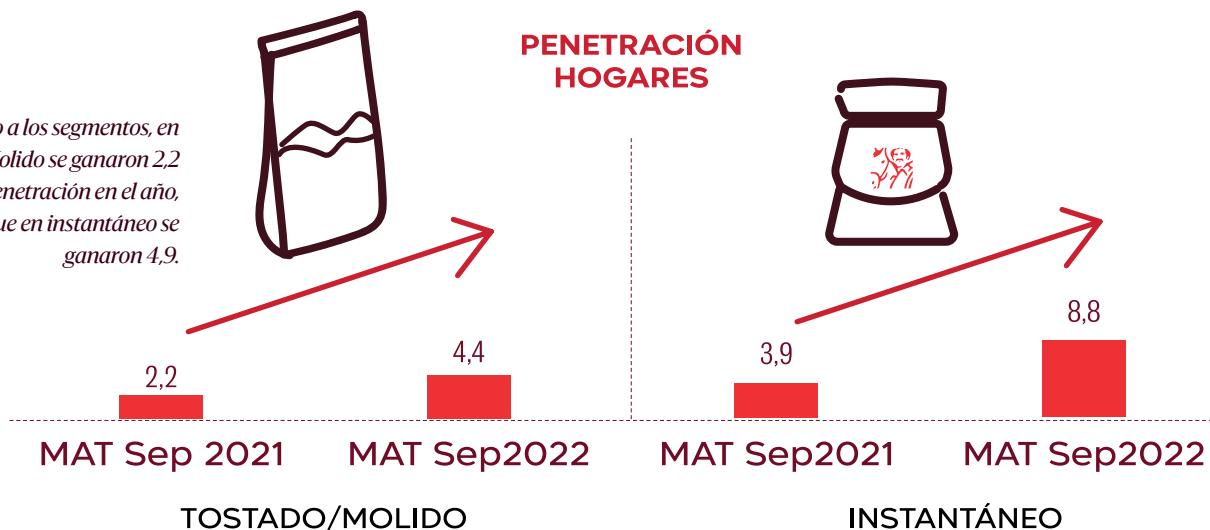


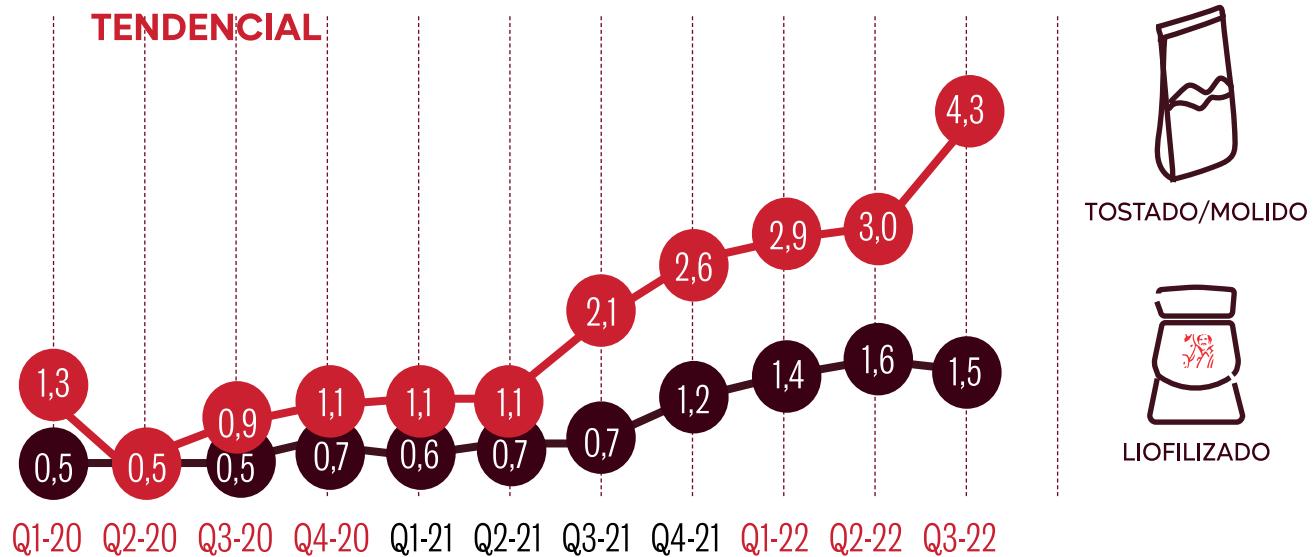
### La marca Juan Valdez®

Los grandes resultados obtenidos en los canales durante el año, sumados al hecho de que la categoría de café continúa desarrollando su valor a través del segmento premium, permitieron alcanzar niveles máximos de penetración en el mercado, tanto en liofilizado como en molido, según el estudio de panel de hogares de Kantar (septiembre 2022), con un

crecimiento a doble dígito en valor y en volumen en el largo plazo. Esto se dio, principalmente, gracias al crecimiento de la base de penetración de la marca en más de 650 mil nuevos hogares, siendo además la segunda marca que más aporta al crecimiento del segmento premium, con 21,3% de aportación.

*En cuanto a los segmentos, en Tostado/Molido se ganaron 2,2 puntos de penetración en el año, mientras que en instantáneo se ganaron 4,9.*





Durante todo el 2022, la marca estuvo siempre presente en los hogares de los consumidores, con los que se buscó fortalecer las conexiones emocionales y encontrar la forma de estar cada vez más cerca. Esto se evidencia en el funnel de conversión, donde la marca estuvo en la categoría con las conversiones más altas y contó con un porcentaje de lealtad que dobla el número de marcas masivas y tradicionales, lo que indica que Juan Valdez® es la marca con más conocimiento, consideración y lealtad de la categoría de café en Colombia. Este resultado ha venido creciendo año a año desde 2019 a través de la implementación de acciones para fortalecer el conocimiento, relevancia, consistencia y contundencia en las comunicaciones de la marca, cuya presencia se ha ampliado en medios masivos con formatos de alto impacto y en un eco-

sistema digital relevante que lleva a la marca a estar visible de manera constante.

Adicionalmente, las fortalezas en conocimiento y cobertura de necesidades se traducen en niveles de consideración y preferencia que se evidencian con indicadores que superan de manera contundente a los principales competidores.

Todo esto demuestra que la potencia de marca es contundente y que se ha venido consolidando cada vez más en los últimos cuatro años, como lo ratifica un poder de marca en un nivel de 18,7%, el cual duplica el del segundo competidor de la categoría.



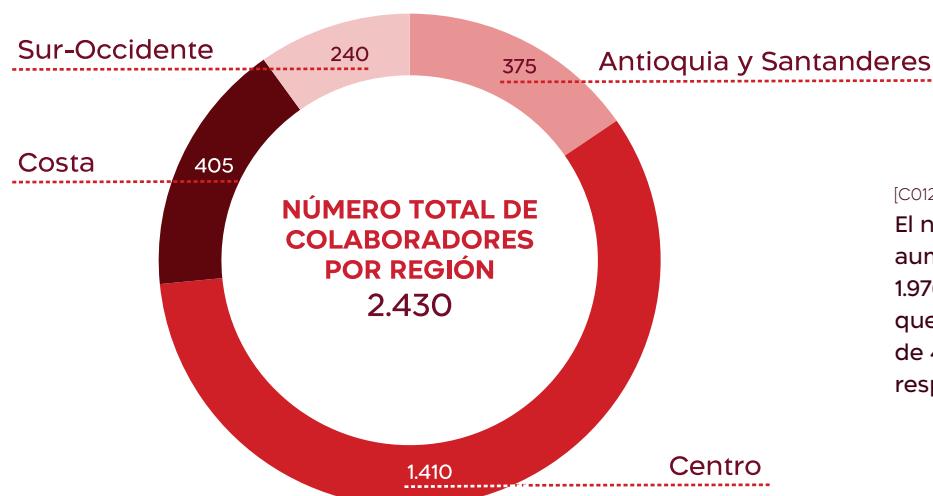
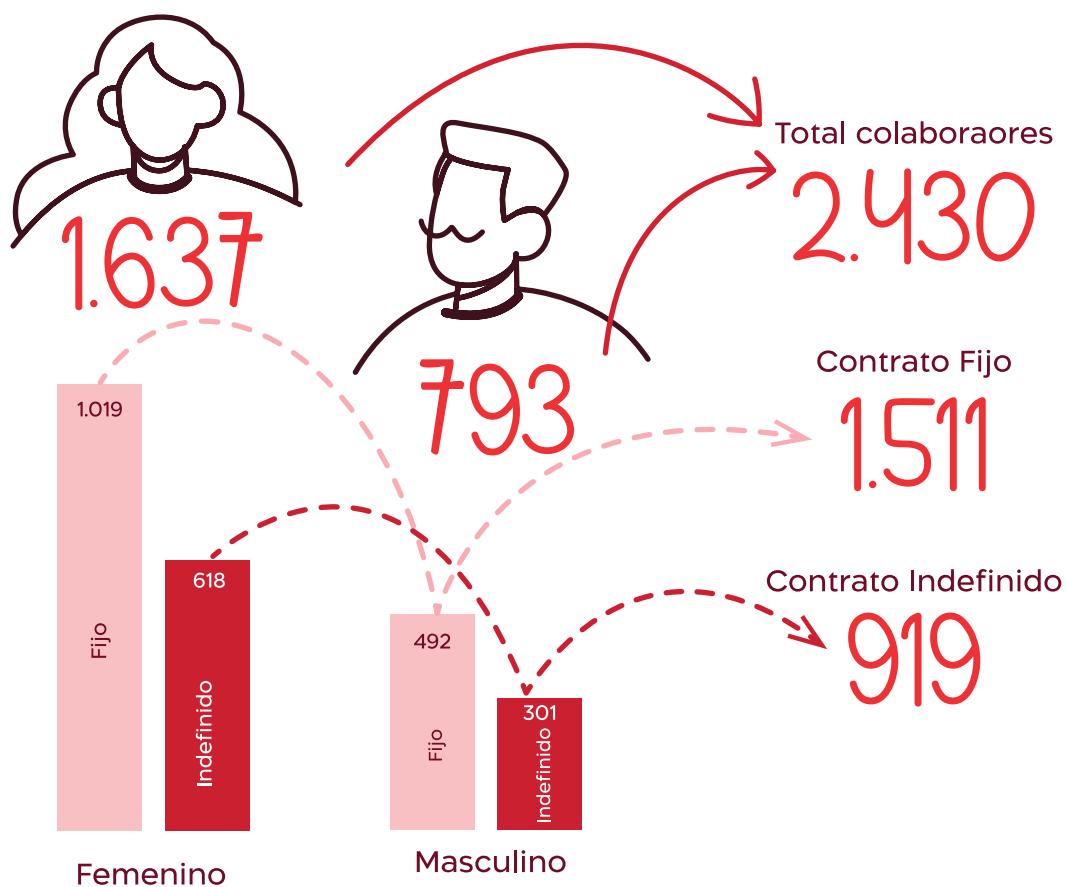
## g. Nuestra gente

[GRI 2-7] [GRI 2-8] [GRI 401-1] [GRI 3-3]

Durante los últimos cinco años, los desafíos en temas de gestión humana, han puesto a prueba la resiliencia, la adaptación al cambio, el trabajo en equipo, la innovación y la agilidad en diferentes niveles y desde cada rol desempeñado por los colaboradores en la compañía.

Al cierre de 2022, Procafecol S.A. contó con una planta vinculada de 2.430 colaboradores distribuidos a nivel nacional, lo que representa

un crecimiento del 31,4% respecto al cierre de 2017; la compañía contrata directamente a sus colaboradores y no usa la figura de prestación de servicios para evadir las normas laborales, la prestación de servicios se usa por la compañía para actividades no misionales o de consultoría. Por otro lado, la rotación total acumulada al cierre de 2022 fue del 51,6%, lo que representa un crecimiento cercano al 10% en comparación con 2021.



[C012 7.4.3.1.1, (IV)]

El número de colaboradores aumentó en un 23%, pasando de 1.976 a 2.430 al cierre del 2022, lo que representa un incremento total de 454 nuevos colaboradores con respecto al 2021.

## i. Bienestar

[GRI 401-2]

Durante el 2022, el programa de bienestar llevó a cabo acciones que involucraron a todos los colaboradores de la compañía. El objetivo principal fue la identificación de las necesidades puntuales de cada regional y cada canal para realizar actividades que cumplieran la expectativa de bienestar y equilibrio.

Se ejecutaron acciones clave como:

- Reactivación de actividades presenciales para incentivar la interacción y relación de los equipos.
- Continuación de la celebración de quinquenios a nivel nacional como reconocimiento al aporte, desarrollo y productividad de la compañía.
- Celebración del día de la familia con la ejecución de 44 eventos a nivel nacional con cobertura para colaboradores y sus familias.

En las acciones del programa de bienestar se tuvo un cumplimiento general del 92% de ejecución, un nivel de satisfacción de 4,6 sobre 5, y una cobertura del 84% de la población objetivo.

Aportando a la calidad de vida de los colaboradores la compañía cuenta con estos beneficios para el 100% de los colaboradores.

- Seguro de vida.
- Asistencia sanitaria.

- Cobertura por incapacidad e invalidez.
- Permiso parental.
- Día por cumpleaños.
- 1 día para compartir en familia.
- 8 días adicionales por licencia de maternidad y paternidad.
- Medicina prepagada al 100%.
- Salario mínimo con valor diferencial por arriba del 1,5%.
- Póliza de Vida al 100% con Seguro SURA.
- Fondo de empleados Fondesarrollo.
- Convenios de libranzas (tasas preferenciales).
- Flex Time/ bandas horarias (back).
- Obsequio bebés Juan Valdez®.
- Condolencias.
- Trabajo híbrido.

Además, a través de la plataforma Try My Ride, los colaboradores de la compañía pudieron compartir sus trayectos de traslado en vehículos desde y hacia la oficina, ofreciendo servicios de [carpooling](#) y publicando medios de transporte de bajas emisiones tales como bicicletas o patinetas. Durante el 2022, se lograron 752 conexiones y se disminuyeron las emisiones de CO<sub>2</sub> en 2.411 kg con respecto a un escenario en el que no se comparten los vehículos ni se usa transporte de bajas emisiones. De esta forma se promovieron alternativas de movilidad sostenible entre los colaboradores.

## ii. Capacitación

[GRI 3-3] [GRI 404-1] [GRI 404-2]

Los procesos de formación, desarrollo y bienestar se ajustan de acuerdo con las dinámicas externas a las exigencias del mercado, especialmente para dar cumplimiento a la estrategia y formar equipos de alto desempeño. Se han incorporado metodologías sincrónicas, asincrónicas, presenciales y virtuales para facilitar los procesos de aprendizaje; a su vez, se han realizado mediciones de salud organizacional, lo cual es un aspecto relevante que ha permitido monitorear y establecer acciones clave para mantener ambientes laborales sanos y productivos.

El desarrollo de líderes ha sido una bandera en el proceso de crecimiento, por lo que se han fortalecido los programas en este componente y se han realizado acompañamientos para el fomento de habilidades en pro del mejoramiento de los equipos.

En el 2022, el proceso de formación cambió para ajustarse a la nueva dinámica del mercado y del negocio, y también en consideración a las sugerencias obtenidas en un diagnóstico realizado a finales del 2021. Se implementó el plan de formación con cuatro metodologías que le dan dinamismo al proceso y cobertura a todos los colaboradores, especialmente al [back office](#), quienes después del retorno vuelven a la presencialidad a través de un modelo híbrido.

El modelo de formación para el 2022 es rotativo por grupos para no generar sobrecarga y dinámico para mantener la participación y elevar el

nivel de satisfacción. Para el 2022, se ejecutaron a nivel general 5.420 horas de capacitación para toda la población de la compañía, con un promedio de 2,23 horas por colaborador, donde se debe tener en cuenta que el número de colaboradores aumentó en relación con el año inmediatamente anterior.

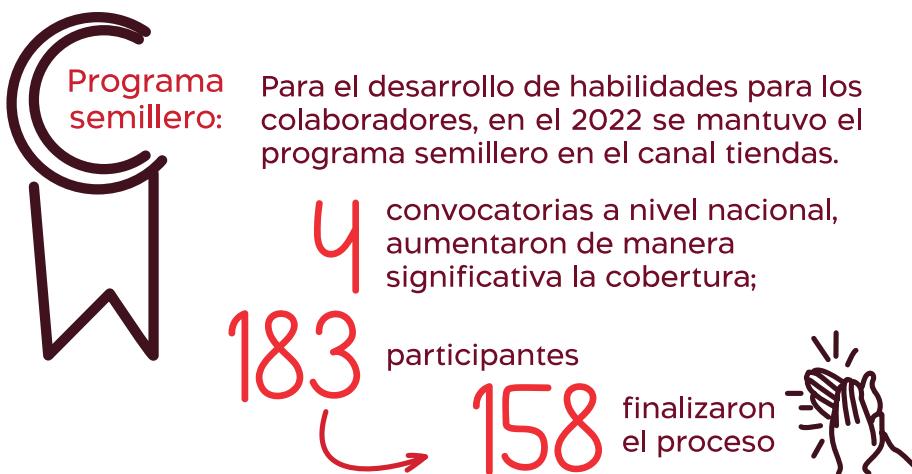
Se utilizaron cuatro metodologías: la primera fue una "plataforma virtual" de un aliado estratégico que permite la realización de cursos de temáticas diferentes enfocados en temas de estrategia corporativa y valores; la segunda se denominó 'Conversatorios' y permitió la interacción en grupos pequeños a partir de un tema guiado y desde la experiencia para dejar aprendizajes y lecciones a los participantes. La tercera fue 'Hablando con el Experto', un espacio de formación en el que se invitó a un experto externo para hablar sobre el tema definido en el plan de formación, que para el 2022 fue liderazgo; la cuarta y última metodología es 'Talleres Presenciales', los cuales estuvieron enfocados al tema de innovación.

Los indicadores del proceso de formación muestran que se cumplió con un 95% del cronograma, se tuvo una participación del 74% de las personas convocadas y un nivel de satisfacción de 4,8 sobre 5.

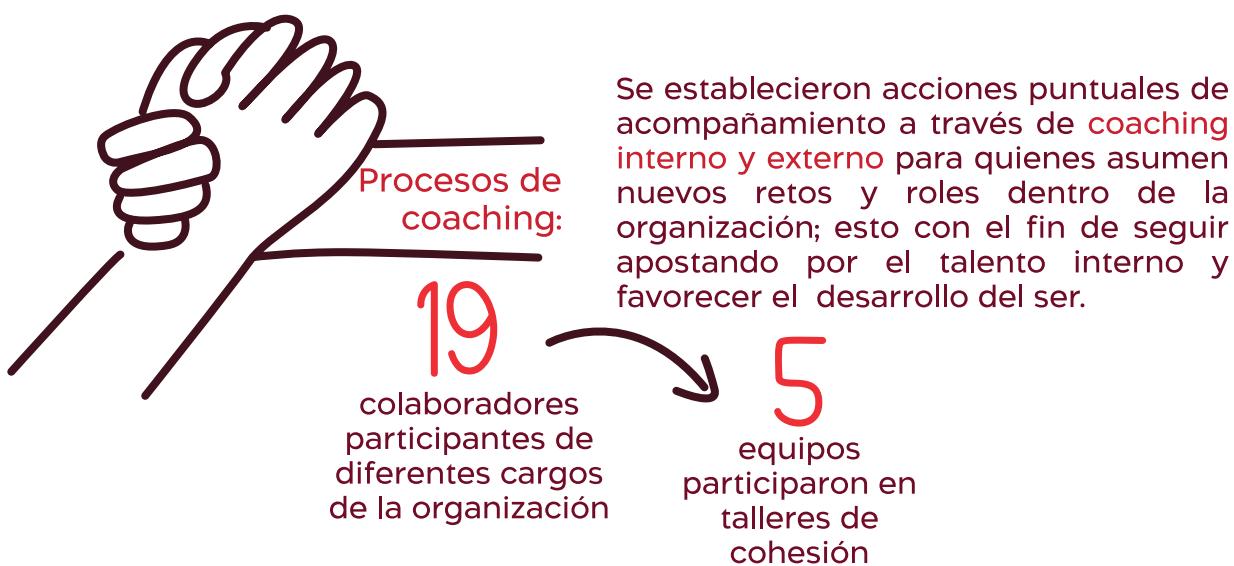
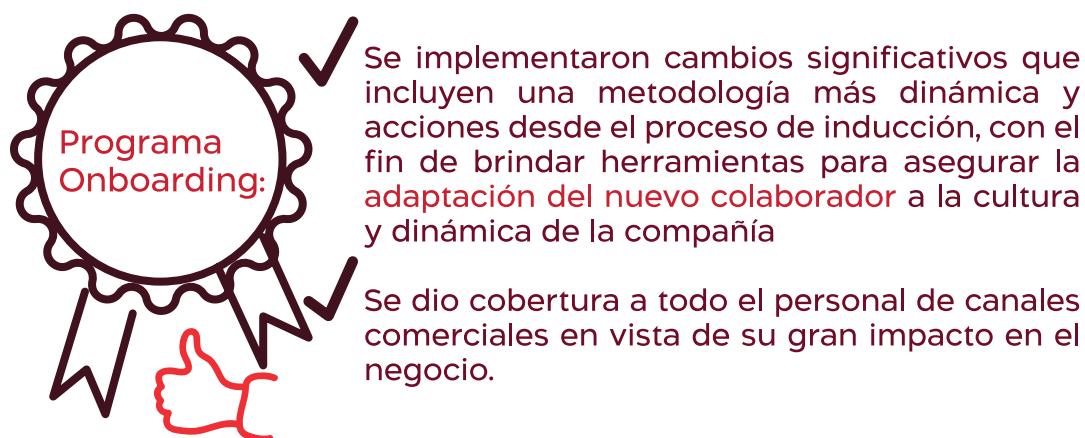
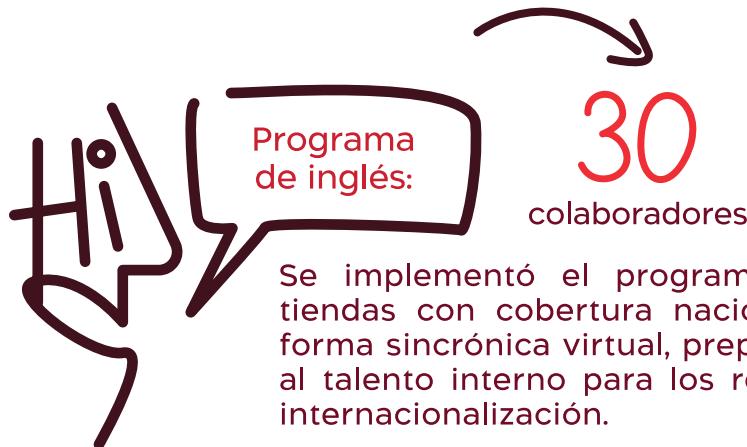
Por otro lado, están los programas ejecutados para mejorar las aptitudes de los colaboradores:



Se dio inicio al programa a nivel nacional del front, dirigido a quienes no han participado en el programa semillero y requieren cerrar brechas de formación en temas de liderazgo.



96 participantes iniciaron el proceso de entrenamiento para el cargo de auxiliar administrativo para el cierre del año



### iii. Seguridad y salud

[GRI 3-3] [GRI 403-1] [GRI 403-9]

Durante el año 2022, el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) se consolidó como un sistema robusto y dinámico, enfocado principalmente en el cuidado del colaborador; se desarrollaron continuamente diferentes estrategias integrales que abarcan lo físico, mental, emocional, laboral y financiero. La medición de estándares mínimos cerró en un 98,5% de cumplimiento, lo que muestra el crecimiento y madurez de este sistema.

Desde el SG-SST, la compañía cuenta con tres políticas que orientan la gestión en prevención de riesgos laborales: política del SG-SST; política de prevención del consumo de sustancias psicoactivas y de la realización de actividades en las que medie el azar y el dinero; y política de seguridad vial.

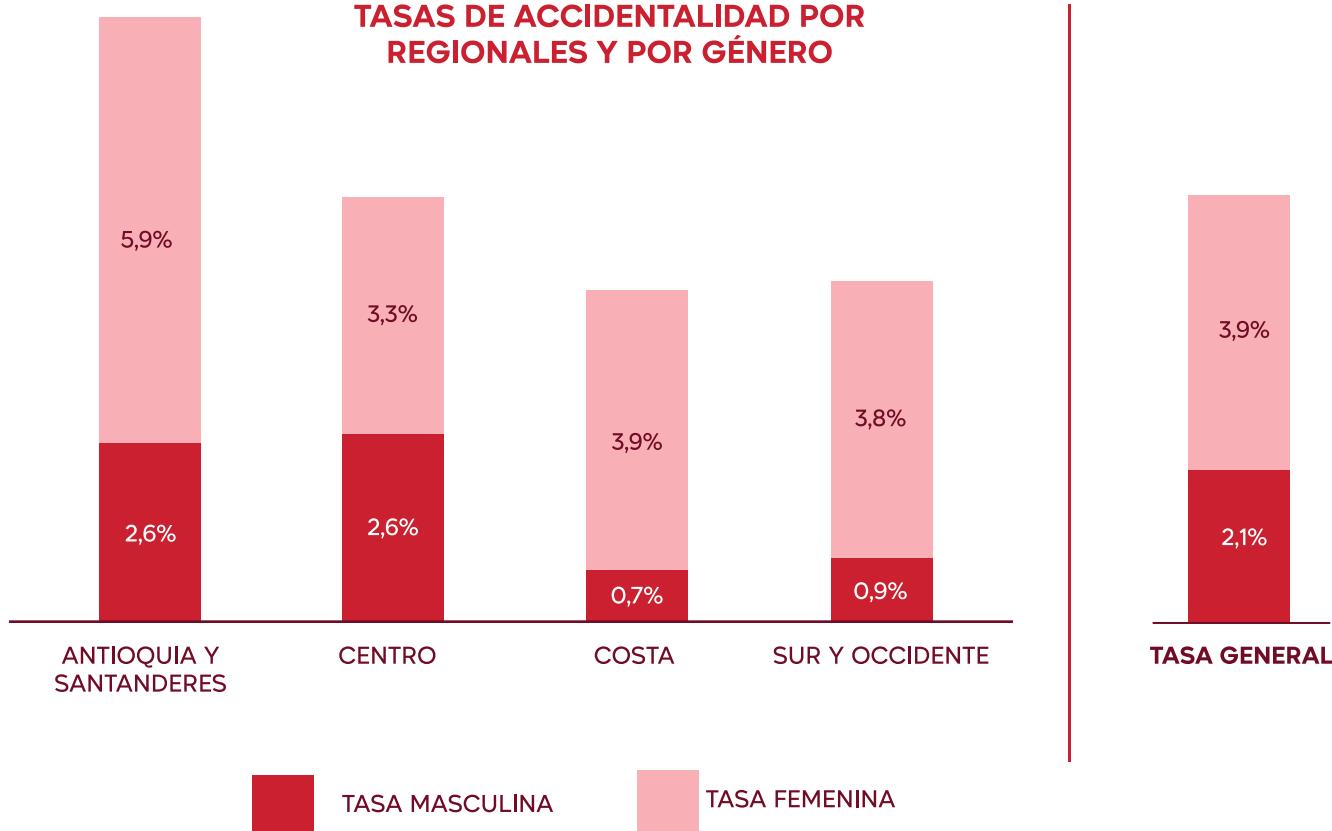
En el año 2022, los principales tipos de accidentes ocurridos fueron quemaduras, golpes contra objetos y caídas a nivel, en ese orden, concentrando cerca del 64% de los casos presentados en el año.

Para el año 2022, la tasa de accidentalidad general de la compañía fue del 6%, la cual estuvo por encima de la tasa reportada para el año anterior (3,9%).

#### Tasa de absentismo laboral

La tasa promedio anual de absentismo laboral pasó del 3,58% en el año 2021 al 4% en el 2022. Por otra parte, en 2022 se registró una tasa de incidencia de enfermedad laboral y tasa de mortalidad por accidente y/o enfermedad laboral de cero, respectivamente.

#### TASAS DE ACCIDENTALIDAD POR REGIONALES Y POR GÉNERO



#### iv. Inclusión y equidad laboral

[GRI 3-3] [GRI 405-1]

Durante el 2022, en el marco de la política de equidad, diversidad e inclusión establecida el año anterior, se estableció un proceso con el fin de aportar al desarrollo de acciones encaminadas a reconocer la diversidad, garantizar la equidad y ser partícipes activos de la inclusión. Esto a través de las siguientes acciones:

Reconocimiento de la Diversidad como un valor corporativo: "Conformamos equipos diversos que representan perspectivas distintas. Construimos una cultura inclusiva donde todos pueden participar plenamente y generamos espacios para fomentar la equidad."

En términos de compensación, se garantiza la equidad salarial con la implementación de una metodología de valoración de cargos y la redefinición de los modelos de compensación variable; además, se destinan fondos para apoyo de los colaboradores en situaciones especiales.

- Fortalecimiento del programa de inclusión laboral Amigos del Alma, en alianza con la Fundación Best Buddies Colombia. Al cierre del 2022 se contaba con 74 Amigos del Alma vinculados laboralmente (tres Amigos del Alma más que cuando inició

el programa en 2018), tres de ellos en los procesos de apoyo y 71 en la operación de las tiendas Juan Valdez® en 13 ciudades de Colombia. Así mismo, se cuenta con dos Amigos del Alma adicionales como aprendices SENA.

- Definición e inicio de la alianza con la Fundación Acción Interna, la cual tiene por objetivo vincular a personas con antecedentes judiciales que se quieren reincorporar a la vida laboral; esto permite hacer un aporte a la disminución del ciclo de delincuencia. Al cierre de 2022, la compañía cuenta con un colaborador activo.
- Desarrollo del Quinto Campeonato Nacional de Baristas del Alma, al que se presentaron 36 colaboradores, quedando 16 semifinalistas, seis finalistas y tres ganadores. La competencia se desarrolló en Bogotá en el Hotel The Artisan DC, donde los participantes tuvieron la oportunidad de mostrar sus conocimientos, talento, aprendizaje y creatividad ante un jurado muy exigente compuesto por baristas especializados internos y externos.



## v. Gestión de procesos

El Sistema Integrado de Gestión (SIG) mantuvo durante el año 2022 una salud documental de los procesos, presentando un 48,2% de renovación de su base documental al finalizar el periodo, con un total de 1.443 documentos en la herramienta de gestión. Durante el año 2022, en la Gestión de la Mejora se logró con los responsables a nivel global un cierre del 88% de hallazgos del Sistema Integrado de Gestión (SIG), con enfoque de ciclos de procesos de cambio, de desarrollo y de mejoramiento.

### Calidad e inocuidad

Logros:

- Articulación en conjunto con las áreas jurídica, innovación, compras y logística del cumplimiento normativo respecto a la Resolución 810 del 2021, donde se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal que deben cumplir los alimentos envasados o empacados para consumo humano y las respectivas actualizaciones.
- Desarrollo de nueva estrategia para la creación de contenidos en el programa de Buenas Prácticas de Manufactura: creación y desarrollo de los cursos de BPM con cubrimiento del 100% del personal a través de la Universidad Virtual y articulado con el área de Entrenamiento para cumplimiento legal.

- Articulación con los proyectos de cara al cumplimiento legal y validaciones de producto para asegurar los estándares de calidad evidenciados en las auditorías a proveedores.
- Acompañamiento y validación con las áreas involucradas del ejercicio de trazabilidad mediante un simulacro, necesario para probar la eficiencia de los controles asociados a los sistemas de seguridad de la cadena de suministro, sistema de aseguramiento HALAL, certificaciones de producto y FDA.

Para mantener la evaluación constante de la gestión de calidad e inocuidad se realizaron las siguientes auditorías:

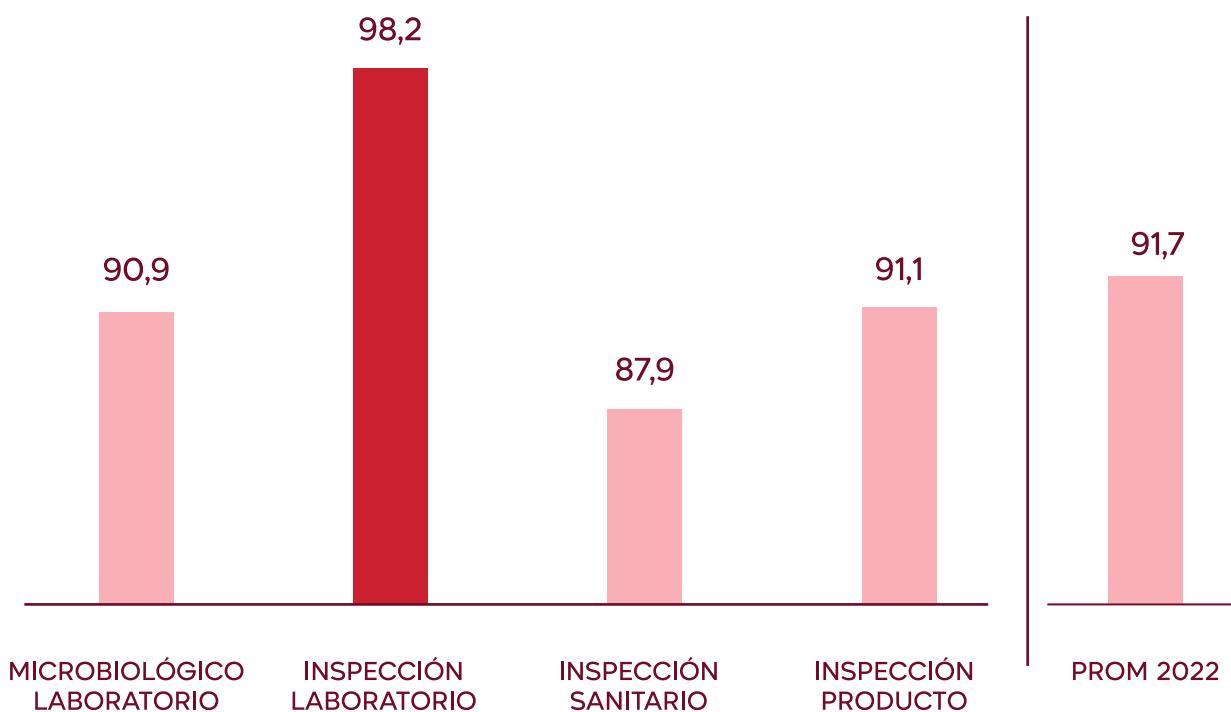
#### Auditoría interna: Trimestral

Mediante una auditoría interna de frecuencia trimestral se evaluó el cumplimiento de los procedimientos establecidos por la compañía en las tiendas Juan Valdez® Café, controlando, validando e identificando riesgos con el fin de asegurar estándares de calidad.

#### Auditoría externa laboratorio: Semestral

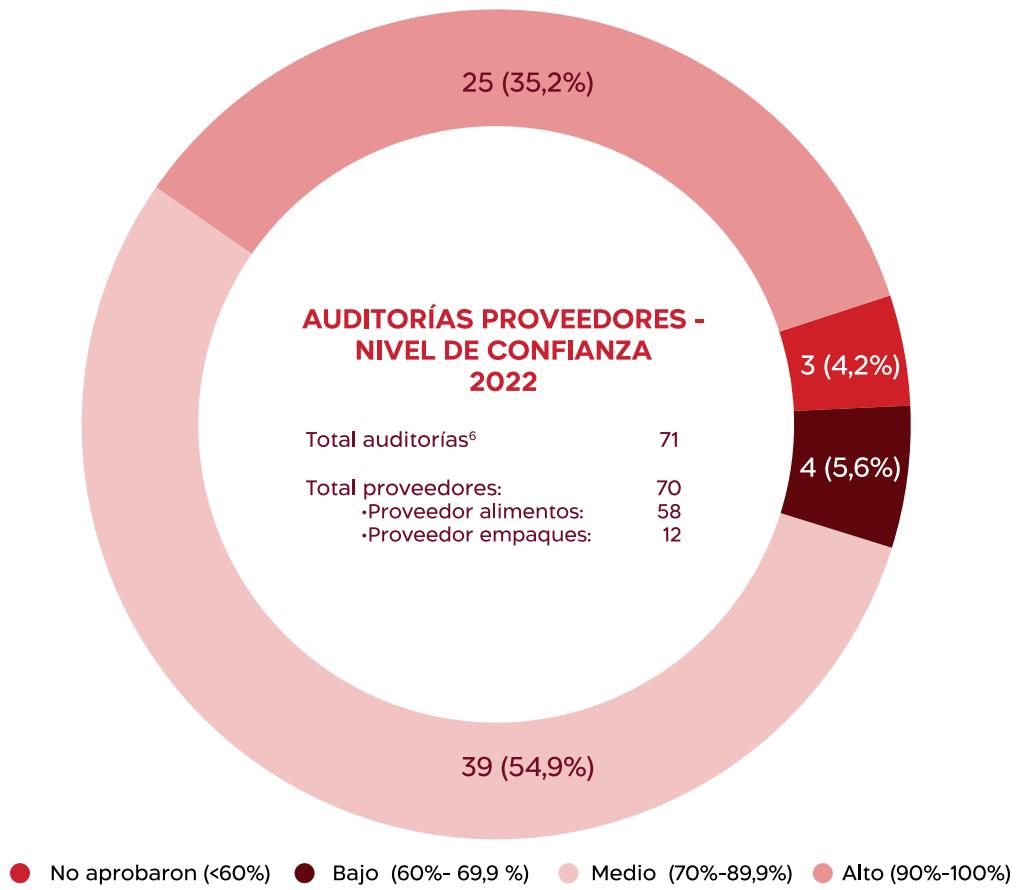
Se realizaron análisis microbiológicos con una frecuencia semestral a través de laboratorios externos acreditados para asegurar la inocuidad y cumplimiento de procedimientos.

### INDICADOR CALIDAD 2022



#### Auditoría interna gestión proveedores:

La frecuencia se establece de acuerdo a la evaluación global de proveedores. La auditoría a proveedores incluye la validación en plantas de producción de alimentos y empaques primarios.



#### Innovación

A nivel de innovación, la compañía se ha venido transformando de manera consistente en los últimos años. Los esfuerzos han estado enfocados en buscar la especialidad en las diferentes categorías de producto: pastelería, bebidas, artículos de marca y café empacado para afrontar los retos de expansión de Procafecol S.A., incluyendo dentro del modelo el concepto de innovación disruptiva y sostenimiento. Lo anterior con el objetivo de focalizar los esfuerzos y los recursos de desarrollo en los proyectos que permitan llegar a nuevas categorías de producto y fortalecer la presencia en los segmentos de producto existentes. De esta manera, la compañía ha logrado capitalizar nuevas oportunidades de una forma ágil y asertiva.

Durante 2022 se trabajó con tres objetivos que apalancaron el desarrollo de las innovaciones:

- Fortalecer y dinamizar las categorías de productos a través de temporadas de bebidas y alimentos que apoyen el incremento en las transacciones y generen novedad a los consumidores.
- Desarrollar nuevas categorías de producto.
- Desarrollar proyectos alineados al propósito de sostenibilidad que engrandezcan el valor de la marca.

Durante el 2022, se consolidó la venta del café liofilizado 250 gr en presentación en doypack, el cual representó el 24% de las ventas de liofilizado clásico y el 15% dentro del portafolio total de café soluble liofilizado en los diferentes canales de venta, incrementando su volumen de compra por acto. En consumo masivo se convirtió en la segunda referencia más vendida del canal.



<sup>6</sup>Se realizaron dos auditorías a proveedor de empaque Litoromac con una calificación de nivel de confianza bajo.

Se desarrolló una edición especial de café de origen Antioquia como homenaje a la Feria de las Flores, una celebración regional que exalta los valores de la cultura antioqueña y colombiana. Con más de 5.000 unidades vendidas entre el canal de tiendas propias y consumo masivo, se fortaleció la compra local de café y se fomentó el crecimiento económico de la región productora. Para el 2023, se continuarán desarrollando ediciones regionales con el fin de seguir engrandeciendo la cultura y fortaleciendo la presencia de marca en los diferentes canales.



Con el propósito de seguir trabajando sobre la especialidad en cafés, se lanzó en el mes de diciembre 2022 la cosecha Especial Finca Bella Vista, un café de origen Antioquia de variedad Caturra Chiroso reconocida por su perfil sensorial único. Con esta edición se buscó posicionar a Juan Valdez® en un segmento de especialidad de cafés, educando al consumidor sobre su proceso y las variables que hacen único el café colombiano.



En el 2022 se llevó el sabor del café Juan Valdez® a nuevas categorías como tortas, yogures y helados. Se desarrolló la icónica torta de Café y Nueces Juan Valdez®, un producto elaborado por la planta de producción que logró posicionarse en el top tres de ventas de la categoría de alimentos, participando en un 17% sobre las ventas y aportando un 53% a la ganancia del segmento de tortas en comparación con el 2021. También, en alianza con Popsy, se fortaleció la categoría de postres con cinco referencias de helados de café Juan Valdez®, ofreciendo más opciones al consumidor para encontrar el delicioso sabor del café colombiano. Adicionalmente, en conjunto con Alpina se desarrolló una edición limitada de un yogur Alpina con café Juan Valdez®, un concepto que nace del compromiso que tienen las dos compañías para desarrollar el campo y representar lo que caracteriza a los colombianos.



Desde la categoría de artículos de marca, en el 2022 se aprovechó el lanzamiento de la película Encanto de Disney® y se obtuvo licencia para desarrollar artículos alusivos como loncheras, cartucheras, mugs, vasos y otros. Esto con el fin de capturar la atención de una audiencia diferente, la de los niños, abriendo así un panorama de oportunidades en el desarrollo de artículos para este segmento de consumidor. Los artículos de Encanto participaron en un 21% sobre la venta de artículos y aportaron al crecimiento de la categoría en un 39% comparado con 2021 (crecimiento de la categoría de un 121%).



La implementación de pantallas digitales como menú tiene como propósito tecnificar la experiencia de compra e innovar con una comunicación en tiempo real en los puntos de venta; también busca generar de forma más rápida y eficiente las implementaciones de temporadas, cambios de precios, entre otros. Al cierre de año, se tenían ya 52 tiendas con esta ejecución al aire.

Sumado a esto, y entendiendo las necesidades del consumidor luego de la



pandemia, se diseñaron formatos de tiendas que incluyen espacios adecuados para trabajar, estudiar o compartir en familia. Estos espacios son acordes al tipo de consumidor de la zona de influencia, como es el caso particular de City U y Zona G en Bogotá, así como Bocagrande en Cartagena.



Zona G



Bocagrande



City U

## Transformación Digital y Tecnología

Durante el 2022 se dio continuidad al desarrollo de la Transformación Digital, la cual es foco habilitador de la estrategia y se engrana con la tecnología para soportar el crecimiento acelerado a través de la simplificación y agilidad de los procesos, garantizando al mismo tiempo la seguridad de la información y la utilización de los recursos informáticos para que todas las operaciones de Procafecol S.A. se gestionen de forma adecuada a nivel de usuarios (colaboradores), experiencia de clientes y consumidores.

Se destacan las siguientes acciones:

- Migración del programa de lealtad de las tiendas Juan Valdez® Café al nuevo proveedor de CRM (Customer Relationship Management) en la nube de Loyalty. Su implementación permitió integrar los servicios y dar inicio a los desarrollos para personalización del consumidor final y su experiencia 360°.
- Integración de las páginas web de la marca, de e-commerce y página web del programa de lealtad "Amigos".
- Contratación de servicios para la administración del sistema de ciberseguridad [EDR \(Endpoint Detection and Response\)](#) y [SOC \(Centro de Operaciones de Seguridad\)](#) que mitiga los accesos no autorizados a los computadores de la compañía y evita indisponibilidad de los sistemas de información de las tiendas Juan Valdez® Café, planta de alimentos y oficina central.
- Desarrollo para cambiar la App actual de Juan Valdez® con el fin de tener mejores flujos de navegación para los clientes y hacerla visualmente más atractiva.
- Para la administración y gestión directa de mensajeros, se desarrolló un programa propio que permite controlar las entregas de productos al cliente final por medio de domicilios desde las tiendas Juan Valdez® Café.
- Salida en vivo de flujos de [RPA \(automatización robótica de procesos\)](#), con lo cual se generaron procesos programados para las operaciones del portal de terceros, entre otros.

- Creación de un subnodo en SAP para controlar las operaciones contables de las franquicias en Estados Unidos desde Colombia.
- Implementación, junto con el área de Gestión Humana, del programa Falcón para captura biométrica de entrada y salida del personal de las tiendas Juan Valdez® Café, de forma ágil y en tiempo real.
- Primeras pruebas del programa Aranda (el cual reemplazó la aplicación Mantis para gestión de servicios), el cual permite al personal de las tiendas y oficina central canalizar todas sus solicitudes de tecnología.
- Ampliación de canales de internet y actualización de fibra óptica para las tiendas Juan Valdez® Café, generando mayor velocidad en consultas transaccionales.
- Actualización de 120 terminales de punto de venta de última generación en las tiendas Juan Valdez® Café, generando mayor velocidad en los procesos de venta y atención.

Las iniciativas más destacadas en el portafolio de proyectos del área de Tecnología y Transformación Digital son las siguientes:

- *Seguridad de la información*: acciones adicionales para continuar reforzando el sistema de control interno de la compañía.
- *Crecimiento internacional*: iniciativas respecto a los sistemas de información para gestión y control de la información de ventas de franquiciados y socios.
- *Puntos de venta cashless*: nuevas formas de pago digital para las tiendas Juan Valdez® Café en Colombia.
- Expansión internacional del programa de lealtad "Amigos" de Juan Valdez®.



## **h. Resultados financieros e indicadores- Estados financieros separados**

[GRI 3-3] [CO12 7.4.3.2.4, 7.4.1.2.4.1, 7.4.1.2.4.2]

La gestión financiera de la compañía y sus resultados no se limitan exclusivamente a los ingresos, la gestión de costos y gastos, los resultados del Ebitda y la administración de capital de trabajo, sino que también incluyen otras cuentas del balance que merecen especial atención para evidenciar una situación financiera sana, incluso reconocida por externos, como es el caso de la ratificación de calificación hecha por Fitch Ratings Colombia.

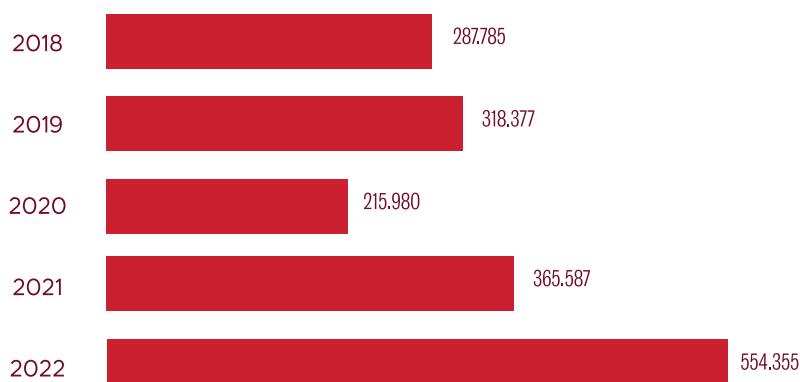
### **i. Ingresos operacionales**

En 2022 Procafecol S.A. llegó a una cifra récord en ingresos operacionales de \$554.355 millones, con un aumento del 51,6% frente a

los ingresos obtenidos en 2021, lo que estuvo impulsado por el crecimiento en ventas de todos los canales de la compañía como Tiendas Colombia, Internacional, Consumo Masivo e Institucional.

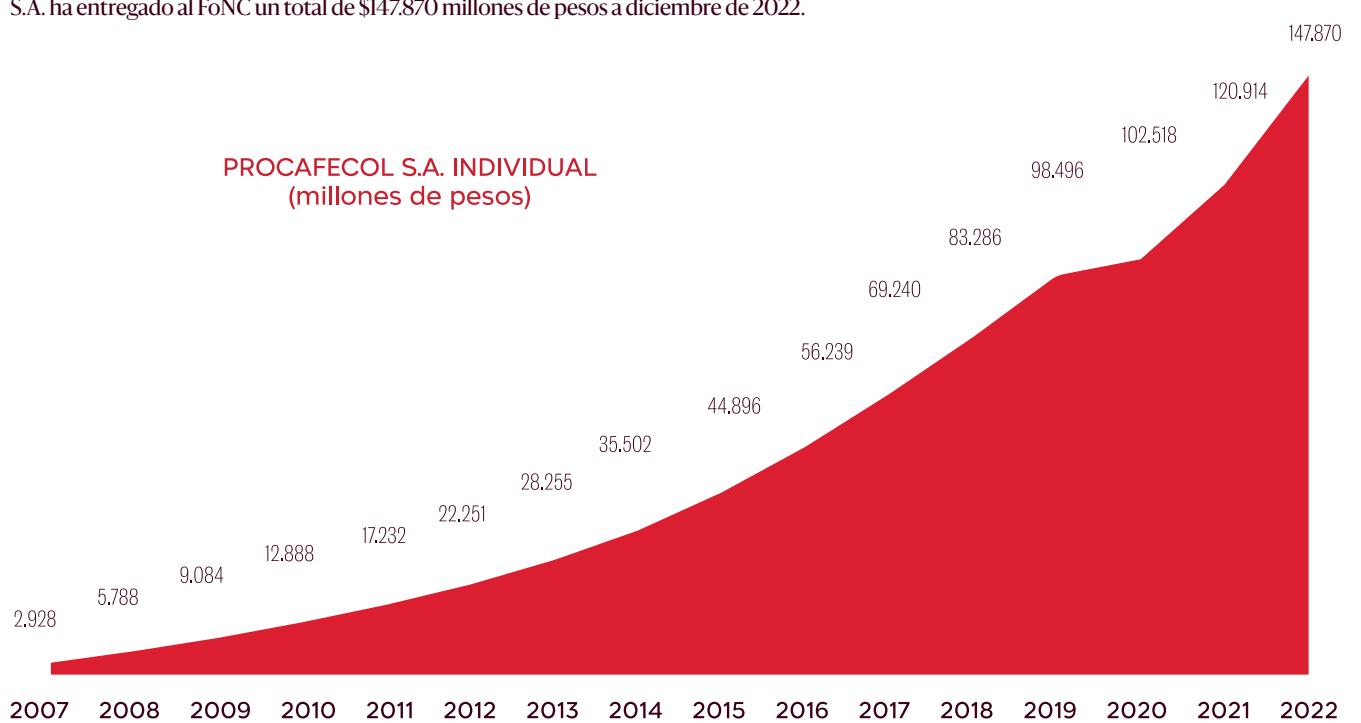
Cabe resaltar que a lo largo de estos cinco años Procafecol S.A. ha tenido un excelente comportamiento en los ingresos operacionales, presentando un crecimiento anual compuesto del 17,8%. En este mismo periodo, Procafecol S.A. ha batido récords en ventas gracias al diseño y ejecución de acciones comerciales, estrategias de marca y posicionamiento, innovación de productos y canales, así como un mayor enfoque y profundización en canales digitales.

#### **INGRESOS OPERACIONES EFFF SEPARADOS. (millones de pesos)**



### **ii. Regalías**

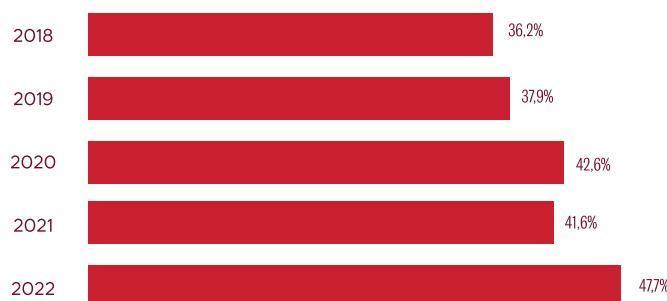
El aporte de regalías al Fondo Nacional del Café por la explotación de la marca Juan Valdez® continúa contribuyendo al desarrollo integral y al bienestar de los caficultores a través de la gestión realizada por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. En su operación individual, Procafecol S.A. ha entregado al FoNC un total de \$147.870 millones de pesos a diciembre de 2022.



### iii. Costo de ventas

El porcentaje del costo sobre los ingresos operacionales fue del 47,7%, lo que representa un incremento de 6,1 puntos porcentuales con respecto a 2021. Este crecimiento se dio en gran parte gracias a la finalización del beneficio de exención de IVA para las ventas de alimentos y bebidas en tiendas que estuvo vigente desde mayo del 2020 hasta diciembre 2021 por causa de la pandemia del COVID-19. Así mismo, durante el 2022 tanto la economía nacional como las economías mundiales experimentaron incrementos importantes en los costos de los insumos; particularmente, en el modelo de negocio de Procafecol S.A. se presentó un aumento importante en el costo del café verde y liofilizado, el cual casi se duplicó entre enero de 2021 y diciembre de 2022.

**COSTO DE VENTAS / VENTAS EEFF SEPARADOS**  
 (millones de pesos)



### iv. Gestión por actividades de operación

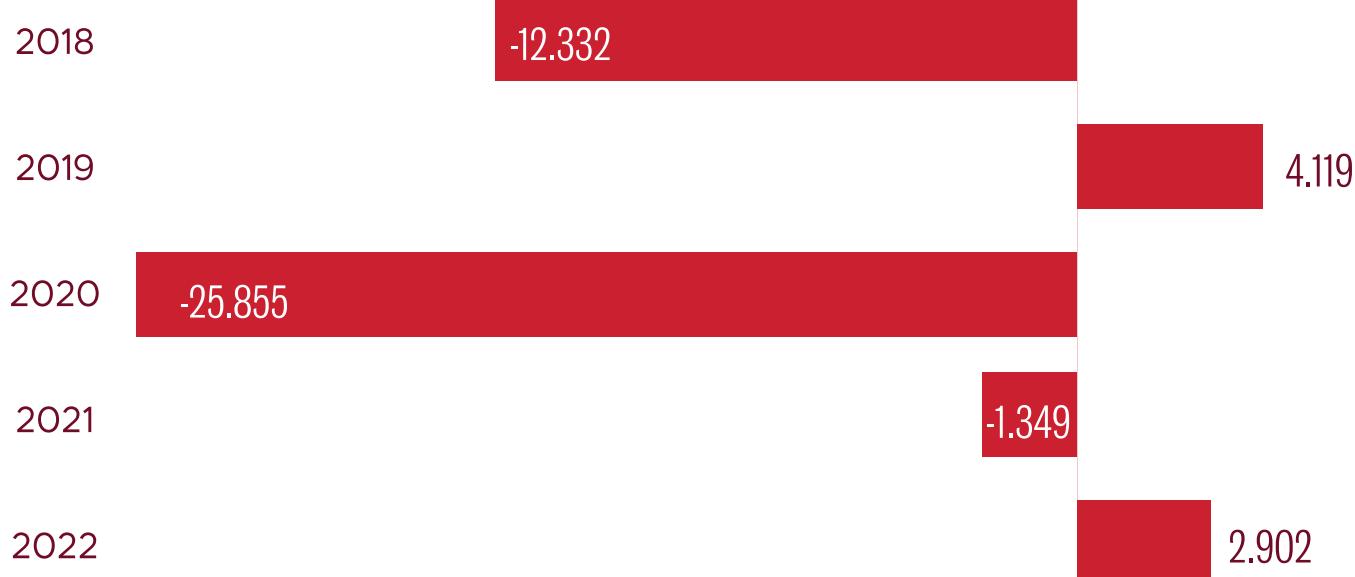
Al cierre de 2022, las ganancias por actividades de operación ascendieron a \$29.770 millones, lo que significó un aumento de \$7.621 millones de pesos con respecto al 2021. Si bien el margen bruto se vio afectado por los aumentos generalizados en las materias primas, la administración logró compensar con una mayor eficiencia en los gastos de operación; así como los gastos por beneficios a empleados, administración y ventas disminuyeron su participación como porcentaje de la venta, pasando del 52,40% en 2021 al 46,80% en 2022. Adicionalmente, es importante mencionar que, a pesar de haber finalizado el beneficio fiscal (exención del IVA para bebidas y alimentos) otorgado por el gobierno nacional, producto de la emergencia sanitaria declarada en 2020, la compañía aumentó la productividad significativamente.

Durante estos cinco años, el resultado de las ganancias por actividades de operación prácticamente se duplicó, producto de la gestión comercial que ha incrementado las ventas de forma significativa, así como la eficiencia tanto en gastos operacionales como gastos fijos.

### v. Resultado del ejercicio

El resultado del ejercicio fue de \$2.902 millones de pesos, lo que representa el 0,5% de la venta y un incremento de 0,9 puntos porcentuales con respecto a 2021. Dos de los gastos no operacionales con mayor crecimiento e impacto en la utilidad neta fueron los costos financieros y el impuesto de renta. Los costos financieros aumentaron en un 47%, debido principalmente al incremento en las tasas de interés que experimentó la economía local. Por otra parte, el incremento en el impuesto de renta se debe al aumento de la utilidad fiscal de un año a otro y al aumento de la tarifa nominal del impuesto a las ganancias corporativas, que pasó del 31% en 2021 al 35% en 2022.

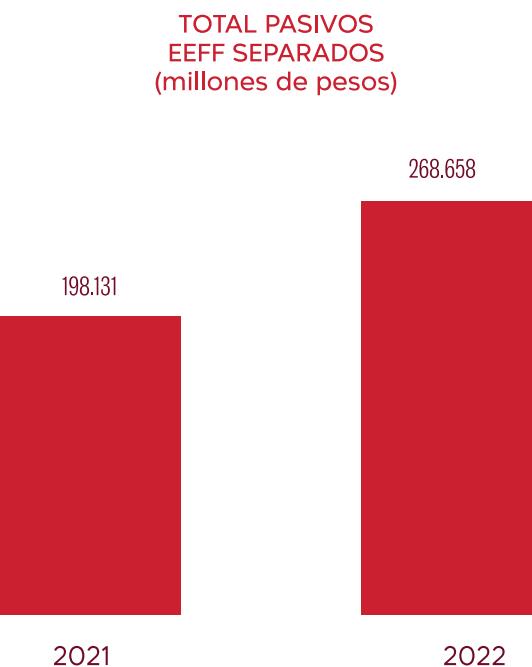
**RESULTADO DEL EJERCICIO**  
 EEFF SEPARADOS  
 (millones de pesos)



## vi. Activos

Al cierre de 2022, los activos de la compañía aumentaron en \$74.214 millones de pesos respecto al 2021, lo que equivale a un incremento del 33%. Esto obedeció principalmente al incremento en un 78,3% de los activos corrientes (50,5% del total de los activos), especialmente de los inventarios y las cuentas comerciales por cobrar. Con respecto a los inventarios, la compañía incrementó la compra de café liofilizado e insumos importados para atender las necesidades de las ventas de los canales comerciales y así minimizar las novedades de abastecimiento. La variación de las cuentas comerciales por cobrar obedece al incremento en las ventas, principalmente en el canal de Grandes Superficies Colombia.

El alto crecimiento de los activos corrientes se compensó con un incremento inferior, del 5,7%, del activo no corriente (49,5% de los activos), entre los cuales los más representativos fueron la propiedad, planta, equipo y los activos por derecho de uso. En cuanto a la propiedad, planta y equipo, el crecimiento estuvo impulsado por los proyectos de aperturas y remodelaciones de tiendas durante 2022, lo cual a su vez impactó los activos por derechos de uso al ser adicionados nuevos contratos de arrendamiento.



2021

2022

**TOTAL ACTIVOS EEFF SEPARADOS (millones de pesos)**

298.775



2021

2022

## vii. Pasivos

El pasivo de la compañía tuvo un incremento de \$70.527 millones de pesos, equivalente a una variación positiva del 35,6%. La causa principal del incremento en las deudas y obligaciones de la compañía se dio por el aumento en las obligaciones financieras de corto plazo en un 69,9% (19,2% del pasivo) y de las cuentas comerciales por pagar en un 83,0% (32,1% del pasivo). Estas últimas están relacionadas con el incremento de inventario de materias primas y la inversión para apertura de tiendas.

Lo anterior se vio compensado con una reducción en la deuda financiera de largo plazo en un 22,8% (13,6% del pasivo).

## viii. Deuda financiera

Respecto al 2021, la deuda financiera aumentó en \$10.416 millones de pesos, equivalente a un incremento del 13,4%. Este se dio principalmente para financiar las aperturas y remodelaciones de tiendas y fondear el incremento de capital de trabajo de la compañía.

**DEUDA FINANCIERA EEFF SEPARADOS (millones de pesos)**

88.205



2021



2022

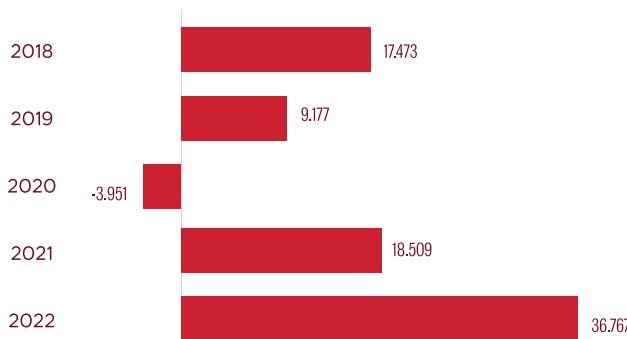
## i Principales Índices financieros - Estados financieros separados

[GRI 3-3] [C012 7.4.3.2.4, 7.4.1.2.4.1, 7.4.1.2.4.2]

### i. Gestión de Capital de trabajo

El crecimiento continuo de los ingresos de Procafecol S.A. provenientes de los canales comercializadores de café tostado y liofilizado (Canal Tradicional, Internacional y Grandes Superficies), especialmente en los dos últimos años, ha llevado a que la compañía deba realizar importantes inversiones en capital de trabajo, las cuales están representadas principalmente en inventarios. Este aumento ha estado enfocado en asegurar la respuesta a la creciente demanda de café en las diferentes geografías donde Procafecol S.A. comercializa sus productos. Paralelamente, las cuentas por cobrar han incrementado de acuerdo con el incremento en las ventas y las condiciones comerciales propias para la comercialización de bienes de consumo; esto manteniendo siempre bajo monitoreo las políticas de cartera de la compañía y los indicadores de liquidez. Con respecto a las cuentas por pagar, estas incrementaron a un ritmo equivalente al de la operación, principalmente para responder a las necesidades de inventario, inversión y operación de la compañía; lo anterior sin descuidar la salud financiera de la organización.

#### CAPITAL DE TRABAJO EIFF SEPARADOS



#### Gestión de cartera

Durante el año 2022, las cuentas por cobrar tuvieron un incremento importante, producto del crecimiento de las ventas en canales comerciales diferentes a tiendas. Sin embargo, dicho crecimiento no afectó la dinámica del recaudo, que fue muy positiva, lo que llevó a una rotación de cartera promedio de 46 días, la cual está por debajo de la del año 2021, que fue de 52 días. Cabe anotar que las condiciones de crédito y apertura de nuevos clientes se mantuvieron dentro de lo enmarcado en la política de cartera de la compañía y que el seguimiento a las cuentas por cobrar fue uno de los focos más importantes durante el año, lo que ayudó a generar eficiencias en el capital de trabajo.

#### Gestión de Inventarios

Durante el año 2022, la cobertura de inventario de la compañía tuvo un incremento del 62% al cierre del año, buscando soportar el crecimiento de las ventas en canales comerciales y asegurar una cobertura razonable de inventario, principalmente de café liofilizado, para minimizar riesgos de agotados, como los que se tuvieron en 2021 y 2022 por desabastecimiento de materiales críticos para la fabricación del mismo. Dicho crecimiento aportó un 68% del aumento de los activos de la compañía, con lo que se logró mantener un nivel de servicio durante el año 2022 superior al 95% para los diferentes canales comerciales.

#### Gestión con Proveedores

Durante el año 2022 la gestión desde la cadena de abastecimiento con los aliados de negocio estuvo enfocada en la gestión de eficiencias en costo y gastos, buscando aprovechar las economías de escala generadas por el crecimiento de volúmenes de compra de la compañía. A pesar de ello, y del alto nivel de inflación experimentado durante el año, se logró cumplir con la meta en costos de venta y gastos logísticos.

Por otra parte, en los últimos cinco años (2018-2022) se ha logrado de manera oportuna la devolución de saldos a favor por parte de la administración de impuestos por más de \$19.220 millones de pesos en el impuesto de renta y más de \$8.483 millones de pesos en impuesto sobre las ventas, contribuyendo así con el flujo de caja de la compañía. Por otra parte, se han implementado revisiones en la preparación de declaraciones tributarias que permiten un mejor análisis y administración de créditos fiscales, además de la implementación de controles que permiten el cumplimiento de las obligaciones dentro del marco legal, evitando sanciones.

Atendiendo la evolución tecnológica que ha tenido la DIAN en los últimos años, se han realizado las configuraciones necesarias para cumplir con los respectivos requerimientos como facturación electrónica, documento soporte y recepción de facturas, entre otros.

### ii. Índices de solvencia

Apalancamiento financiero: aumentó de 8,5 a 9,9 a razón del mayor incremento en el activo que en el patrimonio, dado por el aumento de los inventarios de café y activos fijos para aperturas y remodelaciones de tiendas.

**Razón de endeudamiento del activo total:** aumentó de 0,88 a 0,90 dado que, para financiar el incremento de los principales activos de la compañía, fue necesario incurrir en un mayor endeudamiento a través de proveedores y deuda, principalmente de corto plazo.

**Razón de endeudamiento de largo plazo:** a pesar de que la razón de endeudamiento total incrementó, la de largo plazo se redujo de 3,19 a 3,05, pasando de \$47.407 millones de pesos a \$36.583 millones de pesos.

[C012 7.4.1.2.4.2]

En general, durante 2022 no se presentaron cambios materiales en relación con la situación de solvencia de Procafecol S.A.

### iii. Índices de liquidez

**Razón corriente:** aumentó de 0,74 a 0,85 principalmente por el incremento en el nivel de inventarios de café, insumos importados y de las cuentas comerciales por cobrar; estas cuentas del activo se incrementan debido al crecimiento de las ventas de la compañía.

**Razón ácida:** se redujo de 0,44 a 0,37 debido al mayor incremento en la deuda financiera de corto plazo y de las cuentas comerciales por pagar para financiar el aprovisionamiento de inventario y el plan de expansión, especialmente de las tiendas.

**Razón de efectivo y equivalentes:** la razón bajó de 0,06 a 0,04, con un decrecimiento de 0,01 respecto al 2021. Esta disminución se dio principalmente por el crecimiento del pasivo corriente, que pasó de \$113.866 millones de pesos a \$176.801 millones de pesos (+62.935 millones de pesos), mientras que el efectivo y equivalentes al efectivo tuvo una variación de +\$1.013 millones de pesos.

[CO12 7.4.1.2.4.2]

De acuerdo con lo anterior, no se evidencian cambios materiales en la liquidez de la compañía que puedan llegar a afectar la operación de la misma.

#### iv. Índices de desempeño

**Margen Bruto:** se redujo de 58,4% a 52,3%, una variación negativa de 6,1 puntos porcentuales derivada, por una parte, de la reducción del ticket promedio de tiendas nacionales por la eliminación del beneficio de IVA en sus ventas de alimentos y bebidas; y, por otra parte, del incremento en el costo del café y los demás insumos.

**Margen neto:** aumentó de -0,4% a 0,5%, debido principalmente a que en 2021 se capitalizó parte de la cartera comercial de la subsidiaria de Procafecol S.A. -NFCGC- y se reconoció la pérdida por método de participación patrimonial de la inversión debido a sus pérdidas acumuladas; por consiguiente, el saldo de la inversión a 31 de diciembre de 2021 fue cero.

**Rentabilidad sobre los activos:** la rentabilidad del activo fue del 1,0%, superior en 1,6 puntos porcentuales respecto al 2021, año en el cual se reconoció una rentabilidad sobre los activos del -0,6%. La recuperación de este indicador es consecuencia del incremento en las ventas

y de la eficiencia en los gastos fijos de la compañía, lo que llevó a un resultado por actividades de operación positivo. Cabe resaltar que durante el 2022 se hicieron aperturas de tiendas con niveles de venta y Ebitda más exigentes, lo que a su vez permitió mejorar la rentabilidad sobre los activos.

**Rentabilidad sobre el patrimonio:** la rentabilidad del patrimonio registró una recuperación de +14,7 puntos porcentuales con respecto al 2021, periodo en el cual el indicador registró un rendimiento del -5,1%; no obstante, en 2022 aumentó a 9,6%, debido a la mejora en el resultado del ejercicio en \$4.251 millones de pesos.

#### v. Índices de actividad

**Rotación de cartera:** la cartera pasó de recaudar cada 10,6 veces durante 2021 a 12,9 veces en 2022. Esto debido a un mayor incremento de las ventas con respecto a las cuentas por cobrar y, adicionalmente, a la buena gestión en el recaudo de cartera en el segmento de clientes de grandes superficies y franquicias internacionales.

**Rotación de inventarios:** se redujo de 4,4 a 3,1 veces, debido a una mayor acumulación de inventarios para atender las necesidades de las sobre ejecuciones de ventas de los canales comerciales.

#### vi. Ganancia o pérdida neta por unidad de aporte en circulación

Pasó de -\$77 pesos por acción en 2021 a \$165; es decir, tuvo una valorización de \$242 pesos por acción como consecuencia del resultado del ejercicio positivo.

### j. Resultados financieros e indicadores-Estados financieros consolidados

[GRI 3-3] [CO12 7.4.3.2.4, 7.4.1.2.4.1, 7.4.1.2.4.2]

#### i. Ingresos operacionales

Procafecol S.A. y sus subsidiarias lograron capitalizar en 2022 la dinámica económica mundial, principalmente a causa de la mayor demanda de café vendido a través de sus tiendas y diferentes canales de distribución en Colombia y el mundo. Así, la marca de los caficultores colombianos continuó conquistando a los consumidores de café premium 100% colombiano, logrando superar los ingresos operacionales obtenidos en 2021 en \$205.880 millones de pesos (+53,0%).

Cabe destacar el comportamiento de la subsidiaria NFGCG, que opera la marca de Juan Valdez® en los Estados Unidos, la cual logró un crecimiento del 26,4% de las ventas como resultado de la gestión en los diferentes canales de venta, principalmente en las grandes superficies y en el canal institucional.

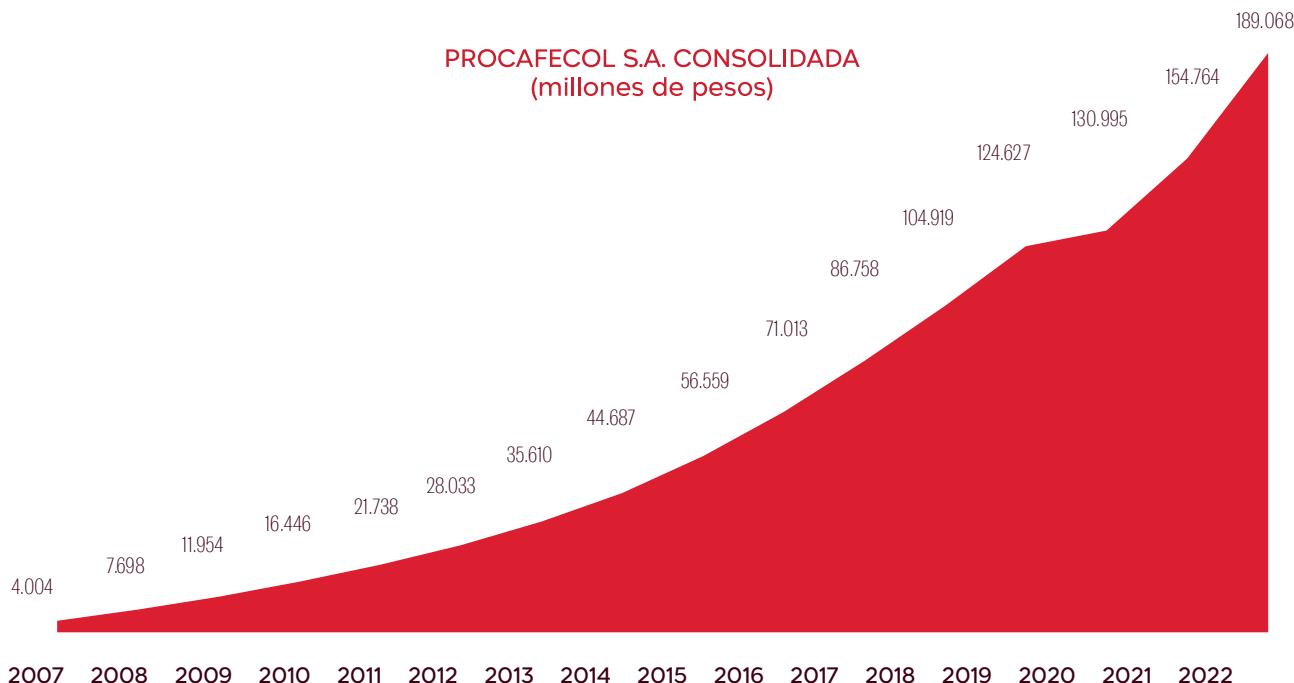
Es importante resaltar el gran crecimiento que ha venido registrando la compañía desde el 2018 a pesar de hechos impactantes como la pandemia en el 2020.

#### INGRESOS OPERACIONALES EFFF CONSOLIDADOS (millones de pesos)

2018		303.132
2019		338.676
2020		238.550
2021		388.700
2022		594.580

## ii. Regalías

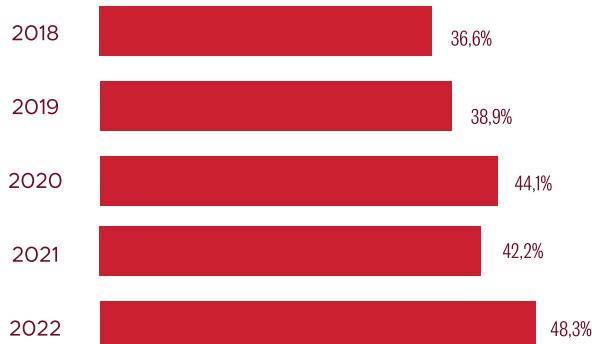
El aporte de regalías al Fondo Nacional del Café (FoNC) por la utilización de la marca Juan Valdez® continúa contribuyendo a la inversión en desarrollo integral y al bienestar de los caficultores a través de la gestión realizada por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. En su operación consolidada, Procafecol S.A. ha generado al FoNC, entre los años 2006 y 2022, un total de \$189.068 millones de pesos.



## iii. Costo de ventas

El costo ascendió a \$287.086 millones de pesos, lo que representa un aumento de 6,1 puntos porcentuales con respecto a la venta. Sin embargo, a pesar de que en el 2022 el costo de la gran mayoría de las materias primas tuvo un fuerte incremento, principalmente el precio del café, la administración de Procafecol S.A. pudo contener en gran medida estos efectos a través de una gestión eficiente de márgenes, logrando un balance entre incremento de precios y negociación con proveedores. Finalmente, es importante mencionar que al perder la exención del IVA en el 2022 en la venta de alimentos y bebidas en las tiendas, se disminuyó el precio promedio de venta, motivo por el cual aumentó la participación del costo como porcentaje de la venta.

COSTO DE VENTAS / VENTAS  
 EEFF CONSOLIDADOS  
 (millones de pesos)

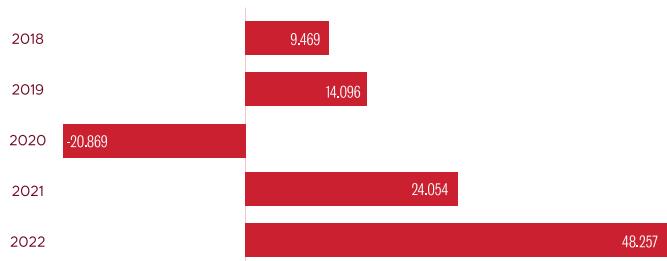


## iv. Gestión por actividades de operación

Las ganancias por actividades de operación fueron de \$48.256 millones de pesos, una mejora de 1,9 puntos porcentuales en el margen operacional con respecto a 2021.

Este resultado corresponde principalmente a una mejora en la gestión de los gastos y a la mayor dilución de gastos fijos gracias al aumento significativo de los ingresos operacionales. Así, los gastos pasaron de representar el 57,2% en 2021 al 48,1% en 2022. Las principales eficiencias se encontraron en los gastos de ventas, gastos de administración y gastos relacionados con personal. Se destaca el aumento año a año de la ganancia por actividades de la operación -excepto en el 2020 por motivos de pandemia-, producto de las estrategias comerciales y de mercadeo que se han venido implementando a lo largo de estos últimos cinco años.

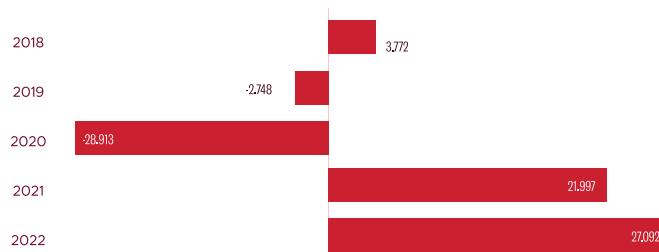
GANANCIA POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN  
 EEFF CONSOLIDADOS  
 (millones de pesos)



## v. Resultado del ejercicio

Se obtuvo un resultado positivo de \$27.092 millones de pesos, que comparado con los \$21.997 millones de pesos en 2021, representa un aumento de \$5.095 millones de pesos. El crecimiento en el resultado del ejercicio se derivó fundamentalmente del crecimiento en la utilidad operacional de la compañía, que como se comentó anteriormente, se derivó por ahorros y eficiencias encontradas en los gastos de ventas y administración, principalmente.

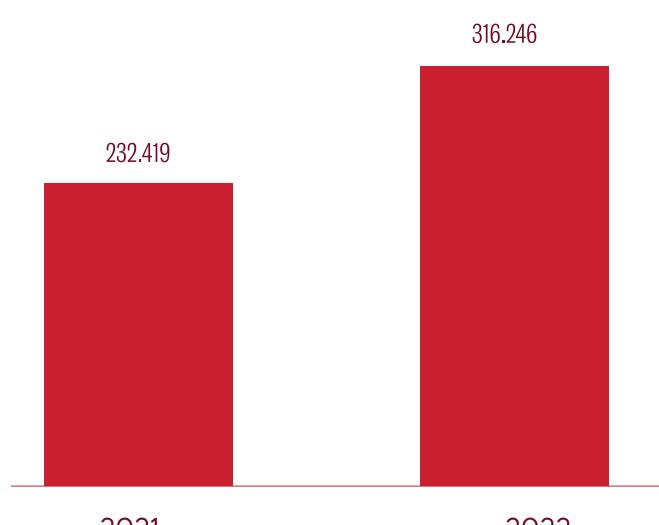
**RESULTADO DEL EJERCICIO  
 EEFF CONSOLIDADOS  
 (millones de pesos)**



## vi. Activos

El activo aumentó en \$83.827 millones de pesos, que equivalen a un crecimiento de 36,1% con respecto a 2021. La variación se dio principalmente por el cambio en los activos corrientes, en los que cuentas asociadas a inventarios, impuestos y a cuentas por cobrar aumentaron en conjunto \$68.665 millones de pesos. Así mismo, el activo no corriente sufrió un incremento de \$13.753 millones de pesos, principalmente por las adiciones en las cuentas de propiedad, planta y equipo, y activos por derecho de uso en menor proporción.

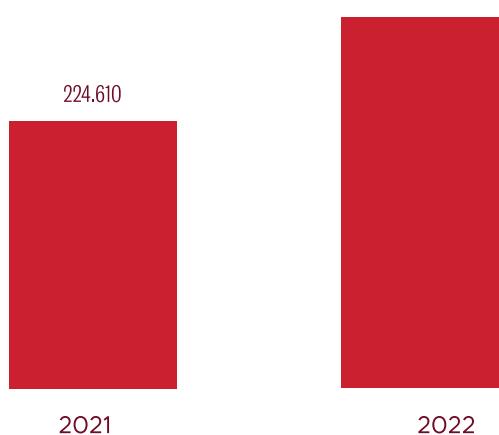
**TOTAL ACTIVOS  
 EEFF CONSOLIDADOS  
 (millones de pesos)**



## vii. Pasivos

El aumento del pasivo durante 2022 fue de \$64.744 millones de pesos, equivalente a un crecimiento de 28,8% en relación con 2021. En el desagregado, los principales aumentos se dieron en las cuentas del pasivo corriente, donde las cuentas por pagar comerciales, los beneficios a colaboradores, las cuentas por pagar a partes relacionadas y las obligaciones financieras sufrieron los mayores cambios. Con respecto a las cuentas comerciales por pagar, la variación está directamente relacionada con el incremento en la compra de inventarios y suministros de las compañías Procafecol S.A. y NFCGC Investments INC.

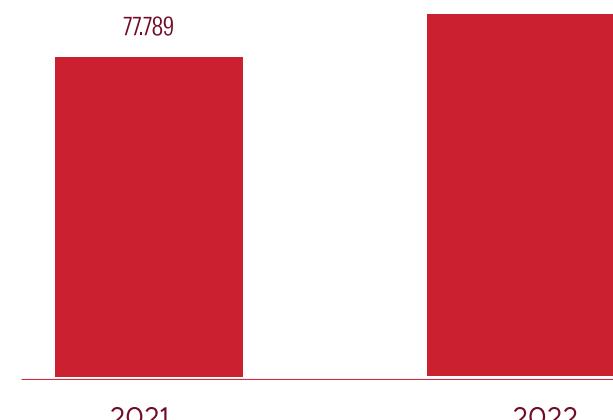
**TOTAL PASIVOS  
 EEFF CONSOLIDADOS  
 (millones de pesos)**



## viii. Deuda financiera

La deuda financiera aumentó \$10.416 millones de pesos, hasta llegar a una cifra de \$88.205 millones, lo equivalente a un crecimiento del 13,4%. Este crecimiento se dio principalmente para apalancar la expansión de tiendas y las mayores necesidades en capital de trabajo, principalmente para la reposición de inventario. Cabe destacar la gestión realizada por la administración desde el 2018 para mantener un nivel de deuda acorde con las necesidades de crecimiento, sin perder de vista el riesgo financiero y los costos asociados al mismo.

**DEUDA FINANCIERA  
 EEFF CONSOLIDADOS  
 (millones de pesos)**



## k. Principales Índices financieros - Estados financieros consolidados

### i. Índices de solvencia

**Apalancamiento financiero:** disminuyó de 29,8 a 11,8 a razón de una mejora sustancial en el patrimonio total del 2022. El incremento del patrimonio se derivó del resultado positivo del ejercicio mencionado anteriormente, que a su vez es la consecuencia de los buenos resultados en materia ventas y en la gestión de gastos por parte de la administración.

**Razón de endeudamiento del activo total:** disminuyó de 0,97 a 0,91 a razón de un mayor incremento en el activo total por valor de \$83.830 millones de pesos, equivalente al 36,1%, mientras que el pasivo total tuvo una variación de \$64.744 millones de pesos, equivalente al 28,8%. Por segundo año consecutivo, este indicador mejoró de manera importante, impulsado principalmente por unas menores necesidades de endeudamiento a razón de la generación de caja en 2022.

**Razón de endeudamiento de largo plazo:** disminuyó de 13,24 a 3,97 por el incremento del patrimonio derivado del resultado positivo al final del ejercicio 2022. Lo anterior se debe en gran medida a que la estructura de financiación de largo plazo no sufrió cambios sustanciales y a que, por el contrario, el patrimonio creció de forma importante. Esto ha sido un foco de la administración actual, luego del impacto que sufrió la compañía durante el 2020 a razón de los efectos derivados de la pandemia del COVID-19.

[C012 7.4.1.2.4.2]

En general, durante 2022 no se presentaron cambios materiales en relación con la situación de solvencia de Procafecol S.A. y sus subsidiarias.

### ii. Índices de liquidez

**Razón corriente:** aumentó de 0,84 a 0,94 a causa principalmente del incremento en las cuentas comerciales por cobrar e inventarios por valor de \$13.586 millones de pesos y \$49.011 millones de pesos, respectivamente. El aumento de estas cuentas se dio principalmente por el aumento de los ingresos operacionales derivados de la consolidación de la reactivación comercial a nivel nacional e internacional.

**Razón ácida:** disminuyó de 0,50 a 0,44, producto fundamentalmente del aumento del pasivo corriente. Esto sucedió en gran parte debido al aumento de las cuentas comerciales por pagar a proveedores. El aumento se registró fundamentalmente como consecuencia del crecimiento de la operación de la compañía.

**Razón de efectivo y equivalentes:** el efectivo como proporción de los pasivos corrientes equivale al 5,9%, con un decrecimiento respecto al 2021 de 2,1 puntos porcentuales. Principalmente, esta disminución se generó por el crecimiento del pasivo corriente, el cual creció en aproximadamente \$61.239 millones de pesos, mientras que el efectivo y equivalentes solo tuvo una variación de \$1.077 millones de pesos. Por otra parte, el pasivo corriente aumentó principalmente a consecuencia del crecimiento en las cuentas comerciales por pagar a proveedores.

[C012 7.4.1.2.4.2]

De acuerdo con lo anterior, no se evidencian cambios materiales en la liquidez de la compañía y sus subsidiarias que puedan llegar a afectar la operación de las mismas.

### iii. Índices de desempeño

**Margen Bruto:** disminuyó de 57,8% a 51,7%, una variación negativa de 6,1 puntos porcentuales debida principalmente a la presión en los costos de café y otros insumos, y a la pérdida del beneficio fiscal del IVA. Sin embargo, se destaca la gestión realizada por la administración, teniendo en cuenta que el costo del café se mantuvo por gran parte del 2022 en máximos históricos de los últimos nueve años.

**Margen neto:** disminuyó de 5,7% a 4,6% en el 2022, lo que se dio principalmente por el mayor gasto en costos financieros a razón del alza en las tasas de interés y al impacto del impuesto de renta.

**Rentabilidad sobre los activos:** la rentabilidad del activo fue del 8,6%, inferior en 1 punto porcentual respecto al 2021. La disminución de este indicador es consecuencia del aumento en el activo total, principalmente por el crecimiento de los inventarios y los activos por impuestos corrientes.

**Rentabilidad sobre el patrimonio:** la rentabilidad del patrimonio se mantuvo positiva por segundo año consecutivo. Para el año 2022, la rentabilidad del patrimonio fue del 100,7%, comparada con una rentabilidad del 281,7% en el año 2021. Este resultado se dio a razón del aumento en el patrimonio del año 2022, que a su vez se derivó del resultado del ejercicio obtenido en el año 2021. Así, el patrimonio pasó de \$7.809 millones a \$26.892 millones, lo que representa un crecimiento de \$19.083 millones o del 244,4%.

### iv. Índices de actividad

**Rotación de cartera:** aumentó de 9,4 a 10,8 veces debido al mayor crecimiento de las ventas con respecto a las cuentas por cobrar. Esta situación se generó como consecuencia de la mayor dinámica comercial en canales diferentes a tiendas, lo que aplica a nivel nacional e internacional. Así mismo, se destaca la buena gestión en el recaudo de cartera de Procafecol S.A. y NFCGC Investments para los clientes de grandes superficies y franquicias internacionales.

**Rotación de inventarios:** se redujo de 3,95 a 3,17 veces debido a un mayor aprovisionamiento de productos. Esto se explica principalmente por la mayor dinámica de canales diferentes a Tiendas y al aumento del costo general del café a razón del aumento en el precio internacional del mismo.

## v. Ganancia o pérdida neta por unidad de aporte en circulación

Pasó de \$1.251 pesos por acción en 2021 a \$1.540; es decir, tuvo un crecimiento de \$290 pesos por acción. Esto como consecuencia del resultado de la ganancia del ejercicio 2022.

[GRI 201-1]

Este es el valor económico generado en el 2022 por Procafecol S.A.:

Valor Económico Generado en 2022 (VEG)	EEFF Separado (Millones de pesos)	EEFF Consolidado (Millones de pesos)
Ingresos Operacionales	554.355	594.580
<b>Valor Económico Distribuido (VED)</b>	<b>1.148.419</b>	<b>1.215.226</b>
a. Costos operacionales	404.183	435.973
b. Pagos o abonos realizados a proveedores de bienes, servicios y materiales	398.730	432.223
c. Pagos de salarios, prestaciones legales y extralegales para los colaboradores	88.875	89.362
d. Pagos o abonos a proveedores de capital (corresponde a obligaciones financieras y endeudamiento a corto y largo plazo)	25.477	25.477
e. Pagos o abonos al Gobierno	9.337	10.374
f. Pagos por inversiones en la comunidad	221.817	221.817
<b>Valor Económico Retenido (VER)</b>	<b>-594.064</b>	<b>-620.646</b>

### III. TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS, NETO

[CO12 7.4.3.2.6, 7.4.1.2.6]

Durante el 2022 y 2021, se realizaron las siguientes transacciones comerciales con partes relacionadas:

#### i. Transacciones comerciales - Compra y venta

Durante el año, Procafecol S.A. realizó las siguientes transacciones con partes relacionadas que no son miembros de la compañía:

En miles de pesos

Categoría	País de origen	Tipo de Transacción	Al 31 de diciembre de 2022		Al 31 de diciembre de 2021	
			Compra	Venta	Compra	Venta
<b>Casa Matriz</b>						
Federacion Nacional de Cafeteros	Colombia	Arrendamientos	1.006.267	-	865.993	-
		Bienes	-	17.742	-	29.153
		Servicios	1.309.453	33.324	542.674	20.137
<b>Subsidiarias</b>						
Pod Col Coffee Ltda.	Colombia	Bienes	2.480.739	599.464	1.892.253	663.269
		Servicios	-	80.400	-	161.959
NFCGC investments Inc.		Servicios	-	145.762	-	3.848
NFCGC Retail LLC	Estados Unidos	Bienes	-	2.617.763	-	5.802.447
NFCGC Retail LLC	Estados Unidos	Servicios	-	216.930	-	323.254
NFCGC Café LLC		Servicios	-	17.622	-	-
<b>Asociadas</b>						
Promotora Chilena S.A.	Chile	Bienes	-	31.007.076	-	23.122.710
		Servicios	407.830	-	225.326	-
Promotora Ecuatorian S.A.	Ecuador	Servicios	290.628	-	214.235	-
Cafescol Tiends SL	España	Bienes	-	206.503	-	-
Cafescol Tiends SL	España	Servicios	282.231	68.573	-	-
<b>Otras Partes Relacionadas</b>						
Almacafé S.A.	Colombia	Bienes	-	13.775	-	29.148
Almacafé S.A.	Colombia	Servicios	15.152.876	-	14.350.938	1.700
Int. Food Services Corp S.A.	Ecuador	Bienes	-	4.296.382	-	3.123.063
Premier Trading Premtrading S.A.	Ecuador	Bienes	-	667.147	-	-
Premier Trading Premtrading S.A.	Ecuador	Servicios	40.103	-	-	-

#### ii Cuentas comerciales por cobrar a partes relacionadas

Los siguientes saldos se encontraban pendientes al final del periodo sobre el que se informa:

Categoría	País de origen	En miles de pesos			
		2022	2021	2022	2021
<b>Casa Matriz</b>					
Federacion Nacional de Cafeteros	Colombia	-	-	15.711.399	-
<b>Subsidiarias</b>					
Pod Col Coffee Ltda.	Colombia	-	577.439	729.491	-
NFCGC investments Inc.	Estados Unidos	14.461.745	17.342.287	-	-
NFCGC Retail LLC	Unidos	702.772	412.509	-	-
NFCGC Café LLC					
<b>Asociadas</b>					
Promotora Chilena S.A.	Chile	10.839	1.828.962	110.635	39.812
Promotora Ecuatorian S.A.	Ecuador	-	-	-	190.065
Cafescol Tiends SL	España	205.974	135.368	27.899	35.928
<b>Otras Partes Relacionadas</b>					
Almacafé S.A.	Colombia	6.319	33.377	4.488.912	3.648.721
Int. Food Services Corp S.A.	Ecuador	465.085	843.234	-	-
<b>Total</b>		15.852.734	21.173.176	21.068.336	3.914.526

A continuación, se detalla la porción corriente y no corriente para cuentas comerciales por cobrar a partes relacionadas:

	2022	2021
Subsidiarias (1)	702.875	1.955.534
Otras partes relacionadas (2)	471.450	901.851
Asociadas (3)	216.710	1.911.095
Deterioro (4)	(46)	(1.039.745)
<b>Total</b>	<b>1.390.989</b>	<b>3.728.735</b>
Préstamo a asociadas (5)	-	588.238
Deterioro	-	(482.236)
<b>Total porción corriente</b>	<b>1.390.989</b>	<b>3.834.737</b>
Préstamos a subsidiarias	32.651.460	33.330.285
Costo amortizado	(18.189.715)	(15.991.846)
<b>Porción no corriente</b>	<b>14.461.745</b>	<b>17.338.439</b>
<b>Total</b>	<b>15.852.734</b>	<b>21.173.176</b>

(1) La disminución corresponde principalmente al recaudo de cartera de la subsidiaria Pod Col Coffee Ltda por valor de \$683.763 por la venta de insumos para la producción. Así como la condonación de la cartera por valor de \$1.047.013 entre la compañía y su subsidiaria NFCGC Investment Inc mediante acuerdo del 01 de marzo de 2022.

(2) El saldo obedece principalmente a la cartera de la sociedad de Int Food Services Corp S.A por venta de café, la cual se encuentra vigente a la fecha de cierre.

(3) Al cierre de 2022 se presenta una disminución en cartera como consecuencia de un menor volumen en ventas en el último trimestre del año a la sociedad Promotora Chilena.

(4) Como consecuencia de la condonación a la subsidiaria NFCGC Investment Inc. (numeral 1), Procafecol S.A. revirtió el deterioro asociado a la cartera condonada.

(5) La variación obedece a la capitalización del préstamo otorgado a la asociada Cafescol en el 2017 así:

- Mediante acta No.25 de la Junta General Extraordinaria de Socios de la asociada Cafescol Tiendas S.L celebrada el 25 de enero de 2022, autorizó la capitalización de parte del préstamo que Cafescol mantenía con la compañía por un monto total de 44.850€ representados en 39 nuevas participaciones (valor nominal 39€ más prima de asunción 44.811€), quedando un saldo por préstamos de 62.051€ más intereses de 30.008€ al 28 de febrero de 2022, equivalentes a \$197 millones de pesos.
- El 31 de marzo de 2022 mediante acta No.31 de la Junta General Extraordinaria de Socios de la asociada Cafescol Tiendas S.L autorizó la capitalización del saldo del resto del préstamo de 62.051€ más los intereses causados hasta la fecha por valor de 46.395,41€ representados en 94 nuevas participaciones (valor nominal 94€ más prima de asunción 108.352,41€), equivalentes a \$453 millones de pesos, como consecuencia de las capitalizaciones, al 31 de diciembre de 2022 Procafecol S.A. posee 2.758 participaciones en la sociedad Cafescol Tiendas S.L.

### iii. Préstamos a partes relacionadas, neto\*

En miles de pesos

	2022	2021
NFCGC (1)	14.461.745	17.338.439
<b>Total</b>	<b>14.461.745</b>	<b>17.338.439</b>

(1) Al cierre de 2022 la compañía registró el préstamo a NFCGC al costo amortizado utilizando una tasa de descuento de 7,51% (bonos Yankees con vencimiento al 2051), con un efecto neto negativo en el resultado de \$2.197.869. El valor nominal del préstamo es de \$29.747.281 a un plazo de 42 años pagaderos hasta el 2052 susceptible de ser prorrogable a 20 años más, el cual no tiene intereses pactados.

El 20 de diciembre de 2021, la Compañía le otorgó un préstamo a un plazo de cuatro años a la subsidiaria NFCGC Investments por \$900.000

USD una tasa E.A. del 4,25% con un período de gracia de un año. Durante el año 2022 Procafecol S.A. recibió el pago de la primera cuota por \$1.344.030 más intereses por \$121.858.

\*Las cifras que en esta sección se enuncien sin el tipo de moneda están en miles de pesos colombianos.

#### iv Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas

A continuación, se detalla la porción corriente y no corriente para cuentas comerciales por pagar a partes relacionadas:

	En miles de pesos	2022	2021
Otras partes relacionadas	4.448.912	3.648.721	
Subsidiarias	729.491	-	
Asociadas	138.534	265.805	
Matriz	53.941	-	
<b>Total porción corriente</b>	<b>5.410.878</b>	<b>3.914.526</b>	
Préstamo por pagar a Casa Matriz (1)	15.657.458	-	
<b>Total porción no corriente</b>	<b>15.657.458</b>	<b>-</b>	
<b>Total cuentas por pagar a partes relacionadas</b>	<b>21.068.336</b>	<b>3.914.526</b>	

(I) Mediante contrato denominado (Mutuo Acuerdo Comercial), la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, desembolsó a Procafecol S.A durante agosto y septiembre del 2022 la suma de 15.000 millones de pesos en calidad de préstamo con un plazo de 36 meses no prorrogables, el préstamo devengará intereses remuneratorios correspondiente

al mayor entre el IBR 6M E.A + 4% E.A o el 14% E.A. los cuales fueron pactados en condiciones de mercado con un año de gracia, pagaderos semestralmente. Al cierre de 31 de diciembre de 2022 la compañía reconoció \$769 millones por concepto de intereses.



## IV. INFORME ANUAL DE GOBIERNO CORPORATIVO 2022

[GRI 2-9] [GRI 2-10] [GRI 2-11] [GRI 2-12] [GRI 2-13] [GRI 2-14] [GRI 2-15] [GRI 2-16] [GRI 2-17] [GRI 2-18] [GRI 2-19] [GRI 2-20] [C012 7.4.3.3.1, 7.4.1.3.1]

La Dirección Jurídica ha evolucionado en los últimos años, asumiendo un rol más relevante acorde con las necesidades de la compañía y las metas estratégicas que se han fijado. El área se transformó de Gerencia a Dirección en línea con las responsabilidades asumidas, siendo asignada por los órganos de gobierno como el área responsable por la promoción y liderazgo de gobierno corporativo. A partir de esta definición, los logros y proyectos más relevantes liderados por la Dirección Jurídica en los últimos cinco años se pueden citar así:

- La internacionalización de la marca, apoyando las estructuras legales y contractuales requeridas para la expansión.
- Implementación de Mejores Prácticas Corporativas: desde 2020 se hace el seguimiento, implementación y reporte de la Encuesta Código País regulada por la Superintendencia Financiera, logrando una evolución en los niveles de implementación de buenas prácticas de gobierno corporativo al pasar de 36% en 2020 a 73% al cierre de 2022.
- La promoción y logro de la aprobación de reformas estatutarias clave con el objetivo de actualizar y acoger en los estatutos las buenas prácticas de gobierno corporativo.
- Se lideró la estructuración y creación del Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad y su respectivo reglamento de funcionamiento con el fin de apoyar a la Junta Directiva en la revisión e implementación de políticas y procedimientos en materia de buenas prácticas en gobierno corporativo, y de estándares en materia de sostenibilidad, con el propósito de potencializar el desempeño, generación de valor, competitividad y perdurabilidad de Procafecol S.A. y sus grupos de interés.
- Actualización del Reglamento interno de la Junta Directiva

con el propósito de introducir medidas que permitan a la Junta y a sus comités ejercer un mayor control sobre la gestión de la compañía y que brinden mayores garantías a sus accionistas, así como reglamentar a mayor detalle los derechos y deberes de cada uno de sus miembros.

- Creación de la Política de Compras y Contratación y su respectivo comité. Así mismo, se lideró la adopción e implementación de una herramienta tecnológica de gestión contractual que permite optimizar la gestión integral, trazabilidad del flujo de aprobaciones y repositorio digital de contratos de la compañía.
- Se promovió, redactó y lideró ante la Junta Directiva la aprobación del primer Código de Gobierno Corporativo de la compañía. Además, se ha liderado el proceso de actualización de esta norma para garantizar la implementación de las Mejores Prácticas Corporativas determinadas y de la regulación obligatoria dictada por la Superintendencia Financiera y demás autoridades competentes.
- Se apoyó la actualización del Código de Ética y se integró el Comité de Ética.
- La Dirección Jurídica asumió en 2020 el rol como Oficial de Protección de Datos Personales en la compañía. Desde entonces, ha liderado la actualización y seguimiento de la Política de Protección de Datos. Se implementó un Sistema Integral de Gestión de Datos Personales de la compañía con asignación de supervisores de datos personales en cada una de las diferentes áreas involucradas, y se creó un Comité de Protección de Datos Personales.

### a. Estructura de la propiedad

#### i. Capital y estructura de la propiedad de la Sociedad

	Capital Autorizado	Capital Suscrito	Capital Pagado
Valor	\$89.000.000.000	\$87.938.480.000	\$87.938.480.000
Número de Acciones	17.800.000	17.587.696	17.587.696
Valor Nominal	\$5.000	\$5.000	\$5.000

**ii Composición Accionaria e identidad de los accionistas que cuenten con participaciones significativas (igual o superior al 5%)**

[CO12 7.4.3.2.2, 7.4.1.2.2]

Tipo de acciones	Número de acciones	Porcentaje
Acciones ordinarias	18.252	87,8%
Acciones preferenciales	2	12,2%

Accionista	Tipo de Acciones		Número total de acciones	Porcentaje
	Ordinarias	Preferenciales		
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia	14.800.317	1.738.148	16.538.465	94,03%
Almacafé S.A.	106	400.000	400.106	2,27%
Fundación Manuel Mejía	70.737	-	70.737	0,40%
Caficultores y otros Accionistas	578.388	-	578.388	3,29%

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia es una persona jurídica de derecho privado, sin ánimo de lucro, de carácter gremial, de naturaleza federativa, en la que todos sus agremiados gozan de iguales

derechos, y en ese sentido su participación no está expresada en términos de porcentaje de acciones o cuotas sociales como ocurre en las Sociedades Comerciales.

**iii. Información de las acciones de las que sean propietarios los miembros de la Junta Directiva o de la Alta Gerencia.**

Miembros de la Junta Directiva	Número de acciones
Juan Camilo Becerra Botero	No posee acciones
Juan Camilo Ramos Mejía	No posee acciones
María Ángela Holguín Cuéllar	No posee acciones
Juan Camilo Robledo Vásquez	No posee acciones
Pablo Casabianca Escallón	No posee acciones
Claudia Amparo Barrero Lozano	No posee acciones
Ana María Barrera Vallejo	No posee acciones
Yonatan Bursztyn Vainburg	No posee acciones
Carlos Alberto Eraso López	500 acciones ordinarias
Ana María Folleco Alzate	2 acciones ordinarias

Miembros de Alta Gerencia	Número de acciones
Camila Escobar Corredor	No posee acciones
Pedro Antonio García Moncayo	No posee acciones
Doménico Barbato Gaviria	No posee acciones
Sebastián Mejía Salazar	No posee acciones
Carlos René Galindo Vega	No posee acciones
Daniel Perilla Plata	No posee acciones
María Camila López Rojas	No posee acciones
Jessica Torres Grecco	No posee acciones

**iv. Relaciones de índole familiar, comercial, contractual o societaria que existan entre los titulares de las participaciones significativas y la sociedad, o entre los titulares de participaciones significativas entre sí.**

Durante 2022, la sociedad desarrolló operaciones comerciales de su giro ordinario de negocios con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y con Almacafé S.A., las cuales se detallan en la sección de operaciones con partes vinculadas.

Así mismo, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y Almacafé S.A. desarrollaron entre sí operaciones comerciales dentro de su giro ordinario de negocios relacionados con los servicios de gestión de la garantía de compra y proceso logístico del café, y las demás que se detallan en la sección de transacciones con partes relacionadas y en las notas a los Estados Financieros.

Fuera de dichas operaciones, no se reportaron relaciones de otra índole de los accionistas titulares de participaciones significativas entre sí, ni con la sociedad durante el ejercicio.

**v. Negociaciones que los miembros de la Junta Directiva, de la Alta Gerencia y demás administradores hayan realizado con las acciones y los demás valores emitidos por la sociedad.**

Los miembros de Junta Directiva y de la Alta Gerencia no realizaron movimientos o negociaciones sobre acciones de la sociedad durante el 2022.

**vi. Síntesis de los acuerdos entre accionistas que hayan sido depositados ante la Sociedad.**

No se depositaron acuerdos de accionistas en la sociedad durante el 2022.

## VII. Acciones propias en poder de la Sociedad (acciones en reserva).

Al cierre de 2022, Procafecol S.A. registró 212.304 acciones en reserva, que corresponden a la diferencia entre la cantidad de acciones autorizadas y las efectivamente suscritas y pagadas.

### b. Estructura de la Administración

#### i. Composición de la Junta Directiva y de los comités de apoyo, con identificación del origen de cada uno de los miembros indicando expresamente su condición de miembro patrimonial, ejecutivo o independiente, fecha de su primer nombramiento y antigüedad en la Junta Directiva de la compañía.

De acuerdo con lo dispuesto en el Código de Gobierno Corporativo de Procafecol S.A. y en las recomendaciones sobre buenas prácticas de gobierno corporativo ("Código País") de la Superintendencia Financiera, se tienen las siguientes definiciones:

- **Miembro Ejecutivo:** son los representantes legales o de la Alta Gerencia que participan en la gestión del día a día de la sociedad.
- **Miembro Independiente:** son los miembros que cumplen con los requisitos de independencia establecidos en las leyes, en los estatutos sociales y en las demás normas que resulten aplicables.
- **Miembro Patrimonial:** son los miembros que no cuentan con el carácter de independientes y son accionistas personas jurídicas o naturales, o personas expresamente nominadas por un accionista persona jurídica o natural o grupo de accionistas, para integrar la Junta Directiva.

[CO12 7.4.13.11, (ii)]

La Junta Directiva de Procafecol S.A. es un órgano colegiado de administración y gobierno, el cual se encarga de la administración de la sociedad y, por consiguiente, tiene atribuciones para ordenar que se ejecute o celebre cualquier acto o contrato comprendido dentro del objeto social y para adoptar las determinaciones necesarias en cumplimiento de los fines sociales y objetivos estratégicos de la compañía.

Miembros de la Junta Directiva	Miembro	Calidad	Antigüedad
Juan Camilo Becerra Botero	Principal	Patrimonial	Marzo 2016
María Ángela Holguín Cuellar	Principal	Independiente	Marzo 2020
Pablo Casabianca Escallón	Principal	Independiente	Marzo 2011
Ana María Barrera Vallejo	Principal	Independiente	Abril 2019
Carlos Alberto Eraso López	Principal	Patrimonial	Marzo 2013
Juan Camilo Ramos Mejía	Suplente	Patrimonial	Abril 2019
Juan Camilo Robledo Vásquez	Suplente	Independiente	Marzo 2018
Yonatan Bursztyn Vainberg	Suplente	Independiente	Marzo 2016
Claudia Amparo Barrero Lozano	Suplente	Independiente	Marzo 2009
Ana María Folleco Alzate	Suplente	Patrimonial	Marzo 2021

Entre las funciones que se encuentran delimitadas en los Estatutos Sociales y en el Reglamento de Junta Directiva se destacan las siguientes:

[CO12 7.4.13.11, (ii), a)]

- Aprobar las políticas financieras y de inversión de la compañía, así como el presupuesto anual de la misma.
- Establecer lineamientos relativos a la compensación y composición del talento humano de Procafecol S.A.
- Supervisar el cumplimiento de las buenas prácticas de gobierno corporativo que le son aplicables a Procafecol S.A.
- Aprobar la política de riesgos y monitorear los principales riesgos de la sociedad y los sistemas de control de riesgos.

- Crear los comités de apoyo de la Junta Directiva y aprobar los reglamentos internos de funcionamiento de los mismos.
- Proponer a la Asamblea General de Accionistas los candidatos para desempeñar la labor de revisoría fiscal de la compañía.
- Conocer y administrar los conflictos de interés al interior de la organización.
- Actuar como enlace entre la sociedad y sus accionistas, participando activamente en los conversatorios y reuniones de asamblea de accionistas.
- Controlar periódicamente el desempeño de la sociedad y del giro ordinario de los negocios.

[CO12 7.4.1.3.1.1, (ii), b)]

La última versión del Reglamento de Junta Directiva, de fecha 28 de noviembre de 2022, puede ser consultada a través del siguiente enlace: <https://juanvaldez.com/gobierno-corporativo/>.

Los órganos de apoyo de la Junta Directiva son el Comité de Auditoría, Comité de Talento, y Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad, los cuales tienen las siguientes funciones:

[CO12 7.4.1.3.1.1, (ii)]

Comité de Auditoría	Comité de Talento	Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad
Pablo Casabianca Escallón	Juan Camilo Becerra Botero	Juan Camilo Ramos Mejía
Juan Camilo Robledo Vásquez	Ana María Barrera Vallejo	Claudia Amparo Barrero Lozano
Claudia Amparo Barrero Lozano	Yonatan Bursztyn Bainberg	Ana María Folleco Alzate
<b>Funciones principales</b>		
Comité de Auditoría	<p>Apoyar a la Junta Directiva en la toma de decisiones atinentes a los sistemas de control y de auditoría internos de Procafecol S.A., y al mejoramiento de tales procesos, velando por que los mismos se ajusten a las necesidades, estrategias y objetivos financieros, administrativos y operacionales establecidos por la Sociedad.</p>	
Comité de Talento	<p>Supervisar y recomendar las políticas, planes y acciones de compensación y gestión de talento de Procafecol S.A., así como presentar los informes correspondientes a la Junta Directiva para la toma de decisiones en la materia.</p>	
Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad	<p>Servir de órgano asesor y de apoyo a la Junta Directiva en la supervisión, revisión y recomendación de políticas, lineamientos y procedimientos en materia de buenas prácticas en gobierno corporativo y sostenibilidad, con el propósito de potencializar el desempeño, generación de valor, competitividad y perdurabilidad de la organización y el relacionamiento con sus grupos de interés.</p>	

### iDescripción de los mecanismos implementados por el emisor para la gestión, identificación y administración de conflictos de interés.

[GRI 3-3] [GRI 205-2] [CO12 7.4.1.3.1.1, (viii)]

En evento de presentarse un potencial conflicto de interés, el Reglamento de Junta Directiva establece que sus miembros deberán informar a los demás integrantes sobre las relaciones, tanto directas como indirectas, que puedan presentarse con la sociedad, proveedores, clientes o con cualquier otro grupo de interés, de las que pudieran derivarse situaciones de conflicto de interés. De esta manera, se garantiza que dicho miembro no influya en la toma de decisiones, absteniéndose de actuar, asistir, intervenir y votar en las deliberaciones sobre el asunto en cuestión, según lo establecido en las normas sobre esta materia.

Adicionalmente, Procafecol S.A. tiene dispuesto un Código de Ética vinculante para todos los directivos, asesores, proveedores y colaboradores, quienes deben actuar profesionalmente y deben buscar proteger los intereses de la empresa por encima de cualquier otro interés. Dicho texto establece que los conflictos de interés pueden ser reales o

aparentes. Por reales se debe entender aquellas situaciones en las cuales el interés detrás de la decisión del individuo no corresponde al mismo interés de la empresa. Por otra parte, los conflictos de interés aparentes son aquellas situaciones que podrían influenciar indebidamente las decisiones de un individuo hacia un interés diferente al de la empresa. En caso de presentarse alguno de los anteriores conflictos de interés, la compañía contempla que deberá informarse de inmediato a través de cualquiera de los canales que se mencionan a continuación:

- Correo Electrónico: comite.ethica@juanvaldezcafe.com
- A través de la Intranet, Servicios y Denuncias.
- La Dirección de Gestión Humana.

Así mismo, la Política de Prevención de Soborno y Anticorrupción y los Reglamentos del Comité de Auditoría y Junta Directiva determinan el procedimiento a seguir al interior de la organización una vez que se obtiene conocimiento, a través de los canales mencionados, de un posible conflicto de interés. En primera instancia, el Comité de Ética recibe la información y ejerce su función como órgano consultivo; posteriormente, documenta la situación para presentarla directamente al Comité de Auditoría, quien a su vez lo eleva a la Junta Directiva. Esta última

instancia se encarga de evaluar la situación y garantizar el cumplimiento de las instancias legales que correspondan.

La Política de Prevención de Soborno y Corrupción ha sido comunicada a todos los niveles de la organización a través de capacitaciones y mensajes corporativos, y ha sido publicada en el sistema de gestión documental, Isolución, que se encuentra disponible para consulta de toda la organización. Igualmente se realizó:

#### *Capacitación de gestión de riesgos:*

- \* Back office, 236 colaboradores.
- \* Front, 1.318 colaboradores equivalente al 71% a nivel nacional.

#### *Ética empresarial (Incluido Soborno y Corrupción)*

Back office, 183 colaboradores.

Front, 1.561 colaboradores equivalente al 85% a nivel nacional.

**Prevención LAFTPADM** (Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo y Financiación de Proliferación de Armas de Destrucción Masiva)

Back office, 185 colaboradores.

Front, 1.392 colaboradores equivalente al 79% a nivel nacional.

## ii. Perfil de los miembros de la Junta Directiva

[GRI 405-1][CO12 7.4.1.3.1.1, (iii) (iv)]

**Juan Camilo Becerra Botero:** Ingeniero Industrial e Ingeniero Mecánico de la Universidad de los Andes con Maestría en Matemática Financiera de la Universidad de Toronto, con amplia experiencia en áreas administrativas y financieras en instituciones financieras y del sector real, con particular énfasis en administración de riesgos financieros, y en el sector exportador de café en Colombia. Actualmente se desempeña como Gerente Financiero y Administrativo de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

**Maria Ángela Holguín Cuéllar:** Polítóloga de la Universidad de Los Andes, con Especialización en Diplomacia y Estrategia del Centre d'Études Diplomatiques et Stratégiques – CEDS de París, Especialización en Gestión Pública e Instituciones Administrativas de la Universidad de los Andes, con amplia experiencia profesional en el campo diplomático y asuntos de alto gobierno. Ex Ministra de Relaciones Exteriores, Ex Embajadora y Representante Permanente de Colombia ante las Naciones Unidas y Ex Primer Secretario, encargada de los Asuntos Comerciales, de la Embajada de Colombia en Francia. Miembro de Junta Directiva de Jeronimo Martins (Portugal), Gases del Pacífico (Perú), Gases del Norte (Perú), Hoteles Estelar, Satagro Zomac S.A.S., Fundación Corficolombiana y New World Investment (Ara).

**Pablo Casabianca Escallón:** Administrador de Empresas del Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA), con estudios adicionales de la Universidad de los Andes, Universidad de Harvard, Universidad de Columbia y Insead. Se desempeñó, entre otros, en cargos directivos de Syngenta S.A., Corfinsura, Asociación Nacional de Industriales (ANDI), Monsanto Company, Corporación Financiera Nacional (hoy Bancolombia), y miembro de Junta Directiva de Mundial de Seguros

S.A. Actualmente pertenece a las siguientes Juntas Directivas: Banco Comercial AV Villas S.A., Procafecol S.A., Internexa S.A. (Grupo ISA) y JMalluchelli Travelers S.A.

**Ana María Barrera Vallejo:** Administradora de Empresas de la Universidad de los Andes y MBA en London Business School, especialista en finanzas con amplia trayectoria en el diseño, estructuración y ejecución de proyectos, inversiones y estrategias de financiamiento para un amplio rango de clientes, desde inversionistas institucionales en Europa y el Medio Oriente hasta emprendedores y empresas del sector real en Asia y Latinoamérica. Experta en gestión de riesgo financiero para empresas del sector financiero y del sector real. Actualmente es cofundadora y Directora Ejecutiva de una Fintech líder en inclusión financiera en Latinoamérica.

**Carlos Alberto Eraso López:** Caficultor, abogado de la Universidad Santiago de Cali, Especialista en Derecho Procesal Privado y candidato a MBA por la Universidad Externado de Colombia. Como líder cafetero ha sido Miembro del Comité Directivo y del Comité Nacional de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y actualmente es Miembro del Comité Departamental de Cafeteros de Nariño y del Consejo de Administración de la Cooperativa de Caficultores del Norte de Nariño.

**Juan Camilo Ramos Mejía:** Ingeniero Industrial de la Universidad de los Andes con una amplia experiencia en la industria del café, desarrollo rural, agroindustrial y sostenibilidad. Ha sido miembro de Juntas Directivas en los sectores del cacao, ganado, aceite de palma y construcción; miembro del comité técnico de la Global Coffee Platform y calificador ("Q Grader") certificado por el Coffee Quality Institute.

**Juan Camilo Robledo Vásquez:** Economista de la Universidad de los Andes con MBA del Instituto de Empresa de Madrid. Socio fundador de Operadora de Franquicias de Colombia S.A.S., empresa que ha explotado la franquicia de Buffalo Wings en el territorio nacional desde el año 2008 y desarrollado otras marcas de restaurantes de comida casual como Dos Chingones Taquería y Fuku Ramen Bar de comida japonesa. Actualmente es miembro de la Junta Directiva de Operadora de Franquicias de Colombia S.A.S., director de Legoptech S.A.S. y de la compañía Top Travel S.A.S. es representante legal y miembro de su Junta Directiva.

**Claudia Amparo Barrero Lozano:** Abogada de la Universidad Externado, especialista en Derecho Comercial y Magíster en Leyes (LLM) de la Universidad de Exeter. Socia de la firma Phillipi Prietocarrizosa Ferreiro DU & Uría, con amplia experiencia en fusiones y adquisiciones de grandes compañías listadas en bolsa, mercados de capital y asuntos de gobierno corporativo. Ha asesorado a emisores en ofertas públicas, procesos para listarse en Bolsa, operaciones de endeudamiento, fusiones y adquisiciones transfronterizas y todos los aspectos de gobierno corporativo relacionados. Adicionalmente es representante legal de Asesorías Barloz S.A.S. y hace parte del consejo directivo de Compartamos con Colombia.

**Yonatan Bursztyn Vainburg:** Ingeniero Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana, especializado en Tecnología de Impresos por la Universidad de Rochester y estudios en Mercadeo de la Universidad de Harvard, con más de treinta años de experiencia en procesos de producción y manufactura, sector retail y comercio internacional. Es cofundador y actual Presidente del Grupo Nalsani – Totto.

**Ana María Folleco Alzate:** Caficultora del Municipio de Riofrío, Valle del Cauca; Comunicadora Social Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá; Gerente Social de la Pontificia Universidad Javeriana. Caficultora por herencia, desde el germinador hasta la taza; asociada a Caficentro, cooperativa de Caficultores del Centro del Valle, actualmente en el comité de apelaciones. Con experiencia como Comunicadora

social, periodista en la Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle, durante 13 años. Actualmente es miembro del Comité Departamental de Cafeteros del Valle del Cauca, hace parte de las Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Tuluá, Foncaficentro, Prestarte S.A.S. y es representante legal de la Asociación de Mujeres Caficultoras y Agricultoras de Colombia.

### iii. Perfiles de la Alta Gerencia



**Camila Escobar Corredor - Presidente:** Ingeniera Industrial de la Universidad de los Andes con Maestría en Administración de Empresas de Harvard Business School. Cuenta con amplia experiencia profesional en áreas de riesgo, proyectos, inteligencia de negocios, mercadeo, dirección de empresas, entre otras. Las compañías donde ha ejercido estos roles son: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Gestión de Riesgo S.A., McKinsey & Company, Belcorp y Procafecol S.A.. Así mismo se ha desempeñado como miembro de junta directiva en Corferias y la ANDI.

**Pedro Antonio García Moncayo – Vicepresidente de Estrategia y Finanzas:** Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales con MBA de IE Business School y Especialista en Finanzas con énfasis en Banca de Inversión de la Universidad Externado de Colombia. Cuenta con amplia experiencia profesional en finanzas corporativas, así como en la docencia en las áreas de riesgo y modelación financiera. Las compañías donde ha ejercido estos roles son: Universidad Externado de Colombia, CESA, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y Procafecol S.A.. Así mismo se ha desempeñado como miembro de junta directiva en Operadora Portuaria, Unipalma de los Llanos, PCC y NFCGC.

**Domenico Barbato Gaviria – Vicepresidente Comercial y de Mercadeo:** Ingeniero Electrónico de la Universidad Javeriana y especialista en Mercadeo Estratégico del CESA con un máster en Management de Tulane University de Nueva Orleans. Con amplia experiencia en el sector de consumo masivo y retail, en áreas de mercadeo, comercial, innovación y estrategia, así como la docencia en áreas de marketing, innovación y ventas. Ha trabajado en las siguientes empresas: Universidad Icesi, Unilever Andina, Unilever Middle Américas y Procafecol S.A.. Se desempeña también como miembro de junta directiva de la cámara de proveedores de la ANDI y NFCGC.

**Sebastián Mejía Salazar – Vicepresidente Internacional:** Ingeniero Comercial de la Universidad EAFIT, con MBA Internacional de la Universidad Católica de Chile y Maestría en Liderazgo y Estrategia de IE Business School de Madrid, España. Cuenta con amplia experiencia en el sector de alimentos, bebidas y retail en las áreas de gestión comercial, operacional y estratégica. Ha ejercido estos roles en las siguientes empresas: Procafecol S.A. Chile, Falabella Multibrands y Procafecol S.A. Colombia.

**Maria Camila López Rojas – Directora de Sostenibilidad:** Polítóloga y antropóloga de la Universidad de los Andes con MBA enfocado en sostenibilidad de la Universidad de Exeter de Inglaterra. Tiene amplia experiencia en construcción de alianzas multisectoriales, relacionamiento con grupos de interés y sostenibilidad. Ha trabajado en diferentes sectores tales como ONG, consultoría, fintech y la industria de bebidas y alimentos. Desde el 2016 está al frente del área de sostenibilidad de Procafecol S.A.: Desde esta posición ha logrado insertar la sostenibilidad en el centro del modelo de negocio y lideró el proceso para certificar a la compañía como empresa B en el año 2021. Adicionalmente, desde el 2019 es docente de posgrado en sostenibilidad en la Universidad de la Sabana.

**Carlos René Galindo Vega – Director de Gestión Humana:** Administrador de Empresas de la Universidad Cooperativa de Colombia con especialización en Gerencia de Recursos Humanos de la Universidad Sergio Arboleda. Cuenta con amplia experiencia en diferentes roles en la gestión del talento humano. Dichos roles los ha ejercido en la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y Procafecol S.A.

**Jessica Torres Greco – Directora Transformación Digital y Tecnología:** Ingeniera Informática de la Universidad EIA. Cuenta con amplia experiencia profesional en áreas de Transformación Digital, gerencia de proyectos de tecnología y manejo del servicio, inteligencia de negocios, estrategia de ventas, go to market, marketing digital, metodologías ágiles, entre otras. Las compañías donde ha ejercido estos roles son: Procter & Gamble, Belcorp y Procafecol S.A.

**Daniel Perilla Plata - Director de Auditoría Interna, Control Interno y Riesgos:** Administrador de Empresas de la Universidad Javeriana con Especialización en Finanzas de la Universidad de los Andes y Máster en Dirección y Administración de Empresas de la Universidad Complutense de Madrid, España. Tiene amplia experiencia laboral ejerciendo roles en áreas como: financiera, administrativa, tecnología, auditoría y control interno. Ha trabajado en las siguientes empresas: BBVA, Stellar Computadores Ltda, Prime Business, Coenplas S.A., Telefónica Colombia, SABMiller – Bavaria S.A., Samsung Electronics Colombia S.A. y Procafecol S.A.

**Información sobre los criterios de independencia adoptados por el emisor para el nombramiento de directores y miembros de los comités de apoyo que tenga el emisor.**

[CO12 7.4.13.1.1, (v)]

Los Estatutos de Procafecol S.A. establecen que serán miembros independientes de la Junta Directiva las personas que además de cumplir con los requisitos que se impongan legalmente:

1. No hayan sido empleados por la compañía o sus afiliadas durante los dos (2) años anteriores a la elección;
2. No sean asesores o consultores de la compañía, de sus afiliadas o de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia;
3. No sean empleados de un cliente o proveedor importante de la compañía o de sus subsidiarias (un cliente que represente más del 20% de los ingresos operativos de la compañía o subsidiaria o un proveedor cuyos ingresos operaciones provengan en más de un 20% de la compañía o subsidiaria se presumirán como importantes para efectos de esta estipulación);
4. No tengan contratos de prestación de servicios con la compañía, sus afiliadas, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia o sus respectivos administradores;
5. No sean un miembro de la familia inmediata de un individuo que sea, o haya sido durante los dos (2) años anteriores, empleado por la compañía, sus subsidiarias o la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como administrador;
6. No ejerzan, o sean miembros de un grupo de personas que colectivamente ejerzan, control sobre la compañía.

Procafecol S.A. verifica que se cumplan y mantengan los requisitos de independencia previstos en la ley y en los Estatutos, sin perjuicio de la obligación de cada miembro independiente de verificar el cumplimiento de tales requisitos y manifestar a Procafecol S.A. cualquier circunstancia sobreviniente que pudiera afectar esa condición.

**iv. Cambios en la composición de la Junta Directiva y sus comités de apoyo ocurridos durante el ejercicio.**

Los únicos cambios que se dieron durante el período correspondiente al 2022 fueron:

- La disolución del Comité Financiero.
- La designación de Juan Camilo Ramos, Claudia Amparo Barrero Lozano y Ana María Folleco como miembros del Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad que iniciará sus funciones a partir del primer semestre del año 2023.

## v. Administradores de la entidad matriz que se desempeñen como administradores en las entidades subordinadas.

Los dos miembros patrimoniales del primer renglón de la Junta Directiva de Procafecol S.A. ostentan la condición de Gerentes y representantes legales del accionista controlante - Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, como se detalla a continuación:

- El Dr. Juan Camilo Becerra Botero, miembro principal en el primer renglón y presidente de la Junta Directiva de Procafecol S.A., se desempeña como Gerente Financiero y Administrativo - Representante Legal Suplente de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
- El Dr. Juan Camilo Ramos Mejía, miembro suplente en el primer renglón de la Junta directiva de Procafecol S.A., se desempeña como Gerente Comercial - Representante Legal Suplente de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Adicionalmente, los dos miembros patrimoniales en el quinto renglón de la Junta Directiva de Procafecol S.A., también ostentan la condición de accionistas, caficultores y directivos regionales del accionista controlante – Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, como se detalla a continuación:

- El Dr. Carlos Alberto Eraso López, miembro principal en el quinto renglón de la Junta Directiva de Procafecol S.A., es caficultor, accionista titular de quinientas (500) acciones ordinarias que representan el 0,002843% del capital social de Procafecol S.A. y miembro del Comité Departamental de Cafeteros de Nariño.
- La Dra. Ana María Folleco Alzate, miembro suplente en el quinto renglón de la Junta Directiva de Procafecol S.A., es caficultora, accionista titular de dos (2) acciones ordinarias que representan el 0,00001% del capital social de Procafecol S.A. y miembro del Comité Departamental de Cafeteros del Valle.

## vi. Políticas aprobadas por la Junta Directiva durante el período que se reporta.

- Actualización del Código de Gobierno Corporativo.
- Actualización del Reglamento de la Junta Directiva.
- Aprobación del Reglamento del Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad.
- Actualización de Política de Ventas a Crédito y Recaudo de Cartera.

## vii. Proceso de nombramiento de los miembros de la Junta Directiva

Cada dos años, durante la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas, los accionistas presentan las listas de candidatos para miembros principales y suplentes de la Junta. Las listas propuestas deben en todo caso observar los requisitos que establecen la Ley, los Estatutos, el Reglamento de la Junta Directiva de Procafecol S.A. y demás normas aplicables, y en especial los siguientes:

- Todos los miembros de Junta Directiva, independientemente de su condición, deben cumplir con requisitos de trayectoria profesional, formación académica y experiencia suficiente, relacionados con los temas de interés para la Sociedad. La experiencia primará sobre la formación académica.
- Al menos dos (2) renglones (tanto principales como suplentes) de la Junta Directiva tendrán la calidad de independientes.
- Los miembros independientes, además de satisfacer los requisitos que la ley impone, deben cumplir las condiciones que establece el Artículo 33 de los Estatutos de la compañía, las cuales se enuncian más adelante.

## viii. Política de remuneración de la Junta Directiva aprobada por la Asamblea de Accionistas.

En la Asamblea General de Accionistas celebrada el 26 de marzo de 2020 se fijó el esquema vigente de remuneración de los miembros de Junta Directiva, el cual establece lo siguiente:

- Fijar los honorarios por cada sesión asistida de la Junta Directiva en la suma equivalente a 85 UVT del respectivo año.
- Los miembros independientes de la Junta Directiva, tanto principales como suplentes, devengarán honorarios por cada reunión asistida de la Junta Directiva.
- Los miembros independientes de la Junta Directiva, que además sean elegidos para integrar el Comité de Auditoría, devengarán honorarios por cada reunión asistida de dicho Comité.
- Los demás miembros principales de la Junta Directiva (no independientes) también devengarán honorarios por cada reunión asistida. Sus suplentes devengarán honorarios únicamente cuando asistan en ausencia del principal.

Quedan exceptuados de este esquema quienes al momento de su designación a la Junta Directiva de Procafecol S.A., ya sea como principales o suplentes, fueran empleados de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia o de los Almacenes Generales de Depósito de Café S.A. Estas personas ejercerán sus cargos ad honórem y, por lo tanto, no devengarán honorarios por su participación en la Junta Directiva y en sus Comités.

## ix. Información agregadas sobre la remuneración de la Junta Directiva, Comité de Auditoría y de la Alta Gerencia

Una descripción general de los esquemas remuneratorios e incentivos dados a los miembros de la junta directiva u órgano equivalente, y a la alta gerencia, junto con la estructura de gobierno que los determinan.

[C012 7.4.13.11, (i)]

Procafecol S.A. únicamente contempla un esquema de remuneración fijo por la asistencia de cada miembro a las sesiones de Junta Directiva y a las sesiones del Comité de Auditoría y Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad, cuando sea aplicable.

## x. Quórum de la Junta Directiva

La Junta Directiva podrá deliberar y decidir con la mayoría simple de sus miembros, salvo para los casos y asuntos en los que estos estatutos establecen un quórum o una mayoría diferente.

De no existir quórum deliberatorio, el presidente de la Junta citará a una nueva reunión que sesionará a la misma hora y en el mismo lugar previsto para la reunión de primera convocatoria. La nueva reunión deberá efectuarse no antes de los diez ni después de los veintiún días comunes siguientes, contados desde la fecha fijada para la primera reunión.

En las reuniones de segunda convocatoria, o reuniones subsiguientes de Junta Directiva, se exigirá el mismo quórum y la misma mayoría establecida para las reuniones de primera convocatoria.

Las siguientes decisiones deberán ser aprobadas por cuatro (4) de los cinco (5) miembros de la Junta Directiva:

(a) La inversión en subsidiarias o las adquisiciones en un monto que supere el cinco por ciento (5%) del Patrimonio Neto de la compañía. Para efectos de esta cláusula se entenderá que el Patrimonio Neto es igual a:

(i) el monto del capital pagado o contabilizado como pagado en la cuenta de capital de la compañía;

(ii) el monto de las reservas, y de las demás cuentas de capital tales como la prima en colocación de acciones, el superávit por valorizaciones, la revalorización del patrimonio, la reserva para la redención de capital y cualquier saldo positivo en la cuenta acumulada de pérdidas y ganancias; todo lo anterior menos, i. Cualquier saldo negativo en la cuenta de pérdidas y ganancias o pérdida por deterioro del capital emitido de la compañía (salvo cuando la deducción de tal saldo negativo o pérdida por deterioro ya haya sido efectuada), ii. Los montos reservados para el pago de dividendos que no hayan sido deducidos previamente del capital y iii. Los montos que correspondan a activos diferidos para efectos de impuestos;

(iii) de ser el caso, aquella parte de los resultados netos de las operaciones y de los activos netos de la compañía que sean atribuibles a intereses que no sean poseídos, directa o indirectamente, por la compañía.

(b) La creación o modificación de cualquier Gravamen sobre cualquier activo (tangible, intangible, corriente o futuro) de la compañía en un monto que exceda de cien mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$100.000) (o su equivalente en otras monedas). Para los efectos de esta cláusula se entiende por Gravamen cualquier hipoteca, prenda, cargo, cesión, garantía real, retención, derecho de preferencia, fiducia, derecho de compensación, compensación sobre cuentas bancarias, privilegio o prioridad de cualquier naturaleza que tenga el efecto de una garantía real, cualquier designación de beneficiarios por pérdidas o cualquier otro acuerdo similar bajo o con respecto de cualquier póliza de seguros o cualquier preferencia de un acreedor sobre otro que se origine por mandato de la ley.

(c) Contraer o asumir cualquier Deuda en exceso de cinco millones de dólares de los Estados Unidos de América (US\$5.000.000) (o su equivalente en otras monedas) en el agregado y en cualquier momento,

cualquier Deuda adicional, sobre dicho monto agregado, de quinientos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$500.000) (o su equivalente en otras monedas). Para los efectos de esta cláusula, se entiende por Deuda:

(i) cualquier deuda de la compañía por dinero tomado en préstamo,

(ii) el monto pendiente por concepto de capital de bonos, notas, papeles comerciales, aceptaciones, letras o pagarés girados, aceptados, endosados o emitidos por la compañía,

(iii) cualquier obligación de la compañía por concepto del diferimiento del precio de compra de activos o servicios (salvo cuentas comerciales incurridas y pagaderas dentro del giro ordinario de negocios a los acreedores comerciales de la compañía dentro de un término de ciento veinte (120) días desde la fecha en que las respectivas obligaciones fueron contraídas y siempre que no estén en mora),

(iv) obligaciones no contingentes de la compañía para reembolsar a cualquier otra persona por montos pagados por dicha persona bajo una carta de crédito o un instrumento similar (excluyendo cartas de crédito o instrumentos similares emitidos por cuenta de la compañía con respecto a cuentas comerciales incurridas y pagaderas dentro del giro ordinario de los negocios de la compañía dentro de un término de ciento veinte (120) días desde la fecha en que las respectivas obligaciones fueron contraídas y siempre que no estén en mora),

(v) el monto de cualquier obligación por cuenta de un leasing financiero,

(vi) montos obtenidos por la compañía como resultado de cualquier transacción que tenga el efecto financiero de un crédito y que deba ser clasificado como un crédito (y no como un crédito fuera del balance) de conformidad con las normas contables aplicables,

(vii) el monto de las obligaciones de la compañía por transacciones de derivados celebradas para protegerse de cualquier fluctuación de cualquier tasa o de cualquier precio (pero solo el monto neto debido por la compañía luego de marcar el respectivo derivado según el mercado),

(viii) sin duplicación, el monto de cualquier obligación en relación con garantías o indemnidades otorgadas por la compañía en relación con cualquiera de las anteriores operaciones que sea celebrada por otra persona,

(ix) cualquier prima o prestación pagable por la compañía por la redención obligatoria o el reemplazo de cualquiera de las anteriores operaciones.

(d) La aprobación del presupuesto operativo de la compañía, incluyendo el presupuesto de capital para cada uno de los países en los que opera la compañía.

(e) Los gastos de capital u operativos en Colombia cuando excedan en doscientos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$200.000) (o su equivalente en otras monedas) o más, el presupuesto aprobado para dicho país.

(f) La propuesta para decretar, directa o indirectamente, autorizar o efectuar cualquier Distribución de Equivalentes de Acciones que sea inconsistente con la Política de Dividendos, salvo las readquisiciones de acciones o de Equivalentes de Acciones emitidos o poseídos por empleados, administradores, directores o consultores de la compañía o sus subsidiarias, de conformidad con el ESP y luego de la terminación de su vinculación con la compañía siempre que no sea por un precio superior al justo valor de mercado. Para los efectos de esta cláusula las siguientes palabras tendrán el siguiente significado:

(i) Distribución es: (y) la transferencia de efectivo o de otros activos sin contraprestación, sea mediante dividendos o de cualquier otra manera, o (z) la compra o redención de acciones o de Equivalentes de Acciones de la compañía por efectivo u otros activos, salvo las readquisiciones de acciones ordinarias emitidas a o poseídas por empleados, administradores, directores o consultores de la compañía y sus subsidiarias de conformidad con el ESP y luego de la terminación de su vinculación con la compañía,

(ii) Equivalentes de Acciones son las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, bonos, préstamos, cupones que otorguen el derecho a suscribir acciones, opciones u otros instrumentos similares o valores que sean convertibles en o intercambiables por acciones de la compañía o que conlleven el derecho de suscribir o comprar acciones de la compañía convertibles en o intercambiables por acciones ordinarias, (iii)

Política de Dividendos es la política de dividendos de la compañía aprobada por la sociedad, y (iv) ESP es cualquier plan de acciones para empleados creado por la compañía.

(g) La creación de cualquier joint venture o acuerdo de colaboración empresarial en el que la compañía sea parte.

(h) El otorgamiento de cualquier garantía o indemnidad por cuenta de la Deuda de cualquier otra persona.

Las siguientes decisiones deberán ser aprobadas por el voto unánime de los cinco (5) miembros de la Junta Directiva:

(a) El presupuesto operativo y el presupuesto de capital para países diferentes de Colombia cuando, en el agregado, excede quinientos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$500.000) (o su equivalente en otras monedas).

(b) Las expensas de capital u operativas en cualquier país diferente de Colombia que excedan en cien mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$100.000) (o su equivalente en otras monedas) o más, el presupuesto relevante para dicho país.

El inicio de operaciones en cualquier país en el cual la compañía no haya tenido operaciones fue el 12 de septiembre de 2007.

## xi. Información sobre la asistencia de los miembros a las reuniones de la Junta Directiva y de los Comités

[CO12 7.4.1.3.1.1, (vi)]

Junta Directiva	Miembros	Asistencia a reuniones durante el periodo 2022									
		11/02	09/03	21/04	19/05	16/06	14/07	01/09	19/10	22/11	09/12
	Juan Camilo Becerra	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	María Ángela Holguín	X	X	-	X	X	X	X	X	-	X
	Pablo Casabianca	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Ana María Barrera	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X
	Carlos Alberto Eraso	X	X	X	-	X	X	X	X	X	-
	Juan Camilo Ramos	X	X	-	-	X	X	X	X	X	X
	Juan Camilo Robledo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Claudia Barrero	X	X	-	-	-	X	X	X	-	X
	Yonatan Bursztyn	X	X	X	X	-	-	X	X	-	X
	Ana María Folleco	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Todas las reuniones de la Junta Directiva del año 2022 contaron con quórum suficiente para deliberar, en la medida que contaban con la presencia de al menos tres (3) de sus miembros y con la mayoría simple requerida para decidir.

	Miembros	Asistencia a reuniones durante el periodo 2022			
		02/03	18/04	09/06	10/11
Comité de Talento	Juan Camilo Becerra	X	X	X	X
	Ana María Barrera	X	-	X	X
	Yonatan Bursztyn	X	X	-	X

Todas las reuniones del Comité de Talento realizadas en el periodo correspondiente al año 2022 contaron con el quórum deliberatorio requerido al tener la presencia del 50% más 1 de los miembros del Comité.

	Miembros	Asistencia a reuniones durante el periodo 2022					
		03/03	18/04	12/07	03/08	07/10	07/12
Comité de Auditoría	Pablo Casabianca	X	X	X	X	X	X
	Claudia Barrero	X	X	X	X	X	X
	Juan Camilo Robledo	X	X	X	X	X	X

Todas las reuniones del Comité de Auditoría del año 2022 contaron con quórum suficiente para deliberar y decidir.

	Miembros	Asistencia a reuniones durante el periodo 2022		
		18/01	12/05	09/06
Comité Financiero Ad-Hoc	Juan Camilo Becerra	X	X	X
	Ana María Barrera	X	X	X
	Claudia Barrero	X	X	X
	Camila Escobar	X	X	X
	Pedro García	X	X	X
	Mateo Rodríguez	X	X	X

Todas las reuniones del Comité Financiero del año 2022 contaron con quórum suficiente para deliberar y decidir.

## xii. Relaciones de la Junta Directiva con el Revisor Fiscal, analistas financieros, bancas de inversión y agencias de calificación, siempre que su revelación esté legal o contractualmente autorizada

[CO12 7.4.1.3.1.1, (x)]

De conformidad con la decisión de la Asamblea de Accionistas en la reunión ordinaria del día 31 de marzo de 2022, se resolvió designar a la firma Ernst & Young como revisores fiscales de Procafecol S.A. para los ejercicios 2022 y 2023, por unos honorarios totales de \$497.200.000 pesos para los dos períodos.

## xiii. Asesoramiento externo recibido por la Junta Directiva.

Durante el período correspondiente al año 2022, la Junta Directiva de Procafecol S.A. no recibió ninguna asesoría externa.

## xiv. Manejo de la información entre la Alta Gerencia y la Junta Directiva

La Junta Directiva recibió de la administración los informes financieros y comerciales, informes sobre la continuidad de negocio, proyecciones, perspectivas y proposiciones, con la oportunidad y completitud adecuadas.

El presidente de la Junta Directiva, en coordinación con el presidente de la Sociedad, prepararon y ejecutaron un plan de trabajo de la Junta Directiva durante el 2022, a través de una agenda de temas a desarrollar y un número suficiente de reuniones que permitieron abordar los temas planteados. La Alta Gerencia envió a los miembros de la Junta Directiva con una antelación razonable a las reuniones, los documentos o la información asociada a los temas a tratar.

Así mismo, en el año 2022 la Junta Directiva evaluó la gestión del presidente de la compañía y su propia gestión como órgano colegiado y la de sus Comités de apoyo en relación con el ejercicio 2021, y presentó un informe sobre estas evaluaciones y sobre su funcionamiento a la Asamblea de Accionistas realizada en marzo de 2022.

## xv. Actividades y temas tratados en los Comités de la Junta Directiva

En sus sesiones, la Junta Directiva recibió de la administración los informes financieros y comerciales sobre los distintos ámbitos del negocio y otras proposiciones. Dentro de los asuntos más relevantes que fueron objeto de estudio y análisis por parte de la Junta Directiva, se encuentran los siguientes:

- Seguimiento al desempeño financiero, la situación patrimonial y el nivel de endeudamiento de la compañía.
- Revisión y seguimiento a los resultados de los canales nacionales e internacionales y al desempeño de subsidiarias y sociedades.
- Seguimiento al plan de fortalecimiento del sistema de franquicias, estructura de soporte y operación internacional.
- Aprobación de candidatos para el desarrollo de franquicias y negocios conjuntos en Colombia, México, Guatemala, España, Emiratos Árabes y Egipto.

- Aprobación y seguimiento del plan estratégico de la compañía (2022-2027).
- Revisión y seguimiento a proyectos de crecimiento y proyectos comerciales estratégicos y de innovación.
- Aprobación de condiciones para el reconocimiento de bono anual 2022.
- Revisión de la estrategia de talento y del plan de sucesión de la alta gerencia y seguimiento a las mediciones del Índice de Salud Organizacional (OHI).
- Revisión y seguimiento al Plan de Mercadeo 2022.
- Seguimiento a la estrategia de Transformación Digital.
- Seguimiento a la gestión de la deuda.
- Revisión y adopción del Informe de Sostenibilidad 2021 preparado por la administración bajo el estándar Global Report Initiative (GRI).
- Seguimiento y revisión de las prácticas y normas internas de Gobierno Corporativo, lo que incluyó la actualización del Reglamento de Junta Directiva, la actualización del Código de Gobierno Corporativo, la constitución del Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad, y la aprobación de su reglamento interno.
- Revisión de informes y seguimiento a las actividades del Comité de Auditoría, Comité de Compensación y el Comité Financiero, así como la aprobación de la disolución de este último.
- Consideración de los informes de gestión y financieros al cierre de 2021 para su presentación a la Asamblea Ordinaria de Accionistas de marzo de 2022.
- Seguimiento a la estrategia de sostenibilidad y revisión de informes de la gerencia sobre la materia.
- Revisión y seguimiento a las actividades de control interno y de auditoría interna.
- Revisión y seguimiento a la gestión de riesgos estratégicos y operativos.
- Revisión de las recomendaciones del Comité de Auditoría e implementación de las acciones.
- Aprobación del presupuesto 2023.

Para el período 2022, el Comité de Talento (antes Compensación) se reunió en cuatro oportunidades para hacer seguimiento y acompañamiento a diferentes temas relacionados con las estrategias de talento que adelanta la compañía. Entre los más relevantes se abordaron temas relacionados con estructura, desempeño, competitividad y equidad salarial, selección, formación, bienestar, seguridad y salud en el trabajo y diversidad y equidad de género. Sobre los temas abordados, el comité generó las observaciones y recomendaciones correspondientes, así como el concepto favorable para escalar los temas necesarios a la Junta Directiva.

Del mismo modo, durante el 2022 y con la participación del Revisor Fiscal, el Comité de Auditoría se reunió en seis oportunidades. Este órgano de apoyo supervisó la ejecución del plan de auditoría anual 2022 (aprobado en 2021), los procesos de auditoría, los resultados de la gestión de riesgos, control interno, reporte de la ejecución de controles de prevención de LAFTPADM, contables, de reporte financiero de la compañía, del agente de cumplimiento ante la Superintendencia Financiera de Colombia e informes del Comité de Ética. Además, aprobó el plan de auditoría interna anual para el año 2023. También revisó que

la preparación, presentación y revelación de la información financiera se ajustara a lo dispuesto en la ley. Consideró los estados financieros de la sociedad antes de someterlos a consideración de la Junta Directiva y de la Asamblea General de Accionistas.

El Comité recibió los informes periódicos de los Revisores Fiscales de la compañía e hizo seguimiento y revisión a los servicios prestados por estos. Los asuntos tratados en sus sesiones fueron oportunamente informados a la Junta.

## xvi. Información sobre la realización de procesos de evaluación o autoevaluación de la Junta Directiva y Alta Gerencia, así como síntesis de los resultados

[CO12 7.4.1.3.1.1, (vii)]

Desde el 2019 y con periodicidad anual, la Junta Directiva, bajo el liderazgo de su presidente y basándose en las recomendaciones de mejores prácticas de buen gobierno corporativo expedido por la Superintendencia Financiera y en las normas internas de Procafecol S.A., realiza una autoevaluación anual de su propio funcionamiento y de sus comités de apoyo, donde cada miembro hace una evaluación individual de la Junta y los Comités como órganos colegiados. En la evaluación no participa la Administración y los resultados son analizados y unificados por la Junta Directiva. Esta revisión se enfoca en analizar las fortalezas y oportunidades de mejora en los siguientes aspectos:

- Efectividad de los roles de la Junta Directiva
- Composición y diversidad de la Junta Directiva
- Dinámica y funcionamiento de la Junta Directiva
- Interacción entre la Alta Gerencia y la Junta Directiva
- Relacionamiento con grupos de interés
- Comités de apoyo de la Junta Directiva
- Desempeño del presidente y secretario de la Junta Directiva

Así mismo, la Junta Directiva evalúa la gestión del presidente de la sociedad como cabeza de la Alta Gerencia y en su relacionamiento con la Junta.

Los resultados de estas evaluaciones se recogen en el Informe Anual de la Junta Directiva sobre su funcionamiento y evaluación del presidente, que es dirigido y presentado a los accionistas en la Asamblea General Ordinaria.

## c. Operaciones con partes vinculadas

[CO12 7.4.1.3.1.1, (ix)]

La normativa interna de la compañía no contiene ningún mecanismo para la realización de operaciones con partes relacionadas. En cambio, se rige a partir del principio de transparencia y comercialización a precios de mercado.

Las transacciones con partes relacionadas se hacen bajo el principio de plena competencia, en condiciones de mercado y dando cumplimiento a la normatividad tributaria.

### i. Litigios, procesos judiciales y administrativos

**en los que sea parte el emisor y que tengan la capacidad de afectar materialmente su operación, situación financiera y/o los cambios a su situación financiera.**

[CO12 7.4.3.1.2] [CO12 7.4.1.1.2]

Actualmente, Procafecol S.A. no es parte en litigios, procesos judiciales o administrativos que tengan la capacidad de afectar materialmente su operación y/o situación financiera; es decir, de conformidad con la Circular Externa 012 de 2022 de la Superintendencia Financiera, no se actúa como parte dentro de procesos cuyos efectos pudieran llegar a afectar la toma de decisiones de un inversionista prudente y diligente al momento de comprar, vender o conservar los valores del emisor, o al momento de ejercer los derechos políticos inherentes a tales valores.

Conforme con el numeral 7.4.3.1.2, Procafecol S.A. no es parte de ningún proceso que afecte materialmente su operación, situación financiera y/o los cambios a su situación financiera.

## d. Sistemas de gestión de riesgos de la sociedad

[GRI 2-23] [GRI 2-24] [GRI 2-27]

### i. Explicación del Sistema de Control Interno (SCI) de la sociedad y sus modificaciones durante el ejercicio

#### Explicación del Sistema de Control Interno (SCI) de la sociedad

[CO12 7.4.1.3.1.1, (xi)]

Hasta 2018, la función en la compañía se concentraba en actividades bajo un único rol denominado como Control Interno, sin separación de la función propia del desarrollo del ambiente de control interno, el rol de cumplimiento y la independencia de auditoría interna. Hasta ese año, esta estructura atendió las necesidades fundamentales de la compañía en estas materias, pero era necesario dar pasos adicionales para ajustar los procesos y atender los nuevos requerimientos normativos, mejores prácticas y estándares de gobierno corporativo. Se identificó la necesidad de dar relevancia y foco a cada función, escindiendo el área en dos coordinaciones: I. Coordinación de Control Interno y Riesgos; y, 2. Coordinación de Auditoría Interna.

En el marco del establecimiento de un adecuado sistema de control interno, Procafecol S.A. ha adoptado un conjunto de códigos, políticas, procedimientos, reglamentos, manuales e instructivos que recogen los lineamientos, principios, mecanismos de gestión de la operación, controles y evaluación definidos por la Junta Directiva y la alta dirección con el propósito de proporcionar un grado de seguridad razonable sobre la actuación de la compañía y, en general, cumplir con los siguientes objetivos:

- Desarrollar una cultura de autocontrol y autogestión.
- Mejorar la eficiencia y eficacia de las operaciones.
- Prevenir y mitigar la ocurrencia de fraudes.
- Realizar una gestión adecuada de los riesgos.

- Definir controles con los adecuados y suficientes atributos para la gestión operativa en la primera y segunda línea de defensa.
- Aumentar la confiabilidad y oportunidad en la información generada.
- Cumplir con la normatividad y regulaciones aplicables a la compañía.

El principio de autocontrol, definido como el primer objetivo, comprende la capacidad y criterio de las personas que participan en los distintos procesos de considerar el control como parte inherente de sus responsabilidades, campos de acción y toma de decisiones.

### Modificaciones durante el ejercicio al Sistema de Control Interno (SCI) de la sociedad

Durante 2022, los cambios más significativos al Sistema de Control Interno comprendieron a la aprobación por la Junta Directiva de:

**Política de Aprobación de Firmas**, actualizada para definir los lineamientos respecto a los niveles de autorización individuales y conjuntos para la gestión de tesorería y bancos.

**Política de Desconexión Laboral**, que establece los lineamientos para garantizar la privacidad, la intimidad, el descanso y el desarrollo de la vida personal y familiar de todos los colaboradores, dando a su vez cumplimiento a lo establecido en la Ley 2191 de 2022 con la cual se regulan las condiciones que garantizan el derecho a la desconexión laboral, y adopta los mecanismos para su efectivo cumplimiento.

**Política de Inclusión**, equidad de género y diversidad. Esta política establece los lineamientos y directrices para guiar la actuación de los colaboradores de la compañía en términos de inclusión, equidad de género y diversidad como parte de la cultura organizacional que permea a todos los grupos de interés de la compañía.

**Política de Seguridad y Salud en el trabajo**, actualizada para reflejar las principales prácticas actuales y adecuadas para el desempeño de las tareas de los colaboradores de la organización.

**Política de Tratamiento de Datos**, que establece los lineamientos y políticas aplicables al tratamiento de los datos personales que la compañía recolecta a través de diferentes medios y almacena en sus bases de datos, garantizando la seguridad en el manejo de los mismos para evitar su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento.

**Política de Ventas a Crédito y Recaudo de Cartera**, actualizada para incorporar los lineamientos evolucionados del negocio y entorno de la compañía.

**Reglamento de Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad**, el cual establece las funciones del comité creado por el Código de Gobierno Corporativo para servir de órgano asesor y de apoyo a la Junta Directiva en la supervisión, revisión y recomendación de políticas, lineamientos, y procedimientos en materia de buenas prácticas en gobierno corporativo y sostenibilidad, con el propósito de potencializar el desempeño, generación de valor, competitividad y perdurabilidad de la compañía y el relacionamiento con sus grupos de interés.

**Reglamento de Junta Directiva**, que establece los principios generales de actuación de la Junta y sus miembros, y las reglas básicas para su organización y funcionamiento, de acuerdo con lo establecido en los estatutos sociales y en la Ley y las normas de conducta de sus miembros.

Las políticas, reglamentos y actualizaciones adoptadas se han tratado con el propósito de continuar el proceso de maduración de la compañía en términos de gobierno corporativo, control interno y relacionamiento con los grupos de interés. Este proceso inició hace cuatro años y ha presentado un importante crecimiento, enfocándose en las áreas de la compañía. En su conjunto, el proceso se ha determinado como fundamental para soportar la estrategia de la compañía y su proyección de crecimiento.

### Mecanismos y comités que manejan los procesos de auditoría interna

La Dirección de Auditoría Interna, Control Interno y Riesgos reporta al Comité de Auditoría y funcionalmente a la Presidencia de Procafecol S.A. La Dirección se divide en dos áreas para la supervisión del funcionamiento del sistema de control interno: la Coordinación de Control Interno y Riesgos, y la Coordinación de Auditoría Interna.

#### Coordinación de Control Interno y Riesgos

Es un área consultiva y de soporte, para la construcción y acompañamiento a la primera y segunda línea de defensa en las definiciones asociadas a los elementos del sistema de control interno de la compañía. Promueve la gestión de riesgos brindando soporte a las diferentes áreas de la compañía, diagnostica el ambiente de control y soporta el trámite de requerimientos de entes de control y certificadores, para proporcionar una seguridad razonable en cuanto al cumplimiento de objetivos y normatividad, así como del mejoramiento organizacional y la toma de decisiones.

Adicionalmente, soporta la ejecución de las evaluaciones a los sistemas de gestión en control y seguridad (SGCS) y de Prevención del Riesgo de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y de Proliferación de Armas de Destrucción Masiva.

Entre las actividades ejecutadas durante 2022, las siguientes fueron las más relevantes:

- Soporte al proceso de gestión de riesgos operativos y estratégicos en los diferentes procesos de la compañía, en el proceso de identificación y actualización.
- Elaboración y presentación de reportes del Sistema de Gestión de Riesgos Estratégicos y Operativos.
- Ejecución y monitoreo de controles asociados a la prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo y Financiación de Proliferación de Armas de Destrucción Masiva, de acuerdo al Manual del Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo LAFTPADM de la compañía, así como a la normatividad aplicable a Procafecol S.A., sin incidentes a reportar.
- Progreso de la evaluación de controles de forma transversal a los procesos de la compañía.
- Identificación de riesgos y controles para subsidiarias.
- Revisión e implementación de hallazgos del diagnóstico

LAFTPADM en un proyecto establecido en ejecución desde 2022 hasta 2023.

- Evaluación del Sistema de Control Interno bajo el modelo del marco COSO\* en los componentes I, II y III.
- Capacitaciones en gestión de riesgos, manual del Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo LAFTPADM, Política de Prevención de Soborno y Corrupción y promoción de la cultura ética.

Los resultados de las actividades ejecutadas se han reportado a la administración, Comité de Riesgos, Comité de Auditoría y Junta Directiva, así como las recomendaciones respectivas para continuar fortaleciendo el sistema de control interno.

#### Coordinación de Auditoría Interna

Se reconoció esta como tercera línea de defensa, para emitir una opinión del sistema de control interno a partir de la evaluación objetiva e independiente, de forma profesional y de consultoría, a través de la aplicación de los procedimientos y metodología de Auditoría interna, para la evaluación permanente de los procesos de la compañía de acuerdo a los sistemas administrativos, gestión de riesgos, normas financieras y de contabilidad, normatividad interna (procedimientos, políticas, controles), normatividad externa, así como las validaciones específicas solicitadas por la alta dirección de la compañía, cuyos resultados y recomendaciones de mejora tiendan a minimizar los riesgos, fomentar la mejora continua en los procesos y orientar a la compañía al logro de sus objetivos.

Los proyectos de auditoría contenidos en el plan anual aprobado por el Comité de Auditoría se ejecutan bajo los lineamientos contenidos en el Estatuto de Auditoría Interna aprobado por la Junta Directiva, las buenas prácticas de las normas de Auditoría Generalmente Aceptadas (NAGAS) y las Normas Internacionales de Auditoría (NIA).

La ejecución del plan y los resultados de los proyectos de auditoría son presentados trimestralmente al Comité de Auditoría y a la Junta Directiva para el análisis de los hallazgos, recomendaciones y acciones acordadas con la administración, con el fin llevar a cabo, en caso necesario, la toma de decisiones adicionales para el fortalecimiento del sistema de control interno.

Como resultado de los proyectos de auditoría ejecutados durante 2022 respecto al sistema de control interno, no se identificaron hallazgos significativos o relevantes.

#### ii. Descripción de la política de riesgos y su aplicación durante el ejercicio

El proceso de adopción de gestión de riesgos parte del reconocimiento de la incidencia del entorno, así como de la operatividad de la misma organización en el cumplimiento de sus objetivos, siendo la conciencia colectiva pieza fundamental instrumentada a través de la creación de cultura. Procafecol S.A. inició en 2017 el diseño de los procesos asociados a la gestión de riesgos, abordando la metodología desde la ISO 31000 como modelo para su sistema. El sistema ha evolucionado permanentemente, con una curva más pronunciada en los recientes años, al haberse incluso adquirido una plataforma integrada a los procesos del negocio, para su documentación y vinculación para identificación de controles, responsables y evaluación de controles, entre otros.

Para su ejecución, el sistema definió una política de Gestión de Riesgos y su correspondiente procedimiento, para la aplicación de los fundamentos, metodología y lineamientos para la identificación, análisis, valoración, tratamiento y monitoreo de los riesgos operativos y estratégicos que podrían afectar a Procafecol S.A. en el desarrollo de sus operaciones. Las premisas fundamentales del modelo de gestión de riesgos son las siguientes:



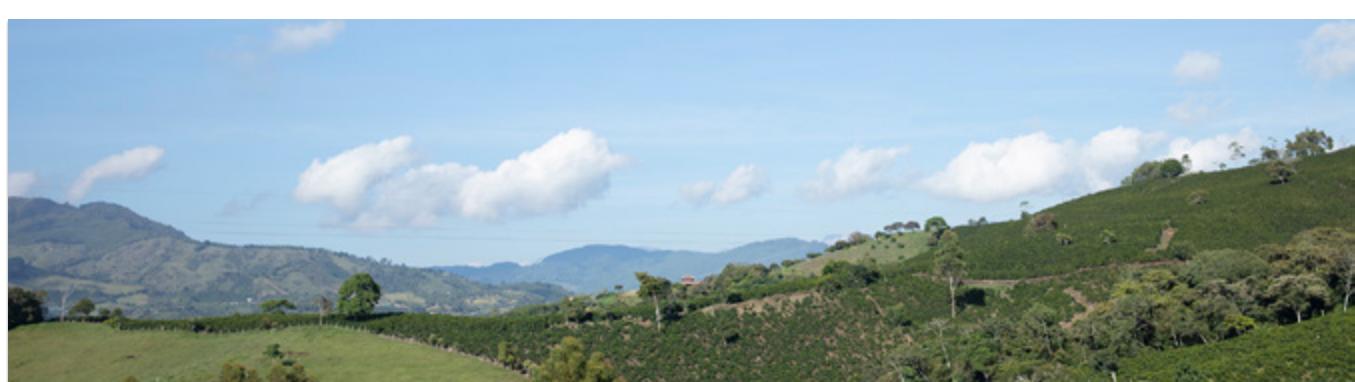
\*COSO Control Interno: Marco para un modelo de Control Interno creado por el Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway.

- La gestión de riesgos como un proceso continuo.
- Identificación y comprensión del contexto de la compañía para que los factores tanto internos como externos sean fuente de información y criterio para las siguientes etapas de la gestión.
- Identificación y tratamiento de los riesgos con el propósito de asegurar el cumplimiento de las metas establecidas en su planeación estratégica, su modelo de negocio y su modelo de operación. Esto incluye la ejecución de proyectos y los procesos de la compañía.
- La implementación de los objetivos, iniciativas y tácticas derivadas de la planeación estratégica cuentan con una identificación y evaluación de los factores de riesgo.
- El análisis, valoración y evaluación considera para cada riesgo su impacto, probabilidad y medidas de control, para determinar el riesgo residual a partir del cual se define un tratamiento adicional; si lo hay, se califica como "indeseable", "intolerable" o "catastrófico" a través de una "Acción para Abordar Riesgos" que potencialmente permite disminuir su impacto o probabilidad.
- Para el liderazgo del sistema se cuenta con el rol de Gestor de Riesgo (Gerentes, Contador General, líder del subproceso y/o líder de proyecto), encargados de identificar, analizar, validar y cerrar el riesgo de las actividades definidas en su respectiva área de responsabilidad. Adicionalmente, solicitan la aprobación del riesgo y su actualización cuando sea necesario. Las identificación de riesgos también puede ser ejecutada por los demás colaboradores de la compañía y no exclusivo a los roles acá mencionados.
- El rol de Aprobador de Riesgo se ha designado en los cargos de Directores, Vicepresidentes y Presidente. Revisan y aprueban los riesgos de los subprocesos a cargo, así como de la generación del control de cambios cuando se requiera la actualización de los mismos.
- La actualización de los riesgos se efectúa al menos una vez al año, salvo que se presenten cambios significativos en la compañía, el entorno, los procesos o actividades en las que la compañía desarrolla su objeto, dentro del subproceso o

proyecto en curso, que lleven a realizar una revisión en un periodo menor.

- La gestión es realizada sobre una plataforma tecnológica integrada al sistema de Gestión Documental y está diseñada con base en los lineamientos ISO 31000 Gestión del Riesgo. La Administración del Módulo (de Riesgos), está a cargo de la Dirección de Auditoría Interna, Control Interno y Riesgos, y Coordinador de Control Interno y Riesgos, quienes realizan acompañamiento a Gestor y Aprobador del Riesgo en todas las etapas.
- Todos los colaboradores deben cumplir de manera obligatoria las decisiones emanadas de la Junta Directiva o la Alta Dirección con relación a la gestión de riesgos del Emisor.
- Se conformó el Comité de Riesgos, que sesiona por lo menos dos veces al año para monitorear la Gestión de Riesgos, incluyendo en su agenda:
  - \* Estado y resultado de la actualización de Riesgos Operativos.
  - \* Evaluación de la matriz de Riesgos Estratégicos.
  - \* Discusiones por riesgos identificados y las diferentes etapas de la gestión en algunos de estos (Identificación, análisis y valoración, tratamiento, monitoreo, comunicación).
  - \* Generación de información para reporte.
- El Comité de Riesgos, así como el compendio de acciones y estado de la gestión, es reportado al Comité de Auditoría, que ha sido delegado por la Junta Directiva para la supervisión de la gestión.
- El reporte de la Gestión de Riesgos es presentado a la Junta Directiva por el Comité de Auditoría y la administración de la compañía.

Respecto a los riesgos identificados y gestionados durante 2022, se gestionaron 232 riesgos operacionales y 13 riesgos estratégicos, agrupados de la siguiente forma:





La gestión de riesgos permite a Procafecol S.A., a través del ciclo y lineamientos descritos, mitigar los riesgos para reducir su potencial impacto, sin que esto implique su total eliminación (de riesgo inherente a residual).

En las evaluaciones de riesgos de la compañía se han determinado como los más relevantes por su evaluación:

[CO12 7.4.3.1.3, (i), (ii), (iii)]

Riesgo	Descripción	Procedimientos para evaluar y medir el grado de exposición a los mismos	Acciones de Gestión, Monitoreo y Mitigación
Ciberataques	Vulneración a los sistemas de información y/o operación que soportan los procesos de la compañía, por intromisiones no autorizadas que comprometan la información, la operación, los sistemas o infraestructura.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diagnóstico de los protocolos de seguridad de la información de los sistemas y la infraestructura.</li> <li>Pruebas de vulnerabilidades.</li> <li>Revisión del estado de la compañía versus estándares de seguridad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Política de Seguridad de la Información.</li> <li>Medidas de seguridad de la información sobre software y hardware.</li> <li>Capacitación a los colaboradores para apoyar la cultura de prevención y adecuado manejo de los sistemas y recursos.</li> <li>Asignación de recursos para la ejecución de proyectos.</li> </ul>
Limitación de acceso a recursos	El contexto actual de volatilidad e incertidumbre, así como el incremento de las tasas de interés, tiene impacto en la disponibilidad de recursos y el costo de los mismos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoreo del entorno y condiciones macroeconómicas.</li> <li>Elaboración de presupuesto - proyecciones de venta.</li> <li>Condicionales de demanda en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguimiento permanente al presupuesto, para administración del flujo de caja y monitoreo de los recursos necesarios para el fondeo de la operación.</li> <li>Relacionamiento con proveedores de recursos.</li> </ul>
Alianzas Poco Efectivas (Socios, Franquicias, Canales)	La no adecuada o no acertada selección de aliados de negocio, para la ejecución de las estrategias comerciales locales o globales, puede llevar a pérdidas asociadas al ingreso o proyectos de expansión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoreo de riesgo país en países de expansión y operación.</li> <li>Determinación del valor en riesgo - tamaño de la operación.</li> <li>Planes de negocio por aliado.</li> <li>Capacidad económica, administrativa y operativa de los aliados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de selección de aliados.</li> <li>Definición de países foco para la ejecución de la estrategia de la compañía.</li> <li>Modelos de expansión internacional acordes a la exposición de riesgo.</li> <li>Evaluación de aliados de negocio a través de prácticas de debida diligencia.</li> <li>Seguimiento a la ejecución de planes de negocio.</li> </ul>
Incertidumbre/ deterioro/cambio de las condiciones políticas, económicas y sociales de los países en los que opera la compañía.	Impacto en las operaciones de negocio por cambio o expectativa en el entorno, incluyendo impuestos, devaluación, desempleo, confianza inversionista, demanda, oferta, inflación, entre otros, que impacten a los países y consecuentemente afecten el desempeño de las operaciones y fuentes de ingreso de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoreo de riesgo país en países de expansión y operación.</li> <li>Determinación del valor en riesgo - tamaño de la operación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición de países foco para la ejecución de estrategia de la compañía.</li> <li>Modelos de expansión internacional acordes a la exposición de riesgo.</li> <li>Sensibilización del presupuesto de la compañía bajo potenciales escenarios.</li> <li>Monitoreo de las condiciones de los países en los que opera la compañía.</li> </ul>
Afectación de las operaciones	Situaciones que interrumpan o dificulten el abastecimiento, distribución y operación de la compañía, incluyendo más no limitándose a situaciones de orden público, catástrofes naturales o determinaciones del Gobierno Nacional o local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoreo de las condiciones para operación en el entorno.</li> <li>Medición de inventarios por canal y por suministro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planes de contingencia para continuidad de las operaciones (Incluye abastecimiento, logística y comerciales).</li> <li>Planes de contingencia de asociados de negocio.</li> <li>Manejo de inventarios de seguridad.</li> </ul>
No acelerar la transformación digital al ritmo del mercado	Incapacidad de identificar e implementar ágilmente herramientas tecnológicas que beneficien el relacionamiento con los clientes, consumidores y grupos de interés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estado de la compañía versus tendencias tecnológicas del mercado.</li> <li>Cambios normativos, regulatorios o de supervisión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento a profundidad de tendencias de mercado.</li> <li>Foco habilitador estratégico con acciones tácticas definidas y KPIs de seguimiento y monitoreo a su ejecución.</li> <li>Asignación de recursos para proyectos.</li> </ul>
Incumplimiento de metas establecidas para la economía circular	No cumplir con los indicadores definidos en la Estrategia de la compañía en términos de economía circular, los cuales son definidos anualmente y comunicados a los grupos de interés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoreo constante sobre la gestión de los residuos sólidos.</li> <li>Seguimiento al avance de las iniciativas referentes al cierre del ciclo de envases y empaques (diseño, compra, aprovechamiento y disposición final)</li> <li>Seguimiento al cumplimiento de los compromisos adquiridos en la campaña global Race to Zero de las Naciones Unidas, y de la iniciativa "Metas Basadas en Ciencia" (Science Based Targets initiative o SBTi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compromiso de generar valor compartido para caficultores, colaboradores, consumidores, accionistas y aliados comerciales.</li> <li>Fortalecimiento del Plan Amigo Caficultor y sus programas Mujeres Cafeteras, Jóvenes Renacer y Plan Amigo Inversionista.</li> <li>Fortalecimiento de la cadena de abastecimiento sostenible, con políticas y acciones concretas en compras inclusivas (con población en situación de desplazamiento, afrodescendientes, mujeres cabeza de hogar, jóvenes y en general personas en condiciones desfavorables).</li> </ul>

Los riesgos relevantes de la compañía están en línea con las tendencias identificadas por diferentes firmas para 2023, como lo son el Instituto Interno de Auditores en su reporte Riesgos en Foco, el Barómetro de Riesgos de Allianz, el Reporte de Riesgos Global del Foro Económico Mundial y el Pronóstico de Riesgos de Control Risks.

### iii. Materialización y supervisión de riesgos durante el ejercicio y los planes de respuesta

[CO12 7.4.3.1.3]

Procafecol S.A., en cumplimiento de la Política de Gestión de Riesgos, documenta, revisa y actualiza anualmente las actividades, para responder en caso de materialización, de todos los riesgos de la cadena de suministro, independientemente de su nivel de criticidad, y para los demás riesgos cuando estos afecten la continuidad del negocio. La actividad es realizada por el Gestor del Riesgo con el acompañamiento de la Coordinación de Control Interno y Riesgos; dicha actividad se refleja en el "Plan de Respuesta a Eventos", en el cual se incluyen las actividades a desarrollar con el fin de garantizar la operación durante la contingencia, así como el esquema de comunicaciones que se activa, según sea el caso.

De manera posterior, y para aquellos riesgos de la cadena de suministro con calificación residual indeseable, intolerable o catastrófica, se realiza por lo menos un simulacro o prueba de escritorio durante el año, con el cual se busca comprobar que los procedimientos establecidos para aplicar en caso de que se materialicen los riesgos funcionan y que los esquemas de comunicación definidos son los adecuados.

Cuando un riesgo se materializa, ya sea que afecte o no la continuidad del negocio, este es reportado por los gestores de riesgos con el fin de generar las acciones correctivas y de realizar un análisis de causa para evitar su recurrencia, disminuir su impacto y retroalimentar la gestión de los riesgos relacionados con el evento.

Para 2022 ninguno de los riesgos materializados afectó la continuidad de la compañía y estos correspondieron, en general, a riesgos asociados al giro ordinario de la operación con impactos no materiales.

La supervisión de los riesgos está a cargo de los Gestores de Riesgos y se escala en jerarquía en los órganos de dirección y responsabilidad de acuerdo con el nivel de criticidad, de manera que los riesgos de más alto impacto y probabilidad estén a cargo del Gestor, pero con acompañamiento permanente del Comité Directivo y/o de la Junta Directiva.

### iv. Riesgos derivados de la declaratoria de estado de emergencia económica, social y ecológica por causa de la emergencia de salud pública a nivel global, debido al virus COVID-19

[CO12 7.4.3.1.3]

La pandemia de COVID-19 se constituyó en un evento global que puso a prueba la resiliencia financiera, operativa y comercial de las empresas en diversos sectores de la economía.

Procafecol S.A. presupuestó el 2022 bajo un escenario de mejor desempeño, a pesar de ser evidente la continuidad de los impactos de la pandemia, las dificultades globales de cadena de suministro y el contexto de cambio económico y político a nivel global.

Sin embargo, los efectos a nivel mundial de las políticas de apoyos por los bancos centrales a las economías, así como la finalización de la emergencia sanitaria en Colombia y el levantamiento de medidas a nivel mundial por la pandemia del COVID-19, llevaron a una aceleración del consumo; esto fue evidente en los resultados de Procafecol S.A. En el desarrollo del 2022, los riesgos y medidas identificados específicamente para enfrentar las consecuencias derivadas de la pandemia pasaron a integrar los riesgos operacionales de la compañía y a ser sujetos del tratamiento establecido en la política y procedimiento de gestión del riesgo.

La compañía comprende que, desde las perspectivas de gestión de riesgo, la probabilidad de materialización de cisnes negros debe ser analizada con una aproximación diferente, ya que no debe ser considerada tan remota como se evaluaba previo a la pandemia del COVID-19. Adicionalmente, la pandemia ha sido catalizador para la potencialización de otros riesgos, por lo que ha sido imperativo desarrollar medidas adicionales para dar respuesta oportuna a la materialización de riesgos, la continuidad del negocio y demás planes de acción.

### f. Accionistas

[CO12 7.4.13.1.1, (xii)]

La estructura de gobierno corporativo de Procafecol S.A. está conformada por la Asamblea General de Accionistas, la Junta Directiva, los comités de apoyo y la Alta Gerencia encabezada por la Presidencia. Tanto la Asamblea General de Accionistas como la Junta Directiva reglamentaron el trato equitativo a accionistas en los Estatutos Sociales y en el Código de Gobierno Corporativo, respectivamente, consagrándose como un derecho de los accionistas y un deber para los administradores. Procafecol S.A. proporciona un trato equitativo a sus accionistas atendiendo las clases de acciones que posean, motivo por el cual da a conocer al público las distintas clases de acciones emitidas por la compañía, la cantidad de acciones emitidas para cada clase y la cantidad de acciones en reserva, así como los derechos y obligaciones inherentes a cada clase de acciones. Para garantizar el cumplimiento de estas disposiciones, la Junta Directiva aprobó la creación del Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad, el cual tiene dentro de sus funciones velar por los intereses de los accionistas.

[CO12 7.4.13.1.1, (xii), a), b)]

Así mismo, Procafecol S.A. cuenta con una Oficina de Atención a Accionistas que se rige bajo el Procedimiento de Comunicación con Inversionistas / Accionistas emitido por la compañía, el cual contempla los siguientes canales de comunicación:

Dirección: **Calle 73 No. 8 – I3 Torre A Piso 3.**

Horario de atención virtual y telefónico de lunes a jueves de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:30 p.m. y los viernes de 7:00 a.m. a 2:00 p.m. en horario continuo.

Correo Electrónico:

**acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com**

Celular: **320 865 0077 (Mensajes de texto y WhatsApp)**

Adicionalmente, Procafecol S.A. pone a disposición de los accionistas la siguiente página web corporativa: <https://juanvaldez.com/gobierno-corporativo/>, cuyo fin es facilitar el acceso a información relevante y otra información corporativa de interés. Esta página web contiene:

- Información acerca de la historia, principales datos, misión, visión y valores, datos del negocio, estructura y modelo de gobierno e información de la compañía.
- Información relevante e información periódica comunicada al RNVE de conformidad con las normas aplicables, información financiera.
- Estatutos Sociales, Reglamentos de Junta Directiva y comités de apoyo, Código de Gobierno Corporativo, composición de la Junta Directiva y de sus comités de apoyo, Informe Anual de Gobierno Corporativo, informes y documentos de sostenibilidad, principales políticas y códigos de la compañía, reportes de implementación del Reporte de Implementación de Mejores Prácticas Corporativas, entre otras.

No obstante, la página web mencionada no incluirá información confidencial, privilegiada, sometida a reserva o protegida por las leyes, ni información relacionada con secretos industriales, o aquella cuya divulgación pueda ser utilizada en detrimento de Procafecol

S.A. De esta manera, toda la información incorporada cumple con la normativa aplicable.

### i. **Medidas adoptadas durante el ejercicio para fomentar la participación de los accionistas en la Asamblea**

Para la Asamblea General de Accionistas del año 2022 se incentivó la participación de los accionistas por medio de una invitación a través de diferentes canales de comunicación como el correo electrónico (734) y una publicación en el periódico El Tiempo y en la página web de accionistas de Juan Valdez®, donde se publicó la información para unirse a la asamblea virtual. Por otro lado, se logró una alianza con comités cafeteros para la réplica de la información con los accionistas interesados.

Para la Asamblea Extraordinaria de Accionistas del año 2022, se incentivó la participación de los accionistas por medio de una invitación a través de diferentes canales de comunicación como el correo electrónico (más de 6.000 correos después del proceso de actualización de datos con Experian) y una publicación en el periódico El Tiempo y en la página web de accionistas Juan Valdez®, donde se publicó la información para unirse a la asamblea virtual. Por otro lado, se logró una alianza con comités cafeteros para la réplica de la información con los accionistas interesados.

### ii. **Información comunicada a los accionistas**

Durante el 2022, la siguiente información fue comunicada de forma masiva a todos los accionistas de los cuales se cuenta con información a través del correo electrónico y sitio web.

- Invitación Asamblea General de Accionistas Procafecol S.A. (virtual)- 23/03/2022 (correo electrónico y publicación en página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A. IIIQ- 2021-24/03/2022 (correo electrónico y página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A. IVQ- 2021 -20/04/2022 (correo electrónico y página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A.- IQ 2022 - 27/07/2021 (correo electrónico y página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A.- IIQ 2022 09/09/2022 (correo electrónico y página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A.- IIIQ 2022 30/12/2022 (correo electrónico y página web)
- Invitación a Conversatorio de Accionistas (virtual) - 25/10/2022 (correo electrónico)
- Invitación reunión extraordinaria Asamblea General de Accionistas Procafecol S.A. (Virtual) - 08/11/2022 (correo electrónico y página web)



### iii. **Número de solicitudes y materias sobre las que los accionistas han requerido información a la sociedad**

Durante el 2022, las solicitudes que se recibieron por parte de los accionistas se distribuyeron de la siguiente manera:

Tipo de Solicitud	Carta	Correo electrónico	Llamada	Reunión de Accionistas	Visita	Total
Compra de Acciones	2	24				26
Consultas Generales	2	279	104	4	2	391
Sucesión y Donación	1		3		1	5
Venta de Acciones	11	60	3			74
Total	16	363	110	4	3	496

Entre los casos relacionados a compra-venta de acciones, 1.067 acciones fueron comercializadas dentro del trámite de compra y venta de acciones; por otro lado, 500 acciones estuvieron asociadas a trámites de sucesión de acciones.

#### Actualización de Datos Accionistas

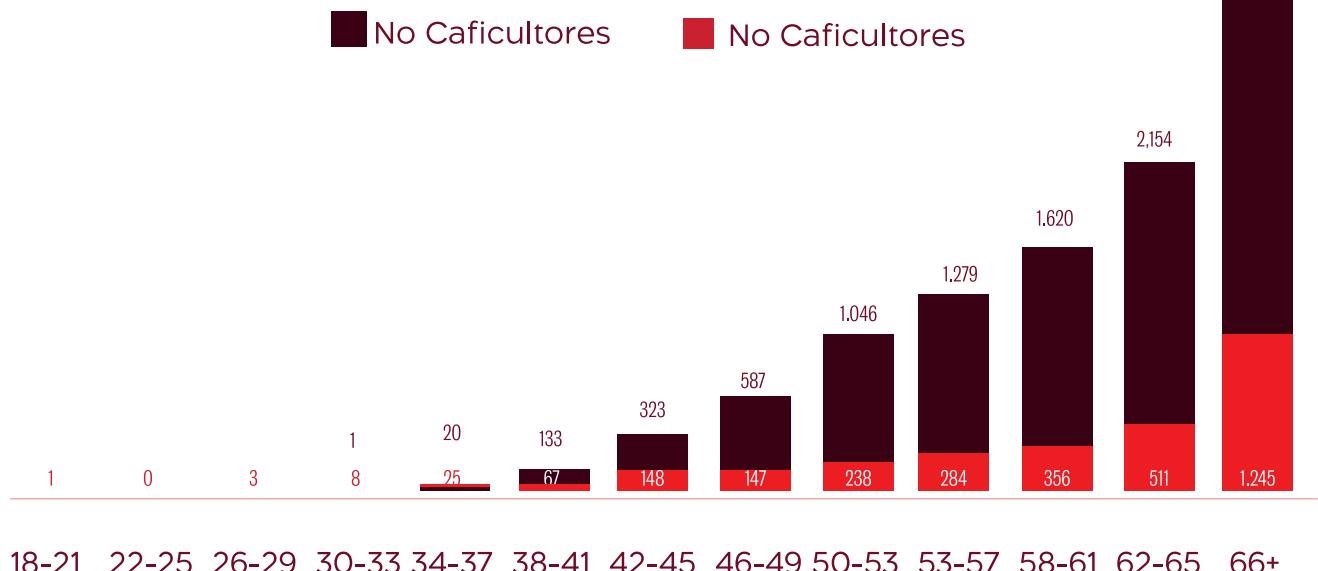
Debido al reto presentado en la comunicación con los accionistas y en la accesibilidad a la información, y con el fin de actualizar los datos de los accionistas para garantizar una comunicación con dicho grupo de

interés, en el mes de agosto del año 2022 se estableció contacto con Experian, operador de la información bajo la Ley 1266 de 2008, y se acordó con esta empresa la actualización de datos de los registros de nuestros accionistas. Se logró actualizar la información del 88% de los 18,256 accionistas de la siguiente manera:

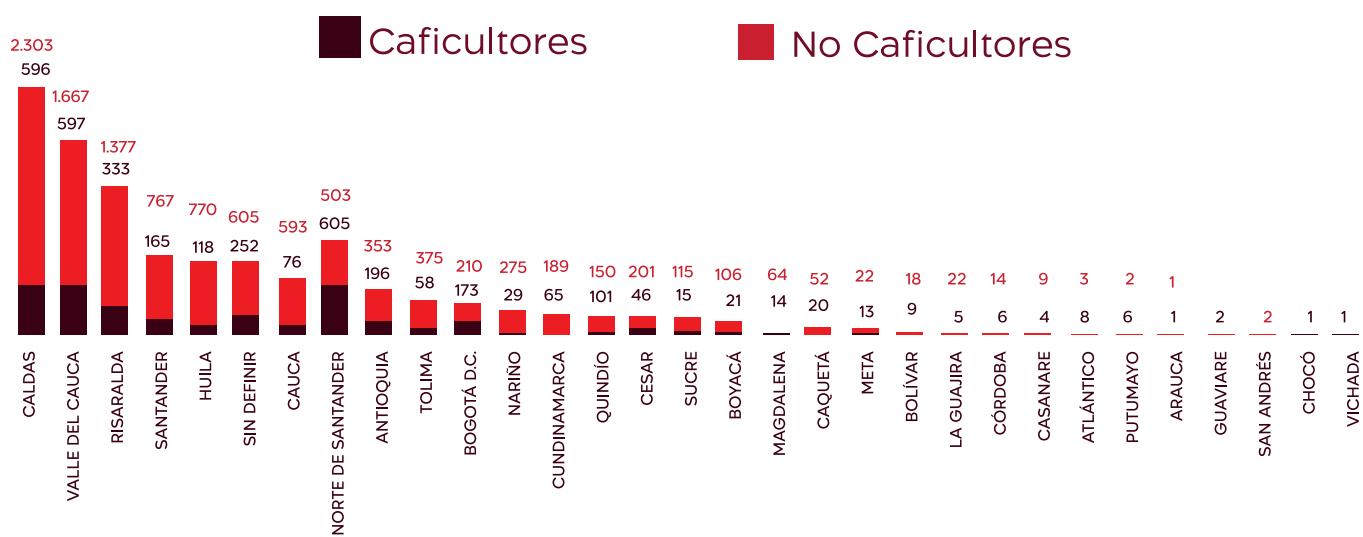
- 13.801 accionistas con datos de ubicación
- 13.284 accionistas con teléfono fijo de contacto
- 2.479 personas fallecidas
- 143 registros con inconsistencias

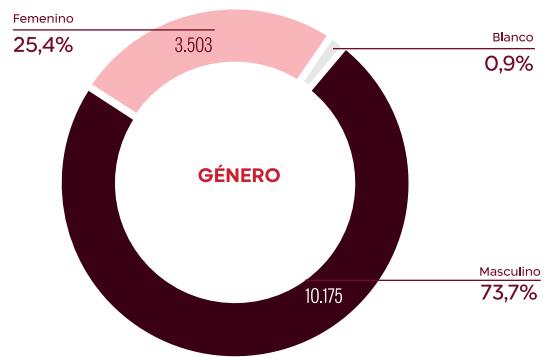
3.605

#### RANGOS DE EDAD



#### ACCIONISTAS POR DEPARTAMENTOS





Por otro lado, atendiendo a la necesidad de aclarar las dudas que pudieran tener los accionistas, en noviembre del 2022 se convocó a un "Conversatorio de Accionistas", donde se les presentaron temas de su interés y se resolvieron dudas e inquietudes. Entre los temas tratados durante este espacio virtual se encuentran:

- Composición y elección del equipo directivo.
- Composición accionaria de la compañía.
- Acciones en curso para fortalecer el relacionamiento con accionistas, como por ejemplo:
  - \* Descuento del 20% a caficultores en las tiendas Juan Valdez® Café en Colombia.
  - \* Articulación con comités departamentales y cooperativas

para dinamizar el programa de [Plan Amigo Inversionista](#) (ver sección Plan Amigo Inversionista para más detalles).

- Próximas acciones para mejorar el relacionamiento con los accionistas y otorgarles nuevos beneficios, como por ejemplo:

- \* Renovación de canal de atención a accionistas.
- \* Continuación de la campaña de actualización de datos personales.
- \* Beneficio de descuento en 2023 para todos los accionistas.
- \* Visitas presenciales a comités departamentales de cafeteros para conversatorios con accionistas y presentación de resultados.

#### iv. Datos de asistencia a la Asamblea General de Accionistas

Asistencia Asamblea General de Accionistas 31 de marzo 2022

Acciones Ordinarias	Accionistas Asistentes Número de acciones	%
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, representada por Mateo Quimbaya en su condición de apoderado especial	14.800.317	84,15%
Almacafé S.A., representada por Manuela Jaramillo Fonseca, en su condición de apoderada especial	106	0,0006%
Fundación Manuel Mejía, representada por Jeysón Ramírez, en su condición de apoderado especial	70.737	0,4022%
Otros Accionistas	33.900	0,19095%
<b>Total Acciones Ordinarias</b>	<b>14.890.060</b>	<b>84,74%</b>
<b>Acciones Preferenciales sin derecho a voto</b>		
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, representada por Mateo Quimbaya en su condición de apoderado especial	1.738.148	9,88%
Almacafé S.A., representada por Manuela Jaramillo Fonseca en su condición de apoderado especial	400.000	2,27%
<b>Total Acciones Preferenciales sin derecho a voto</b>	<b>2.138.148</b>	<b>12,15%</b>

Asistencia reunión extraordinaria asamblea general de accionistas 28 de noviembre 2022

Acciones Ordinarias	Accionistas Asistentes Número de acciones	%
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, representada por Mateo Quimbaya en su condición de apoderado especial	14.800.317	84,15%
Almacafé S.A., representada por Manuela Jaramillo Fonseca, en su condición de apoderada especial	106	0,0006%
Fundación Manuel Mejía, representada por Jeysón Ramírez, en su condición de apoderado especial	70.737	0,4022%
Otros Accionistas	22.961	0,1272%
<b>Total Acciones Ordinarias</b>	<b>14.894.121</b>	<b>84,68%</b>
<b>Acciones Preferenciales sin derecho a voto</b>		
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, representada por Mateo Quimbaya en su condición de apoderado especial	1.738.148	9,88%
Almacafé S.A., representada por Manuela Jaramillo Fonseca en su condición de apoderado especial	400.000	2,27%
<b>Total Acciones Preferenciales sin derecho a voto</b>	<b>2.138.148</b>	<b>12,15%</b>

**v. Síntesis de las principales decisiones tomadas por la Asamblea, siempre que dicha divulgación sea legal o contractualmente procedente**

**Principales decisiones tomadas por la Asamblea General de Accionistas en la reunión ordinaria del 31 de marzo de 2022:**

- Aprobación de reformas a los artículos 33, 35, 36, 39 y 49 de los Estatutos Sociales.

Para conocer las reformas de los artículos mencionados, dirigirse al [Anexo1](#).

*Composición Junta Directiva para el periodo 2022-2024:*

- La Asamblea General de Accionistas de Procafecol S.A. designó a los siguientes miembros de la Junta Directiva para el periodo 2022-2024:

Principales	Suplentes
Juan Camilo Becerra Botero (Patrimonial)	Juan Camilo Ramos Mejía (Patrimonial)
María Ángela Holguín Cuéllar (Independiente)	Juan Camilo Robledo Vásquez (Independiente)
Pablo Casabianca Escallón (Independiente)	Claudia Amparo Barrero Lozano (Independiente)
Ana María Barrera Vallejo (Independiente)	Yonatan Bursztyn Vainburg (Independiente)
Carlos Alberto Eraso López (Patrimonial)	Ana María Folleco Alzate (Patrimonial)

*Composición del Comité de Auditoría para el periodo 2022-2024*

Comité de Auditoría

Pablo Casabianca Escallón  
Juan Camilo Robledo Vásquez  
Claudia Amparo Barrero Lozano

*Designación Revisor Fiscal:*

La Asamblea General de Accionistas eligió por unanimidad a la firma Ernst & Young S.A.S., que a su vez designó a las personas naturales que ejercerán el cargo de Revisor Fiscal principal y suplente, respectivamente.

Principales decisiones tomadas por la Asamblea General de Accionistas en la reunión ordinaria del 31 de marzo de 2022:

- Aprobación de informes de fin de ejercicio 2021: Informe de la Junta Directiva sobre su funcionamiento y Evaluación del Presidente, Informe de Gestión de los Administradores

y Estados Financieros individuales y consolidados de fin de ejercicio, junto con sus respectivas notas.

- Aprobación del informe de pérdidas del ejercicio 2021.

*Principales decisiones tomadas por la Asamblea General de Accionistas en la reunión extraordinaria del 28 de noviembre de 2022:*

Aprobación de reformas a los artículos 3, 5, 6, 18, 20, 22, 26, 31, 34, 35, 36, 41, 42, 77, 81 y 82 de los Estatutos Sociales.

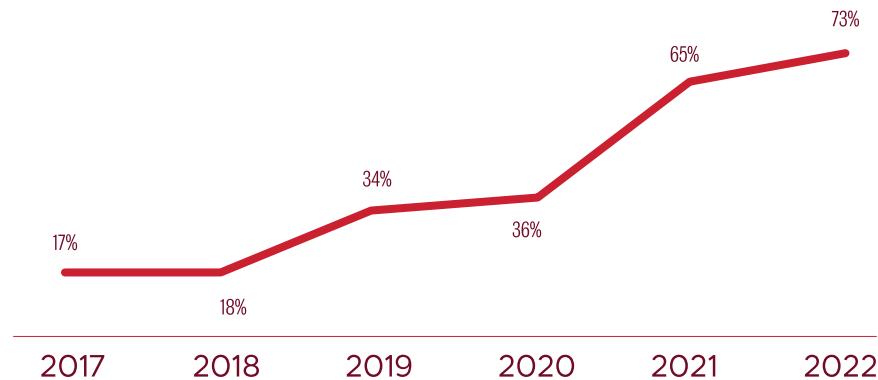
Para conocer las reformas de los artículos mencionados, dirigirse al [Anexo 2](#).

## g. Encuesta Código País Buen Gobierno – Resultados 2022

Al estar inscrito en el Registro Nacional de Valores por la emisión de acciones, Procafecol S.A. está obligado a responder y reportar anualmente el resultado del Reporte de Implementación de Mejores Prácticas Corporativas, el cual incluye 148 recomendaciones formuladas por

la Superintendencia Financiera de Colombia. Cerrando el año 2022, se calificaron como prácticas existentes y operantes 108 recomendaciones, equivalente al cumplimiento del 73% del reporte.

### RECOMENDACIONES ADOPTADAS



### Compromisos y mecanismos para gestionar impactos

[GRI 2-25] [GRI 2-26]

Desde el año 2018, la compañía ha implementado como estrategia el triple impacto, delegando toda la responsabilidad de diseño, liderazgo, gestión y monitoreo de todos los asuntos sociales y ambientales del negocio en la Dirección de Sostenibilidad, la cual reporta directamente a Presidencia. Esto permitió que en el año 2019 la sostenibilidad formará parte del centro del negocio al establecer el valor compartido con gru-

pos de interés como objetivo estratégico de la compañía.

El año 2022 marcó un hito relevante en la compañía, puesto que el área de Sostenibilidad pasó de ser una Gerencia a ser una Dirección. Esto es el resultado de un gobierno corporativo cada vez más robusto que reconoce y prioriza el triple impacto como un elemento estratégico del modelo de negocio. Esta Dirección ahora tiene participación en el Comité Directivo de la organización. Así mismo, cuenta con una participación relevante en Junta Directiva, órgano al que se lleva la aprobación y se-

guiimiento del diseño de la estrategia y los planes relacionados con el triple impacto (social, ambiental y su relación con el negocio).

Este nivel de rendición de cuentas garantiza no solo que la sostenibilidad forme parte integral de la organización, sino que haya una mirada de triple impacto en la toma de decisiones de la Junta ante los desafíos y oportunidades del negocio.

La participación en la Junta Directiva por parte de la Dirección de Sostenibilidad se da como mínimo dos veces al año. Inicialmente, al principio del año, cuando se presenta la estrategia implementada por la Dirección de Sostenibilidad. Posteriormente, al cierre del año, momento en el que se rinde un balance general acerca de la gestión.

Adicionalmente, la Dirección cuenta con un espacio en el cual, en conjunto con el Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad, presenta a la Junta Directiva el Informe de Sostenibilidad para que esta instancia lo apruebe.

De igual forma, la Dirección de Sostenibilidad está a disposición de la Junta Directiva para cuando este órgano requiera apoyo técnico en la socialización y aprobación de políticas relacionadas con asuntos sociales y ambientales y/o sensibilizaciones sobre temas afines.

Para la creación del Informe de Sostenibilidad se realiza un trabajo conjunto entre las áreas de Sostenibilidad, Control Interno, Contabilidad y Jurídica. Una vez se consolida la información, la administración procede a hacer entrega del texto al Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad, que a su vez se encarga de la revisión del mismo. Posteriormente, este es remitido a la Junta Directiva, que es la instancia encargada de su aprobación.

La Junta Directiva debe tener conocimiento y gestionar los conflictos de interés que puedan surgir entre la sociedad y los accionistas, miembros de la Junta Directiva y la Alta Gerencia, velando porque se gestionen en las instancias legales correspondientes.

La Junta Directiva le asignó al Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad la función de informarle acerca de materias sociales, ambientales y de gobernanza. A su vez, el Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad dispondrá de tres (3) miembros que cuentan con conocimientos y/o experiencia relacionada con dichas materias. En caso de que el Comité no cuente con el conocimiento requerido, la Junta Directiva puede contratar a asesores, consultores o especialistas externos que brinden las capacitaciones y conocimientos técnicos requeridos para que esta pueda cumplir sus funciones adecuadamente.

En el año 2022, en el marco de la estrategia de la compañía en acción climática, se realizó una sesión de sensibilización con la Junta Directiva sobre el cambio climático y se presentaron los resultados de la medición de huella de carbono del año 2021. Esto se constituyó como punto de partida para las decisiones estratégicas que este órgano tomará de ahora en adelante respecto a asuntos ligados al gobierno corporativo y sostenibilidad, para el cumplimiento de los objetivos tales como *Race to Zero*.

Procafecol S.A. dispone de los siguientes mecanismos para realizar supervisión de los impactos medioambientales y personales al interior de la organización:

- Informes Periódicos del Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad y del Comité de Talento: La Junta Directiva de Procafecol S.A. constituyó el Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad y le asignó la supervisión en asuntos relacionados a buenas prácticas en gobierno corporativo y sostenibilidad.
- Para la supervisión de impactos relativos a las personas, la Junta Directiva le asignó al Comité de Talento la supervisión de la implementación de las políticas, los planes y demás acciones relativas a la gestión de talento de Procafecol S.A., presentando informes periódicos a la Junta Directiva para la toma de decisiones en la materia.

Así mismo, el Comité de Gobierno Corporativo, en conjunto con el Presidente de la compañía, prepara anualmente un Informe de Gobierno Corporativo por medio del cual se pone en conocimiento de la Junta Directiva la manera en la que durante el año se dio cumplimiento y seguimiento a las normas de gobierno corporativo adoptadas por la compañía.

#### Incorporación de compromisos y políticas

Procafecol S.A. ejecuta los anteriores compromisos con los grupos de interés mediante las siguientes estrategias:

- Para proteger y garantizar los derechos humanos de la población menor de edad, Procafecol S.A., a través del Código de Ética, solicita a sus colaboradores que sigan los siguientes lineamientos:
  - \* Abstenerse de ofrecer o dar información, directa o indirectamente, sobre planes o lugares donde se coordine o practique la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes.
  - \* Impedir el ingreso de niños, niñas y adolescentes a las instalaciones, oficinas y tiendas de la compañía, con fines de explotación o de abuso sexual.
  - \* Informar de forma oportuna al líder respectivo o al área competente sobre la existencia de información o promoción de planes o lugares relacionados con la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes al interior de la compañía.
- Para vincular a un proveedor al programa de compras inclusivas, este debe contar con el respaldo o certificado de un aliado institucional que promueva y acompañe el desarrollo de estos proveedores en Colombia. Se firmarán acuerdos comerciales que contengan la negociación realizada por las partes, los cuales deberán contener la descripción del bien o servicio a prestar, las condiciones de pago, fechas de entrega, póliza (si aplican) y la vigencia del acuerdo.

Como operador BASC, Procafecol S.A. organiza capacitaciones idóneas para que su personal esté familiarizado y perfeccione las prácticas requeridas para evitar la comisión de actividades ilícitas.

#### Procesos para remediar los impactos:

- **Accionistas:**  
Una vez un accionista obtiene información acerca de un posi-

ble impacto que afecte los intereses de Procafecol S.A. y/o de sus grupos de interés, puede contactar a la Oficina de Atención a Accionistas, cuyo fin único es *servir como canal designado para atender las inquietudes y solicitudes de accionistas y posibles inversionistas. Para ello, se cuenta con varios canales de atención oficiales:*

- \* Dirección: Calle 73 No. 8 – I3 Torre A Piso 3.
- \* Horario de atención virtual y telefónico de lunes a jueves de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:30 p.m. y los viernes de 7:00 a.m. a 2:00 p.m. en horario continuo.
- \* Correo Electrónico:  
acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com
- \* Celular: 320 865 0077 (Mensajes de texto y WhatsApp)

El canal se configura como un sistema personalizado y centralizado, el cual garantiza la trazabilidad y la solución de las reclamaciones o inquietudes que presenten accionistas y posibles inversionistas.

De igual manera, en el año 2022 se realizó un conversatorio virtual en el mes de noviembre para todos los accionistas de la compañía, con el propósito de atender sus inquietudes y resolver dudas generales sobre las acciones al interior de Procafecol S.A.

- ***Talento Humano:***

Con el propósito de mitigar posibles impactos negativos generados al interior de la organización, Procafecol S.A. cuenta con los siguientes canales para contactar al Comité de Ética:

- \* Correo Electrónico: comité.etica@juanvaldezcafe.com
- \* A través de la Intranet, Servicios y Denuncias.
- \* La Dirección de Gestión Humana

- ***Consumidores:***

La Dirección de Servicio al Cliente de Procafecol S.A. pone a disposición de los clientes la información de contacto para atender las quejas o los reclamos realizados por los consumidores:

- \* Correos electrónicos:  
cuentaconjuan@juanvaldezcafe.com  
app@juanvaldezcafe.com  
amigos.juanvaldez@juanvaldezcafe.com  
tienda.online@juanvaldezcafe.com
- \* Redes Sociales:  
Facebook  
Twitter  
Instagram
- \* Línea telefónica:  
Línea Bogotá: (601)4824151  
Línea Nacional: 0180005177114.

Para la mejora continua del servicio brindado por la operación comercial de Procafecol S.A., la compañía pone a disposición de los consumidores un código QR, por medio del cual el consumidor puede calificar su experiencia y dejar comentarios. De esta manera, Procafecol S.A. recibe la retroalimentación respectiva y formula acciones de mejora para evitar cualquier posible impacto negativo a futuro.



## V. SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad y el valor compartido como ventaja competitiva del negocio.

En el camino por integrar la sostenibilidad en el modelo de negocio de la organización, desde 2019, Procafecol S.A. convirtió la generación de valor compartido a sus diferentes grupos de interés en su objetivo estratégico. Con este fin, la compañía obtuvo en febrero de 2021 la certificación de Empresa B, que no solo es una declaración pública de su compromiso, sino que exige, día a día, mejorar el impacto desde el centro del negocio hacia los caficultores, colaboradores, consumidores, accionistas y aliados comerciales. En este orden de ideas, la estrategia de la compañía tiene como eje habilitador la sostenibilidad, con el objetivo de que el negocio considere el triple impacto a través tanto de su operación como de la cadena de valor.

En ese sentido, la sostenibilidad en Procafecol S.A. se desarrolla a través de tres ejes estratégicos: Plataforma de Valor Compartido; Mitigación al cambio climático; e Internacionalización y Economía circular.

### A. Plataforma de Valor Compartido

Desde este eje se desarrolla un modelo de proveeduría sostenible, alcanzando un valor diferencial en el mercado por medio de dos dimensiones:

i. **Proveeduría sostenible:** esta dimensión está enfocada en promover prácticas sostenibles en la cadena de abastecimiento de la compañía, por medio de programas como compras inclusivas a comunidades en situación de vulnerabilidad y buenas prácticas sociales y ambientales para proveedores.

ii. **Plan Amigo Caficultor:** esta dimensión busca que todas las acciones de la marca generen valor para los caficultores colombianos, al ser los principales proveedores y beneficiarios de la compañía. Para cumplir este objetivo, la compañía cuenta con programas de fortalecimiento multidimensional tales como Mujeres Cafeteras, Jóvenes Renacer y Plan Amigo Inversionista, a través de los cuales se han impactado más de 1.000 beneficiarios en 14 departamentos diferentes, con más de 215.000 kg de café verde comprados desde 2017.

### B. Mitigación al cambio climático y economía circular

Procafecol S.A. desarrolla su estrategia de mitigación al cambio climático considerando la economía circular como un modelo que contribuye a este objetivo.

i. **Mitigación del cambio climático:** en 2022 la compañía se adhirió a la campaña Race to Zero para avanzar en la reducción de sus emisiones producidas en un 50% para 2030, y lograr un balance cero neto para 2050. Para lograr esto, Procafecol S.A. calculó sus emisiones directas e indirectas del año 2021, donde se evidenció una generación total de emisiones por actividades en la cadena de suministro (Alcance 3) de 22.204 ton CO<sub>2</sub> eq, o el equivalente al 95% sobre el total de las emisiones generadas por la organización. Para la medición de la huella de carbono de los alcances 1 y 2 del presente año de reporte, la compañía alcanzó un total de 1.759 ton CO<sub>2</sub> eq.

ii. **Economía circular:** la compañía mantiene la utilidad, valor y servicio de diferentes materiales usados a lo largo de la operación a través de su rediseño, reuso y reciclaje. En línea con la disminución de plásticos de un solo uso en el portafolio de envases y empaques, Procafecol S.A. logró reducir 2,7 toneladas de plástico gracias a la transición a pitillos de papel y mezcladores de madera. De igual forma, con los programas Vaso Reúso y Reusamos todo lo que sea posible, la compañía disminuyó la generación de residuos en más de 17 toneladas. Asimismo, con el programa de Cierre de Ciclo, se aprovecharon más de 170 toneladas de residuos reciclables y orgánicos.

iii. **Internacionalización:** considerando la relevancia de la expansión de la marca Juan Valdez® a nivel internacional en los próximos años, se están centrando los esfuerzos en desarrollar un marco de gobernanza internacional de sostenibilidad y valor compartido para la operación global. De esta manera, se busca expandir el impacto de triple resultado en todos los mercados donde la marca tiene presencia.

Por esta razón, el 2022 estuvo centrado en explorar y comprender las tendencias globales, regionales y locales de los países en los que la compañía tiene presencia, así como enfocar los esfuerzos en aquellos países en los que Procafecol S.A. tiene sociedades: España, Ecuador y Chile. Desde allí se construirán unos lineamientos generales de sostenibilidad para la operación global.

Para conocer en detalle los programas y actividades de estos ejes estratégicos de sostenibilidad en la compañía, visitar el [Informe de Sostenibilidad](#).



## VI. LO QUE VIENE

[CO12 7.4.3.1, (i)]

La ambición de la empresa es ser una de las 3 primeras marcas en los 10 países más relevantes de consumo de café, convirtiéndose en la mayor compradora de café de Colombia. Para lograr este fin, se plantearon tres grandes objetivos estratégicos para los próximos años: multiplicar por tres las ventas de la empresa obtenidas en el 2021, multiplicar por 5 el EBITDA para repartir dividendos, y ser una empresa carbono neutro<sup>8</sup>.

Para cumplir con estos objetivos estratégicos, la empresa tiene tres focos:

- Fortalecimiento de la marca Juan Valdez®.
- Crecimiento exponencial en el mercado internacional.
- Consolidación en el mercado nacional.

Los tres anteriores son los focos estratégicos de la compañía. Adicionalmente, hay focos habilitadores que son transversales y ayudan a cumplir los anteriores y a apuntar a los objetivos estratégicos. Se dividen en tres rubros:

- Implementar una estrategia de talento y cultura de innovación y crecimiento.
- Acelerar la transformación digital, buscando simplificación y agilidad.
- Desarrollar prácticas sostenibles como ventaja competitiva.

Cada una de estas estrategias contribuye al logro de los objetivos planteados como compañía y permite hacer seguimiento a la "Misión 2027", la cual es el eje central de la Administración de Procafecol S.A. y tiene por objetivo cautivar al mundo con los cafés premium de Colombia para generar valor a los caficultores colombianos. Lo anterior se logra mediante la comercialización y promoción de café a nivel nacional e internacional, destacando siempre los valores que rigen a la compañía (la Colombianidad, la Integridad, el Servicio y la Diversidad).

Uno de los pilares objeto de la "Misión 2027" es alcanzar la meta de convertirse en una compañía carbono neutro para el año 2030. Para alcanzar este objetivo particular, Procafecol S.A. se ha planteado desarrollar y realizar prácticas sostenibles como ventajas competitivas.

Esta estrategia fue desarrollada por la Administración y aprobada por la Junta Directiva. A su vez, la Junta Directiva le delega al Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad la tarea de velar por el cumplimiento de los KPI sociales y ambientales que se presentan en la hoja de ruta de la "Misión 2027", así como recomendar la adopción de mecanismos adecuados para el seguimiento y la medición del impacto sostenible de la compañía. Para mayor información sobre la estrategia de sostenibilidad, remitirse al [Informe de Sostenibilidad](#).

[CO12 7.4.1.2.4.3]

Durante 2021 el propósito de Procafecol S.A. y sus subsidiarias fue el de estabilizar y rentabilizar la operación; objetivo logrado a través de las acciones en torno al cuidado de los colaboradores, el impulso de la ven-

ta de los canales comerciales, gestión de la estructura de gastos y costos y la optimización de la estructura financiera de la compañía.

El 2022 se presupuestó bajo un escenario de mejor desempeño a pesar de ser evidente la continuidad de los impactos de la pandemia, las dificultades globales de cadena de suministro y la incertidumbre por el panorama de cara a las elecciones presidenciales. Los efectos a nivel mundial de las políticas de apoyos por los bancos centrales a las economías y el levantamiento de medidas restrictivas por la pandemia del COVID-19, llevaron a una aceleración del consumo. Esto fue evidente en los resultados de Procafecol S.A., las ventas provenientes de las tiendas a nivel nacional, junto con los otros canales comerciales locales como el canal Moderno y el canal Tradicional entre otros lograron crecer alrededor del 50%, sobre pasando en \$188.767 millones de pesos los ingresos operacionales obtenidos en 2021.

El desempeño sobresaliente no se dio exclusivamente por factores externos de demanda, sino especialmente por las estrategias comerciales de la Procafecol S.A. y sus subsidiarias, la oferta de productos y ejecuciones en punto de venta a través de los diferentes canales como consumo masivo y sus subcanales moderno y tradicional, este último con una ejecución excepcional a casi dos años de su lanzamiento, aumentando el 141% respecto a 2021 y registrando presencia en más de 100.000 puntos de venta a nivel nacional. La expansión en el Canal Internacional con potencialización de los países en donde se ejerce presencia, especialmente por el posicionamiento que viene ganando la marca en los Estados Unidos a través de la Subsidiaria NFCGC evidenciado en el aumento de la participación en consumo masivo, así como el desarrollo de tiendas en el estado de Florida; la incursión en mercados como Turquía, Emiratos Árabes y Catar a través de acciones comerciales tendientes al reconocimiento y percepción de la calidad del café premium colombiano por parte de los consumidores, la participación en la feria mundial Expo Dubai la cual fue una vitrina excepcional para mostrar al mundo las cualidades del café Juan Valdez®, y permitió realizar diferentes actividades contactos y actividades comerciales; en Latinoamérica se ejecutaron acciones para fortalecer y profundizar los mercados actuales, alcanzando alianzas relevantes en segmentos como el institucional y estrechando las relaciones con los socios y franquiciados que operan en los diferentes países. El canal de Tiendas ha venido en crecimiento, en cantidad de transacciones, ticket promedio y número de tiendas a nivel Colombia y nivel internacional, superando 535 tiendas activas y constituyéndose en un hito para la marca de los caficultores colombianos.

Hechos como: la guerra en Ucrania y sus impactos en la economía mundial, por límites al comercio en materias primas e insumos agropecuarios, energéticos y otros, avivaron la volatilidad de los mercados y dificultades en las cadenas de suministro ya surgidas desde 2021, con consecuentes impactos en oferta, precios y tasa de cambio; los ajustes de bancos centrales en el mundo a las acciones realizadas en pandemia, impactaron el costo de financiamiento global y en Colombia en particular; la incertidumbre del proceso electoral y su impacto en la economía nacional, afectaron la inflación ya derivada de la aceleración

<sup>8</sup> Si bien la estrategia de la compañía contempla carbono neutro, desde septiembre de 2022, con la adhesión a Race to Zero y el compromiso de SBTi, esta postura trasciende a llegar a ser carbono cero neto para 2050. Para más información, consulte la sección B. Mitigación del cambio climático y economía circular del Informe de Sostenibilidad.

del consumo. Procafecol S.A. y sus subsidiarias hicieron frente a estos retos con estrategias ajustadas y acordes a su negocio, afrontaron este escenario de forma exitosa a través de coberturas cambiarias naturales producto de los ingresos de la operación del canal internacional y especialmente el desempeño excepcional de la subsidiaria NFCGC, administración de riesgo a través de futuros para la compra de café y su fijación de precios, así como gestión de gastos de administración, personal y ventas. Con base en lo anterior, las compañías alcanzaron una ganancia por actividades de operación de \$48.257 millones, \$24.203 millones adicionales respecto a 2021. El resultado del ejercicio fue una utilidad de \$27.092 millones, siendo \$5.095 millones superior a lo obtenido en el año anterior.

Procafecol S.A. es la única empresa en el sector de restaurantes y tiendas de café calificada por la firma Fitch Ratings, la cual afirmó en octubre de 2022 su calificación previa, 'A(col)' y 'FI(col)', perspectiva estable, sustentada en la recuperación de la generación operativa beneficiada por el buen desempeño de los diferentes canales, el incremento en los volúmenes de ventas y la capacidad de proteger los márgenes ante los incrementos en los costos de los insumos; así mismo, se cita como factores relevantes de la calificación: I. La posición sólida de negocios por

ser uno de los principales actores en el segmento de venta de café respaldada por la fortaleza de la marca Juan Valdez®, la presencia regional nacional e internacional y diferentes canales de negocio; y, 2. Generación operativa positiva que soporta el plan de crecimiento.

Procafecol S.A. y sus subsidiarias para su proyección de corto y largo plazo, cuentan con una estrategia estructurada y sustentada en focos, los cuales se soportan en objetivos específicos y acciones concretas sujetas a medición y seguimientos, para asegurar su logro. Las proyecciones del 2023 han sido elaboradas bajo las directrices de esta estrategia, así como contemplando las condiciones y riesgos del entorno. Bajo este escenario, y para los siguientes años, la compañía y sus subsidiarias contarán con el mercado, la demanda y la estructura adecuada para la generación de flujo de caja.

Teniendo en cuenta que Procafecol S.A. y sus subsidiarias han superado un hito importante en cuanto a ventas, cumplen sus obligaciones con proveedores, entidades financieras y empleados, y considerando que el desempeño durante el 2022 y las proyecciones tanto económicas como del negocio evidencia un potencial importante, se concluye que se cumple ampliamente con la hipótesis de negocio en marcha.



## VII. ESTADOS FINANCIEROS SEPARADOS

### a. Comentarios de la gerencia para el año 2022

[CO12 7.4.3.2.4, 7.4.1.2.4]

- Procafecol S.A continúa creciendo, al cierre de 2022 los ingresos operacionales aumentaron un 51,6 % frente al año anterior.
- En 2022, los ingresos operacionales de Procafecol S.A. ascendieron a \$554.355 millones de pesos.
- La ganancia por actividades de la operación fue de \$29.770 millones de pesos.
- El resultado del ejercicio fue \$2.902 millones de pesos, \$4.251 millones adicionales al resultado de 2022.

Bogotá, marzo 2023- El año 2022 inició con una elevada dinámica comercial producto de la recuperación económica en 2021, sin embargo, a medida que fue transcurriendo el año, muchos de los riesgos que se veían al inicio se fueron materializando, en algunos casos de manera acelerada. Eventos como la guerra entre Rusia y Ucrania, los nuevos cerramientos en China y la política expansiva de los principales bancos centrales en 2021, generaron presiones inflacionarias no vistas desde la década de los 70s, así, los bancos emisores de las principales economías iniciaron una corrección de sus tasas de interés, con lo que se estima frenara el consumo y por ende la inflación hacia el primer trimestre del año 2023, de acuerdo con las expectativas del Fondo Monetario Internacional y otros estamentos multilaterales.

En Colombia el ambiente de negocios no fue ajeno a los descrito anteriormente, sin embargo, la economía mantuvo una tendencia positiva gran parte del año, creciendo un 7,5% según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). Así, el desempeño en ventas de Procafecol S.A. fue muy satisfactorio, las ventas provenientes de las tiendas a nivel nacional, junto con los otros canales comerciales locales como el canal Moderno y el canal Tradicional entre otros lograron crecer alrededor del 49,7% frente al año 2021. Derivado de lo anterior, la compañía de los caficultores colombianos continuó conquistando a los consumidores de café premium colombiano, logrando superar los ingresos operacionales obtenidos en 2021 en \$188.768 millones de pesos.

En el año que acaba de finalizar, se continuó trabajando en mejorar la experiencia del consumidor, no solo en nuestras tiendas, sino también a través de los demás canales, incluyendo plataformas digitales, para lograr que cada taza de café sea la personificación del café colombiano de la más alta calidad, lo que a su vez refleja el esfuerzo de más de 540.000 familias cafeteras.

Igualmente, vale la pena resaltar el desempeño del canal Tradicional, que por segundo año consecutivo superó las

expectativas propuestas, llegando a más de 103 mil puntos de venta en el país a diciembre de 2022. Así mismo, este canal reportó un crecimiento en ventas en más del 141% versus el año 2021 y unas ventas que superaron en más de 38% el plan que nos habíamos planteado al inicio del año 2022, dejando claro que Juan Valdez® es la marca de todos los colombianos.

A nivel internacional, el año 2022 fue excepcional, pues la marca de los caficultores colombianos continuó conquistando nuevos mercados internacionales a través de la apertura de 41 tiendas de café y un mayor volumen de venta de café empacado, logrando un crecimiento en exportaciones del 38% vs 2021. Se destaca la incursión en mercados con alto potencial de consumo de café premium 100% colombiano, tales como Turquía, Qatar, Argentina, entre otros y se enfatiza en la gestión realizada por Procafecol para consolidar, expandir y rentabilizar la operación de las tiendas de café en países como Ecuador, Estados Unidos, España y Chile.

Paralelamente, la línea de negocio de consumo masivo internacional continuó creciendo a un ritmo del 41% durante el último año, producto del desarrollo de nuevos mercados como Egipto, Guatemala y Emiratos Árabes, una mayor penetración de la marca en mercados no tradicionales y el impulso a la rotación del portafolio de productos mediante la promoción de actividades comerciales y de mercadeo.

En consecuencia, la suma de los diferentes esfuerzos nos permitió alcanzar por segundo año consecutivo un récord de ventas, superando la barrera del medio billón de pesos, lo que significó un logro más del café de todo un país Juan Valdez® al cumplir 20 años desde la fundación de Procafecol S.A. en el 2002.

Procafecol S.A. cuenta con un total de 535 tiendas activas de café, de las cuales 357 se encuentran localizadas en territorio colombiano y 178 en el exterior y una cobertura en más de 11.000 puntos de venta de grandes superficies.

Por otra parte, la ganancia por actividades de operación ascendió a un total de \$29.770 millones en 2022, lo cual representó un adicional de \$7.622 millones frente a lo reportado en 2021. Esta mayor ganancia por actividades de operación se dio principalmente por mayores ingresos y una mayor eficiencia en los gastos de administración, personal y ventas, los cuales pasaron de representar el 52,4% en 2021 al 46,8% en 2022.

El resultado del ejercicio de Procafecol S.A. en 2022 fue de \$2.902 millones, mejorando así en \$4.251 millones el resultado del ejercicio del año 2021.

### Acerca de la marca Juan Valdez®

La marca Juan Valdez® es la única marca de café de relevancia internacional que pertenece a productores de café. En 2002 la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, organización sin ánimo de lucro que representa a más de 540.000 familias productoras de café, creó Procafecol S.A. para explotar la marca Juan Valdez® a través de tiendas de café y negocios de valor agregado. Tras la popularidad y aceptación de la marca en tiendas se dio inicio a la distribución de los productos Juan Valdez® en otros canales del mercado colombiano, así como a nivel internacional. Los cafés de Juan Valdez® son sinónimo de alta calidad para los consumidores de café premium, le entregan a los caficultores mayor valor por la calidad del café e importantes recursos de regalías por la venta de cada taza o producto que lleve su firma en el mundo. Más información en [www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com) y [www.cafedecolombia.com](http://www.cafedecolombia.com).

CAMILA ESCOBAR  
Representante Legal

## b. Información especial

### Operaciones materiales efectuadas con partes relacionadas al emisor

[CO12 7.4.3.2.6, 7.4.1.2.6]

A continuación, se detallan las operaciones materiales con partes relacionadas:

#### Información Especial (separado).

De conformidad con la Ley 222 de 1995 artículo 29, Procafecol S.A. informa que las transacciones con partes relacionadas se encuentran detalladas en la nota 8 de los estados financieros separados; entre las transacciones con mayor importancia se encuentran:

- La venta de café tostado de Procafecol S.A. a la subsidiaria en Estados Unidos NFCGC Retail LLC, sometidas a estudio de precios de transferencia.

- La venta de café tostado de Procafecol S.A. a la asociada Promotora Chilena.
- La compra de Pods y Drips a la subsidiaria Pod Col Coffee Ltda, los cuales son comercializados en las tiendas Juan Valdez® Café. Así mismo, la venta de café verde para la producción de Pods en Pod Col Coffee.
- La venta de café tostado a otras partes relacionadas: Int food Services Corp S.A., compañía intermedia para la importación de producto entre Procafecol S.A. y Promotora Ecuatoriana. Esta compañía es parte relacionada indirectamente de Procafecol S.A. por ser parte del Grupo KFC, grupo al que pertenece la asociada Promotora Ecuatoriana.
- La prestación de servicios de operación logística, comercio exterior, torrefacción, maquila y reintegro de servicios de infraestructura tecnológica por parte de Almacafé S.A a Procafecol S.A.
- La prestación de servicio de arrendamiento y servicios de infraestructura tecnológica mediante un acuerdo de colaboración por parte de Federación Nacional de Cafeteros de Colombia a Procafecol S.A..
- Durante el año 2022 se realizaron transacciones de compra de servicios de publicidad y ventas de producto con la sociedad Premier Trading Premtrading S.A. Esta compañía es parte relacionada indirectamente de Procafecol S.A. debido a que su principal accionista es Interfoodservices S.A., que es a su vez accionista mayoritario de Promotora Ecuatoriana de Café Colombia.

Todas las transacciones con partes relacionadas se hicieron bajo el principio de plena competencia y en condiciones de mercado.

Mediante contrato denominado (Mutuo Acuerdo Comercial), la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, desembolsó a Procafecol S.A durante agosto y septiembre del 2022 la suma de \$15.000 millones de pesos en calidad de préstamo con un plazo de 36 meses no prorrogables, el préstamo devengará intereses remuneratorios correspondiente al mayor entre el IBR 6M E.A + 4% E.A o el 14% E.A., los cuales fueron pactados en condiciones de mercado con un año de gracia, pagaderos semestralmente. Al cierre de 31 de diciembre de 2022 la Compañía reconoció \$769 millones por concepto de intereses.

## c. Informe sobre la situación económica y financiera

Dando cumplimiento al numeral 3 del artículo 446 de código de comercio Procafecol S.A informa:

- El total de los egresos por concepto de salarios, honorarios, viáticos, gastos de representación, bonificaciones, prestación en dinero y en especie, erogaciones por concepto de transporte y cualquiera otra clase de remuneraciones que percibieron cada uno de los directivos de la sociedad Promotora Café de Colombia S.A. con NIT: 830.112.317-1 para el año 2022 asciende a \$8.325.258.040.

- La compañía no realizó erogaciones por los mismos conceptos indicados en el literal anterior, en favor de asesores o gestores vinculados o no a la sociedad mediante contrato de trabajo, cuando la principal función que realicen consista en tramitar asuntos ante entidades públicas o privadas, o aconsejar o preparar estudios para adelantar tales trámites.
- Las transferencias de dinero y demás bienes, a título gratuito o a cualquier otro que pueda asimilarse a este, efectuadas en favor de personas naturales o jurídicas:

Entidad	Importe
Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia	83.088.414
Asociación Vecinos de Santa Clara	7.045.167
Best Buddies Colombia	88.639.944
Fundación Hogar San Mauricio	42.940.699
<b>Total</b>	<b>221.714.224</b>

- d.) Los gastos de propaganda y relaciones públicas incurridos por la Compañía durante la operación en el año 2022 ascendieron a \$12.191.994.497.  
 e.) Al cierre de 2022 Procafecol S.A. posee los siguientes bienes y obligaciones en moneda extranjera:

Activos en moneda extranjera	UDS 2022	EUR 2022
Efectivo y equivalente al efectivo	34.887	-
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	3.211.944	-
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociadas	891.594	-
<b>Total activos en moneda extranjera</b>	<b>4.138.425</b>	-
Pasivos en moneda extranjera		
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar	(2.510.395)	(41.129)
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	(28.800)	-
Ingreso diferido	(14.270)	-
Préstamo en moneda extranjera	(2.465.455)	-
<b>Total pasivos en moneda extranjera</b>	<b>(5.018.920)</b>	<b>(41.129)</b>

f.) Las inversiones en sociedades nacionales y extranjeras se mencionan en las notas (I5 Inversiones en subsidiarias, I6 Inversiones en asociadas y I7 Otros activos financieros) de los Estados Financieros separados de los años 2022 y 2021.

*Los valores relacionados se encuentran expresados en pesos Colombianos, excepto cuando se indique lo contrario.*

[CO12 7.4.3.4, 7.4.1.4 (ii)]

No se presentaron hechos relevantes desde el 31 de diciembre de 2022 al 02 de marzo de 2023 que puedan afectar de manera significativa la situación financiera de la Compañía reflejada en los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2022.

[CO12 7.4.3.2.1, 7.4.1.2.1]

Procafecol S.A no tiene valores inscritos ni se transan en ningún sistema de negociación.

[CO12 7.4.1.2.4]

No se presentaron hechos relevantes desde el 31 de diciembre de 2022 al 02 de marzo de 2023 que puedan afectar de manera significativa la situación financiera de la Compañía reflejada en los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2022.

**Análisis cuantitativo y/o cualitativo del riesgo de mercado al que está expuesto el emisor como consecuencia de sus inversiones y actividades sensibles a variaciones de mercado.**

[CO12 7.4.3.2.5, 7.4.1.2.5.2]

De acuerdo a la revelación indicada en la nota 35.4 de los estados financieros separados y nota 36.4 de los estados financieros consolidados, el análisis cualitativo es el siguiente:

### i. Riesgo del mercado

Las actividades de la compañía exponen a Procafecol S.A. principalmente a riesgos financieros de cambios en los precios del café, en las tasas de cambio y tasas de interés. Para mitigar el impacto de la materialización de dichos riesgos y así gestionar su exposición, la compañía suscribe una variedad de instrumentos financieros derivados asociados a precios del café, riesgo cambiario y tasas de interés, incluyendo:

- Contratos de compra de café a precio fijo, que cubren el riesgo originado en los movimientos del precio de café.
- Contratos sobre moneda extranjera para cubrir el riesgo cambiario, como resultado del neto de las operaciones entre: 1. Los ingresos en dólares de los Estados Unidos; 2. La compra de café; 3. Las importaciones; 4. El pago de la deuda en dólares de los Estados Unidos; y, 5. Los pagos administrativos en dólares de los Estados Unidos.
- Permutas de tasas de interés, para mitigar el riesgo del

aumento de las tasas de interés.

Las exposiciones del riesgo del mercado se miden usando el Valor en riesgo (VaR). No se han presentado cambios en la exposición de la compañía a los riesgos del mercado o la forma en la cual dichos riesgos son manejados y medidos desde la implementación de la política de riesgo financiero en el 2016.

### Análisis del Valor en Riesgo (VaR)

La medición del riesgo VaR estima la pérdida potencial en las ganancias sobre un período de tenencia dado para un nivel de confianza específico. La metodología del VaR es un enfoque con base en probabilidad estadísticamente definido que toma en consideración las volatilidades del mercado, así como la diversificación de riesgo, reconociendo las posiciones de compensación y correlación entre los productos y el mercado. Los riesgos se pueden medir de manera consistente a través de todos los mercados y productos, para llegar finalmente a un valor que cuantifica el riesgo.

Las metodologías de VaR empleadas para calcular los números de riesgo a los que se encuentra expuesto Procafecol S.A. están referenciadas a datos históricos a partir de los cuales se determina la varianza y covarianza entre las variables. Para determinar el valor en riesgo de la compañía, se realizan simulaciones Monte Carlo con plazos de un año.

El VaR de Procafecol S.A. a un año móvil determina la exposición de la compañía al riesgo de los precios de café, a la tasa cambiaria y a las tasas de interés. El valor en riesgo calculado en el 2022 fue de \$6.422 millones de pesos para el resultado neto. Al cierre del ejercicio se realizó la respectiva actualización.

[CO12 7.4.3.2.3, 7.4.1.2.3, 7.4.3.4, 7.4.1.4 (i)]

**PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. - PROCAFECOL S.A.**  
**ESTADOS DE SITUACION FINANCIERA SEPARADOS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021.**  
**(En miles de pesos colombianos)**



*Juan Valdez.*

	NOTA	2022	2021
<b>ACTIVO</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	6	7.502.783	6.490.273
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar, neto	7	41.749.142	30.782.460
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociadas	8	1.390.989	3.834.737
Inventarios	9	85.309.962	34.953.332
Activos por impuestos corrientes	10	13.190.861	7.204.115
Otros activos	11	1.606.842	1.274.862
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>150.750.579</b>	<b>84.539.779</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociadas	8	14.461.745	17.338.439
Propiedad, planta y equipo, neto	12	63.018.321	48.586.550
Activos por derecho de uso, neto	13	50.601.394	48.555.339
Otros activos intangibles, neto	14	103.009	1.534.884
Inversiones en subsidiarias	15	1.295.485	871.604
Inversiones en asociadas	16	4.634.756	3.688.553
Otros activos financieros	17	9.643.080	9.643.080
Activos por impuestos diferidos, neto	10	4.266.723	9.802.823
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>148.024.513</b>	<b>140.021.272</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>298.775.092</b>	<b>224.561.051</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
Obligaciones financieras	18	51.621.687	30.381.875
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar	19	86.272.232	47.147.016
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	8	5.410.878	3.914.526
Beneficios a los empleados	20	11.549.815	8.912.246
Pasivos por impuestos corrientes	10	2.128.545	1.009.601
Pasivos financieros por arrendamientos	13	17.323.119	20.981.993
Ingreso diferido	21	2.494.290	1.518.348
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>176.800.566</b>	<b>113.865.605</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>			
Obligaciones financieras	18	36.583.013	47.406.980
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	8	15.657.458	-
Pasivos financieros por arrendamientos	13	39.617.366	36.858.584
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>91.857.837</b>	<b>84.265.564</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>268.658.403</b>	<b>198.131.169</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital social	22	87.938.480	87.938.480
Prima de emisión	22	35.425.569	35.425.569
Resultados acumulados	22	(93.484.619)	(96.386.467)
Otro resultado integral	22	237.259	(547.700)
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>30.116.689</b>	<b>26.429.882</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>298.775.092</b>	<b>224.561.051</b>

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros.

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO  
 Representante Legal

ADRIANA MARÍA SALAZAR PÉREZ  
 Contador Público  
 Tarjeta Profesional No.132626-T

STEPHANY ANDREA MARÍN PÉREZ  
 Revisor Fiscal  
 Tarjeta Profesional No. 180164-T  
 Designada por Ernst & Young Audit S.A.S  
 (Vease mi informe del 02 de marzo de 2023.)

**PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. - PROCAFECOL S.A.**  
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES SEPARADOS  
POR LOS PERÍODOS COMPRENDIDOS ENTRE EL 01 DE ENERO Y EL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021.  
(En miles de pesos colombianos)

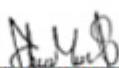


*Juan Valdez.*

	2022	2021
Ingresos de actividades ordinarias	23 554.355.324	365.587.475
Costos de ventas	24 (264.438.398)	(152.216.218)
<b>GANANCIA BRUTA</b>	<b>289.916.926</b>	<b>213.371.257</b>
Gastos por beneficios a empleados	25 (89.829.328)	(63.514.513)
Gastos de administración	26 (29.853.122)	(33.005.761)
Gastos de ventas	27 (139.744.125)	(95.063.578)
Otros ingresos	28 13.427.076	8.196.321
Otros gastos	29 (14.147.029)	(7.835.067)
<b>GANANCIA POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>	<b>29.770.398</b>	<b>22.148.659</b>
Ganancias (pérdidas) que surgen de la baja en cuentas de activos financieros medidos al costo amortizado	30 459.306	-
Ingresos financieros	31 625.979	139.904
Costos financieros	32 (19.904.022)	(13.537.773)
Participación en las ganancias (pérdidas) de subordinadas y asociadas contabilizadas utilizando el método de la participación patrimonial	33 (227.163)	(11.727.887)
<b>GANANCIA O (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>10.724.498</b>	<b>(2.977.097)</b>
MENOS GASTO POR IMPUESTO A LA RENTA	10 (7.822.650)	1.627.940
Corriente	(2.286.550)	(1.021.832)
Diferido	(5.536.100)	2.649.772
<b>GANANCIA O (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO</b>	<b>2.901.848</b>	<b>(1.349.157)</b>
OTRO RESULTADO INTEGRAL:		
Coberturas de flujo de efectivo	34 784.959	440.465
<b>RESULTADO INTEGRAL TOTAL</b>	<b>3.686.807</b>	<b>(908.692)</b>

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros.

  
PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO  
Representante Legal

  
ADRIANA MARÍA SALAZAR PÉREZ  
Contador Público  
Tarjeta Profesional No.132626-T

  
STEPHANY ANDREA MARÍN PÉREZ  
Revisor Fiscal  
Tarjeta Profesional No. 180164-T  
(Vease mi informe del 02 de marzo de 2023.)

[CO12 7.4.3.2.3, 7.4.1.2.3, 7.4.3.4, 7.4.1.4 (i)]



**Juan Valdez.**

**PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. - PROCAFECOL S.A.**  
**ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO SEPARADOS**  
**POR LOS PERIODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021.**  
 (En miles de pesos colombianos)

	Resultados acumulados			
	Capital social	Prima de emisión	Resultados de ejercicios anteriores	Ajuste aplicación por primera vez NCIF
<b>SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020</b>	87.938.480	35.425.569	(87.778.361)	(7.233.630)
Pérdida del ejercicio	-	-	(1.349.157)	-
Otro resultado integral	-	-	(25.319)	-
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	(25.319)
<b>SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021</b>	<b>87.938.480</b>	<b>35.425.569</b>	<b>(89.152.837)</b>	<b>(7.233.630)</b>
Ganancia del ejercicio	-	-	2.901.848	-
Otro resultado integral	-	-	-	2.901.848
<b>SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022</b>	<b>87.938.480</b>	<b>35.425.569</b>	<b>(86.250.989)</b>	<b>(7.233.630)</b>
				<b>(93.484.619)</b>
				<b>237.259</b>
				<b>30.116.689</b>

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros.

ADRIANA MARÍA SALAZAR PÉREZ  
 Contador Público  
 Tarjeta Profesional No. 131.0626-T

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO  
 Representante Legal

STEPHANY ANDREA MARÍNO PÉREZ  
 Revisor Fiscal  
 Tarjeta Profesional No. 180.164-T  
 Designada por Ernst & Young Audit S.A.S  
 (Véase mi informe del 02 de marzo de 2023.)

**PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. - PROCAFECOL S.A.**  
ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO SEPARADOS - (Método Directo)  
POR LOS PERÍODOS COMPRENDIDOS ENTRE EL 01 DE ENERO Y EL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021.  
(En miles de pesos colombianos)



**Juan Valdez.**

	2022	2021
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:</b>		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	542.475.193	350.406.717
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(398.730.372)	(233.157.581)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(88.874.624)	(63.790.215)
Otros pagos por actividades de operación	(7.644.068)	(30.799.411)
Intereses pagados	(8.807.547)	(4.616.323)
Impuestos a las ganancias Pagados	(7.154.352)	(2.930.697)
Flujos netos de efectivo provisto por (utilizados en) actividades de operación	31.264.230	15.112.490
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:</b>		
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	(946.204)	-
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	19.565	23.835
Intereses recibidos	175.930	136.056
Dividendos recibidos	120.096	127.201
Compras de otros activos a largo plazo	(2.865.541)	(1.646.170)
Compras de propiedades, planta y equipo	(25.554.130)	(3.253.822)
Compras de activos intangibles	(2.510)	(37.129)
Cobros procedentes del reembolso de anticipos y préstamos concedidos a terceros	1.331.316	(3.583.002)
Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de inversión	(27.721.478)	(8.233.031)
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:</b>		
Importes procedentes de préstamos	33.780.145	4.000.000
Reembolsos de préstamos	(25.476.623)	(13.725.686)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(25.833.764)	(20.118.224)
Otras entradas (salidas) de efectivo	15.000.000	-
Flujos netos de efectivo provisto por (utilizados en) actividades de financiamiento	(2.530.242)	(29.843.910)
<b>EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO:</b>		
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	1.012.510	(22.964.451)
SALDOS AL COMIENZO DEL AÑO	6.490.273	29.454.724
SALDOS AL FINAL DEL AÑO	7.502.783	6.490.273

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros.

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO  
Representante Legal

ADRIANA MARÍA SALAZAR PÉREZ  
Contador Público  
Tarjeta Profesional No.132626-T

STEPHANY ANDREA MARÍN PÉREZ  
Revisor Fiscal  
Tarjeta Profesional No. 180164 -T  
Designada por Ernst & Young Audit S.A.S  
(Vease mi informe del 02 de marzo de 2023.)

## VII. ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

### a. Comentarios de la gerencia para el año 2022

[CO12 7.4.3.2.4, 7.4.1.2.4]

Procafecol S.A. y sus subsidiarias continúan creciendo, al cierre de 2022 los ingresos operacionales aumentaron un 53,0 % frente al año anterior.

- En 2022, los ingresos operacionales de Procafecol S.A. ascendieron a \$594.580 millones de pesos.
- La ganancia por actividades de la operación fue de \$48.257 millones de pesos.
- El resultado del ejercicio fue \$27.091 millones de pesos, \$5.095 millones adicionales al resultado de 2022.

Bogotá, marzo 2023– El año 2022 inició con una elevada dinámica comercial producto de la recuperación económica en 2021, sin embargo, a medida que fue transcurriendo el año, muchos de los riesgos que se veían al inicio se fueron materializando, en algunos casos de manera acelerada. Eventos como la guerra entre Rusia y Ucrania, los nuevos cerramientos en China y la política expansiva de los principales bancos centrales en 2021, generaron presiones inflacionarias no vistas desde la década de los 70s, así, los bancos emisores de las principales economías iniciaron una corrección al alza de sus tasas de interés, lo que se estima frenará el consumo y por ende la inflación hacia el primer trimestre del año 2023, de acuerdo con las expectativas del Fondo Monetario Internacional y otros estamentos multilaterales.

En Colombia el ambiente de negocios no fue ajeno a lo descrito anteriormente, sin embargo, la economía mantuvo una tendencia positiva gran parte del año, creciendo un 7,5% según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). En este contexto, el desempeño en ventas de Procafecol S.A. fue muy satisfactorio, las ventas provenientes de las tiendas a nivel nacional, junto con los otros canales comerciales locales como el canal Moderno y el canal Tradicional entre otros lograron crecer alrededor del 49,7% frente al año 2021. Derivado de lo anterior, la compañía de los caficultores colombianos continuó conquistando a los consumidores de café premium 100% colombiano, logrando sobreponer los ingresos operacionales obtenidos en 2021 en \$205.880 millones de pesos.

En el año que acaba de finalizar, se continuó trabajando en mejorar la experiencia del consumidor, no solo en nuestras tiendas, sino también a través de nuestros canales, incluyendo plataformas digitales, para lograr que cada taza de café sea la personificación del café colombiano de la más alta calidad, lo que a su vez refleja el esfuerzo de más de 540.000 familias cafeteras.

Igualmente, vale la pena resaltar al canal Tradicional, el cual

por segundo año consecutivo sobre pasó las expectativas propuestas, llegando a más de 103 mil puntos de venta en el país. Así mismo, este canal reportó un crecimiento en ventas de más del 141% versus el año 2021 y unas ventas que sobre pasaron en más de 38% el plan que se había planteado al inicio del año 2022, dejando claro que Juan Valdez® es la marca de todos los colombianos.

En cuanto al desempeño a nivel Internacional, el año 2022 fue un año excepcional, pues la marca de los caficultores colombianos continuó conquistando nuevos mercados internacionales, a través de la apertura de tiendas de café y un mayor volumen de venta en la categoría de café empacado, logrando un crecimiento ventas del 56% vs 2021.

Al cierre de diciembre, se constituyó un hito histórico para Procafecol S.A. y sus subsidiarias, luego de llevar a cabo la apertura de 41 tiendas internacionales durante 2022 y cerrar con un total de 181 tiendas fuera de Colombia. Se destaca la incursión en mercados con alto potencial de consumo de café premium 100% colombiano, tales como: Turquía, Qatar, Argentina, entre otros, en donde los consumidores aprecian la experiencia de compartir una taza de café de alta calidad. De igual forma, se enfatiza en la gestión realizada por la gerencia de Procafecol S.A. para consolidar, expandir y rentabilizar la operación de las tiendas de café en algunos países relevantes para la marca Juan Valdez como lo son: Ecuador, USA, España y Chile.

Paralelamente, la línea de negocio de consumo masivo internacional continuó creciendo a un ritmo del 41% durante el último año, producto del desarrollo de nuevos mercados (Egipto, Guatemala, EAU), una mayor penetración de la marca en mercados no tradicionales como Rumanía, Turquía, Puerto Rico, República Dominicana y Honduras, y el impulso a la rotación del portafolio de productos mediante la promoción de actividades de mercadeo y comercialización, a fin de lograr que la propuesta de valor de la marca de los caficultores colombianos sea percibida en las diferentes geografías.

Por su parte, a cierre de diciembre de 2022, la subsidiaria NF CGC que opera en los Estados Unidos de América presentó resultados excepcionales, logrando un incremento en ventas del 26,4%. Tal incremento es el resultado de la gestión realizada en los diferentes canales de venta, priorizando la incursión en cadenas de alto impacto para el consumidor tales como: Walmart, Whole Foods, CVS, entre otros. De igual manera, el proceso de expansión de las tiendas de café en el estado de la Florida (EE.UU.), ha permitido cautivar cada vez más a un mayor número de consumidores de café 100% premium colombiano. No obstante, la estrategia de lograr un mayor reconocimiento de la marca en el consumidor estadouni-

dense, también se puede observar en el desarrollo del canal institucional, el cual, a través de la venta a aerolíneas, oficinas y centros residenciales, ha conseguido un importante reconocimiento por parte de los consumidores.

En consecuencia, la suma de los diferentes esfuerzos permitió alcanzar por segundo año consecutivo un récord de ventas, sobre pasando la barrera del medio billón de pesos, lo que significa un logro más del café de todo un país Juan Valdez® en el año en que Procafecol S.A. cumplió 20 años desde su fundación en el año 2002.

Por otra parte, la ganancia por actividades de operación ascendió a un total de \$48.257 millones en 2022, lo cual representó un adicional de \$24.202 millones frente a lo reportado en 2021. Esta mayor ganancia por actividades de operación se dio principalmente por mayores ingresos y una mayor eficiencia en los gastos de administración, personal y ventas, los cuales pasaron de representar el 53,27% en 2021 al 45,58% en 2022.

Así, el resultado del ejercicio de Procafecol S.A. y sus subsidiarias en 2022 fue de \$27.091 millones, mejorando así en \$5.095 millones el resultado del ejercicio del año 2021.

#### Acerca de la marca Juan Valdez®

La marca Juan Valdez® es la única marca de café de relevancia internacional que pertenece a productores de café. En 2002 la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, organización sin ánimo de lucro que representa a más de 540.000 familias productoras de café, creó Procafecol S.A. para explotar la marca Juan Valdez® a través de tiendas de café y negocios de valor agregado. Tras la popularidad y aceptación de la marca en tiendas se dio inicio a la distribución de los productos Juan Valdez® en otros canales del mercado colombiano, así como a nivel internacional. Los cafés de Juan Valdez® son sinónimo de alta calidad para los consumidores de café premium, le entregan a los caficultores mayor valor por la calidad del café e importantes recursos de regalías por la venta de cada taza o producto que lleve su firma en el mundo. Más información en [www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com) y [www.cafedecolombia.com](http://www.cafedecolombia.com)

CAMILA ESCOBAR  
Representante Legal

#### b. Información especial

Operaciones materiales efectuadas con partes relacionadas al emisor  
[CO12 7.4.3.2.6, 7.4.1.2.6]

A continuación, se detallan las operaciones materiales con partes relacionadas:

##### Información Especial (consolidado).

De conformidad con la Ley 222 de 1995 artículo 29, Procafecol S.A. y sus subsidiarias informan que las transacciones con partes relacionadas se

encuentran detalladas en la nota 8 de los estados financieros consolidados; entre las transacciones con mayor importancia se encuentran:

- La venta de café tostado de Procafecol S.A. a la asociada Promotora Chilena.
- La venta de café tostado a otras partes relacionadas Int food Services Corp S.A. Compañía intermedia para la importación de producto entre Procafecol S.A. y Promotora Ecuatoriana, esta compañía es parte relacionada indirectamente de Procafecol S.A. por ser parte del Grupo KFC, grupo al que pertenece la asociada Promotora Ecuatoriana.
- La prestación de servicios de operación logística, comercio exterior, torrefacción, maquila y reintegro de servicios de infraestructura tecnológica por parte de Almacafé S.A. a Procafecol S.A. y POD Col Coffee Ltda.
- La prestación de servicio de arrendamiento y servicios tecnológicos mediante un acuerdo de colaboración por parte de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia a Procafecol S.A.
- Durante el año 2022 se realizaron transacciones de compra de servicios de publicidad y ventas de producto con la sociedad Premier Trading Premtrading S.A. Esta compañía es parte relacionada indirectamente de Procafecol S.A. debido a que su principal accionista es Interfoodservices S.A. quien a su vez accionista mayoritario de Promotora Ecuatoriana de Café Colombia.

Mediante contrato denominado (Mutuo Acuerdo Comercial), la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, desembolsó a Procafecol S.A durante agosto y septiembre del 2022 la suma de 15.000 millones de pesos en calidad de préstamo con un plazo de 36 meses no prorrogables, el préstamo devengará intereses remuneratorios correspondiente al mayor entre el IBR 6M E.A + 4% E.A o el 14% E.A., los cuales fueron pactados en condiciones de mercado con un año de gracia, pagaderos semestralmente. Al cierre de 31 de diciembre de 2022 la compañía reconoció \$769 millones por concepto de intereses.

Todas las transacciones con partes relacionadas se hicieron bajo el principio de plena competencia y en condiciones de mercado.

#### c. Informe sobre la situación económica y financiera

Dando cumplimiento al numeral 3 del artículo 446 de código de comercio Procafecol S.A. y sus subsidiarias informan:

- a.) El total de los egresos por concepto de salarios, honorarios, viáticos, gastos de representación, bonificaciones, prestación en dinero y en especie, erogaciones por concepto de transporte y cualquiera otra clase de remuneraciones que percibieron cada uno de los directivos de Procafecol S.A. y sus subsidiarias para el año 2022 asciende a \$8.325.258.040.
- b.) Procafecol S.A. y sus subsidiarias no realizaron erogaciones por los mismos conceptos indicados en el literal anterior, en favor de asesores o gestores vinculados o no la sociedad mediante contrato de trabajo, cuando la principal función que realicen consista en tramitar asuntos ante enti-

dades públicas o privadas, o aconsejar o preparar estudios para adelantar tales trámites.

c.) Durante el año 2022 Procafecol S.A. y sus subsidiarias realizaron transferencias de dinero y demás bienes, a título gratuito o a cualquier otro que pueda asimilarse a este, efectuadas en favor de personas naturales o jurídicas.

d.) Los gastos de propaganda y relaciones públicas incurridos por Procafecol y sus subsidiarias durante la operación en el año 2022 ascendieron a \$13.970.806.191.

e.) Al cierre de 2022 Procafecol S.A. y sus subsidiarias poseen

los siguientes bienes y obligaciones en moneda extranjera.

Corresponde a un préstamo por pagar de la subsidiaria NFCGC Invesments INC en pesos colombianos, dado que su moneda funcional es el USD, esta transacción genera exposiciones a fluctuaciones en la tasa de cambio en el resultado.

f.) Las inversiones en sociedades nacionales y extranjeras se mencionan en las notas (I5 Inversiones en Asociadas, I6 Negocios Conjuntos y I7 Otros activos financieros) de los Estados Financieros consolidados de los años 2022 y 2021.

Los valores relacionados se encuentran expresados en pesos colombianos, excepto cuando se indique lo contrario.

Entidad	Importe
Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia	83.088.414
Asociación Vecinos de Santa Clara	7.045.167
Best Buddies Colombia	88.639.944
Fundación Hogar San Mauricio	42.940.699
<b>Total</b>	<b>221.714.224</b>
Activos en moneda extranjera	
USD 2022	EUR 2022
(1) COP 2022	
Efectivo y equivalentes al efectivo	34.887
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	3.211.944
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociadas	141.739
<b>Total activos en moneda extranjera</b>	<b>3.388.570</b>
Pasivos en moneda extranjera	
(2.514.032)	(41.129)
(28.800)	(16.302.973)
(14.270)	-
(2.465.453)	-
<b>Total pasivos en moneda extranjera</b>	<b>(5.022.555)</b>

(I) Información expresada en miles de pesos colombianos.

Corresponde a un préstamo por pagar de la subsidiaria NFCGC Invesments INC en pesos colombianos, dado que su moneda funcional es el USD, esta transacción genera exposiciones a fluctuaciones en la tasa de cambio en el resultado.

f.) Las inversiones en sociedades nacionales y extranjeras se mencionan en las notas (I5 Inversiones en Asociadas, I6 Negocios Conjuntos y I7 Otros activos financieros) de los Estados Financieros consolidados de los años 2022 y 2021.

**PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. "PROCAFECOL S.A." Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADOS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021.**  
 (En miles de pesos colombianos)



	NOTA	2022	2021
<b>ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	6	10.820.088	9.743.555
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar, neto	7	53.388.669	38.553.844
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociadas, neto	8	1.714.678	2.963.666
Inventarios	9	90.456.784	41.445.240
Activos por impuestos corrientes	10	13.616.571	7.548.553
Otros activos, neto	11	1.606.843	1.274.862
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>171.603.633</b>	<b>101.529.720</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
Propiedad, planta y equipo, neto	12	63.214.482	48.863.481
Activos por derecho de uso, neto	13	50.601.394	48.818.895
Otros activos intangibles, neto	14	385.595	1.830.794
Inversiones en asociadas	15	14.374.565	10.002.986
Negocios conjuntos	16	2.131.845	958.477
Otros activos financieros	17	9.667.568	10.453.545
Activos por impuestos diferidos, neto	10	4.266.723	9.961.285
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>144.642.172</b>	<b>130.889.463</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>316.245.805</b>	<b>232.419.183</b>
<b>PASIVOS</b>			
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>			
Obligaciones financieras	18	51.621.687	30.381.875
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar	19	88.538.384	50.699.517
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	8	6.029.002	5.273.446
Provisiones	20	2.551.936	2.112.109
Beneficios a los empleados	21	11.677.493	8.982.988
Pasivos por impuestos corrientes	10	2.242.934	1.009.601
Pasivos financieros por arrendamientos	13	17.323.119	21.262.047
Ingreso diferido	22	2.494.290	1.518.348
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>		<b>182.478.845</b>	<b>121.239.931</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>			
Obligaciones financieras	18	36.583.013	47.406.980
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	8	30.674.872	19.104.546
Pasivos financieros por arrendamientos	13	39.617.366	36.858.584
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>106.875.251</b>	<b>103.370.110</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>289.354.096</b>	<b>224.610.041</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital social		87.938.480	87.938.480
Prima de emisión	23	35.425.569	35.425.569
Resultados acumulados	23	(39.389.947)	(66.244.622)
Otro resultado integral		(56.949.324)	(49.047.464)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>		<b>27.024.778</b>	<b>8.071.963</b>
Participaciones no controladoras		(133.069)	(262.821)
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>26.891.709</b>	<b>7.809.142</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>316.245.805</b>	<b>232.419.183</b>

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros.

**PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO**  
 Representante Legal

**ADRIANA MARÍA SALAZAR PÉREZ**  
 Contador Público  
 Tarjeta Profesional No. 132626-T

**STEPHANY ANDREA MARIÑO PÉREZ**  
 Revisor Fiscal  
 Tarjeta Profesional No. 180164-T  
 Designada por Ernst & Young Audit S.A.S  
 (Véase mi informe del 02 de marzo de 2023.)

**PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. "PROCAFECOL S.A." Y SUBSIDIARIAS**  
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES CONSOLIDADOS  
POR LOS PERÍODOS COMPRENDIDOS ENTRE EL 01 DE ENERO Y 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021.  
(En miles de pesos colombianos)



*Juan Valdez.*

	Nota	2022	2021
Ingresos de actividades ordinarias	24	594.579.868	388.699.769
Costos de ventas	25	(287.086.062)	(163.909.841)
<b>GANANCIA BRUTA</b>		<b>307.493.806</b>	<b>224.789.928</b>
Gastos por beneficios a empleados	26	(90.382.825)	(65.079.725)
Gastos de administración	27	(31.714.715)	(34.336.514)
Gastos de ventas	28	(148.886.877)	(107.638.672)
Otros Ingresos	29	26.680.320	21.440.795
Otros gastos	30	(14.932.879)	(15.121.832)
<b>GANANCIA POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>		<b>48.256.830</b>	<b>24.053.980</b>
Ganancias (pérdidas) que surgen de la baja en cuentas de activos financieros medidos al costo amortizado	31	459.306	-
Ingresos financieros	32	3.013.515	4.192.971
Costos financieros	33	(17.898.659)	(10.480.546)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	34	1.584.647	2.630.096
<b>GANANCIA ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>		<b>35.415.639</b>	<b>20.396.501</b>
MENOS GASTO POR IMPUESTO A LA RENTA	10	(8.323.781)	1.600.265
Corriente		(2.629.219)	(1.079.009)
Diferido		(5.694.562)	2.679.274
<b>GANANCIA DEL EJERCICIO</b>		<b>27.091.858</b>	<b>21.996.766</b>
OTRO RESULTADO INTEGRAL:			
Participación en otro resultado integral de las asociadas		-	-
Diferencia en cambio en transacciones con moneda extranjera		(8.794.250)	(11.078.932)
Coberturas de flujo de efectivo	35	784.959	440.465
<b>TOTAL OTRO RESULTADO INTEGRAL</b>		<b>(8.009.291)</b>	<b>(10.638.467)</b>
<b>TOTAL RESULTADO INTEGRAL</b>		<b>19.082.567</b>	<b>11.358.299</b>
UTILIDAD (PERDIDA) DEL AÑO ATRIBUIBLE A:			
Propietarios de la controladora		26.854.675	21.843.414
Participaciones no controladoras		237.183	153.352
<b>Total</b>		<b>27.091.858</b>	<b>21.996.766</b>
TOTAL RESULTADO INTEGRAL ATRIBUIBLE A:			
Propietarios de la controladora		18.952.815	11.315.043
Participaciones no controladoras		129.752	43.256
<b>Total</b>		<b>19.082.567</b>	<b>11.358.299</b>

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros.

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO  
Representante Legal

ADRIANA MARÍA SALAZAR PÉREZ  
Contador Público  
Tarjeta Profesional No.132626-T

STEPHANY ANDREA MARÍN PÉREZ  
Revisor Fiscal  
Tarjeta Profesional No. 180164-T  
Designada por Ernst & Young Audit S.A.S  
(Véase mi informe del 02 de marzo de 2023.)



**PROMOTORAS DE CAFE COLOMBIA S.A. "PROCAFEOL S.A." Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO CONSOLIDADOS**  
**POR LOS PERÍODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021.**  
 (En miles de pesos colombianos)

Atribuible a los propietarios de la controladora

Resultados acumulados						
Capital social	Prima de emisión	Resultados de ejercicios anteriores	Ajuste aplicación por primera vez NCIF	Total Resultados acumulados	Otro resultado integral	Total Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora
<b>SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020</b>						
Ganancia del ejercicio						
Otro resultado integral						
Incremento (Disminución) por otros cambios en el patrimonio						
Incrementos (disminuciones) por cambios las participaciones en la propiedad de subsidiarias que no dan lugar a pérdida de control, patrimonio						
<b>SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021</b>						
Ganancia del ejercicio						
Otro resultado integral						
<b>SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022</b>						
Ganancia del ejercicio						
Otro resultado integral						

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros.

**PEDRO ANTONIO GARCIA MONCATO**  
 Representante Legal

**ADRIANA MARIA SALAZAR PEREZ**  
 Contador Público  
 Tarjeta Profesional No 112606-T

**STEPHANIE ANDREA MARQUEZ PEREZ**  
 Ejercicio Fiscal  
 Tarjeta Profesional No 180164-T  
 Designada por Ente A. Y. como Asist. S.A.S  
 (Vigencia con efecto del 01 de enero de 2023.)

**PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. "PROCAFECOL S.A." Y SUBSIDIARIAS  
 ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADOS - (Método Directo)  
 POR LOS PERÍODOS COMPRENDIDOS ENTRE EL 01 DE ENERO Y 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021.  
 (En miles de pesos colombianos)**



	2022	2021
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:</b>		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	578.524.266	377.887.760
Otros cobros por actividades de operación	9.925.012	-
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(432.223.081)	(253.095.220)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(89.362.179)	(65.289.516)
Otros pagos por actividades de operación	(6.386.583)	(31.005.898)
Intereses pagados	(8.970.373)	(4.589.570)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(7.463.904)	(3.186.236)
Flujos netos de efectivo provisto por las actividades de operación	<b>44.043.158</b>	<b>20.721.320</b>
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:</b>		
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	(946.205)	-
Intereses recibidos	175.930	136.056
Dividendos recibidos de las asociadas	120.313	127.430
Compras de otros activos a largo plazo	(3.316.399)	(769.756)
Compras de propiedades, planta y equipo	(25.560.227)	(3.259.372)
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	137.675	23.835
Otras (salidas) de efectivo	18.884	(1.134.357)
Compras de activos intangibles	(96.071)	(37.129)
Flujos netos de efectivo utilizado en actividades de Inversión	<b>(29.466.100)</b>	<b>(4.913.293)</b>
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:</b>		
Importes procedentes de préstamos	33.780.145	4.000.000
Reembolsos de préstamos	(25.476.623)	(13.725.686)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(25.833.764)	(21.036.379)
Importes procedentes de subvenciones del gobierno	-	3.033.966
Otras entradas (salidas) de efectivo	15.000.000	-
Flujos netos de efectivo (utilizado en) provisto por las actividades de financiamiento	<b>(2.530.242)</b>	<b>(27.728.099)</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(10.970.283)	(11.237.151)
<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO:</b>		
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO</b>	<b>1.076.533</b>	<b>(23.157.223)</b>
<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL INICIO DEL PERÍODO</b>	<b>9.743.555</b>	<b>32.900.778</b>
<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL PERÍODO</b>	<b>10.820.088</b>	<b>9.743.555</b>
Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros.		

PEDRO ANTONIO GARCIA MONCAYO  
 Representante Legal

ADRIANA MARÍA SALAZAR PÉREZ  
 Contador Público  
 Tarjeta Profesional No. 132626-T

STEPHANY ANDREA MARIÑO PÉREZ  
 Revisor Fiscal  
 Tarjeta Profesional No. 180164-T  
 Designada por Ernst & Young Audit S.A.S  
 (Véase mi informe del 02 de marzo de 2023.)

## IX. DICTAMEN ESTADOS FINANCIEROS SEPARADOS

[CO12 7.4.3.2.3] [CO12 7.4.12.3, (i), (ii)] [CO12 7.4.3.2.7, (i)]



**Building a better  
working world**

### Informe del Revisor Fiscal

A la Asamblea de Accionistas de:  
Promotora de Café Colombia S.A.

#### Opinión

He auditado los estados financieros adjuntos de Promotora de Café Colombia S.A., que comprenden el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2022 y los correspondientes estados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, y el resumen de las políticas contables significativas y otras notas explicativas.

En mi opinión, los estados financieros adjuntos, tomados de los libros de contabilidad, presentan razonablemente, en todos sus aspectos de importancia, la situación financiera de la Compañía al 31 de diciembre de 2022, los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por año terminado en esa fecha, de conformidad con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia.

#### Bases de la opinión

He llevado a cabo mi auditoría de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia. Mis responsabilidades en cumplimiento de dichas normas se describen en la sección Responsabilidades del Auditor en la Auditoría de los Estados Financieros de este informe. Soy independiente de la Compañía, de acuerdo con el Manual del Código de Ética para profesionales de la contabilidad, junto con los requisitos éticos relevantes para mi auditoría de estados financieros en Colombia, y he cumplido con las demás responsabilidades éticas aplicables. Considero que la evidencia de auditoría obtenida es suficiente y apropiada para fundamentar mi opinión.

#### Asuntos clave de auditoría

Los asuntos clave de auditoría son aquellos asuntos que, según mi juicio profesional, fueron de mayor importancia en mi auditoría de los estados financieros separados adjuntos. Estos asuntos se abordaron en el contexto de mi auditoría de los estados financieros tomados en su conjunto, y al momento de fundamentar la opinión correspondiente, pero no para proporcionar una opinión separada sobre estos asuntos. Con base en lo anterior, más adelante detallo la manera en la que cada asunto clave fue abordado durante mi auditoría.

He cumplido con las responsabilidades descritas en la sección Responsabilidades del Auditor en la Auditoría de los Estados Financieros de mi informe, incluso en relación con estos asuntos. En consecuencia, mi auditoría incluyó la realización de los procedimientos diseñados para responder a los riesgos de incorrección material evaluados en los estados financieros.

Empresa  
  
Certificada  
**Ernst & Young Audit S.A.S.**  
Bogotá D.C.  
Carrera 11 No 98 - 07  
Edificio Pijao Green Office  
Tercer Piso  
Tel. +57 (801) 484 7000

**Ernst & Young Audit S.A.S.**  
Medellín – Antioquia  
Carrera 43A No. 3 Sur-130  
Edificio Milla de Oro  
Torre 1 – Piso 14  
Tel: +57 (804) 369 8400

**Ernst & Young Audit S.A.S.**  
Cali – Valle del Cauca  
Avenida 4 Norte No. 6N – 61  
Edificio Siglo XXI  
Oficina 502  
Tel: +57 (802) 485 6280

**Ernst & Young Audit S.A.S.**  
Barranquilla - Atlántico  
Calle 77B No 59 – 61  
Edificio Centro Empresarial  
Las Américas II Oficina 311  
Tel: +57 (805) 385 2201



Los resultados de mis procedimientos de auditoría, incluidos los procedimientos realizados para abordar los asuntos que se mencionan a continuación, constituyen la base de mi opinión de auditoría sobre los estados financieros adjuntos.

Asunto Clave de Auditoría	Respuesta de Auditoría
<b>Exactitud e integridad de las transacciones con partes relacionadas</b>	Dentro de los procedimientos en relación con la integridad y exactitud de la divulgación de transacciones con partes relacionadas se incluyeron: <ul style="list-style-type: none"><li>- Obtener una comprensión de las políticas y procedimientos de la Compañía con respecto a la captura de transacciones con partes relacionadas y cómo la gerencia asegura que todas las transacciones y saldos con partes relacionadas se hayan revelado con precisión en el estado financiero.</li><li>- Revisar la conciliación de vinculadas, analizando la cantidad, antigüedad y saldos.</li><li>- Comparar los saldos de las cuentas con los períodos anteriores e investigar cualquier cambio inesperado o la ausencia de cambios esperados.</li><li>- Realizar confirmaciones de saldos al 31 de diciembre de 2022 comparando con los saldos contables.</li><li>- Evaluar la integridad de las revelaciones a través de la revisión de la información legal, libros y registros y otros documentos obtenidos durante el curso de nuestra auditoría</li></ul>
La Compañía cuenta con 10 partes relacionadas, alrededor de 5 países con las que efectuó un gran volumen de transacciones, como compra y venta de inventarios, préstamos, entre otros conceptos. La Compañía ajusta sus políticas contables y estrategias de manejo de riesgos a los programas establecidos por su Casa Matriz Federación Nacional de Cafeteros, ubicada en Colombia.	
He identificado la exactitud e integridad de la divulgación de las transacciones con partes relacionadas, como un asunto clave de auditoría debido a la significancia, alto volumen de transacciones y la importancia de éstas para los principales usuarios de la información financiera, como se revela en la nota 8 de los estados financieros adjuntos al 31 de diciembre de 2022.	
<b>Responsabilidades de la Administración y de los responsables del gobierno de la Compañía en relación con los estados financieros</b>	
La Administración es responsable por la preparación y correcta presentación de los estados financieros separados de acuerdo con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia (NCIF); de diseñar, implementar y mantener el control interno relevante para la preparación y correcta presentación de los estados financieros separados libres de incorrección material, bien sea por fraude o error; de seleccionar y de aplicar las políticas contables apropiadas; y, de establecer estimaciones contables razonables en las circunstancias.	
Al preparar los estados financieros separados, la Administración es responsable de evaluar la capacidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha, revelando, según corresponda, los asuntos relacionados con este asunto y utilizando la base contable de negocio en marcha, a menos que la Administración tenga la intención de liquidar la Compañía o cesar sus operaciones, o no tenga otra alternativa realista diferente a hacerlo.	
Los encargados del gobierno de la Compañía son responsables de la supervisión del proceso de información financiera de la misma.	



### Responsabilidades del Auditor en la Auditoría de los Estados Financieros

Mi objetivo es obtener una seguridad razonable sobre si los estados financieros separados tomados en su conjunto están libres de incorrección material, ya sea por fraude o error, y emitir un informe que incluya mi opinión. La seguridad razonable es un alto nivel de aseguramiento, pero no garantiza que una auditoría realizada de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia siempre detectará una incorrección material cuando exista. Las incorrecciones pueden surgir debido a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o acumuladas, podría esperarse que influyan razonablemente en las decisiones económicas que los usuarios tomen con base en los estados financieros.

Como parte de una auditoría de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia, debo ejercer mi juicio profesional y mantener mi escepticismo profesional a lo largo de la auditoría, además de:

- Identificar y evaluar los riesgos de incorrección material en los estados financieros, ya sea por fraude o error, diseñar y ejecutar procedimientos de auditoría que respondan a esos riesgos, y obtener evidencia de auditoría que sea suficiente y apropiada para fundamentar mi opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debido a fraude es mayor que la resultante de un error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones intencionales, declaraciones falsas o sobrepaso del sistema de control interno.
- Obtener un entendimiento del control interno relevante para la auditoría, para diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias.
- Evaluar lo adecuado de las políticas contables utilizadas, la razonabilidad de las estimaciones contables y las respectivas revelaciones realizadas por la Administración.
- Concluir sobre si es adecuado que la Administración utilice la base contable de negocio en marcha y, con base en la evidencia de auditoría obtenida, si existe una incertidumbre material relacionada con eventos o condiciones que puedan generar dudas significativas sobre la capacidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha. Si concluyo que existe una incertidumbre importante, debo llamar la atención en el informe del auditor sobre las revelaciones relacionadas, incluidas en los estados financieros o, si dichas revelaciones son inadecuadas, modificar mi opinión. Las conclusiones del auditor se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de mi informe, sin embargo, eventos o condiciones posteriores pueden hacer que una entidad no pueda continuar como negocio en marcha.
- Evaluar la presentación general, la estructura, el contenido de los estados financieros, incluyendo las revelaciones, y si los estados financieros representan las transacciones y eventos subyacentes de manera que se logre una presentación razonable.

Comuniqué a los responsables del gobierno de la Compañía, entre otros asuntos, el alcance planeado y el momento de realización de la auditoría, los hallazgos significativos de la misma, así como cualquier deficiencia significativa del control interno identificada en el transcurso de la auditoría.



Entre los asuntos que han sido objeto de comunicación con los responsables del gobierno de la Compañía, determiné los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de los estados financieros del período actual y que son, en consecuencia, asuntos clave de la auditoría. Describí esos asuntos en mi informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente el asunto o, en circunstancias extremadamente poco frecuentes, se determine que un asunto no se debería comunicar en mi informe porque cabe razonablemente esperar que las consecuencias adversas de hacerlo superarían los beneficios de interés público del mismo.

#### Otros Asuntos

Los estados financieros bajo normas de contabilidad y de información financiera aceptadas en Colombia de Promotora de Café Colombia S.A. al 31 de diciembre de 2021, que hacen parte de la información comparativa de los estados financieros adjuntos, fueron auditados por otro revisor fiscal designado por Ernst & Young Audit S.A.S., de acuerdo con normas internacionales de auditoría aceptadas en Colombia, sobre los cuales expresó su opinión sin salvedades el 25 de febrero de 2022.

#### Otros Requerimientos Legales y Reglamentarios

Fundamentada en el alcance de mi auditoría, no estoy enterada de situaciones indicativas de inobservancia en el cumplimiento de las siguientes obligaciones de la Compañía: 1) Llevar los libros de actas, registro de accionistas y de contabilidad, según las normas legales y la técnica contable; 2) Desarrollar las operaciones conforme a los estatutos y decisiones de la Asamblea de Accionistas; y 3) La información contenida en las planillas integradas de liquidación de aportes, y en particular la relativa a los afiliados, y la correspondiente a sus ingresos base de cotización, ha sido tomada de los registros y soportes contables al 31 de diciembre de 2022, así mismo, a la fecha mencionada la Compañía no se encuentra en mora por concepto de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral; 4) Conservar la correspondencia y los comprobantes de las cuentas. Adicionalmente, existe concordancia entre los estados financieros adjuntos y la información contable incluida en el informe de gestión preparado por la Administración de la Compañía, el cual incluye la constancia por parte de la Administración sobre la libre circulación de las facturas con endoso emitidas por los vendedores o proveedores. El informe correspondiente a lo requerido por el artículo 1.2.1.2 del Decreto 2420 de 2015 lo emití por separado el 2 de marzo de 2023.

Stephany Andrea Mariño Pérez  
Revisor Fiscal  
Tarjeta Profesional 180164 -T  
Designada por Ernst & Young Audit S.A.S. TR-530

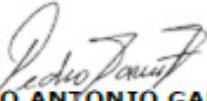
Bogotá, D.C.  
2 de marzo de 2023

**Promotora de Café de Colombia S.A. – Procafecol S.A.**

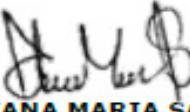
**Certificado a los Estados Financieros Separados**

Declaramos que hemos verificado previamente las afirmaciones contenidas en los estados financieros de PROCAFECOL S.A. Finalizados al 31 de diciembre de 2022, los cuales se han tomado fielmente de libros de contabilidad. Por lo tanto:

- Los activos y pasivos de la Compañía existen en la fecha de corte y las transacciones registradas se han realizado durante el periodo.
- Los activos representan probables beneficios económicos futuros (derechos) y los pasivos representan probables sacrificios económicos futuros (obligaciones), obtenidos o a cargo de PROCAFECOL S.A, en la fecha de corte.
- Todos los elementos han sido reconocidos como importes apropiados.
- Los hechos económicos han sido correctamente clasificados, descritos y revelados.

  
**PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO**

Representante Legal

  
**ADRIANA MARÍA SALAZAR PERÉZ**  
Contador General

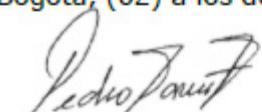
**EL SUSCRITO REPRESENTANTE LEGAL  
DE  
PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A.  
NIT 830.112.317-1**

De conformidad con lo establecido en los artículos 46 y 47 de la ley 964 de 2005, el suscrito Representante Legal certifica que:

Los Estados Financieros Separados y la información relevante de PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A. a 31 de diciembre de 2022, no contiene vicios, impresiones o errores que impidan conocer la verdadera situación patrimonial o las operaciones de la compañía a la fecha de los mismos.

Así mismo esta información cuenta con los procedimientos de control y revelación que asegura que la información financiera es presentada en forma adecuada.

Bogotá, (02) a los dos días de marzo de dos mil veintitrés (2023).

  
**PEDRO ANTONIO GARCIA MONCAYO**

Representante Legal

## X. DICTAMEN ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

[CO12 7.4.3.2.3] [CO12 7.4.1.2.3, (i), (ii)] [CO12 7.4.3.2.7 (i)]



Building a better  
working world

### Informe del Revisor Fiscal

A la Asamblea de Accionistas de:  
Promotora de Café Colombia S.A – Procafecol S.A y Subsidiarias.

#### Opinión

He auditado los estados financieros consolidados adjuntos de Promotora de Café Colombia S.A – Procafecol S.A y Subsidiarias (en adelante el Grupo) que comprenden el estado consolidado de situación financiera al 31 de diciembre de 2022 y los correspondientes estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivos por el año terminado en esa fecha, y el resumen de las políticas contables significativas y otras notas explicativas.

En mi opinión, los estados financieros consolidado adjuntos, tomados de los libros de contabilidad, presentan razonablemente, en todos sus aspectos de importancia, la situación financiera consolidada del Grupo al 31 de diciembre de 2022, los resultados consolidados de sus operaciones y los flujos consolidados de efectivo por año terminado en esa fecha, de conformidad con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia.

#### Bases de la opinión

He llevado a cabo mi auditoría de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia. Mis responsabilidades en cumplimiento de dichas normas se describen en la sección Responsabilidades del Auditor en la Auditoría de los Estados Financieros Consolidados de este informe. Soy independiente del Grupo, de acuerdo con el Manual del Código de Ética para profesionales de la contabilidad, junto con los requisitos éticos relevantes para mi auditoría de estados financieros en Colombia, y he cumplido con las demás responsabilidades éticas aplicables. Considero que la evidencia de auditoría obtenida es suficiente y apropiada para fundamentar mi opinión.

#### Asuntos clave de auditoría

Los asuntos clave de auditoría son aquellos asuntos que, según mi juicio profesional, fueron de mayor importancia en mi auditoría de los estados financieros consolidados adjuntos. Estos asuntos se abordaron en el contexto de mi auditoría de los estados financieros consolidados tomados en su conjunto, y al momento de fundamentar la opinión correspondiente, pero no para proporcionar una opinión separada sobre estos asuntos. Con base en lo anterior, más adelante detallo la manera en la que cada asunto clave fue abordado durante mi auditoría.



Building a better  
working world

He cumplido con las responsabilidades descritas en la sección Responsabilidades del Auditor en la Auditoría de los Estados Financieros Consolidados de mi informe, incluso en relación con estos asuntos. En consecuencia, mi auditoría incluyó la realización de los procedimientos diseñados para responder a los riesgos de incorrección material evaluados en los estados financieros consolidados. Los resultados de mis procedimientos de auditoría, incluidos los procedimientos realizados para abordar los asuntos que se mencionan a continuación, constituyen la base de mi opinión de auditoría sobre los estados financieros consolidados adjuntos.

Asunto Clave de Auditoría	Respuesta de Auditoría
Exactitud e integridad de las transacciones con partes relacionadas	Dentro de los procedimientos en relación con la integridad y exactitud de la divulgación de transacciones con partes relacionadas se incluyeron:
El Grupo cuenta con 9 partes relacionadas, alrededor de 5 países con las que efectuaron un gran volumen de transacciones, como compra y venta de inventarios, préstamos, entre otros conceptos. El grupo ajusta sus políticas contables y estrategias de manejo de riesgos a los programas establecidos por su Casa Matriz Promotora de Café S.A - Procafecol, ubicada en Colombia.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Obtener una comprensión de las políticas y procedimientos del Grupo con respecto a la captura de transacciones con partes relacionadas y cómo la gerencia asegura que todas las transacciones y saldos con partes relacionadas se hayan revelado con precisión en el estado financiero.</li><li>- Revisar la conciliación de vinculadas, analizando la cantidad, antigüedad y saldos y eliminaciones en los estados financieros consolidados.</li><li>- Comparar los saldos de las cuentas con los períodos anteriores e investigar cualquier cambio inesperado o la ausencia de cambios esperados.</li><li>- Realizar confirmaciones de saldos al 31 de diciembre de 2022 comparando con los saldos contables.</li><li>- Evaluar la integridad de las revelaciones a través de la revisión de la información legal, libros y registros y otros documentos obtenidos durante el curso de nuestra auditoría</li></ul>
He identificado la exactitud e integridad de la divulgación de las transacciones con partes relacionadas, como un asunto clave de auditoría debido a la significancia, alto volumen de transacciones y la importancia de éstas para los principales usuarios de la información financiera, como se revela en la nota 8 de los estados financieros consolidados adjuntos al 31 de diciembre de 2022.	

Responsabilidades de la Administración y de los responsables del gobierno del Grupo en relación con los estados financieros consolidados

La Administración es responsable por la preparación y correcta presentación de los estados financieros consolidados de acuerdo con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia (NCIF); de diseñar, implementar y mantener el control interno relevante para la preparación y correcta presentación de los estados financieros consolidados libres de incorrección material, bien sea por fraude o error; de seleccionar y de aplicar las políticas contables apropiadas; y, de establecer estimaciones contables razonables en las circunstancias.



Building a better  
working world

Al preparar los estados financieros consolidados, la Administración es responsable de evaluar la capacidad del Grupo para continuar como negocio en marcha, revelando, según corresponda, los asuntos relacionados con este asunto y utilizando la base contable de negocio en marcha, a menos que la Administración tenga la intención de liquidar el Grupo o cesar sus operaciones, o no tenga otra alternativa realista diferente a hacerlo.

Los encargados del gobierno del Grupo son responsables de la supervisión del proceso de información financiera de la misma.

#### Responsabilidades del Auditor en la Auditoría de los Estados Financieros Consolidados

Mi objetivo es obtener una seguridad razonable sobre si los estados financieros consolidados tomados en su conjunto están libres de incorrección material, ya sea por fraude o error, y emitir un informe que incluya mi opinión. La seguridad razonable es un alto nivel de aseguramiento, pero no garantiza que una auditoría realizada de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia siempre detectará una incorrección material cuando exista. Las incorrecciones pueden surgir debido a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o acumuladas, podría esperarse que influyan razonablemente en las decisiones económicas que los usuarios tomen con base en los estados financieros consolidados.

Como parte de una auditoría de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia, debo ejercer mi juicio profesional y mantener mi escepticismo profesional a lo largo de la auditoría, además de:

- Identificar y evaluar los riesgos de incorrección material en los estados financieros consolidados, ya sea por fraude o error, diseñar y ejecutar procedimientos de auditoría que respondan a esos riesgos, y obtener evidencia de auditoría que sea suficiente y apropiada para fundamentar mi opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debido a fraude es mayor que la resultante de un error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones intencionales, declaraciones falsas o sobrepaso del sistema de control interno.
- Obtener un entendimiento del control interno relevante para la auditoría, para diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias.
- Evaluar lo adecuado de las políticas contables utilizadas, la razonabilidad de las estimaciones contables y las respectivas revelaciones realizadas por la Administración.
- Concluir sobre si es adecuado que la Administración utilice la base contable de negocio en marcha y, con base en la evidencia de auditoría obtenida, si existe una incertidumbre material relacionada con eventos o condiciones que puedan generar dudas significativas sobre la capacidad del Grupo para continuar como negocio en marcha. Si concluyo que existe una incertidumbre importante, debo llamar la atención en el informe del auditor sobre las revelaciones relacionadas, incluidas en los estados financieros consolidados o, si dichas revelaciones son inadecuadas, modificar mi opinión. Las conclusiones del auditor se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de mi informe, sin embargo, eventos o condiciones posteriores pueden hacer que una entidad no pueda continuar como negocio en marcha.
- Evaluar la presentación general, la estructura, el contenido de los estados financieros consolidados, incluyendo las revelaciones, y si los estados financieros consolidados representan las transacciones y eventos subyacentes de manera que se logre una presentación razonable.



Building a better  
working world

Comuniqué a los responsables del gobierno del Grupo, entre otros asuntos, el alcance planeado y el momento de realización de la auditoría, los hallazgos significativos de la misma, así como cualquier deficiencia significativa del control interno identificada en el transcurso de la auditoría.

Entre los asuntos que han sido objeto de comunicación con los responsables del gobierno del Grupo, determiné los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de los estados financieros consolidados del periodo actual y que son, en consecuencia, asuntos clave de la auditoría. Describí esos asuntos en mi informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente el asunto o, en circunstancias extremadamente poco frecuentes, se determine que un asunto no se debería comunicar en mi informe porque cabe razonablemente esperar que las consecuencias adversas de hacerlo superarían los beneficios de interés público del mismo.

#### Otros Asuntos

Los estados financieros consolidados bajo normas de contabilidad y de información financiera aceptadas en Colombia de Promotora de Café Colombia S.A y sus Subsidiarias al 31 de diciembre de 2021, que hacen parte de la información comparativa de los estados financieros consolidados adjuntos, fueron auditados por otro revisor fiscal designado por Ernst & Young Audit S.A.S., de acuerdo con normas internacionales de auditoría aceptadas en Colombia, sobre los cuales expresó su opinión sin salvedades el 4 de marzo del 2022.

#### Otros Requerimientos Legales y Reglamentarios

Fundamentada en el alcance de mi auditoría, no estoy enterada de situaciones indicativas de inobservancia en el cumplimiento de las siguientes obligaciones del Grupo: 1) Llevar los libros de actas, registro de accionistas y de contabilidad, según las normas legales y la técnica contable; 2) Desarrollar las operaciones conforme a los estatutos y decisiones de la Asamblea de Accionistas; y 3) La información contenida en las planillas integradas de liquidación de aportes, y en particular la relativa a los afiliados, y la correspondiente a sus ingresos base de cotización, ha sido tomada de los registros y soportes contables al 31 de diciembre de 2022, así mismo, a la fecha mencionada el Grupo no se encuentra en mora por concepto de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral; 4) Conservar la correspondencia y los comprobantes de las cuentas. Adicionalmente, existe concordancia entre los estados financieros consolidados adjuntos y la información contable incluida en el informe de gestión preparado por la Administración del Grupo, el cual incluye la constancia por parte de la Administración sobre la libre circulación de las facturas con endoso emitidas por los vendedores o proveedores. El informe correspondiente a lo requerido por el artículo 1.2.1.2 del Decreto 2420 de 2015 lo emití por separado el 2 de marzo de 2023.

Stephany Andrea Marino Pérez  
Revisor Fiscal  
Tarjeta Profesional 180164-T  
Designada por Ernst & Young Audit S.A.S. TR-530

Bogotá D.C.  
2 de marzo del 2023

**Promotora de Café de Colombia S.A. – Procafecol S.A. y sus subsidiarias**

**Certificado a los Estados Financieros Consolidados**

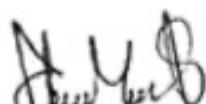
Declaramos que hemos verificado previamente las afirmaciones contenidas en los estados financieros consolidados de Procafecol S.A. y sus subsidiarias, finalizados al 31 de diciembre de 2022, los cuales se han tomado fielmente de libros de contabilidad. Por lo tanto:

- Los activos y pasivos de Procafecol S.A. y sus subsidiarias existen en la fecha de corte y las transacciones registradas se han realizado durante el periodo.
- Los activos representan probables beneficios económicos futuros (derechos) y los pasivos representan probables sacrificios económicos futuros (obligaciones), obtenidos o a cargo de de Procafecol S.A. y sus subsidiarias en la fecha de corte.
- Todos los elementos han sido reconocidos como importes apropiados.
- Los hechos económicos han sido correctamente clasificados, descritos y revelados.



**PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO**

Representante Legal



**ADRIANA MARÍA SALAZAR PERÉZ**

Contador General

**EL SUSCRITO REPRESENTANTE LEGAL  
DE  
PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A. Y SUS SUBSIDIARIAS  
NIT 830.112.317-1**

De conformidad con lo establecido en los artículos 46 y 47 de la ley 964 de 2005, el suscrito Representante Legal certifica que:

Los Estados Financieros Consolidados y la información relevante de PROMOTORA DE CAFÉ COLOMBIA S.A. y sus Subsidiarias a 31 de diciembre de 2022, no contiene vicios, impresiones o errores que impidan conocer la verdadera situación patrimonial o las operaciones de las compañías a la fecha de los mismos.

Así mismo esta información cuenta con los procedimientos de control y revelación que asegura que la información financiera es presentada en forma adecuada.

Bogotá, (02) a los dos días de marzo de dos mil veintitrés (2023).

  
**PEDRO ANTONIO GARCIA MONCAYO**  
Representante Legal

# XI. INFORME DEL REVISOR FISCAL SOBRE LA EVALUACIÓN DEL CONTROL INTERNO Y DEL CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES ESTATUTARIAS Y DE LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS

[CO12 7.4.3.27. (iii)]



Building a better  
working world

## Informe del Revisor Fiscal sobre la Evaluación del Control Interno y del Cumplimiento de las Disposiciones Estatutarias y de la Asamblea de Accionistas

A la Asamblea de Accionistas de:  
Promotora de Café Colombia S.A - Procafecol S.A.

### Descripción del Asunto Principal

El presente informe hace referencia a los procedimientos ejecutados en la evaluación de las medidas de control interno, de conservación y custodia de los bienes de la sociedad o de terceros que estén en poder de Procafecol S.A. (en adelante, "la Compañía"), así como la evaluación del cumplimiento, por parte de la Administración de la Compañía, de las disposiciones estatutarias y de la Asamblea de Accionistas al 31 de diciembre de 2022.

Los criterios para medir este asunto principal son los parámetros establecidos por la Compañía de acuerdo con sus políticas y procedimientos avalados por la Asamblea de Accionistas, establecidos en la Parte I Título I Capítulo IV de la Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia, en lo relacionado con el control interno y, lo contemplado en los estatutos y actas de Asamblea de Accionistas, en lo que tiene que ver con el cumplimiento de las disposiciones allí contenidas.

### Responsabilidad de la Administración

La Compañía, es responsable del diseño e implementación de las medidas de control interno, de conservación y custodia de los bienes de la sociedad o de terceros que estén en poder de la Compañía, así como de la definición de políticas y procedimientos que de él se desprendan. Estas medidas de control interno son definidas por los órganos societarios, la Administración y su personal, con el fin de obtener un aseguramiento razonable en relación con el cumplimiento de sus objetivos operacionales, de cumplimiento y de reporte, debido a que necesitan la aplicación del juicio de la Compañía, con el fin de seleccionar, desarrollar e implementar los controles suficientes y para monitorear y evaluar su efectividad. Por otro lado, la Administración de la Compañía es responsable de garantizar que sus actos se ajusten a los estatutos y a las órdenes o instrucciones de la Asamblea de Accionistas.

### Responsabilidad del Auditor

Mi responsabilidad consiste en adelantar un trabajo sobre los aspectos mencionados en el párrafo 'Descripción del asunto principal', de acuerdo con lo establecido en los numerales 1 y 3 del artículo 209 del Código de Comercio, con el fin de emitir una conclusión basada en los procedimientos diseñados y ejecutados con base en mi juicio profesional y la evidencia obtenida como resultado de los mencionados procedimientos. Condujo mi trabajo con base en las Normas de Aseguramiento de la Información aceptadas en Colombia. He cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos éticos establecidos en el Código de Ética para profesionales de la contabilidad aceptado en Colombia, basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y conducta profesional.

**Ernst & Young Audit S.A.S.**  
Bogotá D.C.  
Carrera 11 No 90 - 07  
Edificio Pijao Green Office  
Tercer Piso  
Tel. +57 (601) 494 7000

**Ernst & Young Audit S.A.S.**  
Medellín – Antioquia  
Carrera 43A No. 3 Sur-130  
Edificio Mila de Oro  
Torre 1 – Piso 14  
Tel: +57 (604) 380 8400

**Ernst & Young Audit S.A.S.**  
Call – Valle del Cauca  
Avenida 4 Norte No. 6N – 61  
Edificio Siglo XXI  
Oficina 502  
Tel: +57 (602) 495 8290

**Ernst & Young Audit S.A.S.**  
Barranquilla - Atlántico  
Calle 77D No 58 – 61  
Edificio Centro Empresarial  
Las Américas II Oficina 311  
Tel: +57 (605) 385 2201



## Procedimientos Realizados

Para la emisión del presente informe, los procedimientos ejecutados consistieron principalmente en:

- Lectura de los estatutos y actas de Asamblea de Accionistas por el período comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2022, con el fin de evaluar si las disposiciones o instrucciones allí contenidas han sido implementadas durante el período, o cuentan con un adecuado cronograma de implementación.
- Indagaciones con la Administración acerca de cambios a los estatutos que tuvieron lugar en el período comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2022, así como posibles cambios que se tienen proyectados.
- Inspección de documentos que soporten el cumplimiento de las disposiciones que dieron lugar a los cambios en los estatutos efectuados en el período comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2022.
- Entendimiento, evaluación del diseño y pruebas de operatividad, con alcance definido según el criterio del auditor, de los controles a nivel de entidad, establecidos por la Compañía por cada uno de los elementos del control interno.
- Entendimiento y evaluación del diseño de los controles, con alcance definido según el criterio del auditor, sobre procesos significativos que afectan materialmente la información financiera de la Compañía.
- Seguimiento a los planes de acción ejecutados por la Compañía como respuesta a las deficiencias identificadas en períodos anteriores o durante el período cubierto por el presente informe.

Debido a las limitaciones inherentes a cualquier estructura de control interno, incluida la posibilidad de colusión o de un sobrepaso de controles por parte de la Administración, pueden producirse errores, irregularidades o fraudes que podrían no ser detectados. El resultado de los procedimientos previamente descritos por el período objeto del presente informe no es relevante para los futuros períodos debido al riesgo de que el control interno se vuelva inadecuado por cambios en condiciones, o que el grado de cumplimiento con políticas y procedimientos pueda deteriorarse. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

## Conclusión

Concluyo que, al 31 de diciembre de 2022, las medidas de control interno, de conservación y custodia de los bienes de la Compañía o de terceros que están en su poder, de Procafecol S.A., existen y son adecuadas, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los parámetros establecidos por Compañía de acuerdo con sus políticas y procedimientos avalados por la Asamblea de Accionistas, establecidos en la Parte I Título I Capítulo IV de la Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia y que la Administración de la Compañía ha dado cumplimiento a las disposiciones estatutarias y de la Asamblea de Accionistas, con base en los criterios de medición antes expuestos.



### Otros Asuntos

Mis recomendaciones sobre oportunidades de mejora en el control interno han sido comunicadas a la Administración por medio de cartas separadas. Adicional a los procedimientos detallados en el presente informe, he auditado, de acuerdo con normas internacionales de auditoría aceptadas en Colombia, los estados financieros de la Compañía al 31 de diciembre de 2022 bajo Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia, sobre los cuales emitió mi opinión sin salvedades el 2 de marzo de 2023. Este informe se emite con destino a la Asamblea de Accionistas de Procafecol S.A., para dar cumplimiento a los requerimientos establecidos en los numerales 1 y 3 del artículo 209 del Código de Comercio, y no debe ser utilizado para ningún otro propósito, ni distribuido a terceros.

Stephany Andrea Mariño Pérez  
Revisor Fiscal  
Tarjeta Profesional 180164 -T  
Designada por Ernst & Young Audit S.A.S. TR-530

Bogotá, Colombia  
2 de marzo de 2022

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD

[C012 7.4.3.3.2]



# I. HECHOS Y CIFRAS RELEVANTES

## ESTRATEGIA

Para conocer los hitos económicos de la compañía, hacer [clic aquí](#) o visite el apartado de 'Hitos y cifras relevantes' del Informe de Gestión 2022.



La compañía se encuentra de la lista de las

**22**

empresas inspiradoras de la Fundación ANDI gracias al programa Mujeres Cafeteras.

## PLATAFORMA DE VALOR COMPARTIDO



PLAN AMIGO CAFICULTOR



113.591

unidades de café empacado

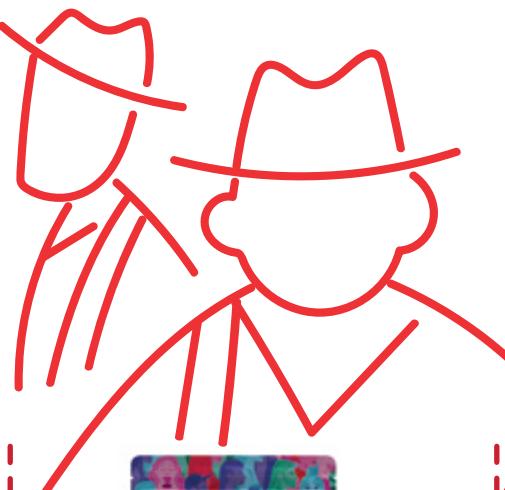
'Mujeres Cafeteras' comercializado en los diferentes canales de mercado de la marca.

243

beneficiari@s con

2.663

horas de acompañamiento, en la plataforma de fortalecimiento multidimensional 'Mujeres Cafeteras'.



16.062

unidades de café empacado 'Jóvenes Caficultores' comercializado en los diferentes canales de mercado de la marca.

60

jóvenes beneficiari@s de

10.174

horas de formación en la plataforma de fortalecimiento multidimensional de 'Jóvenes Renacer' 2022.

456.846

bebidas preparadas a base del café 'Jóvenes Caficultores' preferidas por los consumidores en las tiendas.



717

accionistas caficultor@s inscritos en el programa 'Plan Amigo Inversionista', provenientes de 15 departamentos del país.



9.220

unidades de café empacado de la edición especial 'Trazando la ruta del café' Santander, comercializado en los diferentes canales de mercado.

207.656

bebidas preparadas a base del café 'Trazando la ruta del café' Meta.



## DONACIONES



## ECONOMÍA CIRCULAR

Programa  
'Reusamos todo lo  
que sea posible'

La compañía  
alcanzó  
**1.725**  
unidades  
reutilizadas.

Sillas con tejido artesanal,  
mesas de acero y  
madera, sillas y poltronas  
(sofás).

Cambio en empaques de  
sándwiches y ensaladas  
por materiales con menores  
impactos ambientales, lo cual  
generará una disminución en  
el uso de plásticos de

**7.87**

toneladas para  
el año 2023.

Se gestionó con el  
Programa



**50.6** + **129**  
toneladas de  
residuos  
reciclables  
toneladas de  
residuos  
orgánicos.

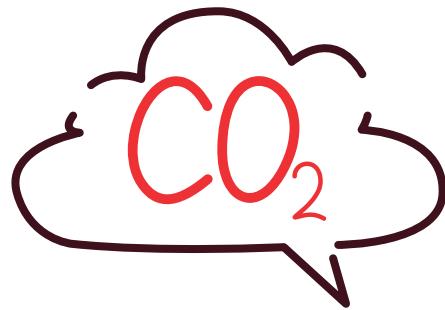
Se sirvieron más de

**13.696**

bebidas en vasos  
reutilizables a nivel nacional  
con el programa de



## CAMBIO CLIMÁTICO



Se realizó el tercer cálculo de la huella de carbono de la organización, logrando la **medición de los alcances 1, 2 y 3**, contabilizando las emisiones de la cadena de suministro extendida.

## INTERNACIONALIZACIÓN

Evaluación de atributos sociales, ambientales y de gobernanza de socios de **España, Chile y Ecuador** para iniciar el proceso de internacionalización de la **estrategia de sostenibilidad** en la operación de la marca Juan Valdez®.



## II. NOMINACIONES Y RECONOCIMIENTOS

En el ranking Merco ESG de "Empresas más responsables" Procafecol S.A. ocupó el puesto

16

entre las 100 empresas del listado, destacándose en las categorías de "Ámbito interno, clientes y sociedad" (puesto 18) y de "Nivel ético y de gobierno corporativo" (puesto 16)



Procafecol S.A. fué nominada a los Premios P&M 2022 en la categoría de 'Menciones Especiales TOP10 2022 Acción de marca con propósito' por la campaña



GENERACIÓN  
JNVLDZ

vinculada con el programa de valor compartido 'Jóvenes Renacer'.



### ÍNDICE DE INVERSIÓN SOCIAL

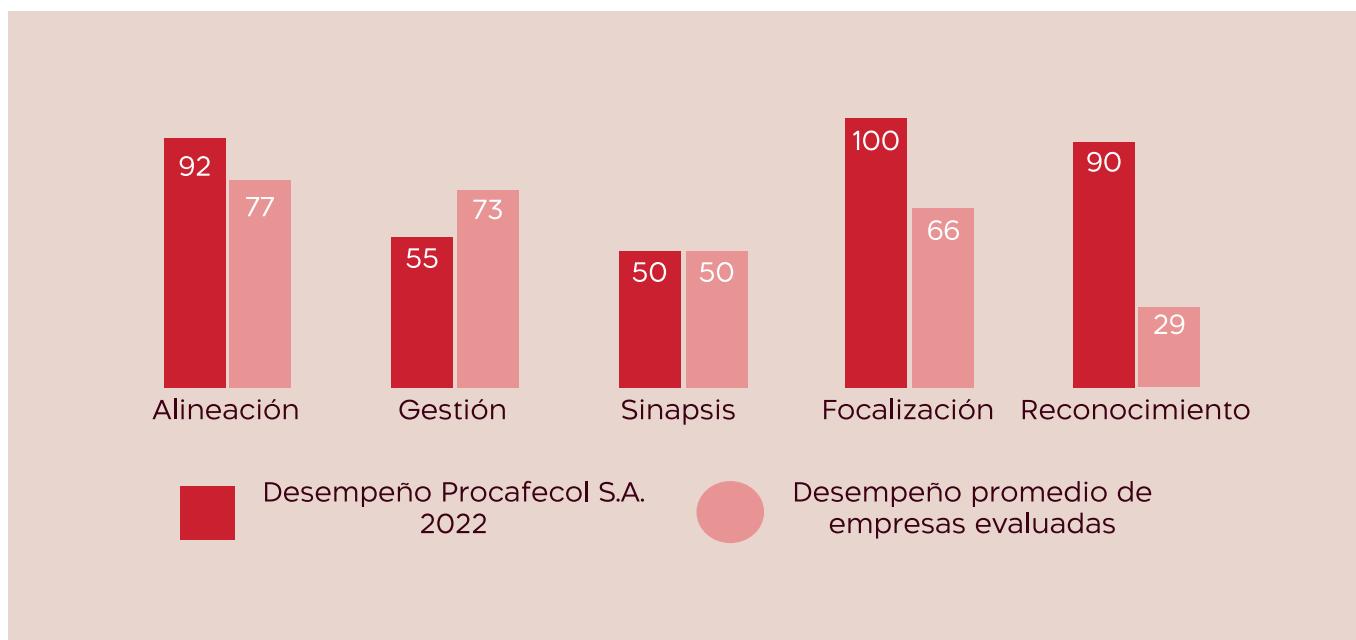
La compañía ocupó el puesto 30 en el Índice de Inversión Social liderado por Jaime Arteaga & Asociados, subiendo 57 puestos con respecto al resultado obtenido en el 2021. Este índice evalúa la inversión de las organizaciones que va más allá del mínimo requerido, cuyo retorno está en la sostenibilidad de los negocios y el desarrollo de los grupos de interés que son impactados por la empresa.

Con respecto a la dimensión de 'Alineación', la cual se refiere al nivel de vinculación de la inversión social en el modelo de negocio, Procafecol S.A. obtuvo resultados superiores en las variables de 'Jerarquía de las estrategias' y 'Género e Inclusión', gracias sus esfuerzos constantes enfocados en: iniciativas que propendan por una contribución positiva a las comunidades vulnerables a través de la política de compras inclusivas; certificaciones tales como Empresa B, y programas de valor compartido con caficultores y caficultoras (Mujeres Cafeteras), que validan y reiteran el compromiso de la compañía con su propósito superior;

inclusión de personas con discapacidad cognitiva en alianza con la organización Best Buddies Colombia®; y compromiso con el balance de género en contratación directa de colaboradores.

En lo que corresponde a la dimensión de 'Focalización', relacionado con las acciones de las empresas enfocadas en poblaciones rurales y vulnerables, la compañía ha realizado una inversión social orientada en comunidades cafeteras, en su mayoría pequeños y medianos productores. Por último, se destaca la dimensión de 'Reconocimiento', lo cual implica que la labor de Procafecol S.A. es resaltada por terceros, gracias a su compromiso con el medio ambiente, transparencia y buen gobierno, y responsabilidad con colaboradores.

La siguiente gráfica resalta el desempeño de la compañía, comparado con los resultados obtenidos por las demás empresas evaluadas en el índice:



Fuente: Reporte Procafecol S.A. del Índice de Inversión Social Privada. Jaime Arteaga Abogados

### III. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS

[GRI 2-29] [GRI 3-1] [GRI 3-2] [GRI 3-3] [C012 7.4.3.3.2 - ANEXO 2 - 5.1.1]

Procafecol S.A. busca un diálogo constante con sus grupos de interés, reconociendo sus expectativas y buscando alternativas para lograr satisfacerlas y tener un impacto positivo en estos grupos. Por tal razón, se utilizan diferentes canales de comunicación y tácticas de relacionamiento como infografías, boletines informativos, charlas, foros, encuentros, entre otras dinámicas que permiten fortalecer estos vínculos y hacerlos más cercanos. De igual manera, los canales de contacto, tales como la página web, las redes sociales de la marca Juan Valdez® y las líneas de atención al cliente, son fundamentales para mantener una comunicación constante.

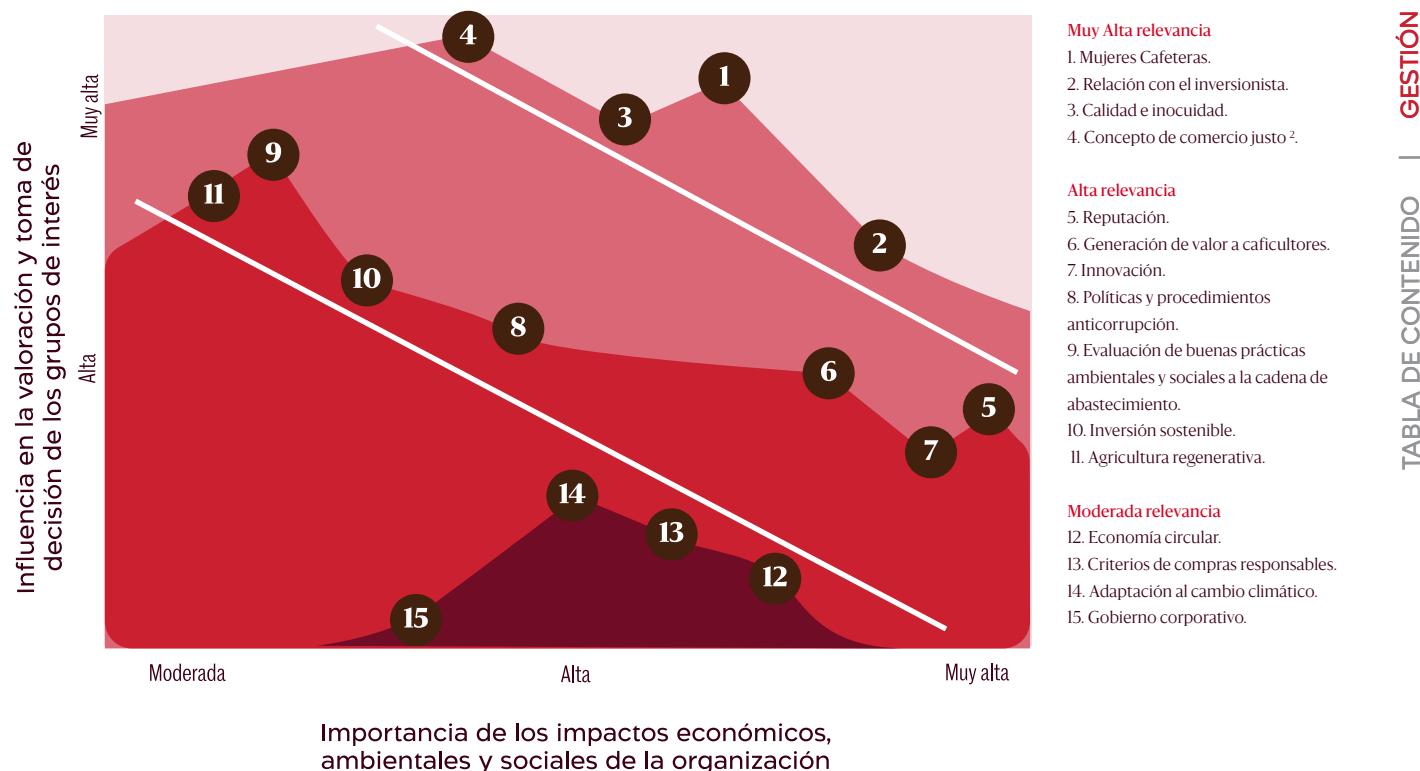
Se han priorizado e identificado, por su alta relevancia, los siguientes grupos de interés internos y externos en la organización:



El análisis de materialidad realizado en el 2021 atiende a la necesidad de conocer las expectativas de estos grupos de interés priorizados y construir de forma conjunta la ruta de acciones y herramientas a implementar para gestionar los diferentes asuntos materiales. Este proceso pretende responder a las necesidades cambiantes del entorno, por lo que se actualiza teniendo en cuenta el contexto en sostenibilidad y los cambios organizacionales. Durante el año 2022 se dio continuidad a la gestión de los factores económicos, ambientales y sociales que impactan la organización bajo el mismo foco de la materialidad realizada, la cual se encuentra vigente y se sigue priorizando dentro de la organización. Inicialmente, se seleccionaron 49 temas del contexto de sostenibilidad, teniendo en cuenta referentes de tendencias del sector de agricultura y alimentos. Actualmente, no se cuenta con el estándar propio para el sector de alimentos del GRI- Global Reporting Initiative para generar una referencia.

Además, se tomó como base la estrategia que se viene liderando en la marca de los caficultores colombianos Juan Valdez® y su plataforma de valor compartido, realizando una validación por parte del equipo directivo de la organización, el cual participó activamente en el proceso. De esta manera, se seleccionaron 15 temas que fueron consultados a los grupos de interés mencionados.

La matriz resultante de este análisis muestra los temas que son de muy alta relevancia para la visión de sostenibilidad de Procafecol S.A.:



#### Muy Alta relevancia

1. Mujeres Cafeteras.
2. Relación con el inversionista.
3. Calidad e inocuidad.
4. Concepto de comercio justo<sup>2</sup>.

#### Alta relevancia

5. Reputación.
6. Generación de valor a caficultores.
7. Innovación.
8. Políticas y procedimientos anticorrupción.
9. Evaluación de buenas prácticas ambientales y sociales a la cadena de abastecimiento.
10. Inversión sostenible.
11. Agricultura regenerativa.

#### Moderada relevancia

12. Economía circular.
13. Criterios de compras responsables.
14. Adaptación al cambio climático.
15. Gobierno corporativo.

<sup>2</sup>Sistema comercial que promueve condiciones transparentes y equitativas a partir de criterios sociales y ambientales que beneficien a los productores

## IV. ESTRATEGIA

[GRI 3-3]

En el 2019, la sostenibilidad pasó a ser el centro del modelo de negocio de Procafecol S.A., al convertirse la generación de valor compartido para caficultores, colaboradores, consumidores, accionistas y aliados comerciales, en el objetivo estratégico de la compañía.

Adicionalmente, 2019 se consolida como el año en el que inició el programa de remanufactura y extensión de la vida útil del mobiliario y estructura de las tiendas Juan Valdez®, una práctica que hoy en día continúa aportando a la política de sostenibilidad bajo el programa Reusamos todo lo que sea posible.

También se destaca durante 2020 la consolidación del Plan Amigo Caficultor, con programas como Mujeres Cafeteras y Jóvenes Renacer, los cuales fueron el atributo central de una de las temporadas de la marca Juan Valdez®.

Esto reafirma la importancia de desarrollar buenas prácticas sociales y ambientales tanto en la operación como en la cadena de abastecimiento,

alcanzando una nueva manera de relacionarse con los diferentes grupos de interés, mientras se busca una organización competitiva con un alto impacto social y empresarial.

Gracias a ese paso logrado en el 2019, la estrategia de sostenibilidad se transformó en el 2022 para darle forma al horizonte del año 2027, buscando que el desarrollo de la compañía esté soportado en prácticas sostenibles como ventaja competitiva. Por ejemplo, en esta línea estratégica se destaca la Política de Compras Inclusivas, a través de la cual, desde el 2019, se han incluido proveedores en situación de vulnerabilidad en la cadena de abastecimiento a través de la flexibilización de los requisitos para la vinculación comercial.

El trabajo alrededor de la proveeduría sostenible y el relacionamiento con caficultores se expandió a una Plataforma de Valor Compartido, la cual prioriza no sólo a los y las caficultoras colombianas como proveedores del café, sino también a otros proveedores que cuentan con procesos de sostenibilidad e inclusión y proveedores de insumos para toda la cadena de abastecimiento bajo un solo marco de acción. Esto con el objetivo de ampliar el impacto y generar un solo modelo de desarrollo para los grupos de interés priorizados.

## EMPRESA B, CUIDADO DEL PRESENTE CON MIRAS AL FUTURO

Un hito trascendental en el 2020 fue finalizar la aplicación como Empresa B, que va en línea con la generación de triple impacto -económico, social y ambiental- en todos los grupos de interés de la organización. La certificación como Empresa B es el resultado del camino recorrido y los logros alcanzados en materia de sostenibilidad.

La obtención de la certificación como Empresa B a partir de febrero de 2021, hace que Procafecol S.A. se sume al movimiento global en el que más de 5.000 empresas aspiran a ser las mejores empresas para el mundo en diferentes campos.

En colaboración con otras organizaciones certificadas como empresas B, durante el 2022 la marca participó en el stand de Sistema B, ubicado en la cadena de supermercados Éxito. Esta iniciativa se realizó durante 3 meses, específicamente en la ciudad de Envigado y en la sede Colina de Bogotá, con el objetivo de visibilizar el compromiso de Juan Valdez® y las demás compañías con la generación de valor compartido para sus grupos de interés. De esta manera, se lograron más de 18.000 visitas en este espacio por parte de consumidores, quienes tuvieron la oportunidad de conocer más a fondo el propósito de estas marcas y su impacto positivo en la industria.



En los últimos años, la compañía inició un camino hacia la acción climática que se materializó de manera significativa en el 2022 con la apuesta por llegar a las cero emisiones netas en el año 2050. A partir de una agenda enfocada en economía circular con un énfasis en el cierre de ciclo de los residuos, la estrategia que se enmarca entre los años 2022-2027 estará enfocada en la ejecución de metas climáticas que lleven al cumplimiento del compromiso consagrado en la adhesión a Race To Zero.

Procafecol S.A. ha ampliado su perspectiva sobre las mejoras que pueden tener los envases y empaques utilizados en las tiendas. De esta manera, la economía circular evoluciona para que todas las acciones que de ella se derivan den respuesta a unas metas claras de reducción de emisiones.

El compromiso para contribuir más allá del aprovechamiento de los residuos con el programa No rompas el ciclo se complementa con modelos de circularidad desde el ecodiseño que parten de la materialidad y

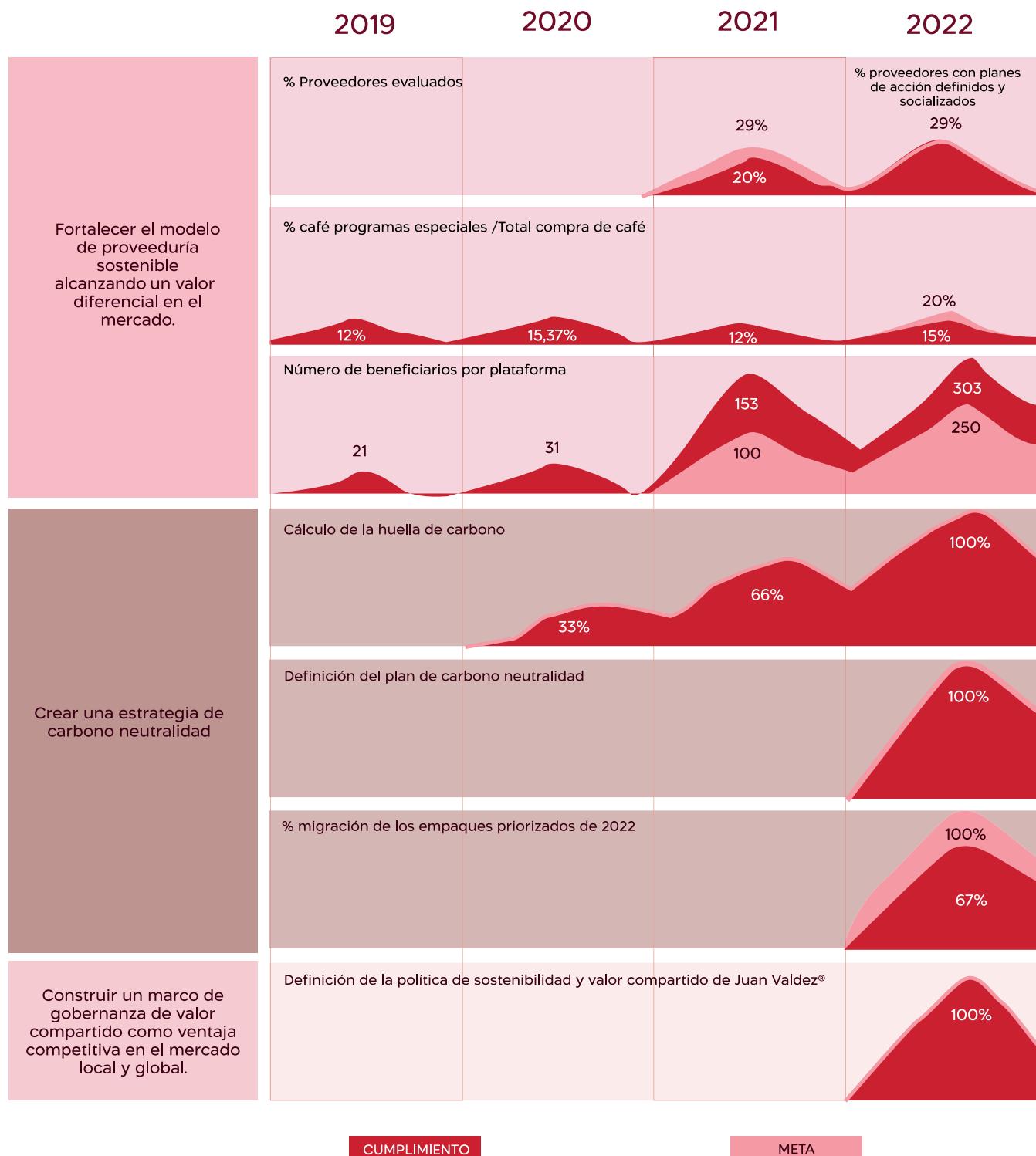
reciclabilidad de los residuos. También es importante destacar la definición de criterios sostenibles para la adquisición de envases y empaques, lo cual permite determinar acciones de mejora y cambios requeridos para facilitar su aprovechamiento y disminuir su impacto.

De igual manera, conscientes de la participación de la marca Juan Valdez® en el mercado global -con presencia en 38 países- y en línea con la estrategia que tiene como meta el posicionamiento en los 10 primeros países consumidores de café, Procafecol S.A. ha decidido iniciar la expansión de su estrategia de sostenibilidad en la operación internacional. De esta manera, los atributos de triple impacto empiezan a vivirse en aquellos países donde la compañía tiene presencia, dejando en alto el nombre de la organización y de Colombia a través de las buenas prácticas empresariales.

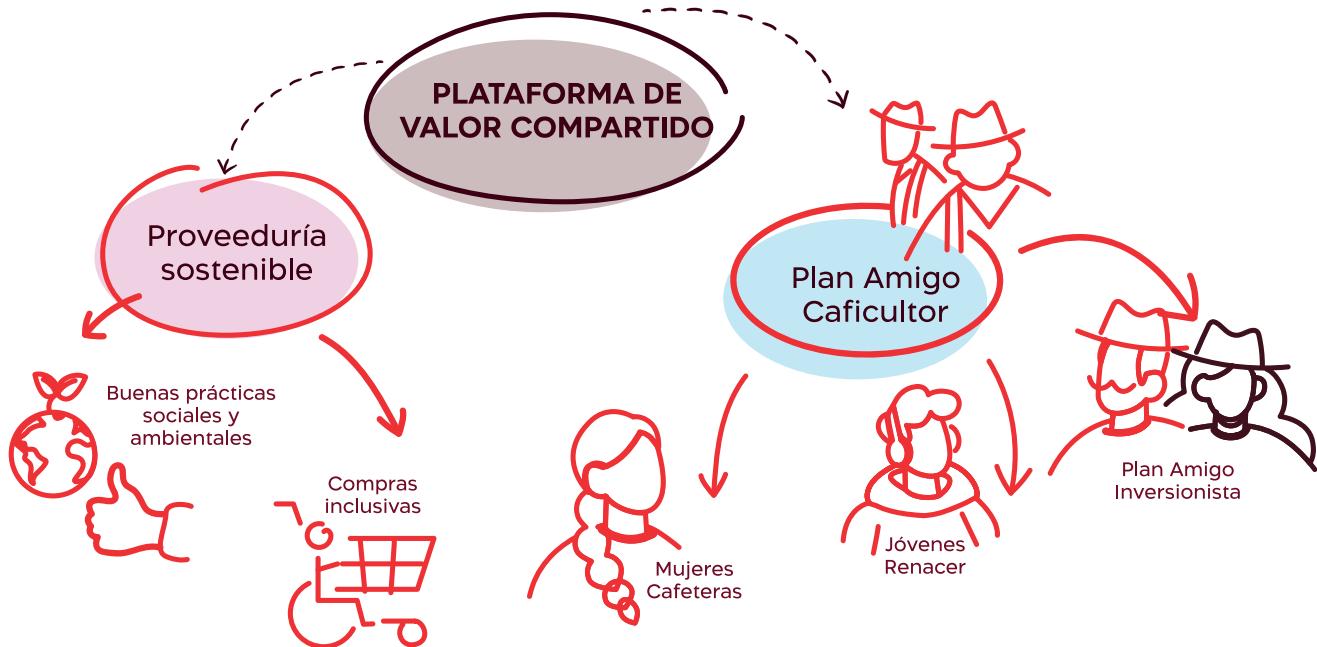
En ese orden de ideas, la estrategia de sostenibilidad para el periodo comprendido entre los años 2022 y 2027 es:



## RESULTADOS ESTRATEGIA 2022



## A. Plataforma de valor compartido



### I. Proveeduría Sostenible

[GRI 308-1] [414-1]

#### BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES Y AMBIENTALES

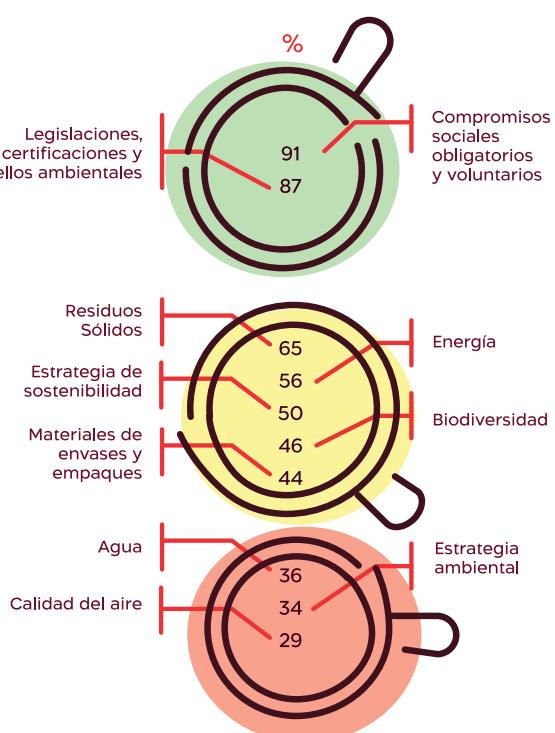
Procafecol S.A. busca ser una marca responsable y sostenible a través de su cadena de abastecimiento por medio de la implementación de diversos programas y acciones que aporten a tales objetivos.

Entre los años 2020 y 2021, se construyó y aplicó la herramienta de evaluación de desempeño social y ambiental a 77 proveedores, correspondientes al 29% de la base de datos de proveedores centralizados de la compañía. Entre abril y mayo del 2022, se realizó una socialización general de los resultados al grupo de proveedores participantes y, posteriormente, se construyó un reporte general del desempeño de cada proveedor y una guía de recomendaciones basadas en las oportunidades evidenciadas en sus respuestas, las cuales fueron personalizadas y enviadas en el mes de octubre.

Entre sus grandes hallazgos, el diagnóstico reveló tres retos en la cadena de abastecimiento:

- Contar en las organizaciones con un sistema de gestión que incluya aspectos como políticas, planes, programas y/o proyectos en sostenibilidad, integrando aspectos ambientales y sociales.
- Llevar a cabo la medición, seguimiento y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y otros gases contaminantes en las cadenas de valor de los proveedores.
- Contar con gestión y políticas en relación al buen uso y preservación del agua como recurso natural.

Luego de contar con este diagnóstico de buenas prácticas de la cadena de abastecimiento, en 2023 se espera construir los lineamientos sostenibles de contratación para proveedores. Estos darán forma a las relaciones comerciales de la cadena, teniendo en cuenta aspectos mínimos ambientales, sociales y de gobernanza. Con esto se impactará en el mejoramiento de los procesos organizacionales de Procafecol S.A. y las organizaciones que hacen las veces de proveedores.



## Iniciativas a destacar y continuar

### *huevo libre de jaula*



Desde que adquirió el compromiso a 2025 de que toda su proveeduría de huevos fuera procedente de gallinas 100% libres de jaula, la compañía se ha enfrentado a diversos retos a causa de la pandemia de la Covid-19, la subida de los precios y la transición a uso de huevo líquido y en polvo. Estas situaciones han ocasionado que los avances en la consecución del huevo certificado hayan sido un poco más lentos.

Esta política se ha creado en alianza con Sinergia Animal, una ONG internacional de protección animal a la que Procafecol S.A. reporta año a año sus progresos o retrocesos en este sentido, como parte del compromiso con este objetivo. A tres años de la meta, el trabajo por negociar y encontrar proveedores libres de jaula en el país sigue en pie, esperando poder contar en el 2023 con cifras de crecimiento paulatino que evidencien que el huevo usado en la operación de la compañía refleja el compromiso con el bienestar animal de las gallinas ponedoras.

## Compras inclusivas

Desde 2019, Procafecol S.A. inició exploraciones para extender las compras inclusivas de artículos de marca (productos terminados) a compra de materias primas e insumos, con el objetivo de establecer relaciones de largo plazo con los nuevos proveedores.

A partir de esta iniciativa, se desarrolló una Política de Compras Inclusivas, la cual busca que la compañía pueda abastecerse de productos de proveedores colombianos que provienen de comunidades en situación de vulnerabilidad. Estos se benefician de criterios diferenciales de contratación frente a los proveedores tradicionales de la marca a través de acciones contempladas en la política, tales como:

- Anticipos hasta del 50%
- Plazos de pago flexibles
- Acompañamiento durante todo el proceso
- Retroalimentación al finalizar la compra
- Visibilidad en empaques.
- Herramienta de evaluación: desempeño social y ambiental de proveedores

En este proceso hemos buscado la articulación con entidades aliadas tales como la Fundación ANDI, a través de la cual se realizó la planeación de un proyecto con pequeños productores de naranja de la Asociación de pequeños y medianos productores agropecuarios del Meta (Asomet) durante un año y medio. Con ellos se tenía estimado iniciar la compra de naranja para el jugo las tiendas Juan Valdez® Café desde el mes de junio. No obstante, dadas las condiciones climáticas, no fue posible que los productores cumplieran con la calidad y volumen en las fechas estimadas por la compañía.

Tanto la compra de huevos de gallinas libres de jaula como la inclusión de pequeños productores como Asomet, son retos que motivan las acciones con miras al 2023 y a los años siguientes, con el fin de retomar y lograr soluciones exitosas y de impacto para la organización y los proveedores aliados.

## Generando valor a través de la cadena de abastecimiento

[GRI 2-6] [GRI 204-1]

En el proceso de cadena de abastecimiento se mantienen los procesos del 2021 que aseguran el abastecimiento a los canales comerciales de compañía con un costo y gasto competitivo, con un nivel de inventario óptimo e implementando planes de continuidad para mantener el nivel de servicio establecido.

### Principales nodos de la cadena de abastecimiento:

- El 100% del café comprado es colombiano, proveniente de 10 departamentos diferentes del país.
- El 93,6% de las compras de la compañía provienen de fuentes nacionales, donde la compra de Café Verde y Café Liofilizado se realiza a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia de acuerdo a lo establecido en el contrato que se tiene en conjunto; estos productos representan el 48% del total de las compras de Procafecol S.A.
- La operación 5PL (Fifth Party Logistics) que se tiene en

alianza con Almacafé, integra la operación de producción de café tostado, almacenamiento, procesamiento de pedidos y distribución de productos secos para todos los canales comerciales, para lo cual se tienen firmados contratos de suministro y acuerdos servicio que tienen los lineamientos definidos en esta alianza estratégica para garantizar el abastecimiento de café y todos los insumos secos requeridos por los diferentes canales comerciales. Esta categoría representa el 4,7% de las compras totales.

- La compra de Pastelería y Panadería representa el 4,7% del total de las compras de Procafecol S.A. se realiza a 6 proveedores, principalmente nacionales, con quienes se tienen acuerdos comerciales de suministros para garantizar el abastecimiento de productos para los canales de tiendas propias, franquicias y barras del canal institucional.

## Acuerdos y certificaciones

[GRI 2-28]

Listado de los acuerdos y certificaciones de procafecol s.A.

### + *Lista de Empresas INspiradoras*

Procafecol S.A. fue incluida en la Lista de Empresas INspiradoras de la ANDI en agosto de 2022 gracias al programa 'Mujeres Cafeteras'. A través de la comercialización del café de las mujeres caficultoras, el programa busca incentivar las buenas prácticas empresariales de la ruralidad, la asociatividad y el cuidado del ambiente con un enfoque de equidad de género, mejorando la calidad de vida de sus familias y comunidades. La compañía también hizo parte de este listado en el 2019 por la presentación del programa Jóvenes Renacer, y en el 2021 gracias a su programa de proveeduría inclusiva. Procafecol S.A. participa como aliado activo en diferentes iniciativas. Además, cuenta con más de 5 certificaciones de producto y 3 certificaciones de compañía.

### + *Certificación BASC y Acreditación OEA*

#### **Certificación BASC:**

Procafecol S.A. cuenta con la certificación BASC (Business Alliance for Secure Commerce), una alianza empresarial internacional que promueve un comercio seguro en cooperación con gobiernos y organismos internacionales. La certificación es de carácter voluntario y garantiza el cumplimiento de los requisitos del sistema de gestión en control y seguridad en la cadena de suministro de la compañía, desde la producción, empaque, embalaje y movilización internacional.

#### **Acreditación OEA:**

En febrero de 2022, Procafecol S.A. recibió la acreditación como Operador Económico Autorizado (OEA), la cual ratifica la confiabilidad y los altos estándares de seguridad en su cadena de suministro. Esta acreditación es una autorización otorgada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) a aquellas empresas que garantizan la seguridad en todos sus procesos y operaciones comerciales. El programa OEA está presente en 91 países y hay cerca de 70.000 empresas certificadas a nivel internacional.

Procafecol S.A. ahora hace parte de las casi 500 empresas acreditadas como Operador Económico Autorizado en Colombia, razón por la cual se convierte en una de las compañías calificadas para autogestionar la seguridad en su cadena de suministro a través del conocimiento de los asociados del negocio, el control de procesos documentales y operativos, y el manejo transparente de operaciones aduaneras.

### + *Certificaciones de producto*

#### **Certificación Halal:**

En el año 2022 se logró obtener la re-certificación Halal que es clave para el consumo de productos de las comunidades musulmanas. La certificación avala que el contenido y proceso de manufactura cumplan con los lineamientos de la ley islámica; también se garantizó esta certificación para los Emiratos Árabes Unidos, un territorio actualmente en desarrollo exponencial y estratégico para la Vicepresidencia Internacional. La compañía asegura que la producción de café con destino al mercado islámico se encuentre cubierta por este certificado otorgado por LPPOM MUI.

#### **Certificación Kosher:**

La certificación Kosher aplica para todo el portafolio de café tostado, lo que garantiza que cumple con los requisitos para la religión judía. La certificación la otorga el organismo Orthodox Union.

#### **Certificación Sello Orgánico:**

Los sellos orgánicos permiten no solo garantizar la calidad del café, sino que también aportan una ventaja competitiva en el momento de la exportación a diferentes mercados. Las certificaciones que avalan que un producto sea orgánico, reafirman la producción sostenible al reducir su impacto, y cuidar la biodiversidad y el medio natural, generando confianza en los consumidores.

Juan Valdez® cuenta con la certificación de los siguientes sellos en sus respectivos mercados:

- Alimento Ecológico (Mercado Colombiano)
- USDA (Mercado Americano)
- UE y CON-BIO-I4I (Mercado de la Comunidad Europea)
- JAS (Mercado Japonés)
- Mexico walmart
- Orgánico Taiwán

#### **Certificación Sello UTZ:**

El café Finca de Juan Valdez® cuenta con criterios de agricultura sostenible según el Certificado UTZ, programa a nivel mundial que verifica que los productos se manufacturaron siguiendo buenas prácticas agrícolas, cuidando las condiciones sociales, de vida y el medio ambiente.

Los productos certificados con este sello, responden a los criterios del código de conducta UTZ y cumplen el estándar de la Cadena de Custodia.

Los criterios del código de conducta están basados en las dimensiones:

- Personas: las fincas certificadas con UTZ son lugares donde los derechos humanos son respetados.
- Retribución-ganancias: los métodos agrícolas de UTZ resultan en cultivos responsables.
- Planeta: los productores certificados practican una gestión agrícola eficiente, utilizando la tierra, el agua y la energía cuidadosamente.

Asimismo, el Código de Conducta establece los requisitos específicos para cada tipo de producto. Para el caso del café, es necesario aportar información sobre fermentación y manejo correcto del café después de la cosecha y sobre el tratamiento de aguas residuales del procesamiento.

Durante el 2022 se ejecutó el proceso de migración de la certificación sello UTZ al sello Rainforest Alliance, la cual entrará en vigencia a partir del 2023. Rainforest Alliance por su parte, ayuda a los agricultores a producir mejores cultivos, adaptarse al cambio climático, aumentar su productividad y reducir costos. Contar con esta certificación significa que las personas que interactúan de alguna forma en el proceso productivo

trabajan juntas para crear un mundo en donde las personas y la naturaleza prosperen en armonía; lo cual demuestra el compromiso de Procafecol S.A. con la sostenibilidad y es una evidencia de buenas prácticas comerciales tanto para los grupos de interés como para la naturaleza.

#### + *Acuerdo de Voluntades Café, Bosque y Clima*

La implementación de programas y prácticas sostenibles para la protección y conservación de los agroecosistemas cafeteros es una de las prácticas que ha convertido a Colombia en líder y pionero en la industria mundial del café. El acuerdo público-privado de Voluntades Café, Bosque y Clima, liderado por Solidaridad Network, articula la cadena de valor del café en Colombia para profundizar un camino claro hacia la acción climática y la conservación de los bosques. Procafecol S.A. entró a los nuevos grupos de trabajo del acuerdo: i) Debida diligencia para monitorear el café libre de deforestación, ii) Incentivos al pequeño pro-

ductor y, iii) Gestión de la huella de carbono en la producción de café. Con la participación desde 2021 de Procafecol S.A. en este acuerdo, se ratifica el compromiso con las mejores prácticas sociales y ambientales en cada eslabón de la cadena productiva del café.

#### + *Certificación como Empresa B*

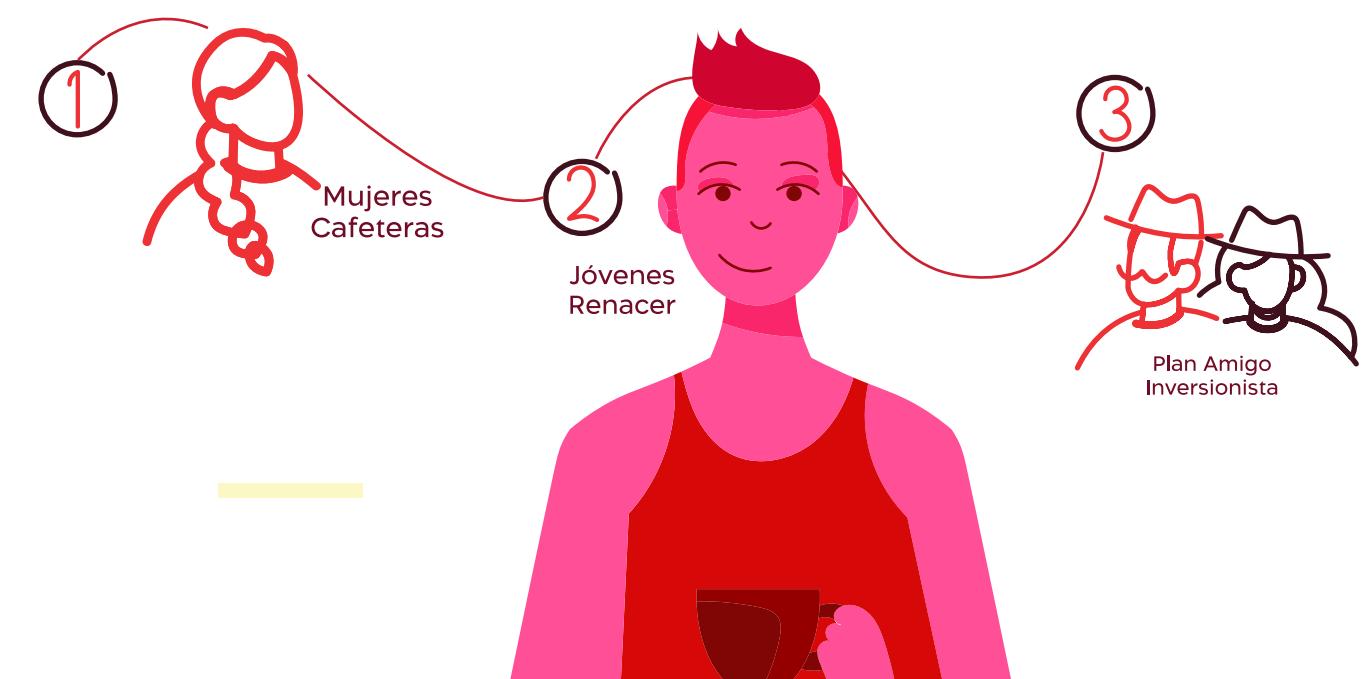
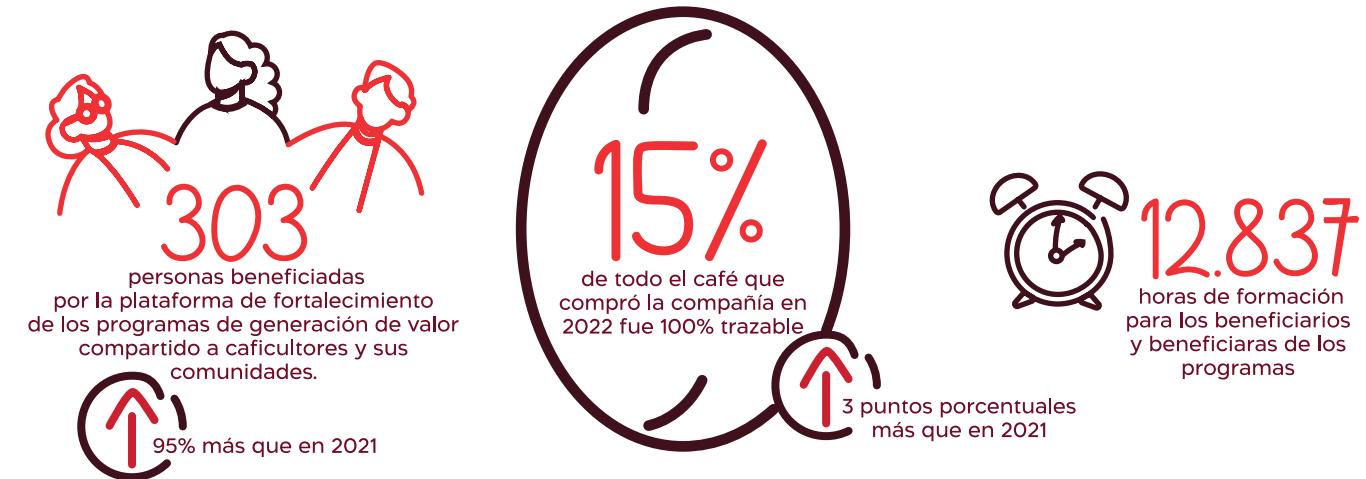
La certificación de Procafecol S.A. como Empresa B valida el modelo de negocio de impacto, en el que más de 540 mil familias cafeteras hacen parte de una compañía que responde a las necesidades de todos los grupos de interés en los ejes económico, social y ambiental. Esta certificación vigente desde el año 2021 permite a Procafecol S.A. ser parte activa de la comunidad global de empresas B e iniciar la preparación para la recertificación en 2024.

## ii. Plan Amigo Caficultor

[GRI 3-3] [GRI 413-1]

La compañía propende para que todas sus acciones desde la marca Juan Valdez® generen valor a las más de 540.000 familias cafeteras colombianas a través de la compra de su café en más de 10 departamentos del país y, especialmente, a través de tres programas de generación de valor compartido:

Este es un compromiso relevante y transversal a la compañía que permea completamente la estrategia y desde el 2021 ha hecho parte de las acciones con las que se busca que el desarrollo de prácticas sostenibles se convierta en una ventaja competitiva en el mercado para la marca.



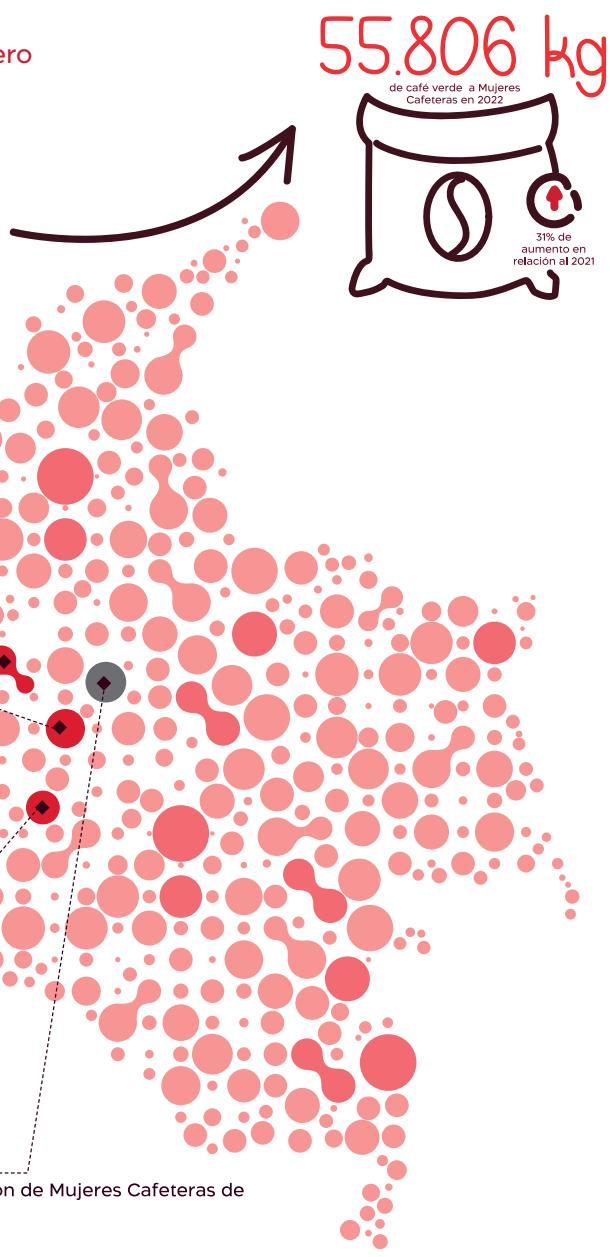
Este año, el reporte da cuenta de un cambio en la forma de presentar los volúmenes de compra para las comunidades cafeteras y los programas de valor compartido que cuentan con café trazable. En términos generales, el producto es entregado por los caficultores en café pergamino seco (CPS) a los centros de acopio (cooperativas o Almacafé), siendo comprado por la Federación Nacional de Cafeteros a un precio superior por calidad y una prima adicional, dependiendo del programa de valor compartido de Juan Valdez, al que pertenecen. Después de ser recibido, es llevado al proceso de trilla en Almacafé, y es transformado en café verde<sup>1</sup>. En este orden de ideas, la compañía lleva todos sus registros a través del sistema de información SAP en café verde. En búsqueda de la

transparencia, trazabilidad y la comparabilidad, desde este año, la compañía reportará su información en café verde.

Así mismo, al considerar únicamente el café que ha sido comprado efectivamente por la compañía (café verde), más no el que es entregado por las comunidades cafeteras (CPS) a los puntos de acopio, puede haber información que varía en términos de volúmenes de entrega y que se evidenciará con respecto a los informes anteriores. Esto, dado que en ocasiones el año cierra con unos volúmenes acopiados que no necesariamente se corresponden con los volúmenes comprados por la compañía.

## Mujeres Cafeteras, una apuesta por la equidad de género

Mujeres Cafeteras es el programa insignia de valor compartido con caficultores que desde 2017 promueve el empoderamiento social y económico de las mujeres cafeteras en Colombia, quienes representan el 30%<sup>2</sup> de la caficultura del país. Es por esto que se ha incentivado la compra de



<sup>1</sup> Para el proceso de trilla se necesitan aproximadamente 94 kg de café pergamino seco para lograr un saco de 70 kg de café verde.

<sup>2</sup> Fuente: Dirección de Desarrollo Social de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

<sup>3</sup> Más de 30 caficultores y caficultoras, que por condiciones ajenas a sus esfuerzos y a los de la compañía no lograron comercializar su café en 2022 con Procafecol S.A. Sin embargo, es una de las primeras asociaciones en formar parte del programa desde 2019.



Para 2022, la alianza de fortalecimiento de las empresarias rurales de este programa siguió orientada por la experiencia metodológica de la Fundación ANDI, la cual diseñó la ruta y los componentes de fortalecimiento necesarios para el grupo de mujeres priorizado (departamento del Tolima). Así mismo, contribuyó de manera significativa al fortalecimiento con actividades técnico ambientales como:

- Costeo de producción y comercialización
- Fortalecimiento en buenas prácticas agrícolas - BPA
- Fortalecimiento en revisión de los registros de sustitución de sustancias peligrosas y ficha de seguridad de los productos utilizados
- Fortalecimiento de los productores en uso correcto de elementos de protección personal

Organización aliada del programa desde 2019. Participa como ejecutora del componente de equidad de género, buscando transformar las relaciones familiares de las mujeres cafeteras a través de actividades de sensibilización del entorno cafetero y aproximación a la unidad familiar.

Con el grupo priorizado del departamento del Tolima se desarrollaron en 2022 tres talleres que habían quedado pendientes de la ruta iniciada en 2021:

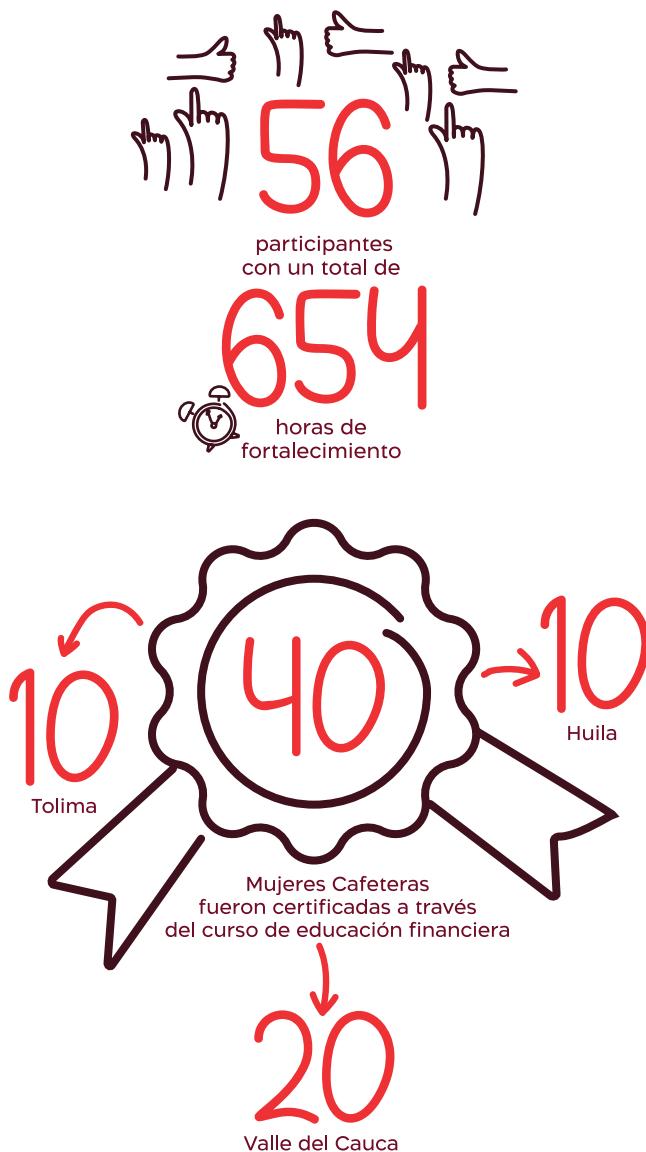
- Taller de autoliderazgo, independencia y autonomía "Depende de mí"
- Taller de liderazgo familiar "Me la juego por la equidad"
- Taller de asistencia técnica inclusiva: destinado al equipo de extensión rural que acompaña en aspectos técnicos a las mujeres caficultoras





Desde 2019, la Fundación Bancolombia ha sido aliado del programa; en 2021 realizó un acuerdo con el banco cooperativo financiero Développement International Desjardins (DID) buscando compartir sus experiencias y conocimientos en temas de inclusión financiera para las mujeres participantes. A través de su proyecto PROFEM, que tiene por objetivo realizar un acompañamiento a mujeres y jóvenes rurales de Colombia, se logró incidir en su empoderamiento económico y social.

En el año 2022, las mujeres involucradas tuvieron la oportunidad de certificarse cursando los tres módulos del programa de manera virtual o asistiendo presencialmente a las 2 sesiones de capacitación equivalentes a los módulos virtuales.

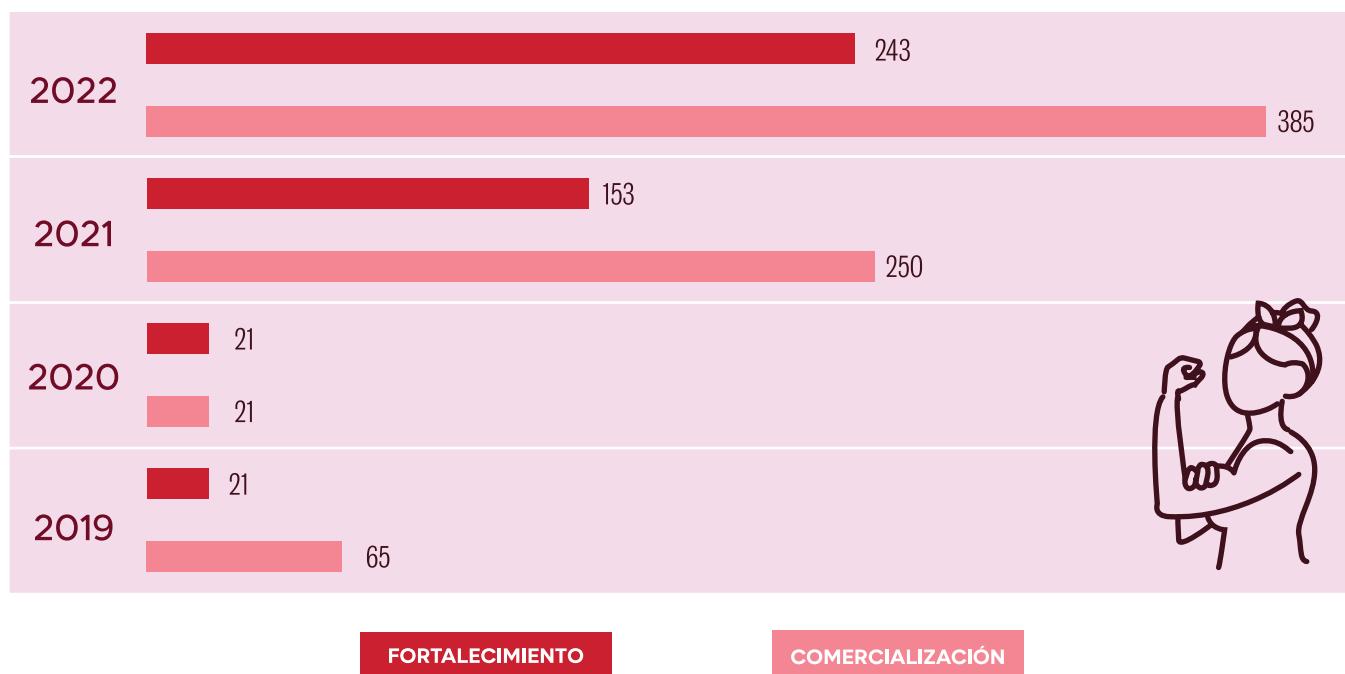


La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, como aliado gremial de todos los proyectos de la compañía, continúa trabajando mano a mano desde sus equipos de Oficina Central en aspectos comerciales, de desarrollo social y de gestión ambiental, así como desde la gestión regional de los seis Comités Departamentales de Cafeteros de los lugares de proveniencia de las mujeres participantes del programa.



Procafecol S.A. es el articulador de esta alianza para garantizar el impacto a las mujeres proveedoras y beneficiarias. En el 2022, además de desarrollar este rol y cumplir con los acuerdos de garantía de compra del café de estas mujeres, se impactó con el componente organizacional a 28 familias de mujeres cafeteras del departamento de Cundinamarca por medio de los servicios de formación en Turismo Comunitario. Estos fueron dictados por la organización Ecosistema Jaguar, la cual aportó soluciones en pro de diversificar y aumentar la generación de ingresos para jóvenes y mujeres.

## MUJERES BENEFICIADAS POR AÑO EN EL PROGRAMA “MUJERES CAFETERAS” 2019-2022



FORTALECIMIENTO

COMERCIALIZACIÓN

### KG CAFÉ VERDE COMPRADO POR AÑO

55.806

14.969



2019

7.840



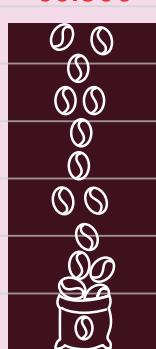
2020

33.837



2021

55.806



2022

En el año 2022, las distintas asociaciones del programa Mujeres Cafeteras recibieron 10 visitas con propósitos turísticos y formativos como parte del proceso de entrenamiento de los colaboradores de la compañía. Las visitas a esta zona del país fueron un premio a 163 colaboradores de la organización por desempeño e indicadores de gestión.

Desde Procafecol S.A. se espera llegar al 100% de la planta de colaboradores, con el objetivo de que vivan la experiencia del “Árbol a la taza” y que logren afianzar sus conocimientos de cara al proceso de producción de café y la calidad de Juan Valdez®.

Para el 2023, la apuesta es amplificar el impacto de la plataforma de

fortalecimiento multidimensional con parte del grupo de mujeres proveedoras de café del departamento del Valle del Cauca que pertenecen a la Cooperativa del Suroccidente del Valle, la cual hace parte de este programa desde el 2021.

En esta fase se espera contemplar un enfoque ambiental, acompañado, como es usual, de componentes técnicos, sociales y de comercialización. De igual manera, se buscarán nuevas oportunidades de impacto en educación financiera y equidad de género para las mujeres cafeteras de diferentes regiones de Colombia. Todo esto, gracias a la participación de los aliados del proyecto y a la adhesión de nuevas organizaciones para fortalecer el programa.

## Jóvenes Renacer, el presente y futuro del campo colombiano

Según la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, en el país únicamente hay registrados 17.195 jóvenes caficultores<sup>4</sup>. Esta es una de las razones por las que ellos son uno de los grupos priorizados por la compañía, ya que es fundamental para la integración generacional en el campo colombiano.

Para el 2022, Procafecol S.A. desarrolló una nueva versión del programa "Jóvenes Renacer", el cual, desde el 2017, busca visibilizar y fortalecer el liderazgo de sus integrantes en diferentes regiones del país, muchas de las cuales son zonas afectadas por la violencia, el conflicto y la exclusión.

A través de la temporada de marca "Generación JNVLDZ" y la alianza formulada desde 2021 con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, con el Comité Departamental de Huila, Microsoft, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Fundación Manuel Mejía, la compañía logró impactar a un grupo de 60 jóvenes caficultores del departamento del Huila con el propósito de desarrollar una estrategia de fortalecimiento multidimensional que incluya el desarrollo o refuerzo de capacidades empresariales, productivas y de liderazgo para este grupo de caficultores. Todo esto articulado por un componente de alfabetización digital y uso de herramientas tecnológicas como vehículo para la formación.



<sup>4</sup> Dato obtenido del reporte del Sistema de Información Cafetero 2020.

## Alianza para el desarrollo de la plataforma de fortalecimiento multidimensional

A través de la FAO, que desde la iniciativa de 1.000 Aldeas Digitales promueve la digitalización de los sistemas agroalimentarios y los territorios rurales, se elaboró la línea base que permitirá evaluar el impacto del proyecto en los 60 jóvenes identificados, desde el inicio hasta el final de la ejecución.





En 2022, Microsoft, apostándole al territorio, ubicó **centros de conectividad y zonas WiFi en cuatro instituciones educativas del departamento del Huila**, y puso a disposición de los jóvenes beneficiarios del programa un curso de alfabetización digital y sesiones de voluntariado con sus colaboradores. Todo esto enfocado en fortalecer las capacidades digitales de los jóvenes.



22 jóvenes participaron en al menos una de las sesiones ofrecidas por EIDOS<sup>5</sup> y Microsoft en el curso de **"Habilidades para el futuro"**, donde recibieron capacitación en **cinco módulos**.

- ✓ Datos y Excel
- ✓ Empleabilidad y LinkedIn
- ✓ Presentaciones y PowerPoint
- ✓ Trabajo colaborativo y MS Teams
- ✓ Diseño Web y programación

Durante el proceso de capacitación, se lograron identificar oportunidades de mejora con respecto a los procesos de formación de los jóvenes caficultores, ya que no todos contaban con las mismas habilidades digitales. Por esta razón, a pesar de que algunos no se certificaron en el curso, se plantearon dos enfoques pedagógicos de acuerdo a su nivel de apropiación y conocimiento con respecto a las herramientas ofimáticas.



<sup>5</sup>Organización social enfocada en el desarrollo de programas y experiencias con el objetivo de transformar la forma en la que se enseña y se aprende alrededor del mundo.



La Fundación Manuel Mejía participa como ejecutora de los procesos de formación virtual para los jóvenes en temas técnicos, productivos y de liderazgo.

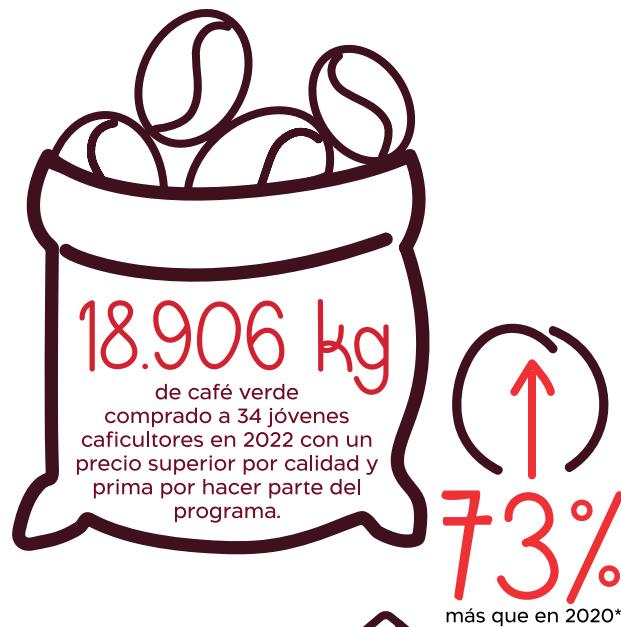


La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, poniendo a disposición su conocimiento y trayectoria para el beneficio de los jóvenes caficultores, ha desempeñado el rol de ejecutor del proyecto a través del Comité Departamental de Cafeteros del Huila y en articulación con oficina central. En esa misma línea, aportó para la ejecución de la formación con la Fundación Manuel Mejía y en la entrega con Procafecol S.A. de un kit de tecnologías blandas por beneficiario para la mejora de la calidad de la producción de su café.



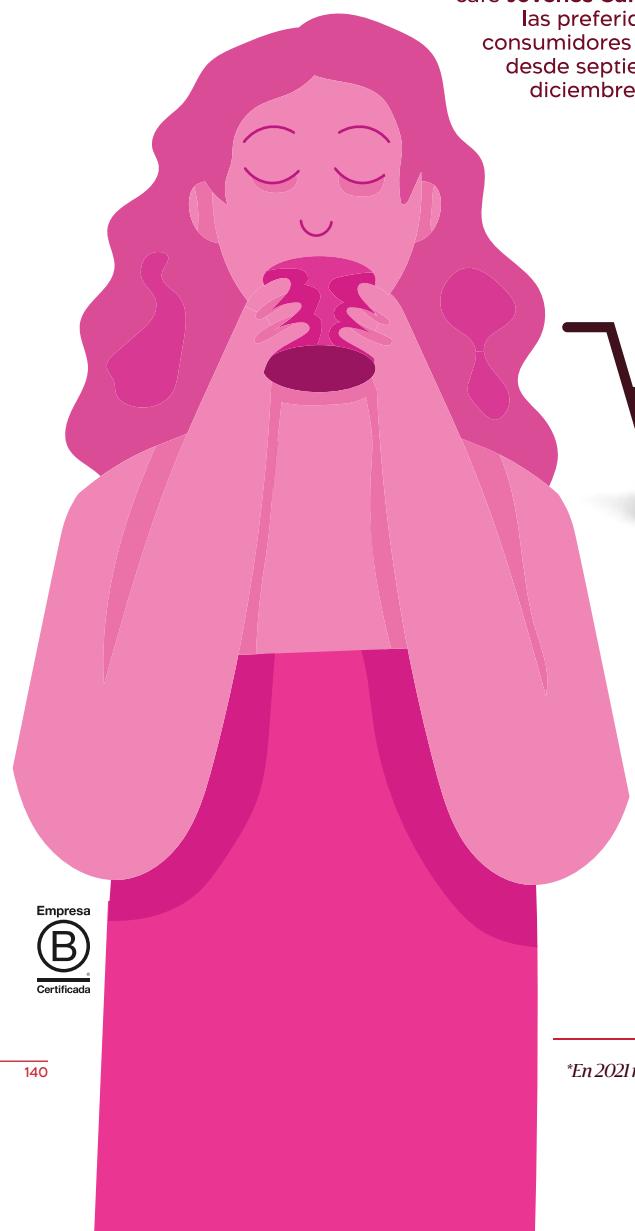
## LAS GRANDES ALAMEDAS

Estos jóvenes caficultores también fueron beneficiarios de un curso con el fotógrafo Andrés Amaya y su proyecto Las Grandes Alamedas, el cual busca popularizar el uso de la fotografía y el arte como una herramienta para la transformación social. A través de este proceso, los jóvenes fueron invitados a contar sus historias y las de sus comunidades cafeteras por medio de la fotografía; incluso, les permitió entender cómo este conocimiento podría potenciar sus empresas cafeteras.



456.846

bebidas preparadas a base del café 'Jóvenes Caficultores' fueron las preferidas por los consumidores en las tiendas desde septiembre hasta diciembre del 2022.



Haz clic [aquí](#) para ver nuestro comercial

16.062

unidades de café empacado 'Jóvenes Caficultores' fueron comercializadas en los diferentes canales de mercado de la marca desde septiembre hasta diciembre del 2022.

El proyecto iniciado en 2022 tiene como horizonte de ejecución hasta mediados del año 2023, tiempo en el que se finalizará el desarrollo de las actividades propuestas para esta fase con este grupo de jóvenes; sin embargo, se espera poder ampliar el impacto del proyecto en el marco de esta alianza para una población más grande en otros municipios dentro del departamento del Huila.

\*En 2021 no se compró café para el programa de Jóvenes Renacer

## Plan amigo inversionista, un aliado para los caficultores

La inscripción al programa Plan Amigo Inversionista sigue estando abierta para que cualquier accionista caficultor interesado pueda acceder a la asignación de cupo para la bonificación de compra de café a un precio superior por calidad.

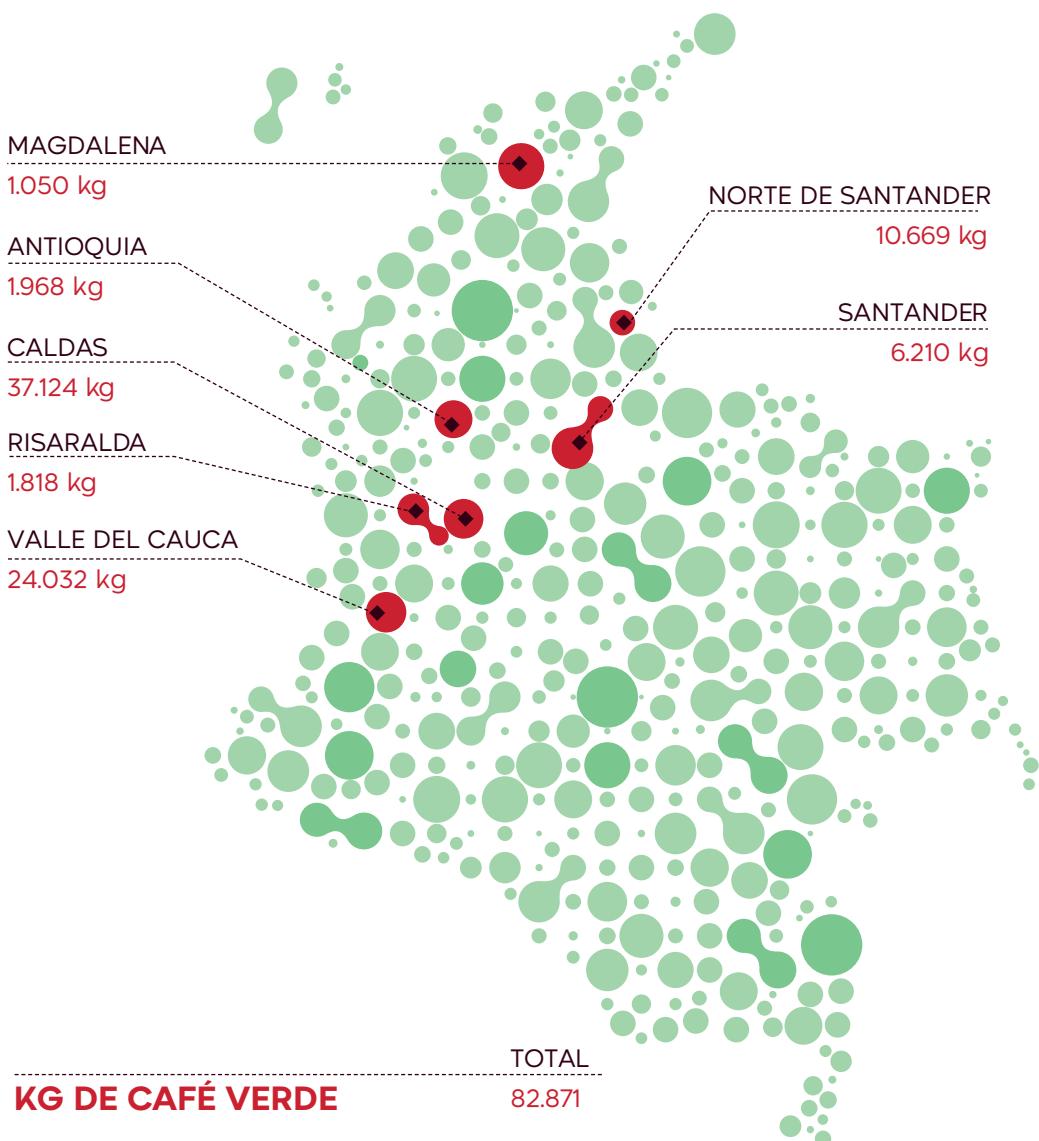
En el año 2022, 35 accionistas diligenciaron el formulario de inscripción del programa y tres mandaron de manera física el formulario de inscripción. Entre ellos, se confirmó que 37 eran accionistas y se les asignó un cupo de compra durante el año.

El decrecimiento de inscritos durante el año se debe a la limitación en la contactabilidad que tenemos con los accionistas de la compañía. Atendiendo a esta necesidad, se realizó el ejercicio de actualización de datos

explicado en el [apartado de accionistas](#) y se espera poder incrementar los inscritos al programa en el año 2023.

Adicionalmente, se eliminaron de la base de datos del programa los accionistas que vendieron sus acciones durante el año o que, lastimosamente, fallecieron. Por tales razones se cerró el año con 717 accionistas inscritos en 15 departamentos del país: Antioquia, Caldas, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca.

Por otro lado, durante el 2022, **82.871 kg** de café verde fueron comprados por Procafecol S.A. A continuación se evidencia la distribución por departamentos.



Si bien se recibió café pergamino seco a 152 caficultores durante el 2021 y a 142 caficultores durante el 2022, todo el café comprado por la compañía proveniente del programa Plan Amigo Inversionista, entró como café verde desde el año 2022. Adicionalmente, desde Procafecol S.A. se han establecido estrategias de seguimiento y comunicación perma-

nente con los accionistas, con la intención de recordarles la entrega de su café como parte del programa a las personas inscritas. De los 667 caficultores que tenían cosecha entre octubre y diciembre, se logró hacer un contacto efectivo con 397 de ellos.

Si bien se recibió café pergamino seco a 152 caficultores durante el 2021 y a 142 caficultores durante el 2022, todo el café comprado por la compañía proveniente del programa Plan Amigo Inversionista, entró como café verde desde el año 2022. Adicionalmente, desde Procafecol S.A. se han establecido estrategias de seguimiento y comunicación perma-

nente con los accionistas, con la intención de recordarles la entrega de su café como parte del programa a las personas inscritas. De los 667 caficultores que tenían cosecha entre octubre y diciembre, se logró hacer un contacto efectivo con 397 de ellos.



### Trazando La ruta del café

Este proyecto permitió conocer la historia del café: desde las manos de quien hizo posible su origen en las montañas colombianas hasta la taza perfecta. Se desarrolló una idea de trazabilidad a lo largo de la cadena de producción y abastecimiento con



A través de este proyecto, la compañía buscó visibilizar a los productores de café colombiano y a cada etapa excepcional de su labor por medio de **tecnología blockchain**, la cual integra internet de las cosas e inteligencia artificial para **recopilar información verificable y trazable** a lo largo de cada etapa del proceso hasta llegar al consumidor final.

De esta manera, la marca ha conectado a los consumidores con historias reales que generan un vínculo entre ellos y los caficultores. Esto se ha hecho a través de contenidos digitales que están disponibles al escanear los códigos QR en los empaques de los productos y en los molinos de las tiendas Juan Valdez® Café.

Las historias de estos caficultores se pueden encontrar escaneando los siguientes códigos QR:

### SANTANDER



### META



Este proyecto fue desarrollado en alianza con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Almacafé y la organización Trace Coffee, y es un esfuerzo conjunto que representó un hito para la institucionalidad cafetera, en la medida en que se logró uno de los mayores niveles de trazabilidad y detalle en la historia del café de Juan Valdez®.

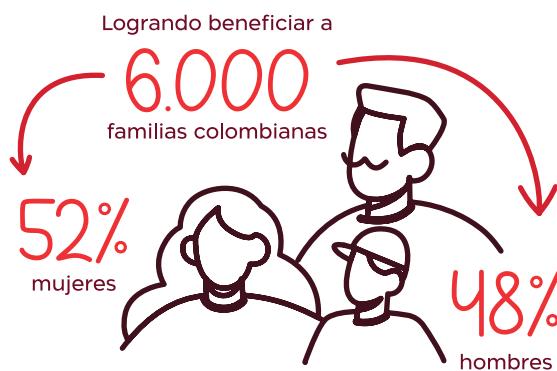


### iii. Donaciones



Para el año 2022, las donaciones de la compañía se concentraron en alimentos entregados a través de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO):

**1.274 kg** = **122.000 raciones** = **COP \$114.653.881**



## b. MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR

### I. Mitigación del cambio climático

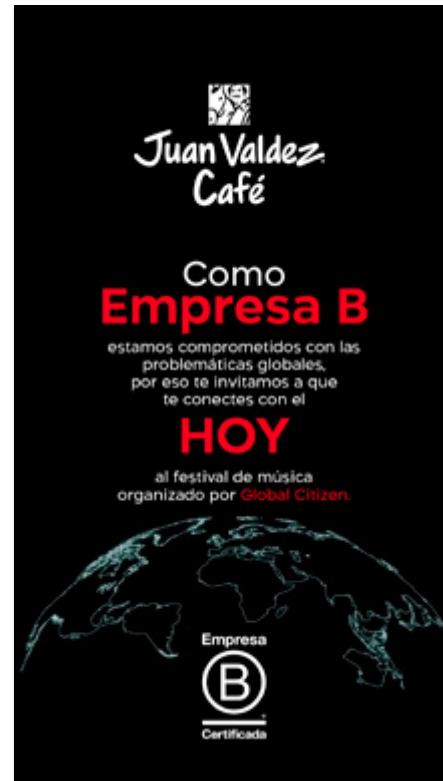
[GRI 3-3]

Con el objetivo de aportar con el cumplimiento del Acuerdo de París, el cual busca asegurar que el aumento de la temperatura del planeta no supere los 1.5 grados Celsius para el año 2050, Procafecol S.A. se adhirió a la campaña global **Race to Zero** durante el **Festival Global Citizen** en septiembre de 2022 en Nueva York. Dicho festival reunió en Accra (Ghana) y en Nueva York (EE.UU.) a artistas, líderes mundiales, empresarios y ciudadanos en favor del fin de la pobreza extrema y la lucha contra el cambio climático.

La campaña global **Race to Zero** plantea a los diferentes actores adheridos la definición de un plan detallado de acciones y tiempos con metas de reducción específicas a corto, mediano y largo plazo. Este propósito mundial busca que los participantes logren un 50% de reducciones a 2030 y el balance cero a 2050. Los supuestos sobre los cuales se basan las reducciones se fundamentan en datos científicos, como lo evidencian los acuerdos de la iniciativa "Metas basadas en ciencia" (SBTi, por sus siglas en inglés, Science Based Targets initiative). Entre los más de 8.000 actores privados adheridos a **Race to Zero** en el mundo, solo ocho compañías colombianas están comprometidas con los acuerdos de la iniciativa SBTi<sup>6</sup>.

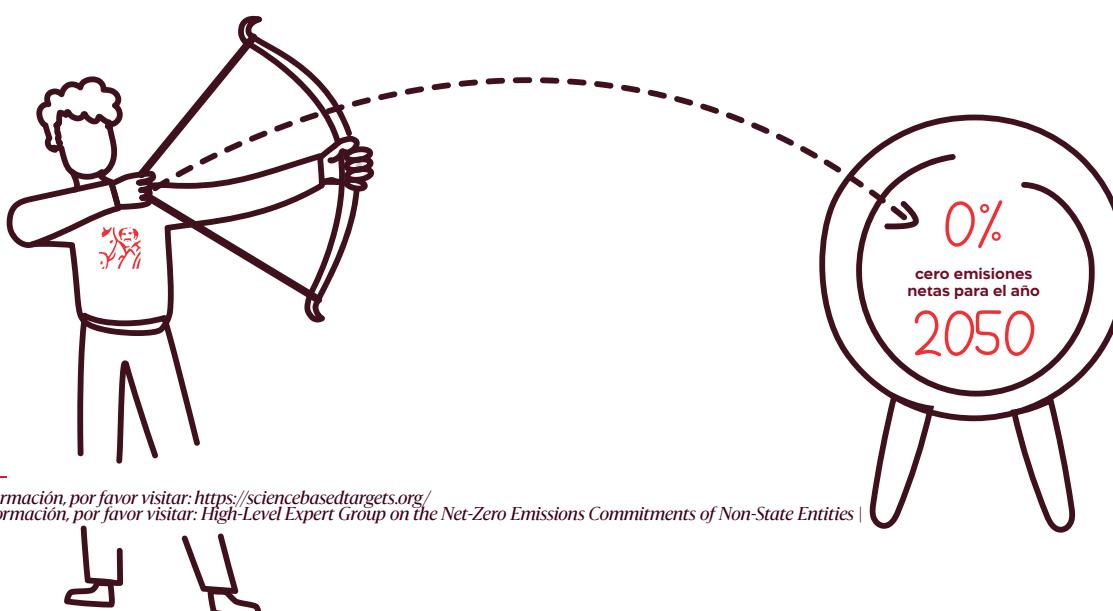
Con este acuerdo, Procafecol S.A. inicia la elaboración de un plan concreto que le permita reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para toda la compañía, incluida su cadena de suministro. Esto va en línea con el compromiso de generar valor compartido para los grupos de interés, apuntándole a convertirse en una compañía de cero emisiones netas para el año 2050. El plan con metas de reducción a corto, mediano y largo plazo deberá ser radicado en los próximos 24 meses, contando desde septiembre de 2022, mes en el que se hizo el compromiso con **Race to Zero**.

Finalmente, durante el año 2022, el secretario general de la Organización de Naciones Unidas, Antonio Guterres, conformó un grupo de expertos de alto nivel a escala global (High Level Expert Group - HLEG)<sup>7</sup> provenientes de diversas regiones del mundo y con variados perfiles profesionales. La presidenta de Procafecol S.A., Camila Escobar, hizo parte de este selecto grupo que tenía como objetivo entregar recomen-



daciones puntuales en la Conferencia de las Partes (COP 27) de Egipto acerca del rol que los actores no estatales deberían tener en su compromiso de lograr cero emisiones netas.

Como resultado de su participación, se concluye que el único camino para Procafecol S.A. es hacer una apuesta contundente en materia de acción climática a través de la campaña **Race to Zero** y bajo los acuerdos de la iniciativa SBTi. Esto con el fin de lograr metas de corto, mediano y largo plazo que sean verificadas por un tercero y cuenten con planes de acción y comunicación anual para asegurar la trazabilidad del proceso.



<sup>6</sup>Para mayor información, por favor visitar: <https://sciencebasedtargets.org/>

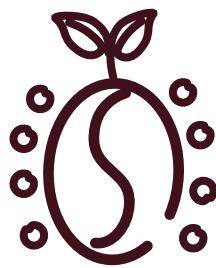
<sup>7</sup>Para mayor información, por favor visitar: [High-Level Expert Group on the Net-Zero Emissions Commitments of Non-State Entities | United Nations](https://www.un.org/en/relief-coordinator/high-level-expert-group-on-the-net-zero-emissions-commitments-of-non-state-entities)

## Gobernanza climática

Reconociendo la importancia de la cultura organizacional en el desarrollo de la agenda climática, la compañía se planteó avanzar en el fortalecimiento de la misma, de tal manera que se avance de forma significativa en la reducción de las emisiones producidas por la organización, en línea con el compromiso firmado con Race to Zero.

Para ello, se realizaron conversaciones estratégicas que permitieron reflexionar sobre la crisis climática, analizar los riesgos y las oportunidades que trae para el negocio y, a partir de los hallazgos de la huella de carbono, entender el impacto para cada proceso de Procafecol S.A. En este marco de trabajo, surge una hoja de ruta con la que se espera alinear los roles y las responsabilidades de las distintas áreas de cara a la estrategia de acción climática. Este año se realizaron:

- 5 sesiones de conversación con líderes de las áreas alrededor de la acción climática y los impactos del negocio.
- 1 sesión de sensibilización con la junta directiva sobre la urgencia climática y el desafío climático para el negocio, de acuerdo con los resultados de la huella de carbono.
- 2 sesiones con el comité directivo: uno de sensibilización sobre la urgencia climática y otro sobre los resultados de la huella de carbono de la compañía y las acciones que se deben desarrollar.
- 1 sesión general sobre acción climática para diferentes niveles de cargo de la organización.
- Sesiones por proceso de capacitación y acompañamiento en la medición de la huella de carbono.



Entre los principales hallazgos se percibe dentro de los equipos la urgencia de actuar frente a la crisis climática y realizar acciones concretas desde sus áreas. El principal reto que se identifica está en priorizar los recursos y las acciones que desde las áreas consideran que es posible ejecutar en el corto, mediano y largo plazo.

Por ende, para el año 2023 se propone la activación del Comité de Cambio Climático para hacer seguimiento a la implementación del Plan de Reducción de Emisiones. Este tendrá un espacio dentro del ya existente Comité de Sostenibilidad.

Finalmente, se puede ver como un logro la creación del Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad dentro de la Junta Directiva (máximo órgano de gobierno), con el cual se busca dar mayor relevancia y visibilidad a las acciones de la organización en términos de sostenibilidad.

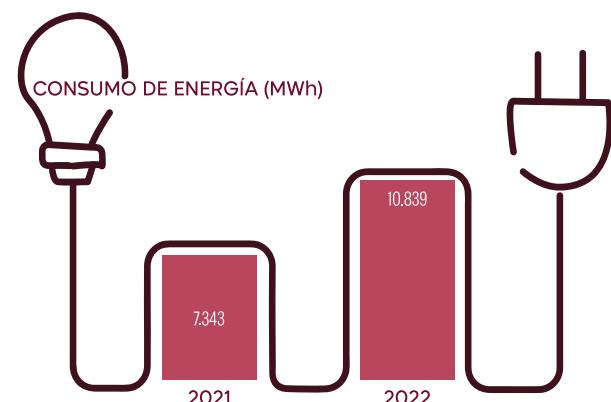
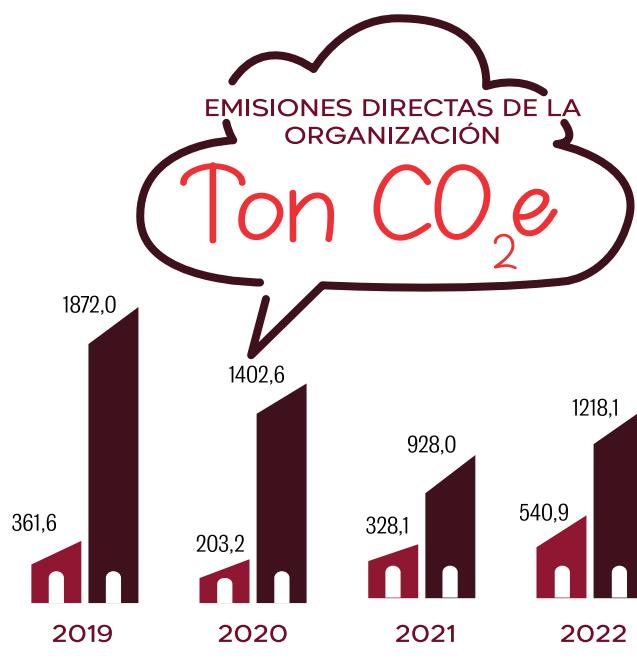
## Medición y reducción de la huella de carbono

[GRI 302-1] [GRI 305-1] [GRI 305-2] [GRI 305-3]

Procafecol S.A. inició en el año 2020 la medición anual de su huella de carbono utilizando la metodología del GHG Protocol y la ISO 14064-1 de las emisiones de gases de efecto invernadero directas generadas por la operación en sus tiendas (tipo express, barra y terraza), oficinas, taller de mantenimiento y planta de producción.

Así pues, para el presente año de reporte, la compañía calculó las emisiones directas generadas por la combustión móvil de vehículos propios, la combustión estacionaria de las tiendas y la planta de producción, que utilizan gas natural o gas licuado de petróleo (GLP) (alcance 1), las emisiones fugitivas provocadas por fugas en equipos de refrigeración utilizados en tiendas y la planta de producción, así como el consumo de energía eléctrica de oficinas, tiendas y planta de producción (alcance 2).

En 2021, el total de emisiones de alcance 1 y 2 fue de 1.256,1 ton CO<sub>2</sub><sup>e</sup><sup>8</sup>. Para 2022, el total de emisiones directas fue de 1.759 ton CO<sub>2</sub>e con una distribución de 540,9 para el alcance 1 y 1.218,1 para el alcance 2.



<sup>8</sup> Para mayor información acerca del cálculo de la huella de carbono de Procafecol S.A. en 2021, visite el Informe de Sostenibilidad de 2021 [aqui](#).

El consumo de energía dentro de Procafecol S.A.<sup>9</sup> corresponde al uso de energía del Sistema Interconectado Nacional (SIN) por las instalaciones de sus tiendas en sus tres formatos (express, barra y terraza), las oficinas localizadas en Barranquilla, Medellín, Bogotá y de la planta de producción de Funza, Cundinamarca.

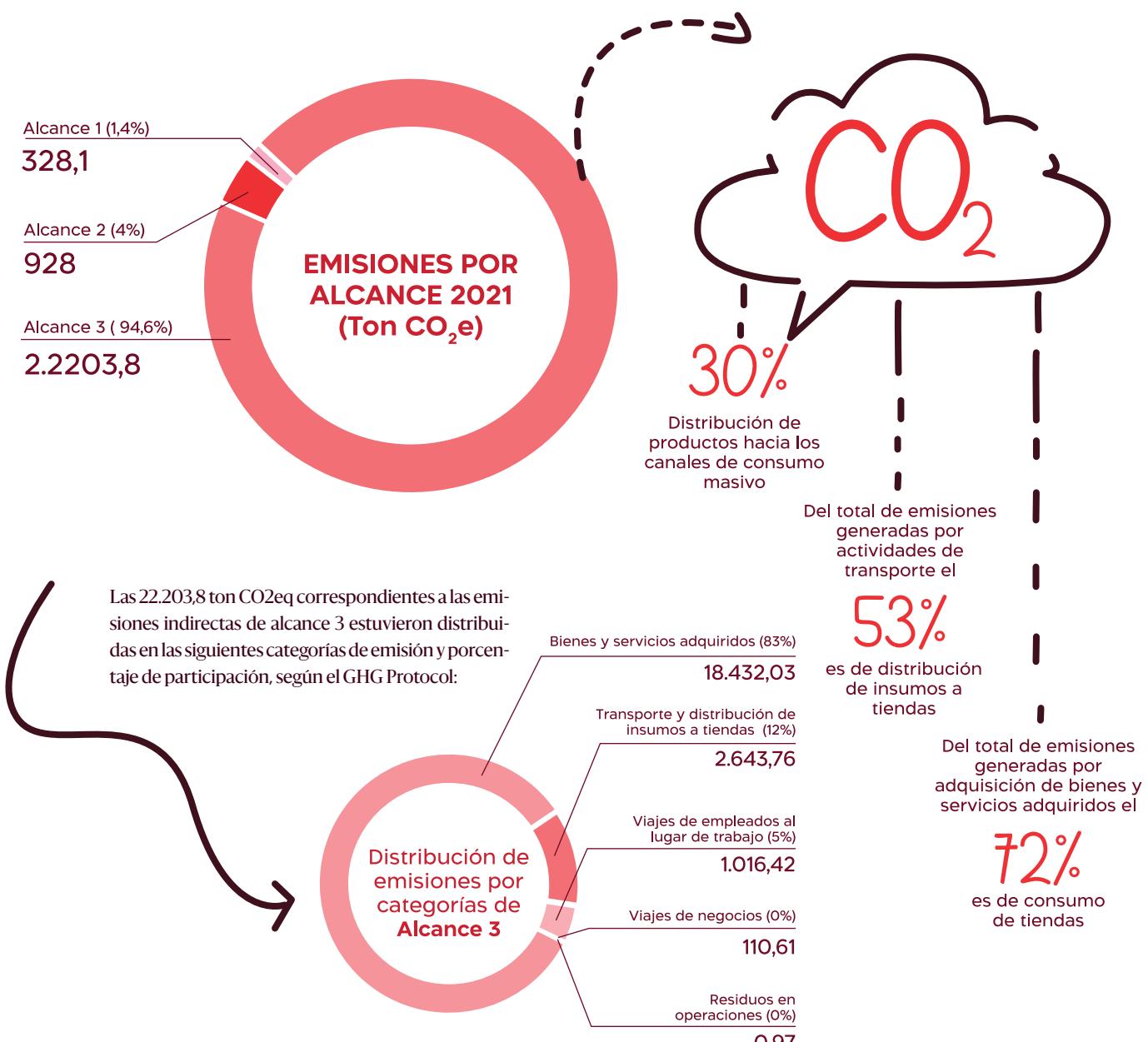
El incremento en el consumo energético y por consecuencia, en las emisiones de gases efecto invernadero para el 2022, se debe a la inclu-

sión de datos de consumo de energía de oficinas regionales en la costa y Medellín, así como a la recarga de refrigerantes de equipos en tiendas y la planta de producción. Además, la recuperación y crecimiento del negocio posterior a la pandemia ocasionaron un aumento significativo en el consumo energético en la planta de producción y en las tiendas, así como el consumo de gas en la planta de producción, debido a un aumento en la demanda de los productos.

### Alcance 3, 2021

Para continuar con los esfuerzos adelantados, durante el año 2022 Procafecol S.A. completó la medición de la huella de carbono del año 2021, incluyendo el alcance 3 con el fin de identificar las fuentes de emisión

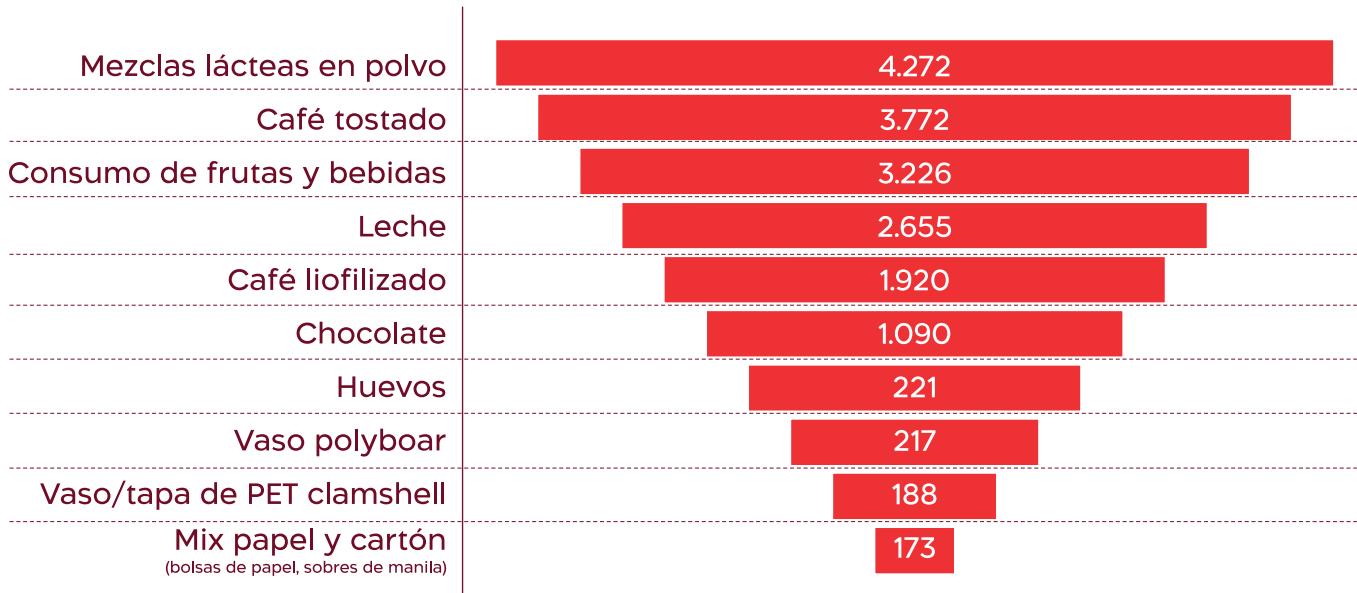
en todos sus canales, tales como tiendas (formatos express, barra y terraza), planta de producción, oficinas, canal institucional, canal de consumo masivo y taller de mantenimiento.



<sup>9</sup> Se utilizó el cálculo preliminar del factor de emisión del Sistema Interconectado Nacional (SIN) de 2022 publicado por la empresa XM el 23 de enero de 2023. Obtenido de: [Resultado de cálculo de Factor de Emisión del Sistema Interconectado Nacional para inventario de Gases de Efecto Invernadero. | Portal XM](#)

Distribución de emisiones por bienes y servicios adquiridos (Ton CO<sub>2</sub> e)

## TOP 10 CONSUMO DE PRODUCTOS



### Apuestas futuras para la reducción de emisiones

Estos hallazgos evidencian que gran parte de las acciones de mitigación se encuentran fuera del alcance directo de Procafecol S.A., lo cual refleja un gran potencial para ejecutar medidas de reducción a través de alianzas con proveedores y otros esfuerzos colectivos que permitan la optimización de las cadenas de producción.

También se encuentra el reto en el acceso a la información requerida para calcular las emisiones indirectas de la compañía, pues en gran medida los factores de emisión utilizados se calcularon a partir de datos regionales o globales que pueden no representar las condiciones locales de abastecimiento, manufactura o producción del alimento.

Para los casos puntuales de insumos como la leche, el chocolate o las mezclas lácteas en polvo, existen oportunidades de mejora reales para precisar datos y cálculos de emisión por kilogramo del alimento, pues en esta ocasión el cálculo se basó en estándares internacionales o aproximaciones de los factores de emisión. Sumado a esto, en las mediciones de los próximos años se espera mejorar la precisión y exactitud del cálculo en las emisiones indirectas asociadas a la compra de insumos de frutas y bebidas.

Es evidente también que existe una oportunidad latente de actuar como gremio frente al impacto generado por la producción de café. Como institucionalidad cafetera, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia se ha comprometido, en el marco de su estrategia de sostenibilidad, a propender por una caficultura sostenible; desde allí, todas

las empresas del gremio han trabajado en diferentes acciones de medición y reducción para lograr que sus operaciones generen un menor impacto.

Procafecol S.A. no es la excepción ya que al ser una de las empresas de la institucionalidad cafetera, presenta un gran reto en el trabajo con las familias cafeteras y las acciones e inversiones que se puedan requerir para lograr una eventual disminución de las emisiones en la cadena de abastecimiento; esto, considerando que el 96% de los productores cafeteros son pequeños y medianos. En ese sentido, cualquier aproximación debe tener un alcance gremial e inclusivo de **política pública a nivel nacional** que permita generar un camino de reducción de emisiones justo e inclusivo para las comunidades cafeteras del país.

Estas mediciones se seguirán realizando año a año para la compañía, especialmente en el marco del compromiso Race to Zero. El cálculo de las emisiones directas e indirectas de la organización permitirá identificar las acciones de reducción necesarias en el corto, mediano y largo plazo.

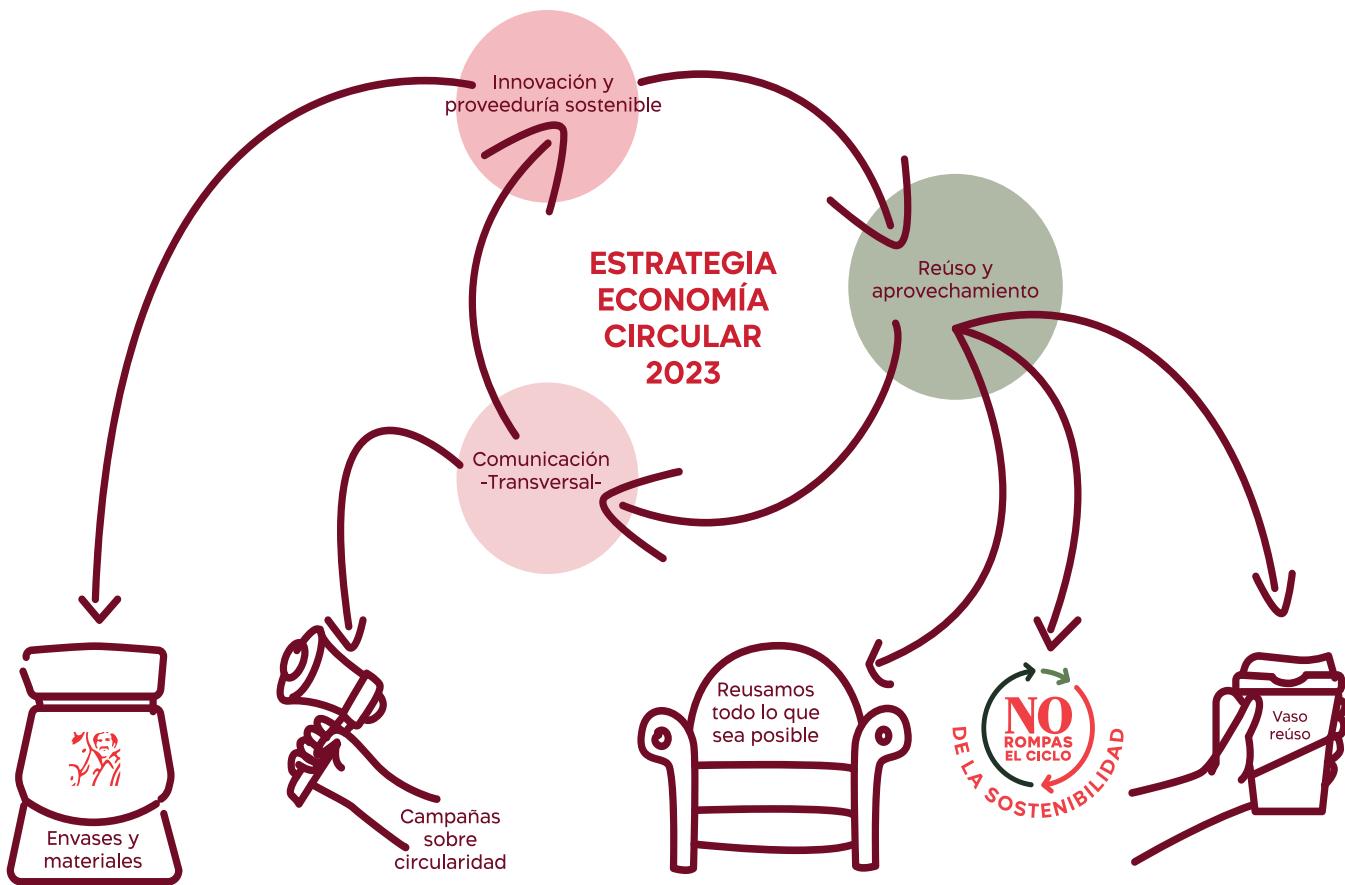
Para el año 2023 se espera que el cálculo de la huella de carbono tenga mejoras a nivel de categorías de medición, incluyendo las emisiones de las franquicias nacionales e internacionales y otros servicios tercerizados, así como una mayor precisión en los factores de emisión utilizados. De igual manera, se incluirán en el cálculo las emisiones generadas por el consumo de agua y una aproximación de los residuos ordinarios generados en toda la operación de Procafecol S.A.

## ii. Economía circular

[GRI 3-3]

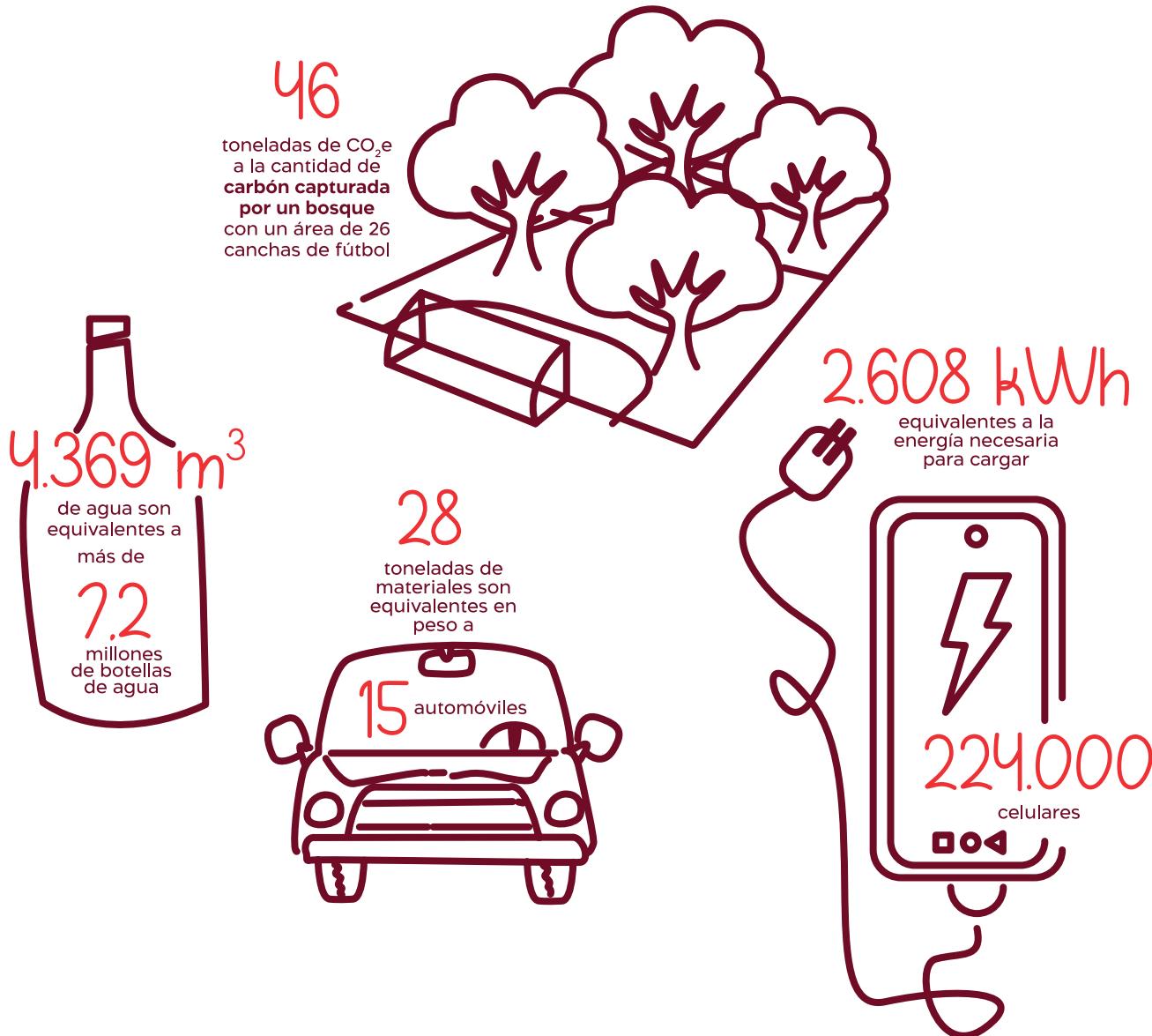
La estrategia de Economía Circular contribuye al objetivo de la marca Juan Valdez® de desarrollar una ventaja competitiva alrededor de la sostenibilidad, a través del diseño, reúso y eliminación de los materiales utilizados en la operación. Así mismo, contribuye al objetivo de disminuir emisiones de gases de efecto invernadero, en línea con el compromiso

de la compañía anteriormente descrito. Las acciones desarrolladas bajo esta estrategia buscan prolongar la vida útil de los materiales, extender su valor y servicio, e incorporarlos en nuevos procesos productivos, estructurada bajo los siguientes temas y proyectos:



Para lograr un adecuado desarrollo y seguimiento a las actividades que se derivan de la ejecución de la estrategia, durante el año 2022 se creó el comité de Economía Circular, el cual opera bajo un esquema multi-funcional en el que se articulan las áreas de Sostenibilidad, Compras, Operaciones, Calidad y Mercadeo.

El principal objetivo de este comité es desarrollar la estrategia y facilitar el seguimiento a las acciones que se derivan del avance en los proyectos. En el 2022, los programas de este eje estratégico lograron evitar consumir y/o generar:



### Materiales de envases y empaques

Buscando desarrollar innovaciones incrementales y disruptivas en los envases y empaques del portafolio, en 2022 se dio continuidad a las recomendaciones de los análisis previos sobre reciclabilidad y materialidad. Dichas modificaciones hacen parte central de la Estrategia de Economía Circular y están alineadas tanto con las expectativas de los consumidores como con el propósito de la marca.

Durante el 2022 se realizaron migraciones relevantes en envases y empaques que contribuyeron al objetivo de disminuir el uso de plásticos de un solo uso. Por un lado, está la transición de un 83,4% de los empaques plásticos de la línea propia de sándwiches y ensaladas, a materiales más naturales y con menor uso de polímeros o resinas. Por otro lado,

se regresó al uso de los mezcladores de madera, que durante la pandemia habían sido reemplazados por mezcladores plásticos por requerimiento de las autoridades sanitarias; adicionalmente, se implementó la sustitución gradual de los pitillos plásticos por pitillos elaborados en material vegetal.

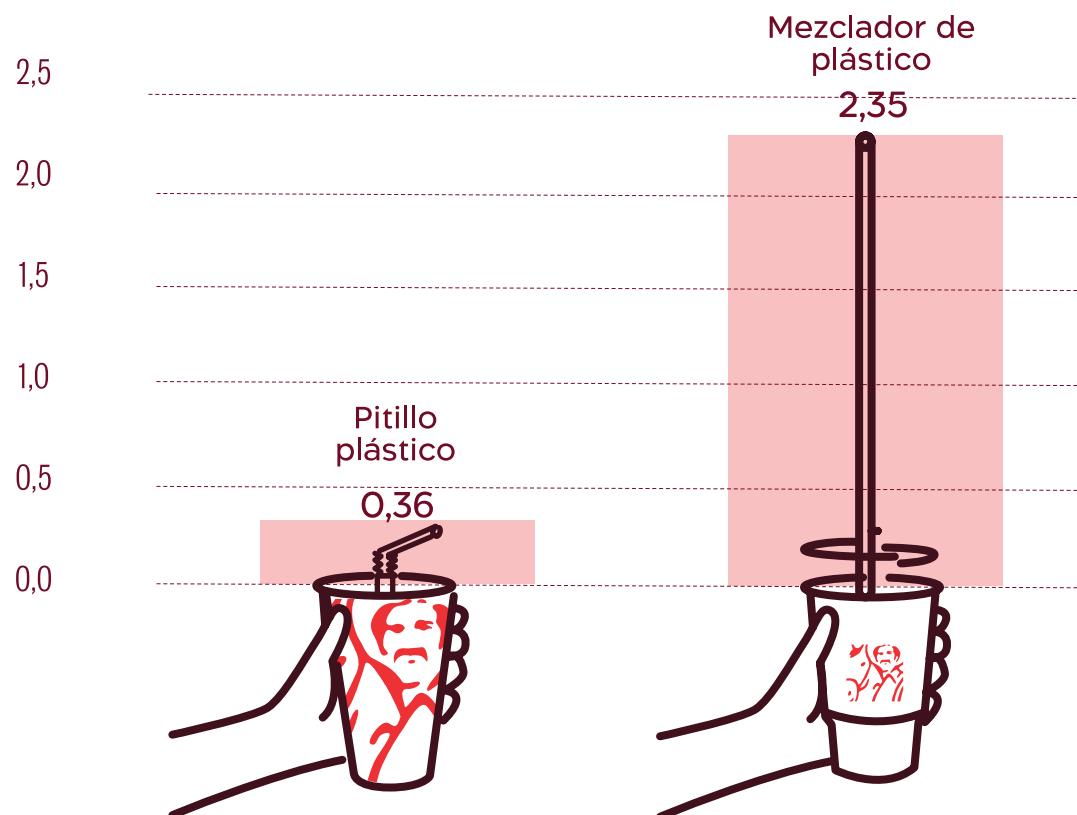
Gracias a la transición realizada en los mezcladores y pitillos, se redujo el uso de plásticos en 2,7 toneladas. Además, con el cambio a final del 2022 de los materiales utilizados en los envases de sándwiches y ensaladas de la línea propia, la compañía espera reducir el uso de plásticos en aproximadamente 7,9 toneladas<sup>10</sup> para el año 2023.

<sup>10</sup> Dato calculado a partir de las unidades de envases y empaques usados para el consumo final de productos de la línea propia de la Planta de Alimentos en 2022. No incluye envases y empaques de panadería y pastelería..

De la misma manera, para el año 2023 la compañía espera avanzar en la transición de los envases y empaques de categorías core del negocio. Con esto, Procafecol S.A. espera ampliar la oferta de envases y empaques que respondan a principios de diseño, funcionalidad y sostenibilidad, y que cuenten con viabilidad financiera.



### DISMINUCIÓN DE MATERIAL PLÁSTICO UTILIZADO POR INSUMOS (Toneladas)



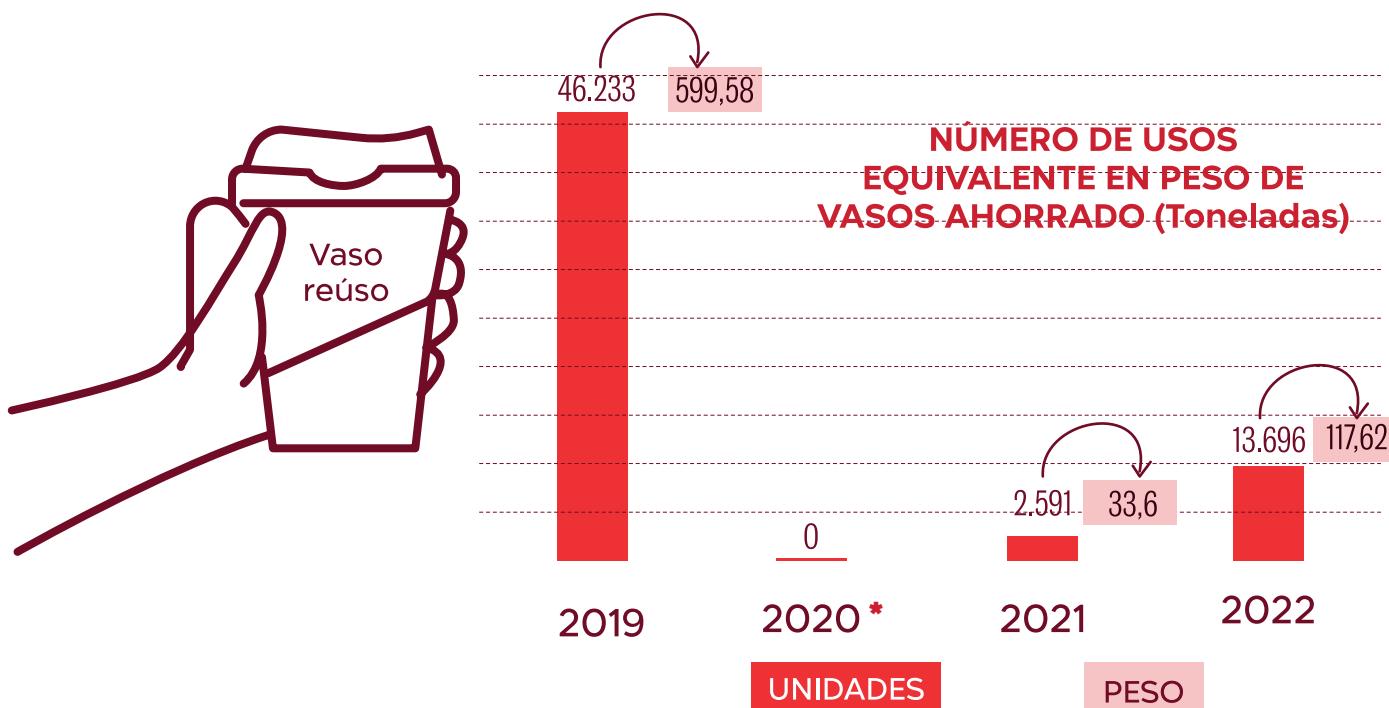
## Vaso reúso

El programa 'Vaso Reúso', lanzado en noviembre de 2018, tiene como propósito reducir el uso de vasos de cartón de un solo uso por medio de la utilización de la taza de la marca Juan Valdez® o de cualquier taza de propiedad del consumidor. De esta forma, se disminuye tanto la cantidad de materiales necesarios para producir los vasos de cartón de un solo uso, como la cantidad de residuos sólidos generados en la operación.

En 2022, las tiendas Juan Valdez® alcanzaron los 13.696 reúsos en

Colombia, logrando un total 62.520 reúsos entre 2019 y 2022, evitando así el consumo equivalente a 811 kg en peso de vasos de cartón.

En los próximos años, Procafecol S.A. espera ampliar la iniciativa de 'Vaso Reúso' tanto a nivel nacional como internacional, permitiendo reúsos en bebidas frías y calientes, así como nuevos beneficios a los usuarios por consumir sus productos utilizando un vaso reutilizable.



\* Por motivo de la emergencia sanitaria provocada por el COVID19, esta actividad fue suspendida en el año 2020; la misma fue reactivada en octubre de 2021.

El programa también contribuye a la disminución de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en aproximadamente 0,6 ton CO<sub>2</sub> e, al ahorro del recurso hidrónico en casi 38 m<sup>3</sup>, y al ahorro de recursos energéticos en más de 2.600 kWh.



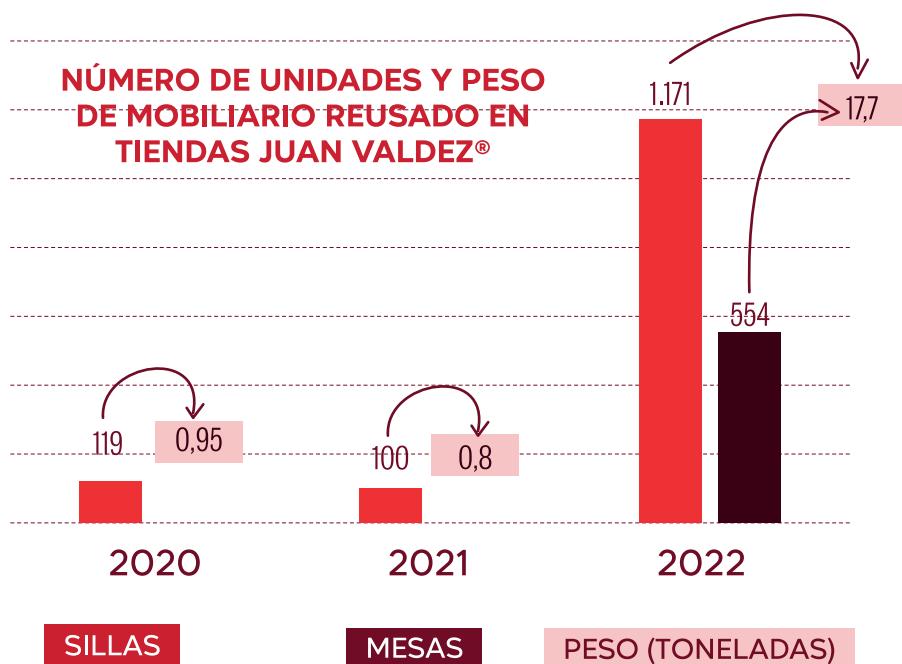
## Reusamos todo lo que sea posible

El programa 'Reusamos todo lo que sea posible' fue creado en el año 2019 con el propósito de alargar la vida útil del mobiliario de tiendas y oficinas por medio de acciones como reparación, restauración y remanufactura para nuevos usos de sillas y mesas.

De esta forma se disminuye el consumo de materias primas vírgenes y los impactos asociados a los materiales usados en la fabricación de las nuevas piezas. Desde el año 2020, gracias a este programa, la compañía ha reutilizado más de 19 toneladas de mobiliario, evitando el consumo de más de 4.700 m<sup>3</sup> de agua<sup>11</sup> y la generación de 51,38 ton CO<sub>2</sub>e<sup>12</sup>.

Para el año 2022, en alianza con organizaciones como Recupera tu Silla y A Mano Lab, quienes fomentan la economía circular y la inclusión social, se logró la restauración de 557 sillas tejidas, las cuales fueron intervenidas a mano por artesanos colombianos. También, durante el año 2022, el programa amplió su cobertura en cifras al recuperar 614 sillas de madera y poltronas tipo sofá, así como 554 mesas de acero y madera.

Con la reparación de estos objetos se logró reutilizar 17,68 toneladas de mobiliario y se evitó el consumo de aproximadamente 4.333 m<sup>3</sup> de agua y la generación de 45,4 ton CO<sub>2</sub>e.



Teniendo en cuenta la reducción de mobiliario disponible destinado en 2023 para remanufacturación, y de la extensa vida útil de sillas y mesas puestas en tiendas Juan Valdez®, la compañía tiene el reto de contemplar nuevas alternativas de integrar prácticas sostenibles de rediseño y reutilización en sus instalaciones en el corto y mediano plazo.



<sup>11</sup> Los cálculos se obtuvieron a partir de los datos publicados en el siguiente reporte: Carteron, E., Zinck, S., Lessard, L., Vionnet, S., & Humbert, S. (2012). Integrating water footprinting into eco-design: case study of a chair. Proceedings 2nd LCA Conference. Lille.

<sup>12</sup> Los cálculos se obtuvieron a partir de los datos publicados en el siguiente reporte: FIRA International Ltd. (2011). A study into the feasibility of benchmarking carbon footprints of furniture products.

## Cierre de ciclo

[GRI 306-1][GRI 306-3][GRI 306-4]

Dentro de la Estrategia de Economía Circular, la compañía está comprometida con la implementación de modelos que garanticen la gestión adecuada de los residuos generados en la operación mediante el cierre de ciclo de los materiales. El aprovechamiento para la extensión de su ciclo de vida se incentiva a través del programa 'No rompas el ciclo de la sostenibilidad', el cual fue creado en el año 2014 con el propósito de valorizar e incorporar los materiales a otras cadenas productivas, disminuir los residuos dispuestos en rellenos sanitarios -y, por ende, sus impactos-, e incluir a asociaciones de recicladores de oficio promoviendo su participación en esta iniciativa y beneficiándolas de manera directa.

## Residuos peligrosos

Durante el año 2022 se generaron 4,1 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEES) que fueron destinados para el aprovechamiento de materiales como plástico, metales y vidrio. Los excedentes se gestionaron según lo estipulado en la normativa ambiental vigente para la disposición de residuos peligrosos con el fin de darle un adecuado manejo a este tipo de residuos.

## Residuos sólidos

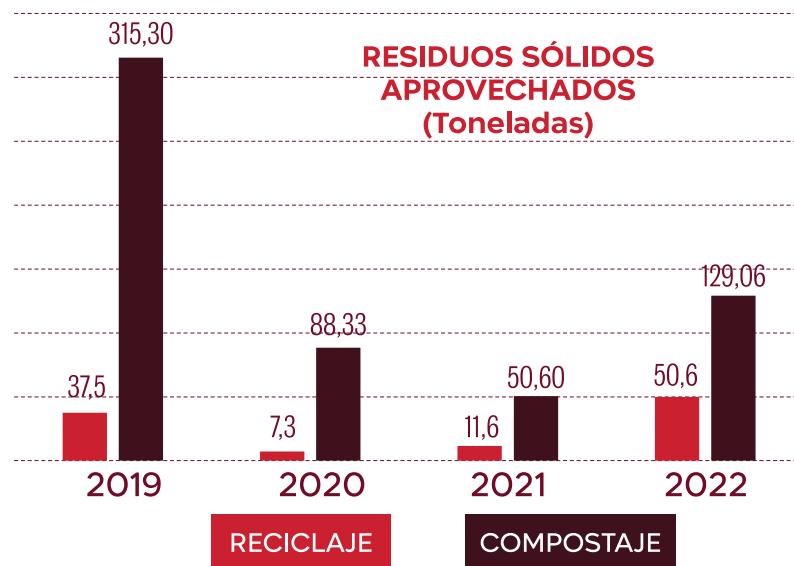
El programa 'No rompas el ciclo de la sostenibilidad' se encuentra implementado en 39 tiendas, donde los residuos, una vez separados en la fuente tanto en barra (atención a clientes) como en lobby (espacio disponible para clientes), se entregan a gestores para su aprovechamiento: 29 en Bogotá, cuatro en Cartagena, uno en Cali, uno en Bucaramanga, uno en Pereira, y en la Planta de Producción. A partir de estos residuos se recuperaron 179,6 toneladas, para un total de 1.694,6 toneladas aprovechadas desde el 2014.

Los residuos orgánicos son aprovechados para la generación de compostaje, mientras que los residuos reciclables son utilizados como materias primas en nuevos procesos como la fabricación de toallas de papel.



La cantidad de residuos sólidos destinados al aprovechamiento aumentó entre los años 2021 y 2022, gracias a la continuidad de las acciones establecidas desde el inicio del programa. No obstante, no se compara con los volúmenes aprovechados de 2019 dado que después de la pandemia, se redujeron las frecuencias de recolección de todas las tiendas, pasando en muchos casos de recolección diaria a 3 días por semana.

Con respecto al año 2021, para el 2022 se incrementó la recolección en cuatro tiendas en Bogotá, se mantuvo una en Cali, una en Bucaramanga, una en Pereira y cuatro en Cartagena. Por mutuo acuerdo con los gestores de las ciudades de Medellín y Santa Marta, no se dio continuidad a la recolección en estas ciudades. Para el año 2023 se busca seguir estableciendo alianzas con gestores para aumentar la tasa de aprovechamiento de los residuos generados en la operación y recuperar estas ciudades.



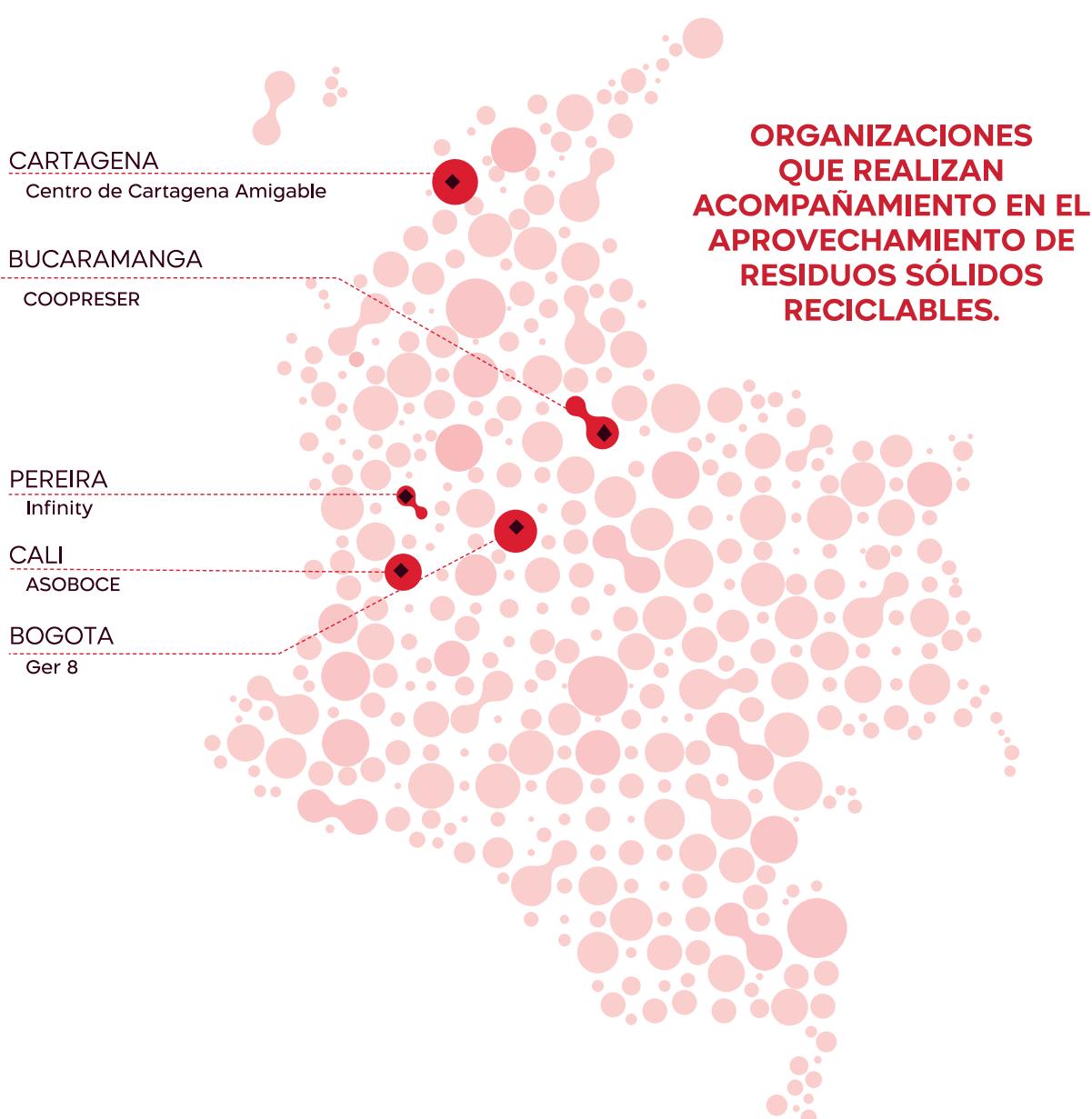
## Alianzas

Para lograr un objetivo común con otros interesados en la gestión de residuos, la compañía cuenta con aliados estratégicos que se unen a los compromisos de reciclaje de materiales:

- Visión 30/30: programa colectivo de la ANDI por medio del cual se promueven proyectos para la innovación, tecnología, diseño para empaques y envases, promoción de la sostenibilidad y creación de cadenas de valor de reciclaje del país. Procafecol S.A. se adhirió a este colectivo desde 2022.
- Asociaciones de reciclaje - articulación con recicladores de oficio: Juan Valdez® reconoce a los recicladores de oficio como actores relevantes en la cadena de valor del aprovechamiento

de residuos sólidos. Por ello, para 2022 se contó con 5 organizaciones que gestionaron los residuos de 36 tiendas a nivel nacional.

- Establecimientos aliados: las tiendas que se encuentran en centros comerciales, centros empresariales y aeropuertos se articulan al programa de gestión de residuos de los mismos.
- Durante el año 2022 se dio continuidad a la alianza con el Grupo Familia para el reciclaje de los vasos rojos utilizados en bebidas calientes, ya que al estar fabricados en polyboard se pueden transformar en nuevos productos de la categoría de aseo personal y hogar. Para el año 2023 se iniciará un piloto de recolección y aprovechamiento de residuos en 4 tiendas de Medellín.



## c. Internacionalización

Considerando la relevancia que la expansión de la marca Juan Valdez® tendrá a nivel mundial en los próximos años, se está trabajando en desarrollar un marco de gobernanza internacional de sostenibilidad y valor compartido para la operación global. De esta manera, se busca expandir la estrategia de triple impacto en todos los mercados en los que la marca tiene presencia con el objetivo de que la expansión internacional mantenga los atributos que caracterizan al negocio en Colombia.

Por esta razón, durante el 2022 se realizó en un primer momento el mapeo de las prácticas ESG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza por sus siglas en inglés) en los países donde la compañía tiene operación. Posteriormente, se realizó la priorización de los países con los cuales se iniciaría el proceso de internacionalización. En un trabajo transversal entre el área internacional y el área de sostenibilidad, se escogieron aquellos países donde Procafecol S.A. tiene participación accionaria: España, Chile y Ecuador.

A continuación, por medio del diseño de una herramienta propia, se identificaron las prácticas sociales y ambientales de las sociedades y sus respectivas empresas. Con los resultados de esta herramienta, se realizaron visitas a los 3 países por parte de la Dirección de Sostenibilidad para tener un mejor entendimiento de los mercados y operaciones e identificar las necesidades en temas ambientales, sociales y de gobernanza. Estas visitas permitieron entender la diversidad de contextos en términos de regulación, cadenas de abastecimiento, conciencia del consumidor, madurez de la operación y posibilidades de diseño e implementación de la estrategia de sostenibilidad.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el 2023 estará centrado en dos procesos: uno, acotar los planes de acción de los tres países conjuntamente con los socios de cada operación; y, dos, definir los lineamientos en sostenibilidad que se llevarán a la operación de manera macro.

El componente de internacionalización agrupa las acciones que se desarrollan en otras dimensiones, como la plataforma de valor compartido, los compromisos de Race to Zero e iniciativas de economía circular. De hecho, en España se iniciaron actividades enmarcadas dentro de la premisa del [programa Reusamos todo lo que sea posible](#), con la reutilización de materiales para la fabricación de mobiliario para las tiendas.

Del mismo modo, en Chile y Ecuador se promueve el [programa Vaso Reúso](#) para disminuir los residuos generados en la operación de las tiendas.

Adicional a las actividades mencionadas, en el evento Expo-Dubai desarrollado en Emiratos Árabes Unidos, Procafecol S.A. participó con un stand durante aproximadamente 8 meses utilizando acabados de construcción certificados por la empresa ACEMAR, que garantiza que la madera utilizada sea Cradle to Cradle®. También se llevaron a Dubai lámparas fabricadas por artesanos colombianos.

Todas estas acciones responden a la visión de sostenibilidad como eje estratégico, en la medida en que se persigue el crecimiento acelerado en mercados internacionales, adaptando la marca y los productos colombianos a las diferentes culturas.



## V. RELACIONAMIENTO CON ACCIONISTAS



### Información comunicada a los accionistas

Durante el 2022, la siguiente información fue comunicada de forma masiva a todos los accionistas de los cuales se cuenta con información. Esto se realizó a través del correo electrónico.

• Invitación Asamblea General de Accionistas Procafecol S.A. (virtual)	23/03/2022
• Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A. IIIQ- 2021	24/03/2022
• Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A. IVQ- 2021	20/04/2022
• Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A.- IQ 2022	27/07/2021
• Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A.- IIQ 2022	09/09/2022
• Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A.- IIIQ 2022	30/12/2022
• Invitación a Conversatorio de Accionistas (virtual)	25/10/2022
• Invitación reunión extraordinaria Asamblea General de Accionistas Procafecol S.A. (Virtual)	08/11/2022

### Número de solicitudes y materias sobre las que los accionistas han requerido información a la sociedad

Durante el 2022, las solicitudes que se recibieron por parte de los accionistas se distribuyeron de la siguiente manera:

Tipo de solicitud	Carta	Correo	Llamada	Reunión de accionistas	Visita	Total
Compra de Acciones	2	24				26
Consultas Generales	2	279	104	4	2	391
Sucesión y Donación	1		3		1	5
Venta de Acciones	11	60	3			74
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>363</b>	<b>110</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>496</b>

Entre los casos relacionados a compra-venta de acciones, 1.067 acciones fueron comercializadas dentro del trámite de compra y venta de acciones; por otro lado, 500 acciones estuvieron asociadas a trámites de sucesión de acciones.

Adicionalmente, atendiendo la necesidad de aclarar las dudas que pudieran tener los accionistas, en noviembre de 2022 se convocó a un "Conversatorio de Accionistas", donde se le presentó a 27 accionistas, temas de su interés y se resolvieron dudas e inquietudes. Entre los temas tratados durante este espacio virtual se encuentran:

- Composición y elección del equipo directivo.
- Composición accionaria de la compañía.
- Acciones en curso para fortalecer el relacionamiento con accionistas como:
  - \* Descuento del 20% a caficultores en las tiendas Juan Valdez® Café en Colombia.
  - \* Articulación con comités departamentales y cooperativas para dinamizar el programa de 'Plan Amigo Inversionista' (ver sección 'Plan Amigo Inversionista' para más detalles).
- Próximas acciones para mejorar el relacionamiento con los accionistas y otorgarles nuevos beneficios como:
  - Renovación de canal de atención a accionistas.
  - Continuación de la campaña de actualización de datos personales.
  - Beneficio de descuento en 2023 para todos los accionistas.
  - Visitas presenciales a comités departamentales de cafeteros para conversatorios con accionistas y presentación de resultados.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Procafecol S.A. ha elaborado este reporte integrado conforme a los Estándares GRI, teniendo en cuenta las últimas actualizaciones presentadas, este documento tiene la información de nuestra gestión en el periodo de enero a diciembre del 2022.

Estándar GRI	Contenido	Ubicación página	Omisión		
			Requisitos	Motivo	Explicación
<b>La organización y sus prácticas de presentación de informes</b>					
	2-1 Detalles organizacionales	3			
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	3			
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	3			
	2-4 Actualización de la información	3			
	2-5 Verificación externa	-	No aplica	No se realiza	
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	14, 130			
	2-7 Empleados	36			
	2-8 Trabajadores que no son empleados	36			
<b>Gobernanza</b>					
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-9 Estructura de gobernanza y composición	59			
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	59			
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	59			
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	59			
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	59			
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	59			
	2-15 Conflictos de interés	59			
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	59			
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	59			
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	59			
	2-19 Políticas de remuneración	59			
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	59			
	2-21 Ratio de compensación total anual	-	No se comunica	No se comunica	
<b>Estrategia, políticas y prácticas</b>					
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	8			
	2-23 Compromisos y políticas	72			
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	72			
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	83			
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	83			
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	72			
	2-28 Afiliación a asociaciones	131			
<b>Participación de los grupos de interés</b>					
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	125			
	2-30 Convenios de negociación colectiva	-	No aplica	No aplica	No hay convenios colectivos
<b>Temas materiales</b>					
GRI 3 Temas Materiales	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	125			
	3-2 Lista de temas materiales	125			
<b>Serie 200 (temas económicos)</b>					
<b>GRI 201: Desempeño económico</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	47, 50, 51			
	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	55			
<b>GRI 205: Anticorrupción</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	63			
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	63			
<b>GRI 204: Prácticas de abastecimiento</b>					
	3-3 Gestión de los temas materiales	126			
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	130			

Estándar GRI	Contenido	Ubicación página	Omisión		
			Requisitos	Motivo	Explicación
<b>Serie 300 (temas ambientales)</b>					
<b>GRI 302: Energía</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	144				
302-1 Consumo energético dentro de la organización	145				
<b>GRI 305: Emisiones</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	144				
305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	145				
305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	145				
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)					
<b>GRI 306: Residuos</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	148				
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	153				
306-3 Residuos generados	153				
306-4 Residuos no destinados a eliminación	153				
<b>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	126				
308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	129				
<b>Serie 400 (temas sociales)</b>					
<b>GRI 401: Empleo</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	36				
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	36				
401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	37				
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	40				
403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	40				
403-9 Lesiones por accidente laboral	40				
<b>GRI 404: Formación y enseñanza</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	37				
404-1 Media de horas de formación al año por empleado	37				
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados	37				
<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	41				
405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	41, 64				
<b>GRI 413: Comunidades locales</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	132				
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	132				
<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores</b>					
3-3 Gestión de los temas materiales	126				
414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	129				

# ÍNDICE CIRCULAR 012

Índice	Descripción	Página
7.1	(i) Título «Informe Periódico de Fin de Ejercicio» debidamente destacado.	1
	Datos de identificación básica del emisor:	3
	(ii) a) Nombre o razón social	3
	b) Ciudad de domicilio principal	3
	c) Dirección del domicilio principal	3
	Una breve descripción de las emisiones de valores vigentes, en la cual se identifique:	3
	a) La clase de valor	3
	b) Sistema de negociación	3
	(iii) c) Bolsas de valores en que están listados los valores, si aplica	3
	d) Monto de la emisión	3
	e) Monto colocado	3
	f) Saldo pendiente por colocar, si aplica	3
7.2	Tabla de contenido del informe periódico de fin de ejercicio	5
7.3	Glosario	6
7.4	<b>Contenido del informe periódico de fin de ejercicio por categoría del emisor</b>	
7.4.1.1.2	(i) Las pretensiones del demandante, así como las excepciones planteadas por parte del demandado y demás involucrados	72
	(ii) El detalle del estado en que se encuentra el respectivo proceso	72
	(iii) La probabilidad del resultado favorable o no favorable de la decisión	72
	(iv) Un análisis de la potencial afectación material que tendría la decisión del proceso.	72
	Asimismo, se deben incluir las provisiones y pasivos contingentes.	72
7.4.1.2.1	Comportamiento y desempeño de los valores en los sistemas de negociación en que se encuentren inscritos.¶	92
	En esta sección se debe incluir una breve descripción del comportamiento y el desempeño de los valores negociados, indicando la variación del precio y el volumen de los valores transados durante el periodo correspondiente al informe.	92
7.4.1.2.2	Información sobre la participación en el capital del emisor y otros asuntos materiales relativos a su estructura propietaria del capital.	60
	En esta sección se debe revelar la conformación de su capital social. Para ello, el emisor debe incluir una tabla que señale la distribución del capital social por clase de acciones, número de accionistas por clase de acciones y el porcentaje dentro del capital social. La primera columna debe contener las clases de acciones en circulación del emisor. La segunda columna debe señalar el número de accionistas que son titulares de las clases de acciones. La tercera columna debe señalar el porcentaje de participación en el capital social por cada clase de acciones.	60
	Adicionalmente, el emisor debe indicar el nombre o razón social de las personas que sean beneficiarios reales de un porcentaje igual o superior al 10% del capital social de la entidad, cuando se trate de una entidad vigilada, y 25%, cuando se trate de una entidad controlada. Para ello, el emisor debe incluir una tabla que contenga la siguiente información:¶	60
	(i) el nombre del beneficiario real	60
	(ii) su clase de acción	60
	(iii) su porcentaje de participación en el capital social del emisor	60
	Se entiende por «beneficiario real» aquellas personas definidas en el art. 6.1.1.1.3. del Decreto 2555 de 2010.	60
	De igual forma, el emisor debe revelar, cuando haya lugar:¶	60
	(i) los dividendos aprobados por parte de la asamblea general de accionistas	60
	(ii) su valor	60
(iii) forma y fecha de pago	60	
Las entidades públicas territoriales nacionales, las entidades públicas extranjeras y los gobiernos extranjeros se encuentran exceptuados de revelar la información prevista en el presente subnumeral.	60	

Índice	Descripción	Página
7.4.1.2.3	<p>Información financiera del ejercicio reportado comparándola con el ejercicio inmediatamente anterior. En esta sección se deben presentar los estados financieros de fin de ejercicio, individuales o separados y consolidados, según aplique, los cuales deberán estar:</p> <p>(i) Dictaminados por el revisor fiscal o auditor externo, según aplique, en los términos del art. 38 de la Ley 222 de 1995</p> <p>(ii) Certificados por el representante legal en los términos del art. 37 de la Ley 222 de 1995 y del art. 46 de la Ley 964 de 2005, atendiendo las excepciones previstas en el art. 48 de la mencionada ley</p> <p>La información financiera debe estar anexa al informe periódico de fin de ejercicio, en los términos previstos en el subnumeral 7.4.1.4 del presente Anexo.</p>	93, 94, 95, 96, 100, 101, 102, 103 104, 110 108, 109, 114, 115
7.4.1.2.4	Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de la operación y la situación financiera del emisor de manera individual, separada y/o consolidada, según aplique, en relación con los períodos que comprende la información financiera reportada en el subnumeral anterior, incluyendo los principales indicadores financieros y su respectivo análisis, sobre:	89, 97
7.4.1.2.4.1	<p>Las variaciones materiales de los resultados de la operación.</p> <p>En esta sección se deben presentar las variaciones materiales en los resultados de las operaciones que afecten la situación financiera, la estrategia, los planes de inversiones, el rendimiento del emisor, la generación de ingresos, el flujo de efectivo y los resultados del ejercicio.</p>	47, 50, 51
7.4.1.2.4.2	Cambios materiales en relación con la situación de liquidez y solvencia del emisor.	50, 51, 54
7.4.1.2.4.3	<p>Tendencias, eventos o incertidumbres que tengan la capacidad de impactar materialmente las operaciones del emisor, su situación financiera o los cambios sobre su situación financiera; así como los supuestos utilizados para elaborar estos análisis.</p> <p>En esta sección se deben incluir una descripción de las tendencias, eventos o incertidumbres que tengan la capacidad de impactar materialmente las operaciones del emisor, su situación financiera o los cambios sobre su situación financiera, así como los supuestos utilizados para elaborar dicha descripción.</p> <p>En aquellos casos en que el emisor esté incurso en una situación que pueda afectar la continuidad de su negocio, debe señalarse de manera expresa dicha situación, así como los planes y acciones implementados para lograr su recuperación.</p> <p>Para efecto de la revelación de información contenida en los subnumerales 7.4.1.2.4.1, 7.4.1.2.4.2 y 7.4.1.2.4.3. del presente Anexo, aquel emisor cuyo objeto social principal consista en la administración y gestión de inversiones en otras sociedades, debe incluir un análisis de la evaluación de la situación general de sus filiales, y la manera cómo impacta su situación financiera y los resultados de su ejercicio.</p>	87
7.4.1.2.4.4	<p>Operaciones efectuadas por fuera de balance que puedan impactar materialmente las operaciones del emisor, su situación financiera o los cambios sobre su situación financiera.</p> <p>En esta sección se deben revelar las operaciones efectuadas por fuera de balance que puedan impactar materialmente sus operaciones, su situación financiera o los cambios sobre su situación financiera. Para su revelación, el emisor debe incluir la siguiente información:</p> <p>(i) una breve descripción de cada una de las operaciones efectuadas por fuera de balance</p> <p>(ii) el nombre o razón social de la contraparte de la operación</p> <p>(iii) los potenciales impactos de dicha operación en la situación financiera y en los resultados del emisor.</p> <p>Se entiende por operaciones efectuadas por fuera de balance cualquier operación material que no se vea revelada en los estados financieros del emisor.</p> <p>Para efectos de lo previsto en el subnumeral 7.4.1.2.4. del presente Anexo, se entiende por administración, la alta gerencia del emisor.</p>	92

Índice	Descripción	Página
7.4.1.2.5	<p>Análisis cuantitativo y cualitativo del riesgo de mercado al que está expuesto el emisor como consecuencia de sus inversiones y actividades sensibles a variaciones de mercado. En esta sección se debe incluir un análisis cuantitativo y cualitativo de riesgo de mercado, en los términos que se indican a continuación:</p>	
	Análisis cuantitativo del riesgo de mercado	92
	El emisor debe incluir un análisis cuantitativo del riesgo de mercado, de conformidad con los siguientes lineamientos:	92
	El emisor debe identificar cuáles de sus instrumentos e inversiones están expuestos a riesgo de mercado. Se entiende por riesgo de mercado la posibilidad que el emisor incurra en pérdidas asociadas a la disminución del valor de sus inversiones por efecto de variaciones en su precio. El emisor debe clasificar dichos instrumentos en:	92
	(i) celebrados con fines de negociación	92
	(ii) celebrados con fines distintos de negociación. <span style="color: red;">□</span>	92
7.4.1.2.5.1	<p>De igual manera, debe indicar el factor de riesgo de mercado al cual se encuentran expuestos dichos instrumentos, por ejemplo: tasa de interés, tipo de cambio, precio de acciones, entre otros.</p> <p>Adicionalmente, el emisor debe revelar las condiciones generales de los instrumentos expuestos al riesgo de mercado. Dichas condiciones generales corresponden a: <span style="color: red;">□</span></p>	92
	(i) el valor razonable	92
	(ii) los términos contractuales que permitan estimar los flujos de efectivo de los instrumentos en los próximos 5 años	92
	(iii) la fecha estimada de su vencimiento	92
	Análisis cualitativo de riesgo de mercado	92
	El emisor debe incluir un análisis cualitativo del riesgo de mercado, el cual debe contener: <span style="color: red;">□</span>	92
7.4.1.2.5.2	<p>(i) el grado de exposición del emisor al riesgo de mercado</p> <p>(ii) una breve descripción de cómo el emisor gestiona su exposición al riesgo de mercado. Dicha descripción debe contener, además, los objetivos, estrategias e instrumentos para gestionar dicha exposición, si aplica.</p> <p>Este análisis cualitativo se debe presentar de manera separada para los instrumentos celebrados con fines de negociación y aquellos celebrados para fines distintos de negociación.</p>	92
	Operaciones materiales efectuadas con partes relacionadas al emisor	53, 90, 98
7.4.1.2.6	<p>En esta sección se debe presentar una relación de las operaciones y transacciones materiales realizadas con sus partes relacionadas, en la cual se revele la naturaleza de la relación con la parte relacionada, así como la información sobre las transacciones y saldos pendientes. Dicha revelación de información se realizará conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).</p> <p>Para estos efectos, el emisor puede hacer una remisión expresa a las notas de revelación respectiva en sus estados financieros, siempre que esté incorporada toda la información que se exige a través del presente subnumeral</p>	53, 90, 98
	Descripción y evaluación de los controles y procedimientos utilizados por el emisor para el registro, procesamiento y análisis de la información requerida para dar cumplimiento oportuno a la obligación de reportar ante el RNVE el informe de fin de ejercicio de que trata el presente Anexo. El contenido de este subnumeral se entenderá cumplido con: <span style="color: red;">□</span>	
7.4.1.2.7	<p>(i) La certificación expedida por el representante legal del emisor en la cual certifique que la información comprende todos los aspectos materiales del negocio <span style="color: red;">□</span></p> <p>(ii) Un informe suscrito por el representante legal del emisor sobre los resultados de la evaluación a los sistemas de control interno y de los procedimientos de control y revelación de la información financiera, en cumplimiento del art. 47 de la Ley 964 de 2005, y atendiendo a las excepciones previstas en el art. 48 de la mencionada ley</p> <p>(iii) Una certificación emitida por el revisor fiscal mediante la cual confirme la efectividad de los controles sobre el reporte de información financiera.</p>	108, 109, 114, 115
7.4.1.3.1	Un capítulo de análisis del Gobierno Corporativo. En esta sección se debe incluir la información que se relaciona a continuación:	59

Índice	Descripción	Página
7.4.1.3.1.1	<p>Una descripción de la estructura de la administración del emisor, en la que se incluya:</p> <p>(i) Una descripción general de los esquemas remuneratorios e incentivos dados a los miembros de la junta directiva u órgano equivalente, y a la alta gerencia, junto con la estructura de gobierno que los determinan.</p> <p>(ii) Composición y funcionamiento de la junta directiva y sus órganos de apoyo. Se debe indicar la calidad de independiente o no independiente de cada uno de los miembros de junta directiva, junto con su período de ejercicio. Adicionalmente, se debe incluir:</p> <p>a) Una breve descripción de las funciones principales que desempeña la junta directiva</p> <p>b) La página web en donde se encuentra disponible la versión actualizada del reglamento interno de la junta directiva. La descripción de las funciones principales de los miembros de junta directiva no puede corresponder a una transcripción de lo previsto en los estatutos sociales del emisor.</p> <p>(iii) El emisor debe señalar los órganos de apoyo y señalar las principales funciones que desempeñan. Se entiende por órganos de apoyo, aquellos comités creados por la junta directiva para actuar como órganos de estudio y apoyo sobre materias específicas.</p> <p>(iv) Composición y funcionamiento de la alta gerencia del emisor. Se deben identificar los miembros de la alta gerencia con su nombre y el cargo que desempeñan. Adicionalmente, se deben indicar las principales funciones que desempeñan al interior del emisor.</p> <p>(v) Información acerca de los perfiles profesionales y experiencia de los directores y la alta gerencia del emisor. Se entiende por directores los miembros de junta directiva del emisor. Se debe indicar su formación académica y su experiencia profesional, así como su participación en órganos de administración o control de sociedades distintas al emisor, cuando aplique.</p> <p>(vi) Información sobre los criterios de independencia adoptados por el emisor para el nombramiento de directores y miembros de los comités de apoyo que tenga el emisor</p> <p>(vii) Quórum y datos de asistencia de las reuniones de junta directiva y de sus órganos de apoyo respecto del ejercicio reportado. En tal sentido, el emisor debe indicar la asistencia de cada uno de sus miembros de junta directiva a las reuniones realizadas durante el período correspondiente al informe</p> <p>(viii) Descripción de los procesos de evaluación de la junta directiva, sus órganos de apoyo y la alta gerencia. En el evento en que el emisor no cuente con procesos de evaluación, debe indicarlo en el informe periódico de fin de ejercicio.¶</p> <p>(ix) Descripción de los mecanismos implementados por el emisor para la gestión, identificación y administración de conflictos de interés.</p> <p>(x) Los honorarios acordados con el revisor fiscal o el auditor externo por los servicios de revisoría fiscal, auditoría y demás servicios contratados para el período correspondiente, y que hayan sido aprobados por la asamblea general de accionistas</p> <p>(xi) Funcionamiento del sistema de control interno del emisor, incluyendo una descripción de los mecanismos y comités que manejan los procesos de auditoría interna</p> <p>(xii) Descripción de la estructura de gobierno adoptada por el emisor para lograr un trato equitativo de los inversionistas y promover su participación. Para ello, se deben incluir las políticas, mecanismos y procedimientos implementados para dar un trato equitativo entre los inversionistas y para promover su participación, de conformidad con lo establecido en el Código de Buen Gobierno Corporativo y en los demás documentos corporativos internos del respectivo emisor. Para el efecto, el emisor puede divulgar, por ejemplo: a) los canales de acceso a información y b) los mecanismos para la resolución de solicitudes de información y de comunicación entre los inversionistas, el emisor, su junta directiva y demás administradores, entre otros.¶</p>	67 62, 63 62 63 63 64 64 65 67 71 63 72 70 72 78
7.4.1.4	<p>Cuarta parte - Anexos. El emisor debe anexar al informe periódico de fin de ejercicio los siguientes documentos:</p> <p>(i) Los estados financieros de fin de ejercicio individuales o separados y consolidados, según aplique, de conformidad con lo previsto en el subnumeral 7.4.1.2.3. del presente Capítulo. Las entidades públicas territoriales nacionales, las entidades públicas extranjeras y los gobiernos extranjeros deben anexar la información financiera, de acuerdo con su naturaleza.</p> <p>(ii) Cualquier cambio material que haya sucedido en los estados financieros del emisor entre el período cubierto por el informe de fin de ejercicio y la fecha en que se autoriza su divulgación al público.</p> <p>(iii) En el caso de que sus emisiones estén avaladas o garantizadas por entidades que no sean emisores inscritos en el RNVE, o que dejen de serlo, se deben anexar los estados financieros de fin de ejercicio del garante</p>	93, 94, 95, 96, 100, 101, 102, 103 92 92

Índice	Descripción	Página
7.4.3	Contenido mínimo del informe periódico de fin de ejercicio para los Emisores Grupo C	
7.4.3.1	Primera parte - Aspectos generales de la operación	
	Descripción del objeto del negocio del emisor	
(i)	La evolución del plan de negocios del emisor en el corto, mediano y largo plazo	87
(ii)	Las actividades, productos o servicios generadores de ingresos	23
7.4.3.1.1	Si los ingresos de las actividades se reciben de manera estacional, cíclica u ocasionalmente, indicar el periodo en el cual se reciben dichos ingresos y una breve descripción de las razones por las que se reciben de manera estacional, cíclica y ocasionalmente.	23
(iv)	El número total de trabajadores, así como la variación en el número y porcentaje respecto del año anterior	36
7.4.3.1.2	Litigios, procesos judiciales y administrativos en los que se parte el emisor y que tengan la capacidad de afectar materialmente su operación, situación financiera y/o los cambios a su situación financiera. En esta sección se debe revelar toda la información contenida en el subnumeral 7.4.1.1.2 del presente Anexo.	72
	Riesgos relevantes a los que está expuesto el emisor y los mecanismos implementados para mitigarlos. En esta sección se deben revelar los riesgos relevantes o materiales a los que está expuesto el emisor y sus filiales que puedan afectar materialmente el desarrollo de su objeto social, su condición financiera, el resultado de sus operaciones, su flujo de efectivo y su perspectiva de crecimiento empresarial.	77, 78
7.4.3.1.3	(i) Una descripción de la naturaleza de dichos riesgos	77
	(ii) Los procedimientos para evaluar y medir su grado de exposición a los mismos	77
	(iii) Los mecanismos implementados por la alta gerencia para su gestión, monitoreo y mitigación	77
	Adicionalmente, el emisor debe incluir una explicación sobre los eventos de materialización de riesgos durante el periodo correspondiente al informe y las medidas adoptadas.	77
7.4.3.2	Segunda parte - Desempeño bursátil y financiero	
7.4.3.2.1	Comportamiento y desempeño de los valores en los sistemas de negociación en que estén inscritos. En esta sección se debe revelar la información contenida en el subnumeral 7.4.1.2.1 del presente Anexo.	92
7.4.3.2.2	Información sobre la participación en el capital del emisor y otros asuntos materiales relativos a su estructura propietaria del capital y de los valores emitidos. En esta sección se debe revelar la información contenida en el subnumeral 7.4.1.2.2 del presente Anexo.	60
7.4.3.2.3	Información financiera del ejercicio reportado comparándola con el ejercicio inmediatamente anterior. En esta sección se debe revelar la información contenida en el subnumeral 7.4.1.2.3 del presente Anexo.	93, 94, 95, 96, 100, 101, 102, 103
7.4.3.2.4	Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de la operación y la situación financiera del emisor, de manera individual, separada y/o consolidada, según aplique, en relación con los periodos que comprende la información financiera, incluyendo los principales indicadores financieros y su respectivo análisis. En esta sección se debe revelar la información contenida en el subnumeral 7.4.1.2.4 del presente Anexo.	50, 51, 89, 97
	Análisis cuantitativo y/o cualitativo del riesgo de mercado al que está expuesto el emisor como consecuencia de sus inversiones y actividades sensibles a variaciones de mercado. <a href="#">¶</a>	92
	El emisor realizará únicamente un análisis cualitativo del riesgo de mercado al que está expuesto, atendiendo los siguientes lineamientos:	92
	El emisor debe identificar cuáles de sus instrumentos e inversiones están expuestos a riesgo de mercado. Se entiende por riesgo de mercado la posibilidad que el emisor incurra en pérdidas asociadas a la disminución del valor de sus inversiones por efecto de variaciones en su precio. El emisor debe clasificar dichos instrumentos en: <a href="#">¶</a>	92
7.4.3.2.5	(i) celebrados con fines de negociación	92
	(ii) celebrados con fines distintos de negociación. <a href="#">¶</a>	92
	De igual manera, deben indicar el factor de riesgo de mercado al cual se encuentran expuestos dichos instrumentos, por ejemplo: tasa de interés, tipo de cambio, precio de acciones, entre otros.	92
	El emisor debe incluir un análisis cualitativo del riesgo de mercado, el cual debe contener la exposición del emisor al riesgo de mercado y una breve descripción de cómo el emisor gestiona la exposición al riesgo de mercado. Dicha descripción debe contener, además, los objetivos, estrategias e instrumentos para gestionar dicha exposición, si aplica.	92
	El análisis cualitativo se debe presentar de manera separada para los instrumentos celebrados con fines de negociación y aquellos celebrados para fines distintos de negociación.	92

Índice	Descripción	Página
7.4.3.2.6	Operaciones materiales efectuadas con partes relacionadas al emisor. En esta sección se debe revelar la información contenida en el subnumeral 7.4.1.2.6 del presente Anexo.	56, 90, 98
	Descripción y evaluación de los controles y procedimientos utilizados por el emisor para el registro, procesamiento y análisis de la información requerida para dar cumplimiento oportuno a la obligación de reportar ante el RNVE el informe de fin de ejercicio de que trata el presente Anexo. El contenido de este subnumeral se entenderá cumplido con:	
7.4.3.2.7	(i) La certificación expedida por el representante legal del emisor en la cual certifique que la información comprende todos los aspectos materiales del negocio	108, 109, 114, 115
	(ii) El informe suscrito por el representante legal del emisor sobre los resultados de la evaluación a los sistemas de control interno y de los procedimientos de control y revelación de la información financiera, en cumplimiento del art. 47 de la Ley 964 de 2005, y atendiendo a las excepciones previstas en el art. 48 de la mencionada ley	108, 109, 114, 115
	(iii) Una certificación emitida por el revisor fiscal mediante la cual confirme la efectividad de los controles sobre el reporte de información financiera.	116
7.4.3.3	Tercera parte - Prácticas de sostenibilidad e inversión responsable del emisor	
7.4.3.3.1	Un capítulo de análisis del Gobierno Corporativo. En esta sección se debe revelar la información de que trata el subnumeral 7.4.1.3.1	59
7.4.3.3.2	Un capítulo dedicado a las prácticas, políticas, procesos e indicadores en relación con los criterios ambientales y sociales implementados por el emisor.	119
	En esta sección se debe incluir información sobre asuntos sociales y ambientales, incluidos los climáticos, de que trata el Anexo 2 del presente Capítulo	119
7.4.3.4	Cuarta parte - Anexos	92, 93, 94, 95, 96,
	En esta sección se debe revelar la información de la que trata el subnumeral 7.4.1.4 del presente Anexo.	100, 101, 102, 103
Anexo 2 - 5.1.1	Los Emisores Grupo A deben incluir una breve descripción de los procedimientos implementados para la identificación de la información material en un lenguaje claro, sencillo y de fácil entendimiento para el público en general. Adicionalmente, deben revelar la información material identificada y las razones que sustentan su materialidad. En el evento en que luego de la aplicación de los procedimientos implementados, los Emisores Grupo A consideren que ningún asunto social, ambiental o climático es información material, deben incluir una descripción de las razones que sustentan dichos resultados en términos cualitativos y cuantitativos.□	125

# ANEXOS

## ANEXO 1

### Aprobación de reformas a los artículos 33, 35, 36, 39 y 49 de los Estatutos Sociales.

Artículo 33:

#### TEXTO ACTUAL

Artículo 33: JUNTA DIRECTIVA. La Junta Directiva de la sociedad se compondrá de cinco (5) miembros principales con sus respectivos suplentes personales, designados por la Asamblea General de Accionistas para períodos de un (1) año. Los miembros principales y los suplentes podrán ser removidos libremente por la Asamblea en cualquier tiempo, pero no podrán ser reemplazados en elecciones parciales sin proceder a nueva selección por el sistema de cuociente electoral, a menos que las vacantes se provean por unanimidad de los votos correspondientes a las acciones representadas en la reunión.

#### TEXTO PROPUESTO

Artículo 33: JUNTA DIRECTIVA. La Junta Directiva de la sociedad se compondrá de cinco (5) miembros principales con sus respectivos suplentes personales, designados por la Asamblea General de Accionistas para períodos de dos (2) años. Los miembros principales y los suplentes podrán ser removidos libremente por la Asamblea en cualquier tiempo, pero no podrán ser reemplazados en elecciones parciales sin proceder a nueva selección por el sistema de cuociente electoral, a menos que las vacantes se provean por unanimidad de los votos correspondientes a las acciones representadas en la reunión.

Artículo 35:

#### TEXTO ACTUAL

Artículo 35: REUNIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA.

(.)

PARÁGRAFO 1º.- La Junta Directiva tendrá un Presidente designado para un periodo de un (1) año, quien será elegido de su seno por los directores. El Presidente de la Junta Directiva presidirá todas las reuniones de la Junta Directiva y a falta de éste, se designará un Presidente para la respectiva reunión entre los miembros presentes.

#### TEXTO PROPUESTO

Artículo 35: REUNIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA.

(.)

PARÁGRAFO 1º.- La Junta Directiva tendrá un Presidente designado para un periodo de dos (2) años, quien será elegido de su seno por los directores. El Presidente de la Junta Directiva presidirá todas las reuniones de la Junta Directiva y a falta de este, se designará un Presidente para la respectiva reunión entre los miembros presentes.

Artículo 36:

#### TEXTO ACTUAL

Artículo 36: FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA.

(.)

PARÁGRAFO.- En adición a los demás comités que la Junta Directiva pueda crear, la Junta Directiva tendrá un comité de compensación.

#### TEXTO PROPUESTO

Artículo 36: FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA.

(.)

PARÁGRAFO.- En adición a los demás comités que la Junta Directiva pueda crear, la Junta Directiva tendrá un comité de compensación.

El comité de compensación estará conformado por tres (3) miembros designados por la Junta Directiva para períodos de dos (2) años, de los cuales por lo menos uno deberá ser un miembro independiente de la Junta Directiva. (.)

Artículo 39:

#### TEXTO ACTUAL

Artículo 39: COMITÉ DE AUDITORÍA. El Comité de Auditoría de la sociedad se integrará con tres (3) miembros de la Junta Directiva incluyendo los miembros independientes. Si la Junta Directiva estuviere conformada por más de dos (2) miembros independientes, entonces el Comité de Auditoría lo integrarán tres (3) miembros independientes de la Junta Directiva a elección de la Asamblea General de Accionistas. Los miembros del Comité de Auditoría serán designados por la Asamblea General de Accionistas, para períodos de un año, y deberán contar con adecuada experiencia para cumplir a cabalidad con las funciones que corresponden al mismo.

#### TEXTO PROPUESTO

Artículo 39: COMITÉ DE AUDITORÍA. El Comité de Auditoría de la sociedad se integrará con tres (3) miembros de la Junta Directiva incluyendo los miembros independientes. Si la Junta Directiva estuviere conformada por más de dos (2) miembros independientes, entonces el Comité de Auditoría lo integrarán tres (3) miembros independientes de la Junta Directiva a elección de la Asamblea General de Accionistas. Los miembros del Comité de Auditoría serán designados por la Asamblea General de Accionistas, para períodos de dos (2) años, y deberán contar con adecuada experiencia para cumplir a cabalidad con las funciones que corresponden al mismo.

Artículo 49:

TEXTO ACTUAL

Artículo 49: NOMBRAMIENTO Y PERIODO. El Revisor Fiscal y su suplente deberán ser contadores públicos y serán elegidos por la Asamblea General de Accionistas para un período de un (1) año. Podrán ser reelegidos indefinidamente o removidos libremente antes del vencimiento del mismo.

TEXTO PROPUESTO

Artículo 49: NOMBRAMIENTO Y PERIODO. El Revisor Fiscal y su suplente deberán ser contadores públicos y serán elegidos por la Asamblea General de Accionistas para un período de dos (2) años. Podrán ser reelegidos indefinidamente o removidos libremente antes del vencimiento del mismo.

## ANEXO 2

### Aprobación de reformas a los artículos 3, 5, 6, 18, 20, 22, 26, 31, 34, 35, 36, 41, 42, 77, 81 y 82 de los Estatutos Sociales.

Artículo 3: DURACIÓN

TEXTO ACTUAL

Artículo 3: DURACIÓN: La sociedad tendrá una duración de cincuenta años contados a partir de la fecha de constitución y podrá ser prorrogada por tiempo igual, antes de su vencimiento.

TEXTO PROPUESTO

Artículo 3: DURACIÓN: La sociedad tendrá una duración de cien años contados a partir de la fecha de constitución y podrá ser prorrogada por tiempo igual, antes de su vencimiento.

Artículo 5: CAPITAL AUTORIZADO

TEXTO ACTUAL

Artículo 5. CAPITAL AUTORIZADO:

(.)

PARÁGRAFO: Las acciones podrán ser ordinarias, privilegiadas o con dividendo preferencial y sin derecho a voto. La sociedad podrá realizar varias emisiones de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto y de acciones privilegiadas, en cuyo caso cada emisión se denominará de acuerdo con el mes y el año de la oferta en la que se lleve a cabo la respectiva emisión. Cada clase de acciones concederá los derechos establecidos en las leyes y en el respectivo reglamento de suscripción. Para efectos de los presentes estatutos se denominan "Acciones Preferenciales 07-2006" las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto ofrecidas públicamente por la sociedad el 18 de julio de 2006 e inscritas en el Registro Nacional de Valores y Emisores de la Superintendencia Financiera de Colombia.

TEXTO PROPUESTO

Artículo 5. CAPITAL AUTORIZADO:

(.)

PARÁGRAFO: Las acciones podrán ser ordinarias, privilegiadas o con dividendo preferencial y sin derecho a voto. La sociedad podrá realizar varias emisiones de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto y de acciones privilegiadas, en cuyo caso cada emisión se denominará de acuerdo con el mes y el año de la oferta en la que se lleve a cabo la respectiva emisión. Cada clase de acciones concederá los derechos establecidos en las leyes y en el respectivo reglamento de suscripción.

Artículo 6: DERECHOS QUE CONFIEREN LAS ACCIONES

TEXTO ACTUAL

Artículo 6: DERECHOS QUE CONFIEREN LAS ACCIONES:

(.)

No existía este PARÁGRAFO.

TEXTO PROPUESTO

Artículo 6. DERECHOS QUE CONFIEREN LAS ACCIONES:

(.)

PARÁGRAFO 2: Además de los derechos que les confieren las acciones, las normas vigentes, los reglamentos y políticas de la sociedad, los accionistas tendrán derecho a presentar solicitudes y peticiones y obtener respuesta clara, completa y de fondo, dentro de los términos establecidos legalmente; conocer la información relevante de la empresa en forma clara, completa y oportuna a través de los medios dispuestos para el efecto; solicitar, con antelación a la celebración de la Asamblea, las informaciones o aclaraciones que estimen precisas relativas a los asuntos incluidos en la agenda o en el orden del día propuesto en la convocatoria, cuando sea el caso; durante la celebración de la Asamblea, solicitar las informaciones o aclaraciones que consideren convenientes acerca de los asuntos comprendidos en la agenda.

Artículo 18. NEGOCIACIÓN DE ACCIONES:

TEXTO ACTUAL

Artículo 18. NEGOCIACIÓN DE ACCIONES: El accionista que quisiere negociar total o parcialmente sus acciones ordinarias, deberá enviar una comunicación escrita a la sociedad en la cual se informe al representante legal el número de acciones, el precio, la forma de pago y los demás detalles de la oferta. El representante legal mediante comunicación escrita las ofrecerá a los demás titulares de acciones ordinarias, quienes tendrán derecho a adquirirlas preferencialmente. La oferta transmitida por el representante legal contendrá la misma información que la oferta enviada originalmente por el accionista interesado en enajenar sus acciones ordinarias. Los titulares de acciones ordinarias tendrán un plazo de quince (15) días, contados desde la fecha de la comunicación referida, para manifestar por escrito si aceptan o no la oferta. Si sólo un accionista manifestó su intención de ejercer su derecho de preferencia en la negociación, a él se le transferirán todas las acciones ofrecidas. Cuando sean varios los interesados en ejercer el derecho de preferencia, las acciones objeto de la negociación se repartirán a prorrata de las que cada accionista sea propietario, a menos que ellos acuerden otra forma. En el evento en que los accionistas manifiesten expresamente no ejercer su derecho de preferencia en la negociación o si las acciones ofrecidas no son suscritas en su totalidad, el accionista interesado quedará en libertad de enajenarlas a terceros. Las discrepancias de los accionistas interesados, en relación con el valor o la forma de pago de las acciones, serán resueltas por peritos designados como se prevé en el Título IV del Libro Sexto del Código de Comercio.

TEXTO PROPUESTO

Artículo 18. NEGOCIACIÓN DE ACCIONES: El accionista que quisiere negociar total o parcialmente sus acciones ordinarias, deberá enviar una comunicación escrita a la sociedad en la cual se informe al representante legal el número de acciones, el precio, la forma de pago y los demás detalles de la oferta. El representante legal mediante comunicación escrita las ofrecerá a los demás titulares de acciones ordinarias, quienes tendrán derecho a adquirirlas preferencialmente. La oferta transmitida por el representante legal contendrá la misma información que la oferta enviada originalmente por el accionista interesado en enajenar sus acciones ordinarias. Los titulares de acciones ordinarias tendrán un plazo de quince (15) días hábiles, contados desde la fecha de la comunicación referida, para manifestar por escrito si aceptan o no la oferta. Si sólo un accionista manifestó su intención de ejercer su derecho de preferencia en la negociación, a él se le transferirán todas las acciones ofrecidas. Cuando sean varios los interesados en ejercer el derecho de preferencia, las acciones objeto de la negociación se repartirán a prorrata de las que cada accionista sea propietario, a menos que ellos acuerden otra forma. En el evento en que los accionistas manifiesten expresamente no ejercer su derecho de preferencia en la negociación o si las acciones ofrecidas no son suscritas en su totalidad, el accionista interesado quedará en libertad de enajenarlas a terceros. Las discrepancias de los accionistas interesados, en relación con el valor o la forma de pago de las acciones, serán resueltas por peritos designados como se prevé en el Título IV del Libro Sexto del Código de Comercio y demás normas que lo complementen, modifiquen o sustituyan.

PARÁGRAFO 2. Negociación de Acciones Preferenciales 07-2006. El accionista que quisiere negociar total o parcialmente sus Acciones Preferenciales 07-2006, deberá enviar una comunicación escrita a la sociedad en la cual se informe al representante legal el número de acciones, el precio, la forma de pago y los demás detalles de la oferta. El representante legal mediante comunicación escrita las ofrecerá a los titulares de acciones ordinarias de la sociedad dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha de recibo de la comunicación, quienes tendrán derecho a adquirirlas preferencialmente. La oferta transmitida por el representante legal contendrá la misma información que la oferta enviada originalmente por el accionista interesado en enajenar sus acciones ordinarias. Los titulares de acciones ordinarias tendrán un plazo de quince (15) días hábiles contados desde la fecha de la comunicación referida, para manifestar por escrito si aceptan o no la oferta. Si sólo un accionista manifestó su intención de ejercer su derecho de preferencia en la negociación, a él se le transferirán todas las acciones ofrecidas. Cuando sean varios los interesados en ejercer el derecho de preferencia, las acciones objeto de la negociación se repartirán a prorrata de las que cada accionista sea propietario, a menos que ellos acuerden otra forma. En el evento en que los titulares de acciones ordinarias manifiesten expresamente no ejercer su derecho de preferencia en la negociación o si las acciones ofrecidas no son suscritas en su totalidad, el accionista interesado quedará en libertad de enajenarlas a terceros. Las discrepancias de los accionistas interesados, en relación con el valor o la forma de pago de las acciones, serán resueltas por peritos designados como se prevé en el Título IV del Libro Sexto del Código de Comercio.

(.)

PARÁGRAFO 3. Negociación de Acciones Preferenciales 07-2006. No habrá lugar al ejercicio del derecho de preferencia en la negociación de las Acciones Preferenciales 07-2006 cuando el traspaso de dichas acciones se haga como consecuencia del ejercicio de cualquier opción de venta que haya ofrecido la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia – Oficina Central a los titulares de dicha clase de acciones.

Artículo 20:

**TEXTO ACTUAL****Artículo 20: ÓRGANOS DE DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN:**

Para su dirección, administración y representación, la sociedad tiene los siguientes órganos: a) Asamblea General de Accionistas; b) Junta Directiva; c) Comité de Auditoría, y d) Presidencia. La dirección de la sociedad corresponde a la Asamblea General de Accionistas, mientras que su administración y la gestión de los negocios sociales, a la Junta Directiva y al Presidente. El Comité de Auditoría, por su parte, se encargará de la supervisión del programa de auditoría interna. La representación legal de la sociedad estará a cargo del Presidente. Cada uno de los órganos indicados tiene las facultades y atribuciones que le confieren estos estatutos, las que ejercerán con arreglo a las normas especiales aquí expresadas y a las disposiciones legales.

Artículo 22:

**TEXTO ACTUAL****Artículo 22: REUNIONES DE LA ASAMBLEA:**

(.)  
PARÁGRAFO 1. Siempre que ello se pueda probar, habrá reunión de la Asamblea General de Accionistas cuando por cualquier medio todos los accionistas puedan deliberar y decidir por comunicación simultánea o sucesiva. En este último caso, la sucesión de comunicaciones deberá ocurrir de manera inmediata de acuerdo con el medio empleado. En el evento en que la sociedad se encuentre sometida a inspección y vigilancia de la Superintendencia de Sociedades, será obligatorio para la utilización de este mecanismo tener la presencia de un delegado de ese despacho, el cual deberá ser solicitado con ocho (8) días de anticipación. Al contrario, si la sociedad no se encontrare sometida a inspección y vigilancia y una vez utilizado el mecanismo de reuniones no presenciales, deberá quedar prueba de la adopción de las decisiones a través de mensajes vía telefax, en donde aparezca la hora, el girador, el texto del mensaje, las grabaciones magnetofónicas u otros mecanismos similares.

Artículo 26:

**TEXTO ACTUAL**

Artículo 26: PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA: Las reuniones de la Asamblea serán presididas por la persona a quien designe la Asamblea por mayoría de los votos correspondientes a las acciones representadas en la reunión. La Asamblea tendrá por Secretario al Presidente titular de la sociedad y, a falta de éste, a la persona que en calidad de secretario ad-hoc designe la Asamblea de Accionistas.

Artículo 31:

**TEXTO ACTUAL****Artículo 31: FUNCIONES DE LA ASAMBLEA:**

(.)  
No existía este PARÁGRAFO.

**TEXTO PROPUESTO****Artículo 20: ÓRGANOS DE DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN:**

Para su dirección, administración y representación, la sociedad tiene los siguientes órganos: a) Asamblea General de Accionistas; b) Junta Directiva; c) Comité de Auditoría, y los demás Comités que sean constituidos por la Junta Directiva y d) Presidencia. La dirección de la sociedad corresponde a la Asamblea General de Accionistas, mientras que su administración y la gestión de los negocios sociales, a la Junta Directiva y al Presidente. El Comité de Auditoría, por su parte, cumplirá las funciones que le asignen las leyes, los reglamentos y códigos de la sociedad y los presentes Estatutos. La representación legal de la sociedad estará a cargo del Presidente. Cada uno de los órganos indicados tiene las facultades y atribuciones que le confieren estos estatutos, las que ejercerán con arreglo a las normas especiales aquí expresadas y a las disposiciones legales.

**TEXTO PROPUESTO****Artículo 22: REUNIONES DE LA ASAMBLEA:**

(.)  
PARÁGRAFO 1. Siempre que ello se pueda probar, habrá reunión de la Asamblea General de Accionistas cuando por cualquier medio todos los accionistas puedan deliberar y decidir por comunicación simultánea o sucesiva. En este último caso, la sucesión de comunicaciones deberá ocurrir de manera inmediata de acuerdo con el medio empleado.

**TEXTO PROPUESTO**

Artículo 26: PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA: Las reuniones de la Asamblea serán presididas por la persona a quien designe la Asamblea por mayoría de los votos correspondientes a las acciones representadas en la reunión. La Asamblea tendrá por Secretario al Secretario de la Junta Directiva, al Representante Legal de la sociedad o a la persona que en calidad de secretario ad-hoc designe la Asamblea de Accionistas.

**TEXTO PROPUESTO****Artículo 31: FUNCIONES DE LA ASAMBLEA:**

(.)  
PARÁGRAFO. Son funciones indelegables de la Asamblea General de Accionistas: 1) La aprobación de la política general de remuneración de la Junta Directiva, y en el caso de la Alta Gerencia únicamente cuando a ésta se le reconozca un componente variable vinculado al valor de la acción; 2) La aprobación de la política de sucesión de la Junta Directiva cuando aplique; 3) La adquisición, venta o gravamen de activos estratégicos cuando a juicio de la Junta Directiva resulten esenciales para la sociedad o cuando, en la práctica, estas operaciones puedan conllevar una modificación efectiva del objeto social. 4) La aprobación de operaciones de segregación (escisión impropia) de la sociedad.

Artículo 34:

**TEXTO ACTUAL**

Artículo 34: QUÓRUM Y MAYORÍA DECISORIA:

La Junta Directiva podrá deliberar con la presencia de al menos cuatro (4) de sus miembros y decidirá con la mayoría de sus miembros.

Artículo 35:

**TEXTO ACTUAL**

Artículo 35. REUNIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA:

La Junta Directiva se reunirá ordinariamente una vez al trimestre y, en todo caso, extraordinariamente, cuando sea convocada por el Presidente o por el Revisor Fiscal, funcionarios que podrán participar en sus deliberaciones pero sin derecho a voto. Cada director tendrá derecho a un voto pero con la presencia del principal no podrá votar el suplente.

**PARÁGRAFO 1.** La Junta Directiva tendrá un Presidente designado para un periodo de dos (2) años, quien será elegido de su seno por los directores. El Presidente de la Junta Directiva presidirá todas las reuniones de la Junta Directiva y a falta de éste, se designará un Presidente para la respectiva reunión entre los miembros presentes.

La Junta Directiva tendrá un secretario que puede o no ser miembro de ella y cuya designación puede ser de carácter permanente o para cada reunión.

(.)

No existía este PARÁGRAFO

(.)

No existía este PARÁGRAFO

**TEXTO PROPUESTO**

Artículo 34: QUÓRUM Y MAYORÍA DECISORIA:

La Junta Directiva podrá deliberar y decidir con la mayoría simple de sus miembros salvo para los casos y asuntos en los que estos estatutos establecen un quórum o una mayoría diferente.

**TEXTO PROPUESTO**

Artículo 35. REUNIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA:

La Junta Directiva se reunirá ordinariamente al menos una vez al trimestre y, en todo caso, extraordinariamente, cuando sea convocada por el Presidente o por el Revisor Fiscal, funcionarios que podrán participar en sus deliberaciones pero sin derecho a voto. Cada director tendrá derecho a un voto pero con la presencia del principal no podrá votar el suplente. (.)

**PARÁGRAFO 1.** La Junta Directiva tendrá un Presidente designado para un periodo de dos (2) años, quien será elegido de su seno por los directores. El Presidente de la Junta Directiva presidirá todas las reuniones de la Junta Directiva y a falta de éste, se designará un Presidente para la respectiva reunión entre los miembros presentes

(.)

**PARÁGRAFO 2.** Son funciones del Presidente de la Junta Directiva: 1) Planear y presidir las reuniones de la Junta Directiva. 2) Liderar el proceso de evaluación anual de la Junta Directiva y sus Comités de apoyo. 3) Ser vocero y representante de la Junta Directiva ante las diferentes instancias de gobierno de la sociedad. 4) Las demás que le asignen las disposiciones legales vigentes y el reglamento de la Junta Directiva.

(.)

**PARÁGRAFO 3.** La Junta Directiva tendrá un secretario que puede o no ser miembro de ella y cuya designación puede ser de carácter permanente o para cada reunión. El secretario de la Junta Directiva cumplirá las funciones que se le asignan en el reglamento de la Junta Directiva. Cuando actúe exclusivamente como Secretario de la Junta Directiva, su nombramiento y remoción corresponderá a la Junta Directiva, con informe previo del Comité de Talento. Cuando la posición de Secretario de la Junta Directiva coincide con otras posiciones ejecutivas dentro de la sociedad, se asegurará su independencia frente al Presidente de la sociedad, por lo que su nombramiento y remoción corresponderá a la Junta Directiva a propuesta del Presidente de la sociedad, con informe previo del Comité de Talento. El informe previo del Comité de Talento previsto en este PARÁGRAFO no será requerido para la designación de un secretario interino o "ad-hoc" en ausencia del secretario titular.

## Artículo 35. REUNIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA:

## TEXTO ACTUAL

(. )

PARÁGRAFO 2. Con al menos diez (10) días comunes de anticipación a una reunión de Junta Directiva se convocará por escrito a sus miembros a la respectiva reunión. Esta comunicación deberá dirigirse a la última dirección que el respectivo miembro de Junta haya registrado en la administración de la Sociedad. El aviso incluirá el orden del día con los temas que serán discutidos en la respectiva reunión. Durante los diez (10) días comunes anteriores a la respectiva reunión se pondrá a disposición de los miembros de Junta la información que pueda ser relevante para la toma de decisiones, de acuerdo con el orden del día contenido en el aviso.

En la misma forma se efectuarán las convocatorias para las reuniones del comité de auditoría y los comités que constituya la Junta Directiva.

## Artículo 36:

## TEXTO ACTUAL

## Artículo 36. FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA:

(. )

No existía este PARÁGRAFO.

## TEXTO PROPUESTO

(. )

PARÁGRAFO 4. Con al menos diez (10) días comunes de anticipación a una reunión de Junta Directiva se convocará por escrito a sus miembros a la respectiva reunión. Esta comunicación deberá dirigirse a la última dirección que el respectivo miembro de Junta haya registrado en la administración de la Sociedad. El aviso incluirá el orden del día con los temas que serán discutidos en la respectiva reunión. Durante los diez (10) días comunes anteriores a la respectiva reunión se pondrá a disposición de los miembros de Junta la información que pueda ser relevante para la toma de decisiones, de acuerdo con el orden del día contenido en el aviso.

Las convocatorias para las reuniones del comité de auditoría y los comités que constituya la Junta Directiva se efectuarán en la forma prevista en sus respectivos reglamentos o, en su defecto, en la forma prevista en este artículo.

Artículo 36:

## TEXTO ACTUAL

## TEXTO PROPUESTO

General de Accionistas de la política de remuneración de la Junta Directiva. 20) La propuesta a la Asamblea General de la política en materia de recompra de acciones propias. 21) La propuesta a la Asamblea General para la contratación del Revisor Fiscal, previo el análisis de su experiencia y demás criterios técnicos necesarios para desarrollar su labor. 22) La constitución o adquisición de participaciones en entidades domiciliadas en países o territorios que tengan la consideración de paraísos fiscales, así como otras transacciones u operaciones de naturaleza análoga, que por su complejidad pongan en riesgo la transparencia de la sociedad. 23) El conocimiento y administración de los conflictos de interés entre la sociedad y los accionistas, miembros de la Junta Directiva y la Alta Gerencia, velando porque se gestionen en las instancias legales que correspondan. 24) El conocimiento y la aprobación de las operaciones que la sociedad realiza con accionistas controlantes o representados en la Junta Directiva; con los miembros de la Junta Directiva y otros Administradores o con personas a ellos vinculadas. 25) Organizar el proceso de evaluación anual de la Junta Directiva de acuerdo con metodologías comúnmente aceptadas de autoevaluación o evaluación que pueden considerar la participación de asesores externos. 26) Actuar como enlace entre la sociedad y sus accionistas, creando los mecanismos adecuados para suministrar información veraz y oportuna sobre la marcha de la sociedad. 27) La supervisión sobre la integridad y confiabilidad de los sistemas contables y de información interna con base, entre otros, en los informes de auditoría interna y de los representantes legales. 28) La supervisión y seguimiento al cumplimiento de las políticas de revelación y comunicación de la información, financiera y no financiera, que por su condición de emisora la sociedad debe hacer pública periódicamente. 29) La supervisión de la independencia y eficiencia de la función de auditoría interna. 30) La supervisión de la eficiencia de las prácticas de Gobierno Corporativo implementadas, y el nivel de cumplimiento de las normas éticas y de conducta adoptadas por la sociedad. 31) El control periódico del desempeño de la sociedad y del giro ordinario de los negocios, así como conocer la evaluación del desempeño de la Alta Gerencia. 32) Velar porque el proceso de proposición y elección de los miembros de la Junta Directiva se efectúe de acuerdo con las disposiciones aplicables a la sociedad.

(.)

PARÁGRAFO 1. En adición a los demás comités que la Junta Directiva pueda crear, la Junta Directiva tendrá un comité de compensación. El comité de compensación estará conformado por tres (3) miembros designados por la Junta Directiva para períodos de dos (2) años, de los cuales por lo menos uno deberá ser un miembro independiente de la Junta Directiva. El comité de compensación deberá, supervisar y recomendar las políticas, planes y acciones de compensación de la sociedad y presentar los informes correspondientes a la Junta Directiva. Adicionalmente, este comité tendrá las demás funciones acorde con su naturaleza que determine la Junta Directiva.

Artículo 41:

## TEXTO ACTUAL

## TEXTO PROPUESTO

Artículo 41: REUNIONES DEL COMITÉ DE AUDITORÍA:

El Comité de Auditoría se reunirá ordinariamente cada tres (3) meses y, en todo caso, extraordinariamente, cuando sea convocado por la Asamblea General de Accionistas, la Junta Directiva, el Revisor Fiscal o el Presidente. Cada miembro del Comité de Auditoría tendrá derecho a un voto. El Comité de Auditoría contará con la presencia del Revisor Fiscal de la Sociedad, quien asistirá con derecho a voz y sin voto.

Artículo 41: REUNIONES DEL COMITÉ DE AUDITORÍA:

El Comité de Auditoría se reunirá ordinariamente, por lo menos, cada tres (3) meses y, en todo caso, extraordinariamente, cuando sea convocado por la Asamblea General de Accionistas, la Junta Directiva, el Revisor Fiscal o el Presidente. Cada miembro del Comité de Auditoría tendrá derecho a un voto. El Comité de Auditoría contará con la presencia del Revisor Fiscal de la Sociedad, quien asistirá con derecho a voz y sin voto.

Artículo 41:

TEXTO ACTUAL

TEXTO PROPUESTO

Artículo 42: FUNCIONES DEL COMITÉ DE AUDITORÍA:

El Comité de Auditoría ejercerá las siguientes funciones: 1) Supervisar el cumplimiento del programa de auditoría interna, el cual debe tener en cuenta los riesgos del negocio; 2) Evaluar integralmente la totalidad de las áreas de la Sociedad; 3) Velar por que la preparación, presentación y revelación de la información financiera se ajuste a lo dispuesto en la ley; 4) Considerar los estados financieros de la sociedad antes de que éstos sean sometidos a consideración de la Junta Directiva y de la Asamblea General de Accionistas; 5) Revisar la integridad de los estados financieros de la compañía; 6) Revisar los controles financieros de la compañía en relación con asuntos financieros y contables; 7) Revisar los procesos de auditoría, contables y de reporte financiero de la compañía; 8) Revisar el cumplimiento por la compañía de obligaciones legales y regulatorias; 9) Revisar la idoneidad, independencia y desempeño del revisor fiscal; 10) Revisar el desempeño de los auditores internos de la compañía y ejercer las demás funciones que se le asignen en los presentes estatutos o en las leyes.

Artículo 77:

TEXTO ACTUAL

TEXTO PROPUESTO

Artículo 77: CLÁUSULA COMPROMISORIA:

Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí o a éstos con la sociedad por razón del contrato social, de su desarrollo, ejecución o interpretación, durante la existencia de la sociedad o con motivo de su disolución y durante el proceso de liquidación, serán sometidas a la decisión en derecho de un tribunal de arbitramento que funcionará en el domicilio social, integrado por tres (3) árbitros designados por la Cámara de Comercio de Bogotá, quienes serán ciudadanos colombianos, abogados inscritos, quienes decidirán en derecho. El tribunal funcionará en la ciudad de Bogotá DC y será administrado por la Cámara de Comercio de Bogotá. En lo no previsto se aplicarán las normas del Código de Comercio.

**PARÁGRAFO 3.** Lo previsto en la presente cláusula se entenderá sin perjuicio de la aplicación de las cláusulas compromisorias previstas (i) en el contrato de suscripción de acciones celebrado entre la sociedad y la Corporación Financiera Internacional (International Finance Corporation) el 29 de junio de 2007, tal y como pueda ser modificado de tiempo en tiempo, (ii) en el acuerdo de accionistas suscrito entre la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y la Corporación Financiera Internacional (International Finance Corporation) el 12 de septiembre de 2007, tal y como pueda ser modificado de tiempo en tiempo y (iii) en el acuerdo de opción de venta suscrito entre la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y la Corporación Financiera Internacional (International Finance Corporation) el 12 de septiembre de 2007, tal y como pueda ser modificado de tiempo en tiempo.

En caso de conflicto entre alguna de las cláusulas compromisorias previstas en dichos contratos y la prevista en el presente artículo, se preferirá, hasta donde lo permita la ley aplicable y exclusivamente para dirimir los conflictos cubiertos expresamente por dichas cláusulas, aquella contenida en los referidos contratos.

Artículo 42: FUNCIONES DEL COMITÉ DE AUDITORÍA:

El Comité de Auditoría ejercerá las siguientes funciones: 1) Supervisar el cumplimiento del programa de auditoría interna, el cual debe tener en cuenta los riesgos del negocio; 2) Evaluar integralmente la totalidad de las áreas de la Sociedad; 3) Velar por que la preparación, presentación y revelación de la información financiera se ajuste a lo dispuesto en la ley; 4) Considerar los estados financieros de la sociedad antes de que éstos sean sometidos a consideración de la Junta Directiva y de la Asamblea General de Accionistas; 5) Revisar la integridad de los estados financieros de la compañía; 6) Revisar los controles financieros de la compañía en relación con asuntos financieros y contables; 7) Revisar los procesos de auditoría, contables y de reporte financiero de la compañía; 8) Revisar el cumplimiento por la compañía de obligaciones legales y regulatorias; 9) Revisar la idoneidad, independencia y desempeño del revisor fiscal; 10) Revisar el desempeño de los auditores internos de la compañía y ejercer las demás funciones que se le asignen en los presentes estatutos, en su reglamento interno, o en las leyes.

Artículo 77: CLÁUSULA COMPROMISORIA:

Salvo por aquellas materias que por atribución legal deban dirimirse necesariamente ante la jurisdicción ordinaria o no sean susceptibles de arbitraje, las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí o a éstos con la sociedad, o con sus administradores por razón del contrato social, de su desarrollo, ejecución o interpretación, durante la existencia de la sociedad o con motivo de su disolución y durante el proceso de liquidación, serán sometidas a la decisión en derecho de un tribunal de arbitramento que funcionará en el domicilio social, integrado por tres (3) árbitros designados por la Cámara de Comercio de Bogotá, quienes serán ciudadanos colombianos, abogados inscritos, quienes decidirán en derecho. El tribunal funcionará en la ciudad de Bogotá DC y será administrado por la Cámara de Comercio de Bogotá. En lo no previsto se aplicarán las normas del Código de Comercio.

Artículo 81:

TEXTO ACTUAL

Artículo 81: BUENAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO:

Procafecol S.A, sus administradores y funcionarios están obligados a cumplir las políticas, los reglamentos, manuales o estándares de buenas prácticas de Gobierno Corporativo que la Compañía adopte. Salvo que en dichos documentos se disponga otra cosa, corresponderá al Gerente de Control Interno velar por la implementación y aplicación de los mismos al interior de la sociedad.

TEXTO PROPUESTO

Artículo 81. BUENAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO:

Procafecol S.A, sus administradores y funcionarios están obligados a cumplir las políticas, los reglamentos, manuales o estándares de buenas prácticas de Gobierno Corporativo que la Compañía adopte. Salvo que en dichos documentos se disponga otra cosa, corresponderá a la Junta Directiva, con el apoyo de los comités que designe para el efecto y al Presidente de la sociedad velar por la implementación y aplicación de los mismos al interior de la sociedad.

Artículo 82:

TEXTO ACTUAL

Artículo 82. MODIFICACIONES DE LOS ESTATUTOS:

No existía este ARTÍCULO.

TEXTO PROPUESTO

Artículo 82. MODIFICACIONES DE LOS ESTATUTOS:

Las decisiones sobre reformas al contrato social deberán ser aprobadas por la Asamblea General de Accionistas en la forma prevista en las disposiciones legales y en estos Estatutos. Las modificaciones de los Estatutos siempre se votarán separadamente por cada artículo.

# ANEXO 3

## Informe a la asamblea general de accionistas sobre el funcionamiento de la Junta Directiva y evaluación de la presidenta – año 2022

### 1. Composición de la Junta Directiva

De acuerdo con lo establecido en los Estatutos Sociales, la Junta Directiva de Procafecol S.A. está conformada por cinco (5) miembros principales y sus respectivos suplentes personales, elegidos por la Asamblea General de Accionistas para períodos de dos (2) años. Los miembros principales y los suplentes pueden ser removidos libremente por la Asamblea en cualquier tiempo, pero no pueden ser reemplazados en elecciones parciales sin proceder a nueva selección por el sistema de cociente electoral, a menos que las vacantes se provean por unanimidad de los votos correspondientes a las acciones representadas en la reunión. Tres (3) miembros de la Junta Directiva y sus respectivos suplentes, son miembros independientes de conformidad con lo previsto en la Ley 964 de 2005.

### 2. Proceso de nombramiento de los miembros de la Junta Directiva

Cada año, durante la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas, los accionistas presentan las listas de candidatos para miembros principales y suplentes de la Junta.

Las listas propuestas en todo caso deben observar los requisitos que establecen la Ley, los Estatutos, el Reglamento de la Junta Directiva de Procafecol S.A. y demás normas aplicables, y en especial los siguientes:

- Todos los miembros de Junta Directiva, independientemente de su condición, deben cumplir con requisitos de trayectoria profesional, formación académica y experiencia suficiente, relacionados con los temas de interés para la Sociedad. La experiencia primará sobre la formación académica.
- Al menos dos (2) miembros de la Junta Directiva deben ser independientes en los términos de la Ley 964 de 2005.
- Los miembros independientes, además de satisfacer los requisitos que la ley impone, deben cumplir las condiciones que establece el Artículo 33 de los Estatutos de la Compañía, los cuales se enuncian más adelante.

### 3. Miembros independientes de la Junta Directiva

Además de los requisitos establecidos en el artículo 44 de la Ley 964 de 2005, los Estatutos de Procafecol S.A. establecen unos requisitos adicionales que deben cumplir los miembros independientes de la Junta Directiva, a saber:

1. No hayan sido empleados por la Compañía o sus afiliadas durante los dos (2) años anteriores a la elección;
2. No sean asesores o consultores de la Compañía, de sus afiliadas o de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia;
3. No sean empleados de un cliente o proveedor importante de la Compañía o de sus subsidiarias (un cliente que repre-

sente más del 20% de los ingresos operativos de la Compañía o subsidiaria o un proveedor cuyos ingresos operaciones provengan en más de un 20% de la Compañía o subsidiaria se presumirán como importantes para efectos de esta estipulación);

4. No tengan contratos de prestación de servicios con la Compañía, sus afiliadas, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia o sus respectivos administradores;
5. No sean un miembro de la familia inmediata de un individuo que sea, o haya sido durante los dos (2) años anteriores, empleado por la Compañía, sus subsidiarias o la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como administrador;
6. No ejerzan, o sean miembros de un grupo de personas que colectivamente ejerzan, control sobre la Compañía.

Procafecol S.A. verifica que se cumplan y mantengan los requisitos de independencia previstos en la ley y en los Estatutos, sin perjuicio de la obligación de cada miembro independiente de verificar el cumplimiento de tales requisitos y manifestar a Procafecol S.A. cualquier circunstancia sobreviniente que pudiera afectar esa condición.

### 4. Perfil e integración de la Junta Directiva

La actual Junta Directiva fue elegida por la Asamblea General de Accionistas en su sesión del 31 de marzo de 2022, quedando conformada de la siguiente manera:

Miembros de la Junta Directiva	Número de acciones
Juan Camilo Becerra Botero	No posee acciones
Juan Camilo Ramos Mejía	No posee acciones
María Ángela Holguín Cuéllar	No posee acciones
Juan Camilo Robledo Vásquez	No posee acciones
Pablo Casabianca Escallón	No posee acciones
Claudia Amparo Barrero Lozano	No posee acciones
Ana María Barrera Vallejo	No posee acciones
Yonatan Bursztyn Vainburg	No posee acciones
Carlos Alberto Eraso López	500 acciones ordinarias
Ana María Folleco Alzate	2 acciones ordinarias

También contó con la participación de caficultores destacados por su liderazgo y representatividad, así como de altos ejecutivos de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia respaldados por el Comité Directivo de esa institución. La Junta Directiva resalta la destacada participación de mujeres en esta instancia de dirección y gobierno en Procafecol, que para el año 2022 representó el 40% de sus integrantes.

##### 5. Funciones y responsabilidades de la Junta Directiva

En la Junta Directiva se entiende delegado el mandato para administrar la sociedad, y, por consiguiente, tiene atribuciones para ordenar que se ejecute o celebre cualquier acto o contrato comprendido dentro del objeto social y para adoptar las determinaciones necesarias en cumplimiento de los fines sociales. Las funciones de la Junta Directiva se establecen en los Estatutos de la Sociedad.

Los miembros de la Junta Directiva deben actuar de buena fe y con lealtad para con la Sociedad; una vez elegidos, representar a la totalidad de los accionistas y, por lo tanto, no actuar en interés de accionistas o grupos de accionistas en particular; ejercer su cargo en forma objetiva y autónoma; obrar con la diligencia del buen hombre de negocios; promover, en lo que concierne a sus funciones, el estricto cumplimiento

de las disposiciones legales, estatutarias y reglamentarias de la Sociedad, así como las normas y prácticas de Gobierno Corporativo y los valores de la Sociedad.

##### 6. Operatividad de la Junta Directiva y actuaciones destacadas

Durante el 2022, la Junta Directiva de Procafecol S.A. sesionó diez (10) veces, en reuniones mixtas de participación presencial y mediante comunicación simultánea (videoconferencia).

Todas las reuniones se ajustaron a lo previsto en los Estatutos Sociales de la Compañía en cuanto a su convocatoria y quorum necesario para deliberar y decidir. Las decisiones y aprobaciones de la Junta Directiva se ajustaron a lo previsto en los Artículos 34, 35 y 36 de los Estatutos Sociales de la Compañía y las demás normas aplicables.

En sus sesiones, la Junta Directiva recibió de la administración los informes financieros y comerciales, informes sobre los distintos ámbitos del negocio y otras proposiciones. Dentro de los asuntos más relevantes que fueron objeto de estudio y análisis por parte de la Junta Directiva se encuentran los siguientes:

#### ASISTENCIA JUNTA DIRECTIVA AÑO 2022

Junta Directiva	Miembros	Asistencia a reuniones durante el periodo 2022										
		11/02	09/03	21/04	19/05	16/06	14/07	01/09	19/10	22/11	09/12	
	Juan Camilo Becerra	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	María Ángela Holguín	X	X	-	X	X	X	X	X	-	X	
	Pablo Casabianca	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Ana María Barrera	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	
	Carlos Alberto Eraso	X	X	X	-	X	X	X	X	X	-	
	Juan Camilo Ramos	X	X	-	-	X	X	X	X	X	X	
	Juan Camilo Robledo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Claudia Barrero	X	X	-	-	-	X	X	X	-	X	
	Yonatan Bursztyn	X	X	X	X	-	-	X	X	-	X	
	Ana María Folleco	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

- Seguimiento al desempeño financiero, la situación patrimonial y el nivel de endeudamiento de la compañía
- Revisión y seguimiento a los resultados de los canales nacionales e internacionales y al desempeño de subsidiarias y sociedades.
- Seguimiento al plan de fortalecimiento del sistema de franquicias, estructura de soporte y operación internacional.
- Aprobación de candidatos para el desarrollo de franquicias y negocios conjuntos en Colombia, México, Guatemala, España, Emiratos Árabes y Egipto.
- Aprobación y seguimiento del plan estratégico de la compañía (2022-2027) Revisión y seguimiento a proyectos de crecimiento y proyectos comerciales estratégicos y de innovación
- Aprobación de condiciones para el reconocimiento de bono anual 2022 Revisión de la estrategia de talento y del plan de sucesión de la alta gerencia y seguimiento a las mediciones del Índice de Salud Organizacional (OHI)
- Revisión y seguimiento al Plan de Mercadeo 2022
- Seguimiento a la estrategia de Transformación Digital

- Seguimiento a la gestión de la deuda
- Revisión y adopción del Informe de Sostenibilidad 2021 preparado por la administración bajo el estándar Global Report Initiative (GRI)
- Seguimiento y revisión de las prácticas y normas internas de Gobierno Corporativo, lo que incluyó la actualización del Reglamento de Junta Directiva, la actualización del Código de Gobierno Corporativo, la constitución del Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad y la aprobación de su reglamento interno.
- Revisión de informes y seguimiento a las actividades del Comité de Auditoría, Comité de Compensación y el Comité Financiero, así como la aprobación de la disolución de este último.
- Consideración de los informes de gestión y financieros al cierre de 2021 para su presentación a la Asamblea Ordinaria de Accionistas de marzo de 2022. Seguimiento a la estrategia de sostenibilidad y revisión de informes de la gerencia sobre la materia
- Revisión y seguimiento a las actividades de control interno y de auditoría interna Revisión y seguimiento a la gestión de riesgos estratégicos y operativos Revisión de las recomendaciones del Comité de Auditoría e implementación de las acciones
- Aprobación del presupuesto 2023

## 7. Remuneración de la Junta Directiva

Los honorarios de los miembros de la Junta Directiva son fijados por la Asamblea General de Accionistas por concepto de asistencia a las reuniones de la Junta y del Comité de Auditoría. Dicha remuneración es fijada atendiendo las características de la Compañía, la responsabilidad del cargo y las directrices del mercado.

La política de remuneración vigente para los miembros de Junta Directiva durante el periodo 2022, es la aprobada por la Asamblea General de Accionistas en marzo de 2020, la cual se mantuvo sin cambios durante el 2022, así:

- Fijar los honorarios por cada sesión asistida de la Junta Directiva y del Comité de Auditoría en la suma equivalente a 85 UVT del respectivo año.
- Los miembros independientes de la Junta Directiva, tanto principales como suplentes, devengarán honorarios por cada reunión asistida de la Junta Directiva.
- Los miembros independientes de la Junta Directiva que además sean elegidos para integrar el Comité de Auditoría, devengarán honorarios por cada reunión asistida de dicho Comité.
- Los demás miembros principales de la Junta Directiva (no independientes) también devengarán honorarios por cada reunión asistida. Sus suplentes devengarán honorarios únicamente cuando asistan en ausencia del principal.

- Quedan exceptuados de este esquema quienes, al momento de su designación a la Junta Directiva, como principales o suplentes, fueren empleados de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Estas personas ejercerán sus cargos "Ad Honorem" y, por lo tanto, no devengarán honorarios por su participación en la Junta Directiva y en sus Comités. Lo anterior, dando estricto cumplimiento al Código de Ética y Buen Gobierno de la Federación Nacional de Cafeteros.

## 8. Comités de la Junta Directiva

### Comité de Auditoría

Durante el 2022, el Comité de Auditoría estuvo integrado por los doctores Pablo Casabianca, Juan Camilo Robledo y Claudia Barrero, todos miembros independientes de la Junta Directiva elegidos por la Asamblea General de Accionistas. Durante el 2022 y con la participación del Revisor Fiscal, el Comité de Auditoría se reunió en seis (6) oportunidades.

El Comité supervisó la ejecución del plan de auditoría anual 2022, los procesos de auditoría, los resultados de la gestión de riesgos, control interno, reporte de la ejecución de controles de prevención de LAF-TPADM, contables, de reporte financiero de la compañía, del agente de cumplimiento ante la Superintendencia Financiera de Colombia e informes del Comité de Ética. Además, aprobó el plan de auditoría interna anual para el año 2023. También revisó que la preparación, presentación y revelación de la información financiera se ajustara a lo dispuesto en la ley. Consideró los estados financieros de la sociedad antes de someterlos a consideración de la Junta Directiva y de la Asamblea General de Accionistas. El Comité recibió los informes periódicos de los Revisores Fiscales de la compañía e hizo seguimiento y revisión a los servicios prestados por estos. Los asuntos tratados en sus sesiones fueron oportunamente informados a la Junta.

### Comité de Talento (antes Comité de Compensación)

En el 2022, el Comité de Talento estuvo conformado por los doctores Juan Camilo Becerra, miembro patrimonial, la doctora Ana María Barrera y el doctor Yonatan Bursztyn, éstos últimos miembros independientes de la Junta Directiva, todos ellos elegidos por la Junta Directiva. Durante el 2022, el Comité se reunió en cuatro (4) oportunidades para hacer seguimiento y acompañamiento a diferentes temas relacionados con las estrategias de talento que adelanta la compañía. Entre los más relevantes se abordaron temas relacionados con estructura, desempeño, competitividad y equidad salarial, selección, formación, bienestar, seguridad y salud en el trabajo diversidad y equidad de género.

Sobre los temas abordados, el comité generó las observaciones y recomendaciones correspondientes, así como el concepto favorable para escalar los temas necesarios a la Junta Directiva.

### Comité Financiero "Ad-hoc"

En el 2022, el Comité Financiero estuvo integrado por tres (3) miembros de la Junta Directiva: los doctores Juan Camilo Becerra, miembro patrimonial y las doctoras Ana María Barrera y Claudia Barrero, miembros independientes de la Junta Directiva; y por tres (3) miembros de la administración: la doctora Camila Escobar, Presidente, y los doctores Pedro García, Vicepresidente de Estrategia y Finanzas y Mateo Rodríguez.

guez, Director Jurídico, todos ellos elegidos por la Junta Directiva.

Durante el 2022, el Comité se reunió en tres (3) oportunidades para hacer seguimiento y análisis a la estructura financiera, resultados, endeudamiento y flujo de caja de la compañía, seguimiento al proyecto de emisión de bonos en el segundo mercado, proceso que posteriormente fue desistido por decisión de la administración en conjunto con la Junta Directiva, y, por último, la revisión de estrategias para el fortalecimiento patrimonial de la compañía.

Teniendo en cuenta que las circunstancias que en su momento dieron origen a la conformación de este Comité "Ad-hoc" en 2020 se superaron, la administración y los miembros integrantes del Comité Financiero recomendaron a la Junta Directiva evaluar la continuidad o no de este Comité, a lo cual la Junta Directiva acordó la disolución de este comité en septiembre de 2022.

**9. Revelación de situaciones especiales de miembros de Junta Directiva**  
Los dos miembros patrimoniales del primer renglón de la Junta Directiva de Procafecol ostentan la condición de Gerentes y representantes legales del accionista controlante - Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, como se detalla a continuación:

- El Dr. Juan Camilo Becerra Botero, miembro principal en el primer renglón y Presidente de la Junta Directiva de Procafecol S.A., se desempeña como Gerente Administrativo y Financiero - Representante Legal Suplente de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
- El Dr. Juan Camilo Ramos Mejía, miembro suplente en el primer renglón de la Junta directiva de Procafecol, se desempeña como Gerente Comercial - Representante Legal Suplente de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Adicionalmente, los dos miembros patrimoniales en el quinto renglón de la Junta Directiva de Procafecol, también ostentan la condición de accionistas, caficultores y directivos regionales del accionista controlante - Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, como se detalla a continuación:

- El Dr. Carlos Alberto Eraso López, miembro principal en el quinto renglón de la Junta Directiva de Procafecol, es caficultor, accionista titular de quinientas (500) acciones ordinarias que representan el 0,002843% del capital social de Procafecol y miembro del Comité Departamental de Cafeteros de Nariño.
- La Dra. Ana María Folleco Alzate, miembro suplente en el quinto renglón de la Junta Directiva de Procafecol, es caficultora, accionista titular de dos (2) acciones ordinarias que representan el 0,00001% del capital social de Procafecol y miembro del Comité Departamental de Cafeteros del Valle.

Estas circunstancias fueron reveladas y puestas de presente por los miembros de Junta Directiva al momento de su designación, y son conocidas por los miembros independientes de Junta Directiva, el Comité de Auditoría, la Alta Gerencia y el Oficial de Gobierno Corporativo de Procafecol para efectos de su gestión cuando a ello haya lugar de conformidad con las políticas internas, prácticas y normas aplicables.

## 10. Evaluación de la Junta Directiva

La Junta Directiva de Procafecol S.A., basada en las recomendaciones de mejores prácticas de buen gobierno corporativo expedido por la Superintendencia Financiera y en las normas internas, realizó una autoevaluación de la Junta Directiva y sus Comités, con el propósito de revisar la gestión desarrollada durante el año 2022.

En esta revisión no participó la Administración y los resultados fueron analizados y unificados por la Junta Directiva bajo el liderazgo de su Presidente, en los siguientes aspectos:

- Efectividad de los roles de la Junta Directiva
- Composición y diversidad de la Junta Directiva
- Dinámica y funcionamiento de la Junta Directiva
- Interacción entre la Alta Gerencia y la Junta Directiva
- Relacionamiento con grupos de interés
- Comités de apoyo de la Junta Directiva
- Desempeño del Presidente y Secretario de la Junta Directiva

Con respecto al periodo 2022, la Junta identificó como fortalezas su composición con diversidad de perfiles, el trabajo articulado y fluido con la administración, la calidad de los informes recibidos, el seguimiento sobre la construcción, formulación y revisión de la estrategia de la compañía junto con sus iniciativas, la apertura y profundidad de las discusiones, la alineación de acciones e iniciativas con el plan estratégico, el aporte y valor asociado al trabajo y seguimiento de los diferentes aspectos que realizan los comités asesores y el manejo que la presidencia le da la Junta.

De otra parte, la Junta encuentra importante continuar trabajando en:

- Madurar el modelo de interacción entre la junta y la administración Desarrollar e implementar un programa de inducción y capacitación para los miembros de la Junta Directiva
- Continuar fortaleciendo la estrategia de comunicación y relacionamiento con los principales grupos de interés de la compañía.
- Mejorar la definición de las agendas para consolidar sesiones más efectivas en el manejo del tiempo enfocándose principalmente en los asuntos de dirección estratégico y toma de decisiones.
- Fortalecer el contenido de los paquetes de lectura y estudio previo a las sesiones de junta para diferenciar los asuntos informativos, los asuntos direccionadores o los asuntos de decisión.

Por último, la Junta Directiva coincidió en que para el año 2023, se deben concentrar sus esfuerzos en:

- Desarrollar sus sesiones identificando con antelación y en el desarrollo de la misma los asuntos que son de índole administrativo y los que son de índole estratégico
- Se debe trabajar en enviar la información con mayor anterioridad y con contenido más conciso.
- Motivar acciones encaminadas a fortalecer los procesos de planes de sucesión y reclutamiento de los directores, asunto que se estima tratar con diligencia en el 2023.

## 11. Evaluación de la gestión del Presidente de la Compañía

En la evaluación de la gestión del año 2022 de la Presidente Camila Escobar Corredor, se destacan diversos aspectos que comprenden su responsabilidad en el direccionamiento de la Compañía:

- Logró retar los equipos de trabajo y articularlos para ejecutar acciones comerciales de alto impacto, creando nuevos momentos de consumo y alcanzando nuevos canales de venta de forma organizada, rentable y sostenible, como el canal tradicional donde consolidó una operación que alcanzó más de 100.000 puntos de venta a nivel nacional.
- Lideró, conformó y empoderó un equipo de altos ejecutivos que permitió buscar, desarrollar y ejecutar acciones que ayudaron al fortalecimiento financiero de la compañía y la expansión a nivel nacional e internacional, alcanzando 535 tiendas a nivel mundial, con presencia en 38 países e incrementando los ingresos en un 52% frente al año 2021.
- Permeó un estilo de liderazgo incluyente a todos los niveles de la compañía, lo que se traduce en una cultura de trabajo responsable, inclusiva, equitativa y comprometida en Procafecol, donde se destaca el 67% de participación de mujeres en el equipo de colaboradores.
- Asumió con responsabilidad, dedicación y análisis objetivo la toma de decisiones frente a los retos que ha enfrentado la compañía, poniendo en marcha planes de acción efectivos.

- Reforzar diversas instancias de la empresa en temas de Gobierno Corporativo - Hizo seguimiento estricto al cumplimiento de las obligaciones de la Sociedad.

En 2022, la Presidencia se destacó por:

- Consolidar resultados históricos con los mayores ingresos reportados en la historia de la compañía, asegurando que cada logro de la empresa, se siente como de todos los equipos de trabajo.
- Alcanzar una operación con más de 500 tiendas a nivel mundial, a través de un modelo de franquicias escalable, manteniendo el valor de la marca y visibilizando a nivel internacional la marca en nuevos territorios de alto impacto.
- Consolidar el compromiso de la empresa en materia de sostenibilidad y responsabilidad ambiental, con la declaratoria del compromiso de alcanzar carbono neutralidad en el 2050.

Ejercer actividades estratégicas en pro de la expansión de la marca, logró mantener un equipo de trabajo motivado, mantuvo presente siempre la misión y la visión de la empresa para cumplir su objetivo para el cual fue creada, brindó información pertinente para el análisis y la toma de decisiones acertadas a la Junta Directiva generando resultados positivos para la marca y la empresa.

Juan Camilo Becerra Botero  
Presidente de la Junta Directiva  
PROCAFECOL S.A.

Si deseas obtener más información, puedes contactarnos a través de los siguientes canales:

**Servicio al cliente:**

**Teléfono:**

(+571) 7423995 en Bogotá o al 018000517711 a nivel nacional.

**Oficina principal:**

Procafecol S.A. Cl. 73 #8 - 13, Bogotá - Colombia

**Contáctanos en:**

-  <https://www.facebook.com/JuanValdezCafe/>
-  <https://www.instagram.com/JuanValdezCafe/>
-  [/www.youtube.com/user/juanvaldezcafeco](https://www.youtube.com/user/juanvaldezcafeco)
-  <https://www.linkedin.com/company/Juan-Valdez-Cafe/>

[www.juanvaldezcafe.com/](http://www.juanvaldezcafe.com/)



Juan Valdez®