



Juan Valdez®

INFORME DE  
SOSTENIBILIDAD  
**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  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.

Procafécol 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®. Procafécol 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 Procafécol 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 SOSTENIBILIDAD**

I. Hechos y cifras relevantes	7
II. Nominaciones y reconocimientos	11
III. Análisis de materialidad y grupos de interés	12
IV. Estrategia	13
a. Plataforma de valor compartido	16
b. Mitigación del cambio climático y economía circular	33
c. Internacionalización	42
V. Relacionamiento con Accionistas	43
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI</b>	<b>44</b>
<b>ÍNDICE CIRCULAR 012</b>	<b>46</b>



---

# GLOSARIO

[C012 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 Procafécol 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 pergamino 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 Procafécol 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.

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

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

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

**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 Procafécol 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 Procafécol S.A. a clientes como grandes superficies, cadenas de consumo masivo y distribuidores, entre otros (por mayor).

**Sell Out:** ventas realizadas por clientes de Procafécol 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://federaciondecafeteros.org/glosario/>).

<sup>3</sup> Idem.

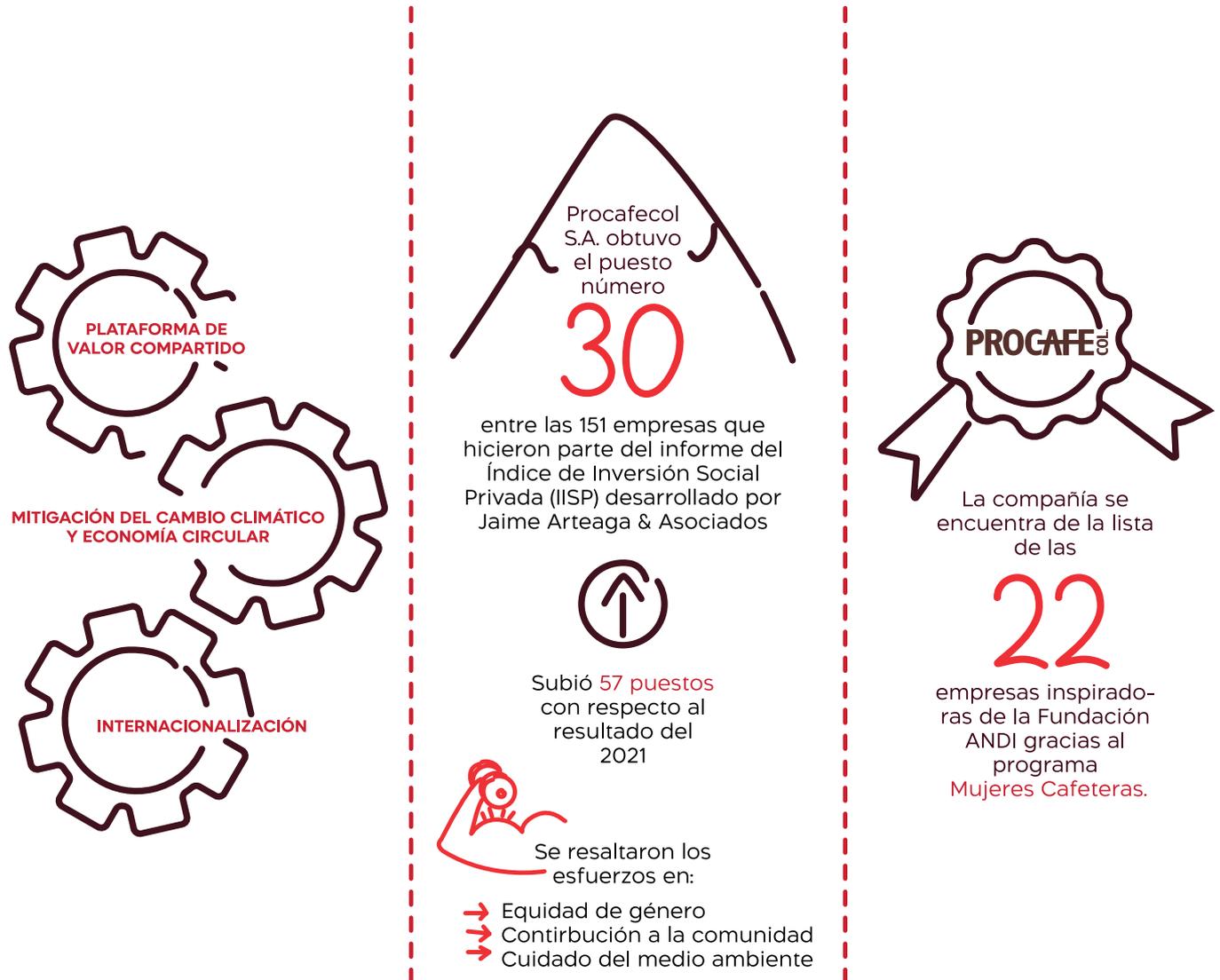
<sup>4</sup> Idem.

<sup>5</sup> Idem

# I. HECHOS Y CIFRAS RELEVANTES

## A. 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.



## B. PLATAFORMA DE VALOR COMPARTIDO



i. 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

beneficiarios y beneficiarias 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 caficultores y caficultoras 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'



Cambio en empaques de  
sándwiches y ensaladas de la línea  
por materiales con menores  
impactos ambientales, generando  
una disminución en el uso de  
plásticos de

**7.87**

toneladas para  
el año 2023.

Se gestionó con el  
Programa



**50.6** + **129.1**  
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



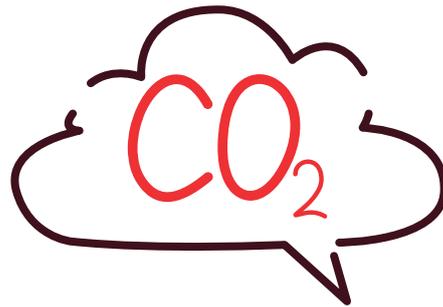
## CAMBIO CLIMÁTICO



Nos unimos a la campaña de la Organización de las Naciones Unidas y compromiso con los acuerdos de la iniciativa "Metas Basadas en Ciencia".



en Nueva York



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. ganó en los Premios P&M 2022 en la categoría de 'Menciones Especiales TOP10 2022 Acción de marca con propósito' por la campaña



vinculada con el programa de valor compartido 'Jóvenes Renacer'.

### ÍNDICE DE INVERSIÓN SOCIAL

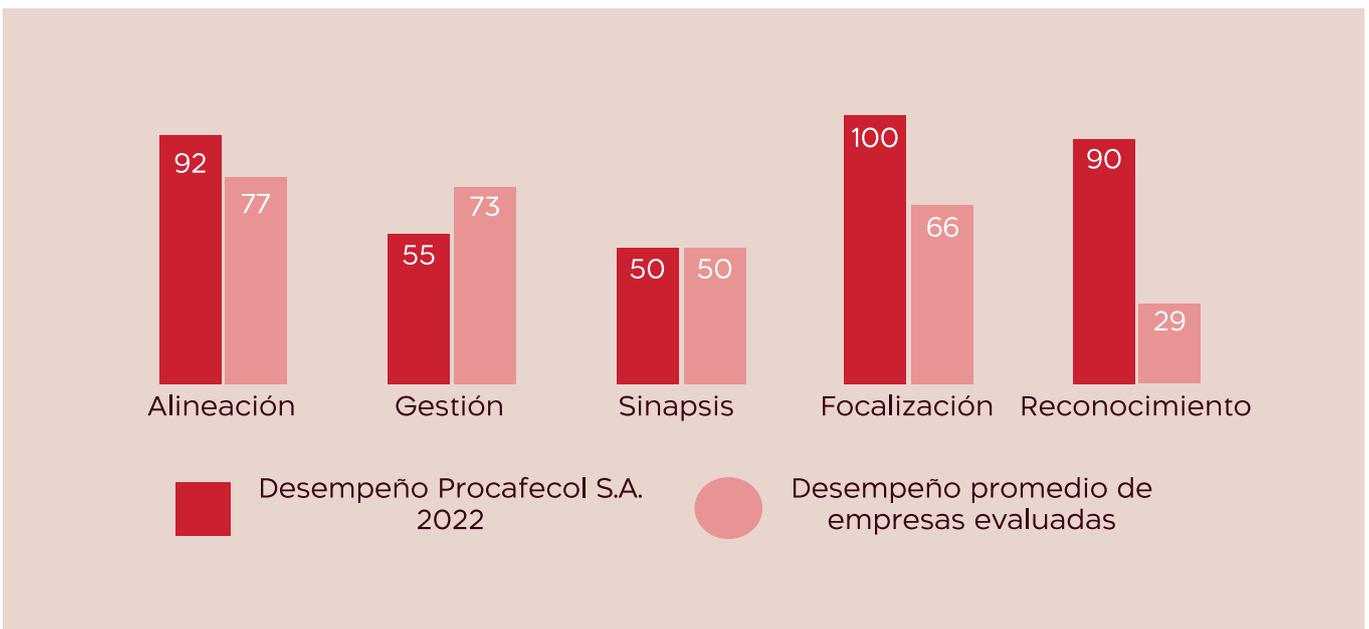
La compañía ocupó el puesto 30 en el Índice de Inversión Social liderado por Jaime Arteaga & Asociados, subiendo 57 puestos con respecto al resultado obtenido en el 2021. Este índice evalúa la inversión de las organizaciones que va más allá del mínimo requerido, cuyo retorno está en la sostenibilidad 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 propenden 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] [CO12 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:



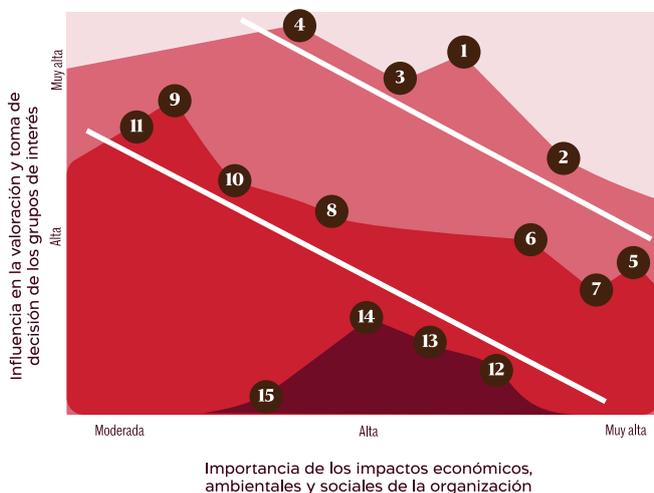
El análisis de materialidad realizado en el 2021 atiende a la necesidad de conocer las expectativas de estos grupos de interés priorizados y construir de forma conjunta la ruta de acciones y herramientas a implementar para gestionar los diferentes asuntos materiales. Este proceso pretende responder a 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.

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.

Inicialmente, se seleccionaron 49 temas del contexto de sostenibilidad, teniendo en cuenta referentes de tendencias del sector de agricultura

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 benefician 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® Café, 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 de la sostenibilidad se complementa con modelos de circularidad desde el ecodiseño que parten

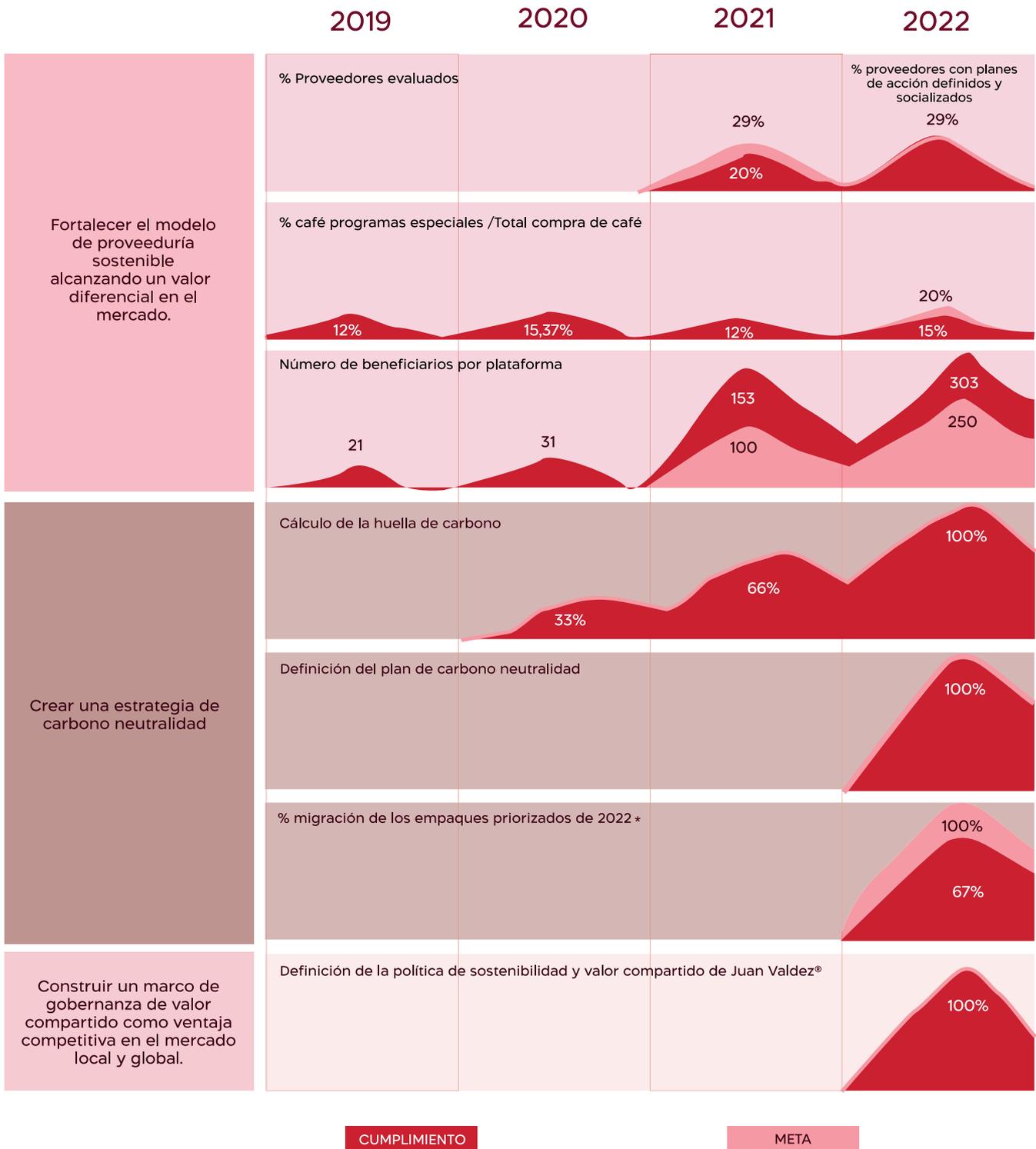
de la materialidad y reciclabilidad de los residuos. También es importante destacar la definición de criterios sostenibles para la adquisición de envases y empaques, lo cual permite determinar acciones de mejora y cambios requeridos para facilitar su aprovechamiento y disminuir su impacto.

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:

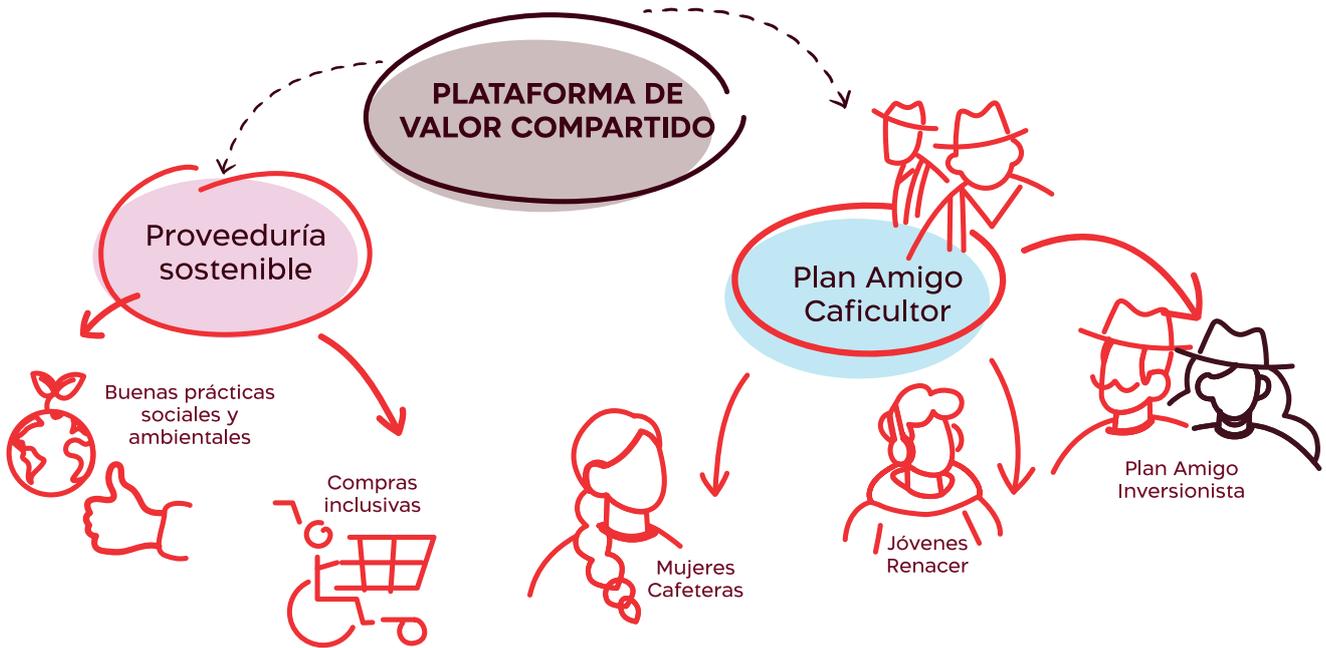


**RESULTADOS ESTRATEGIA 2022**



\* Cumplimiento a partir de la transición de material de envase de cuatro de las seis referencias priorizadas (mezcladores, pitillos, empaques de sandwiches y empaques de ensaladas).

## A. PLATAFORMA DE VALOR COMPARTIDO



### I. Proveeduría Sostenible

[GRI 308-1] [414-1]

#### BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES Y AMBIENTALES

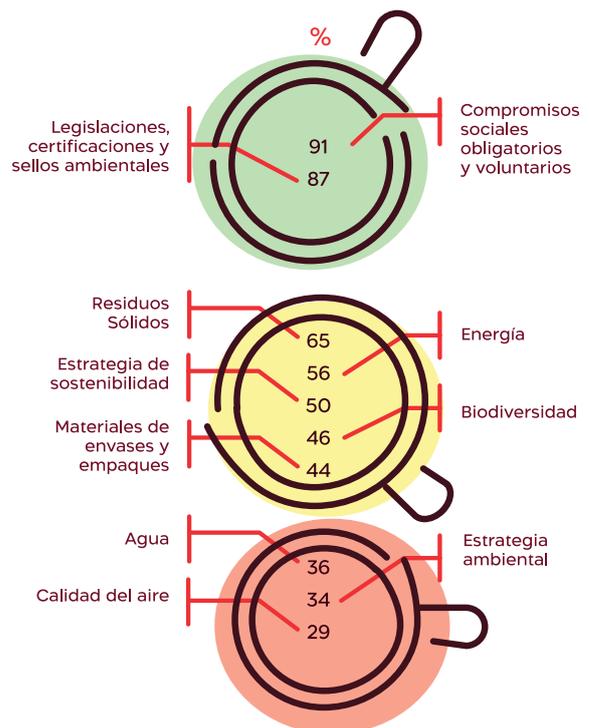
Procafecol S.A. busca ser una marca responsable y sostenible a través de su cadena de abastecimiento por medio de la implementación de diversos programas y acciones que aporten a tales objetivos.

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 hagan 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. y 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

### Listado de los acuerdos y certificaciones de Procafecol S.A.

[GRI 2-28]

#### +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 cafecultoras, el programa busca incentivar las buenas prácticas de 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 proveduría 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-141 (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 productor 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**

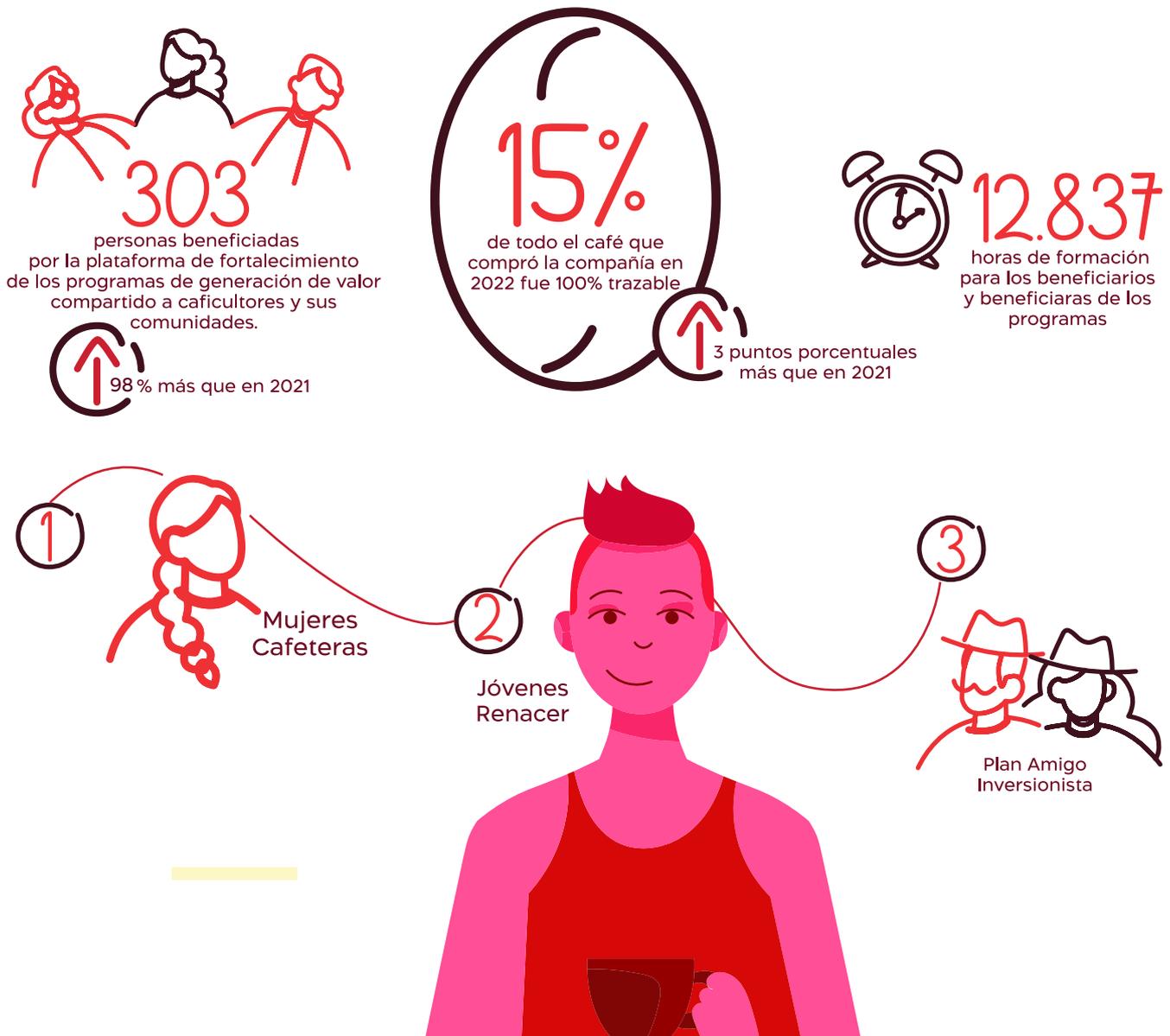
La certificación de Procafecol S.A. como Empresa B valida el modelo de negocio de impacto, en el que más de 540.000 familias cafeteras hacen parte de una compañía que responde a las necesidades de todos los grupos de interés en los ejes económico, social y ambiental. Esta certificación vigente desde 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.



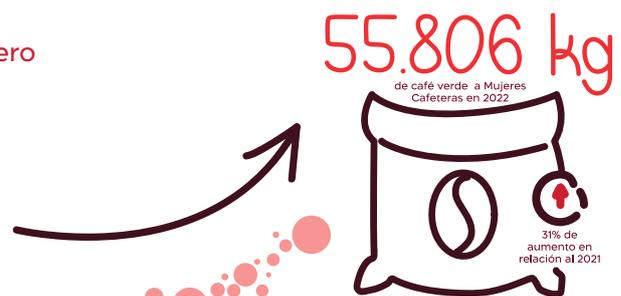
Este año, el reporte da cuenta de un cambio en la forma de presentar los volúmenes de compra para las comunidades cafeteras y los programas de valor compartido que cuentan con café trazable. En términos generales, el producto es entregado por los caficultores en café pergamino seco (CPS) a los centros 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



### RISARALDA

**Amcecafé:** Asociación de Mujeres Cafeteras de la Celia, con más de 35 mujeres caficultoras beneficiadas con la compra de más de 1.000 kg de café verde.

### TOLIMA

3 asociaciones con más de 60 mujeres caficultoras beneficiadas con la compra de más de 7.000 kg de café verde.  
**Aromasan:** Asociación de Mujeres Cafeteras de San Antonio Tolima  
**Asomupas:** Asociación de Mujeres de Pavas  
**Agrofusan:** Asociación Agropecuaria de San Antonio

### VALLE DEL CAUCA

Una cooperativa con más de 320 caficultoras beneficiadas con la compra de 18.000 kgs de café verde.  
**Cafioccidente:** Cooperativa de Caficultores del Sur Occidente del Valle.

### CAUCA

Una asociación con más de 150 mujeres caficultoras beneficiadas con la compra de 11.000 kg de café verde.  
**AMUCC:** Asociación de Mujeres Cafeteras del Cauca.

### HUILA

2 asociaciones con más de 55 mujeres caficultoras beneficiadas con la compra de 4.000 kg café verde.  
**Asociación de Mujeres Cafeteras del Centro del Huila**  
**Caproalca:** Grupo Asociativo Café Producido Alta Calidad Cinco

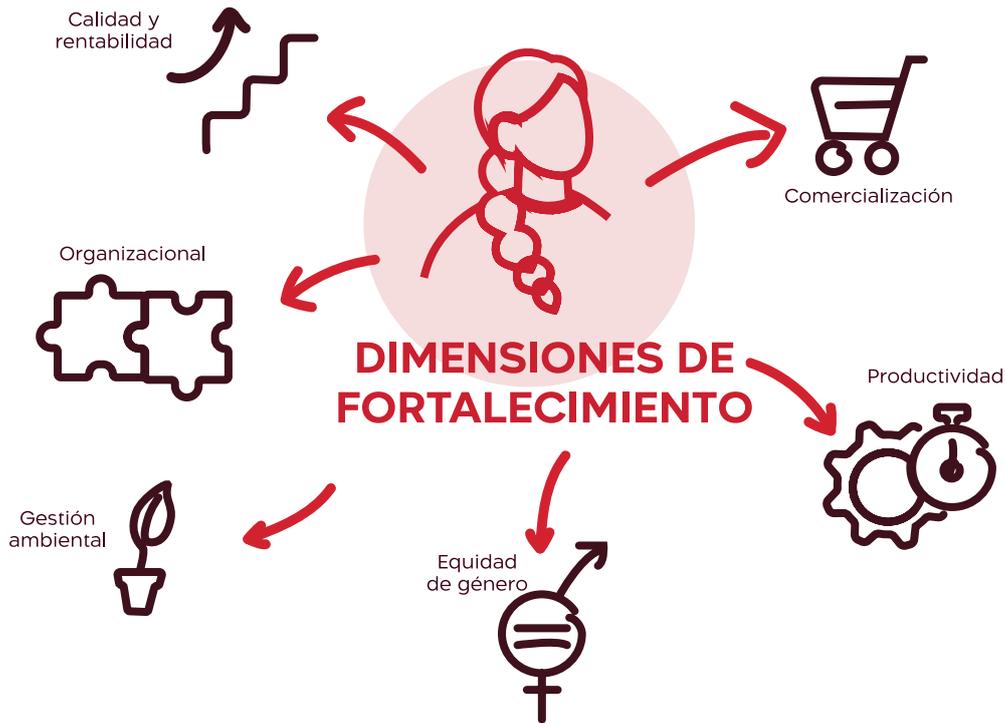
### CUNDINAMARCA

**Asomucavit:** Asociación de Mujeres Cafeteras de Viotá y Tequendama<sup>3</sup>.

<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.



Alianza para el desarrollo de la plataforma de fortalecimiento multidimensional



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



participantes con un total de



horas de fortalecimiento



participantes con un total de



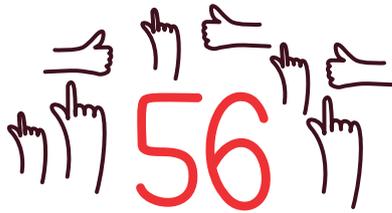
horas de fortalecimiento



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.



56 participantes con un total de

654



horas de fortalecimiento



23

mujeres del Tolima, impactadas con

1.656

horas de formación en el diplomado de **Gestión Ambiental para la Caficultura** que busca que las mujeres comprendan los impactos ambientales de la producción del café para tomar decisiones informadas en sus empresas cafeteras.



24

fincas de mujeres cafeteras del departamento del **Tolima** fueron avaladas en equidad de género con la **certificación 4C**.



Mujeres Cafeteras fueron certificadas a través del curso de educación financiera

20

Valle del Cauca

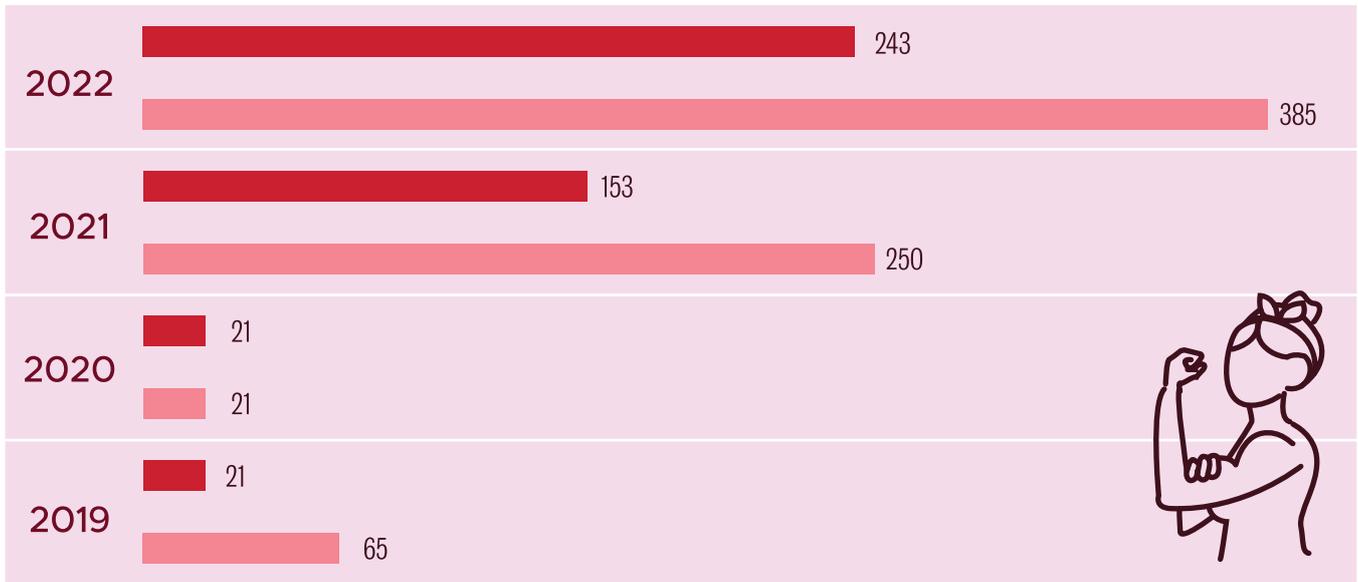


ECOSISTEMA JAGUAR

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.

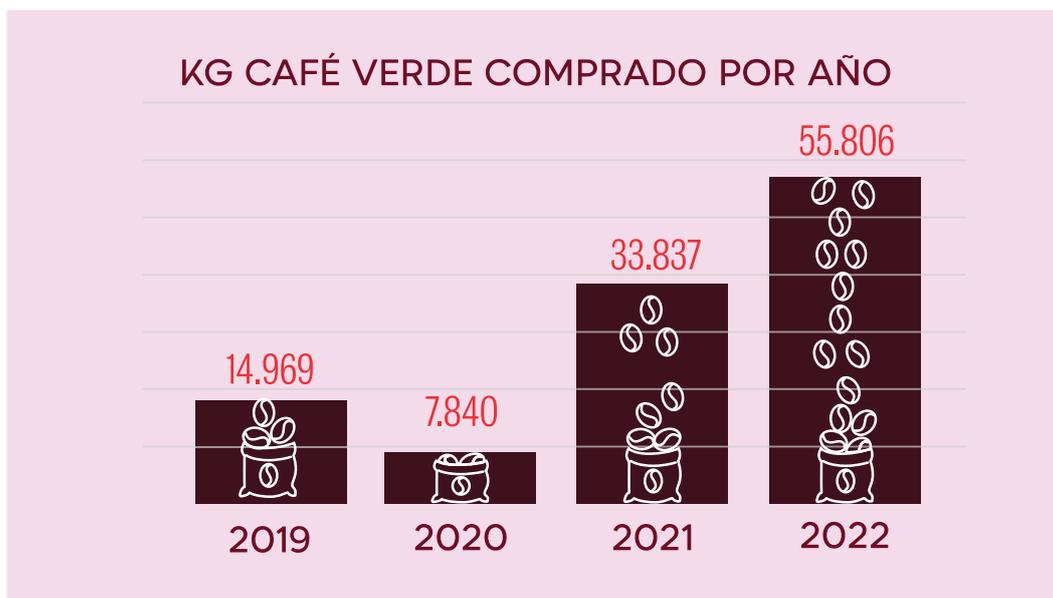


## MUJERES BENEFICIADAS POR AÑO EN EL PROGRAMA “MUJERES CAFETERAS” 2019-2022



**FORTALECIMIENTO**

**COMERCIALIZACIÓN**



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, Procafécol 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.

# GENERACIÓN JNVLDZ



<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.



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



horas de formación  
(2 horas por módulo)

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.



11 jóvenes obtuvieron su certificación, participando en al menos 3 de las 5 sesiones realizadas.

14 jóvenes participantes en sesiones de voluntariado con colaboradores de Microsoft en temáticas de conocimiento básico en Microsoft Teams, Excel y Power Point.



La Fundación Manuel Mejía participa como ejecutora de los procesos de formación virtual para los jóvenes en temas técnicos, productivos y de liderazgo.



60 jóvenes beneficiados con

164 horas de formación en 4 diplomados

- ✓ Mis cafetales Productivos
- ✓ Mecánica Cafetera
- ✓ Formación para el Liderazgo
- ✓ Administración de la Cosecha



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.



60 jóvenes beneficiados con la recepción del kit de calidad:

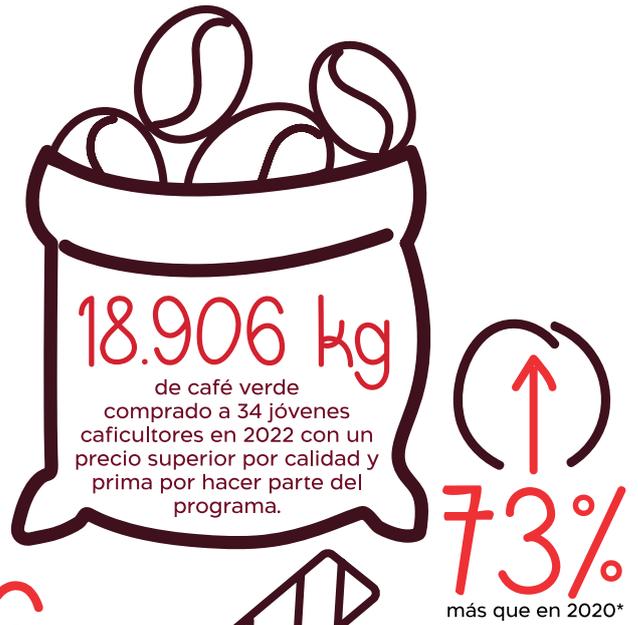
- ✓ Fermaestro
- ✓ Gravimet
- ✓ Mediverdes
- ✓ Cromacafé
- ✓ Doble caneca perforada
- ✓ Paleta para revolver café en fermentación

### 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.



<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.



Haz clic [aquí](#) para ver el 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.

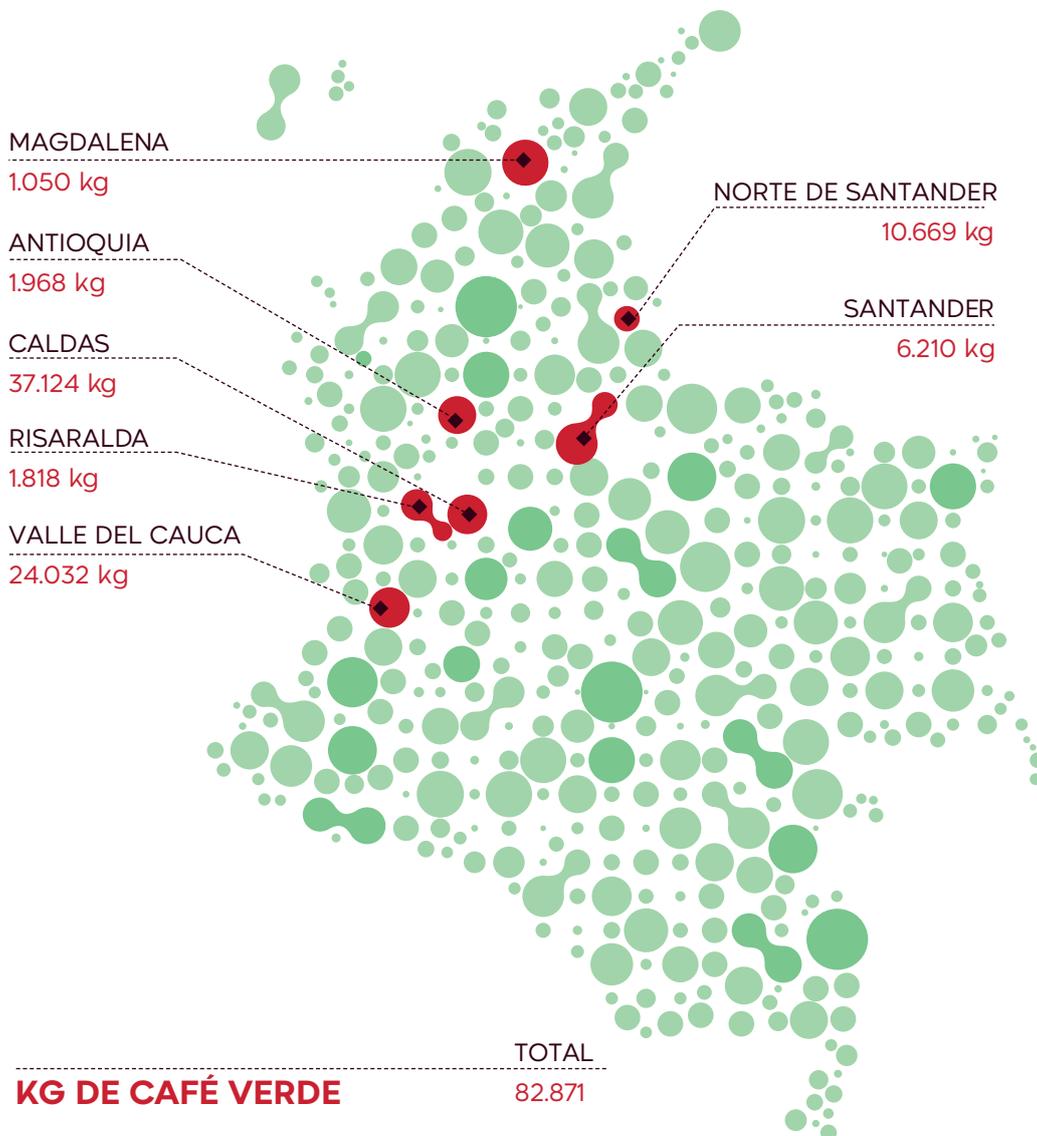
En el año 2022, 35 accionistas diligenciaron el formulario de inscripción del programa y tres mandaron de manera física el formulario de inscripción. Entre ellos, se confirmó que 37 eran accionistas y se les asignó un cupo de compra durante el año.

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.



**KG DE CAFÉ VERDE**

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

Se compraron **6.160 kg** de café verde a 10 caficultores accionistas de Procafecol S.A. del departamento de **Santander** que forman parte del Plan Amigo Inversionista.

Se compraron **7.350 kg** de café verde a 10 caficultores del departamento del **Meta**; café que estuvo disponible para la preparación de bebidas en las tiendas Juan Valdez® Café del país desde noviembre de 2022 hasta enero de 2023.

Entre ellos, tres productores hicieron parte de la **edición especial de microlotes**, y los siete restantes hicieron parte del café de origen Santander. Estas referencias estuvieron disponibles en las tiendas Juan Valdez® Café desde el mes de septiembre de 2022.

20 caficultores de Santander y Meta

Juan Valdez EDICIÓN ESPECIAL Trazando La Ruta del Café

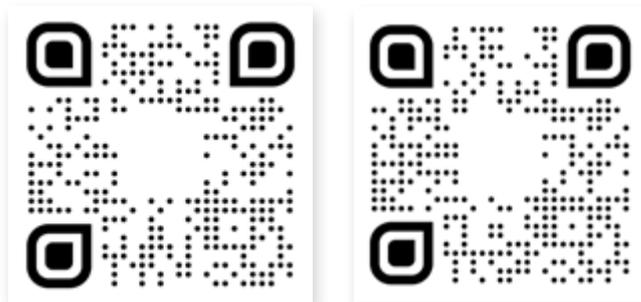
A través de este proyecto, la compañía buscó visibilizar a los productores de café colombiano y a cada etapa excepcional de su labor por medio de **tecnología blockchain**, la cual integra internet de las cosas e inteligencia artificial para **recopilar información verificable y trazable** a lo largo 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



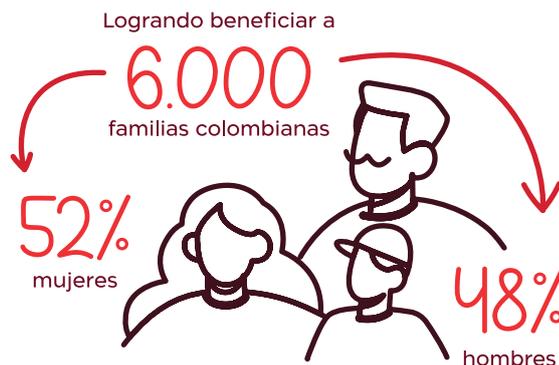
Este proyecto fue desarrollado en alianza con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Almacafé y la organización Trace Coffee, y es un esfuerzo conjunto que representó un hito para la institucionalidad cafetera, en la medida en que se logró uno de los mayores niveles de trazabilidad y detalle 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** = **COP \$114.653.881**  
 de alimentos                      raciones



## 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>.

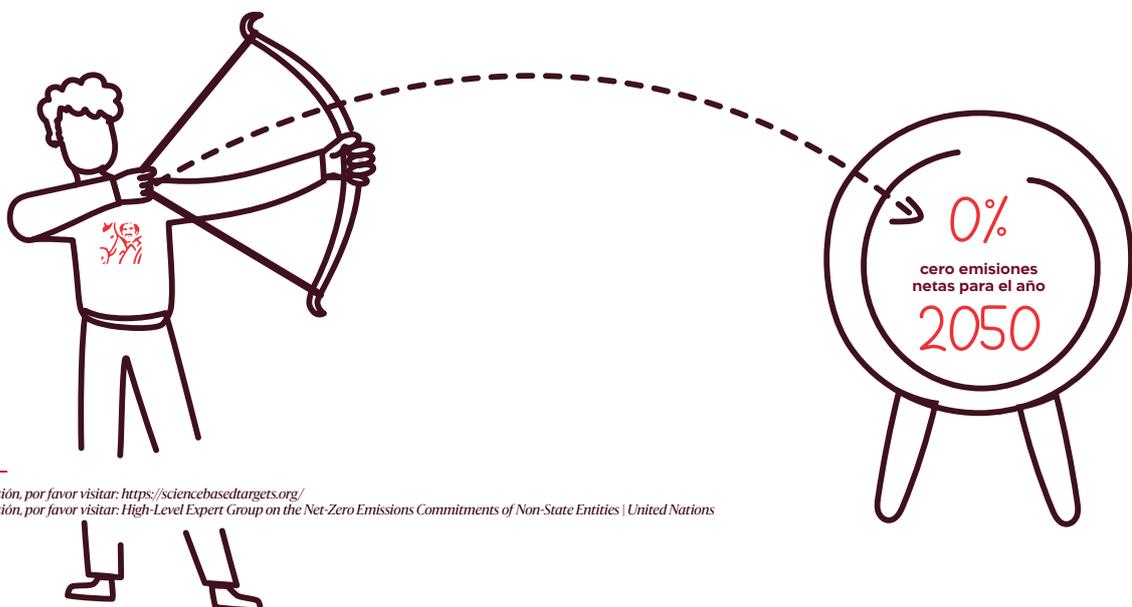
Con este acuerdo, Procafecol S.A. inicia la elaboración de un plan concreto que le permita reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para toda la compañía, incluida su cadena de suministro. Esto va en línea con el compromiso de generar valor compartido para los grupos de interés, apuntándole 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 presidente 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/>

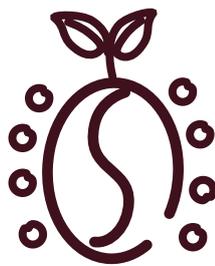
<sup>7</sup> Para mayor información, por favor visitar: [High-Level Expert Group on the Net-Zero Emissions Commitments of Non-State Entities | United Nations](https://www.un.org/en/secretary-general/2022/09/2022-09-20-high-level-expert-group-on-the-net-zero-emissions-commitments-of-non-state-entities)

## 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.

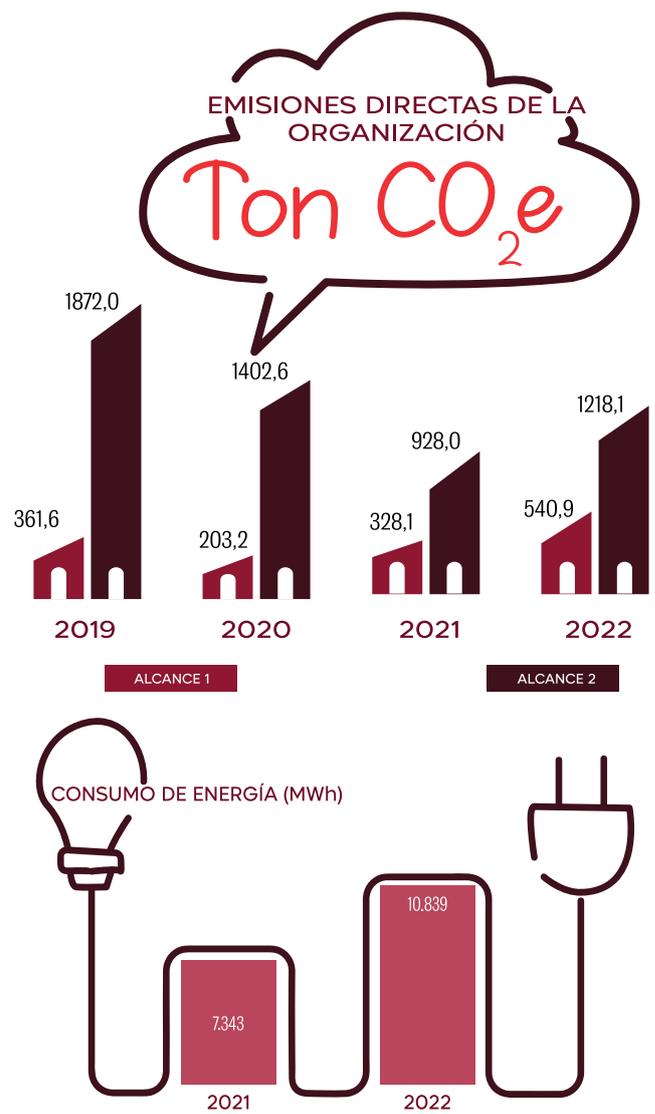
## Medición y reducción de la huella de carbono

[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>e<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 aquí.



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.

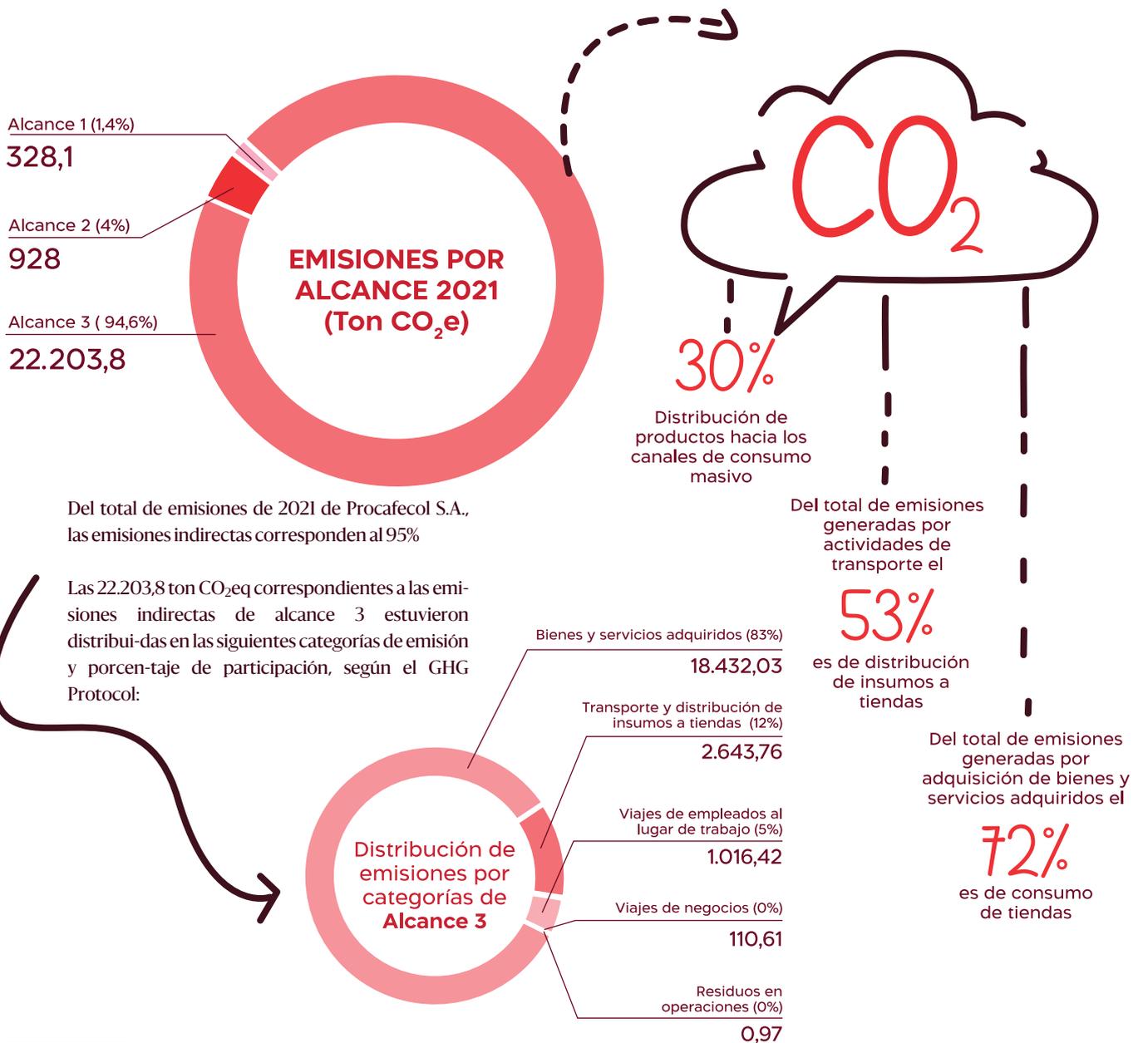
El incremento en el consumo energético y por consecuencia, en las emisiones de gases efecto invernadero para el 2022, se debe a la inclu-

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

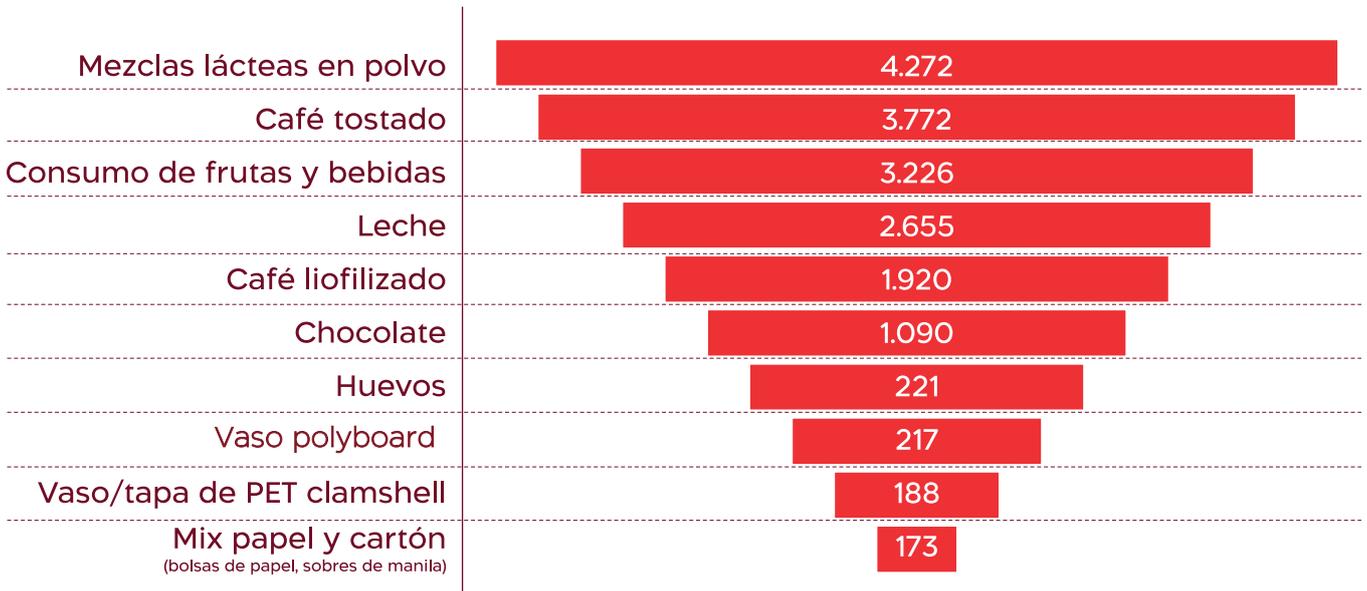
en todos sus canales, tales como tiendas (formatos express, barra y terraza), planta de producción, oficinas, canal institucional, canal de consumo masivo y taller de mantenimiento.



<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 inclusive 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.

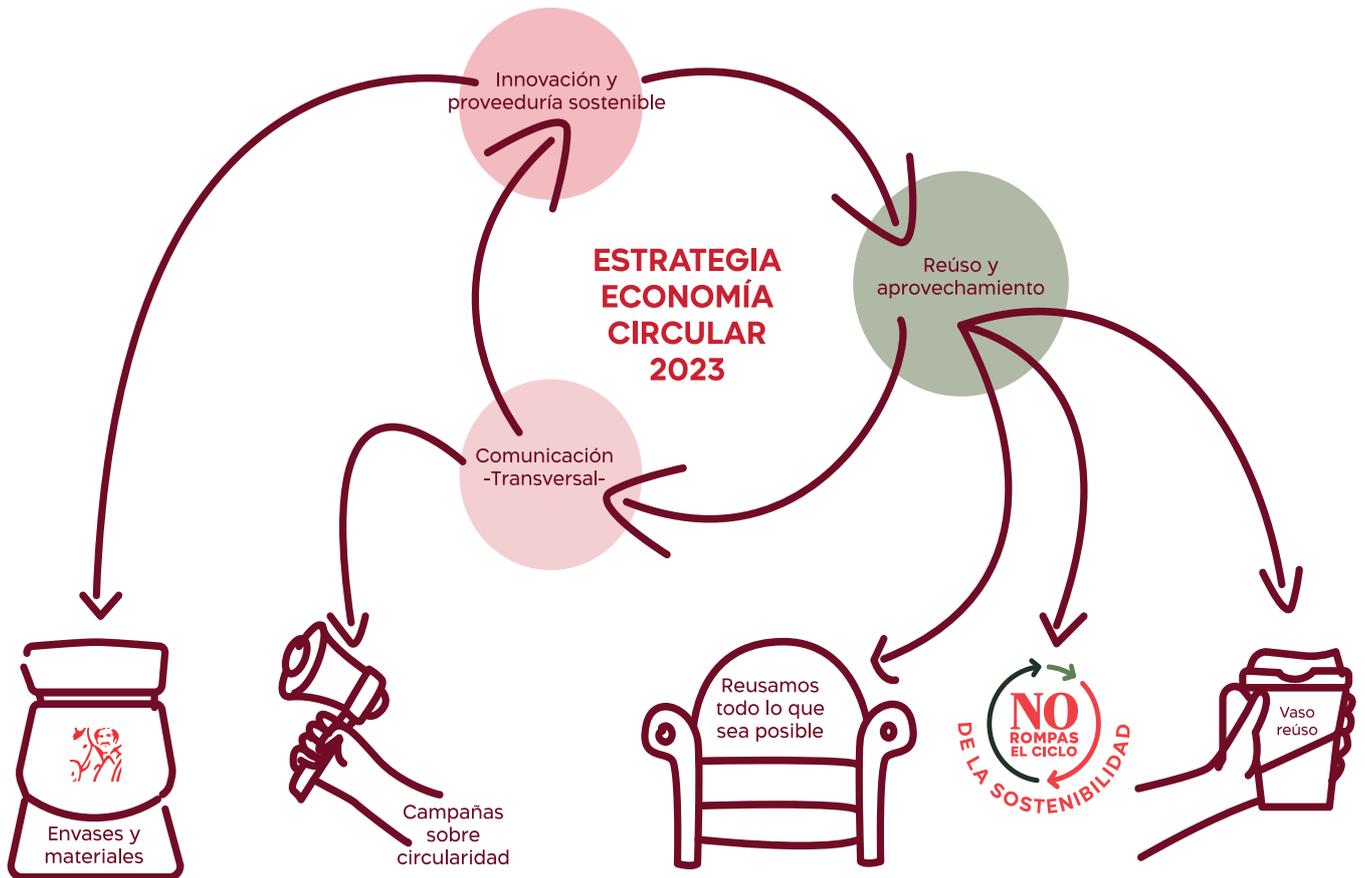


## ii. Economía circular

[GRI 3-3]

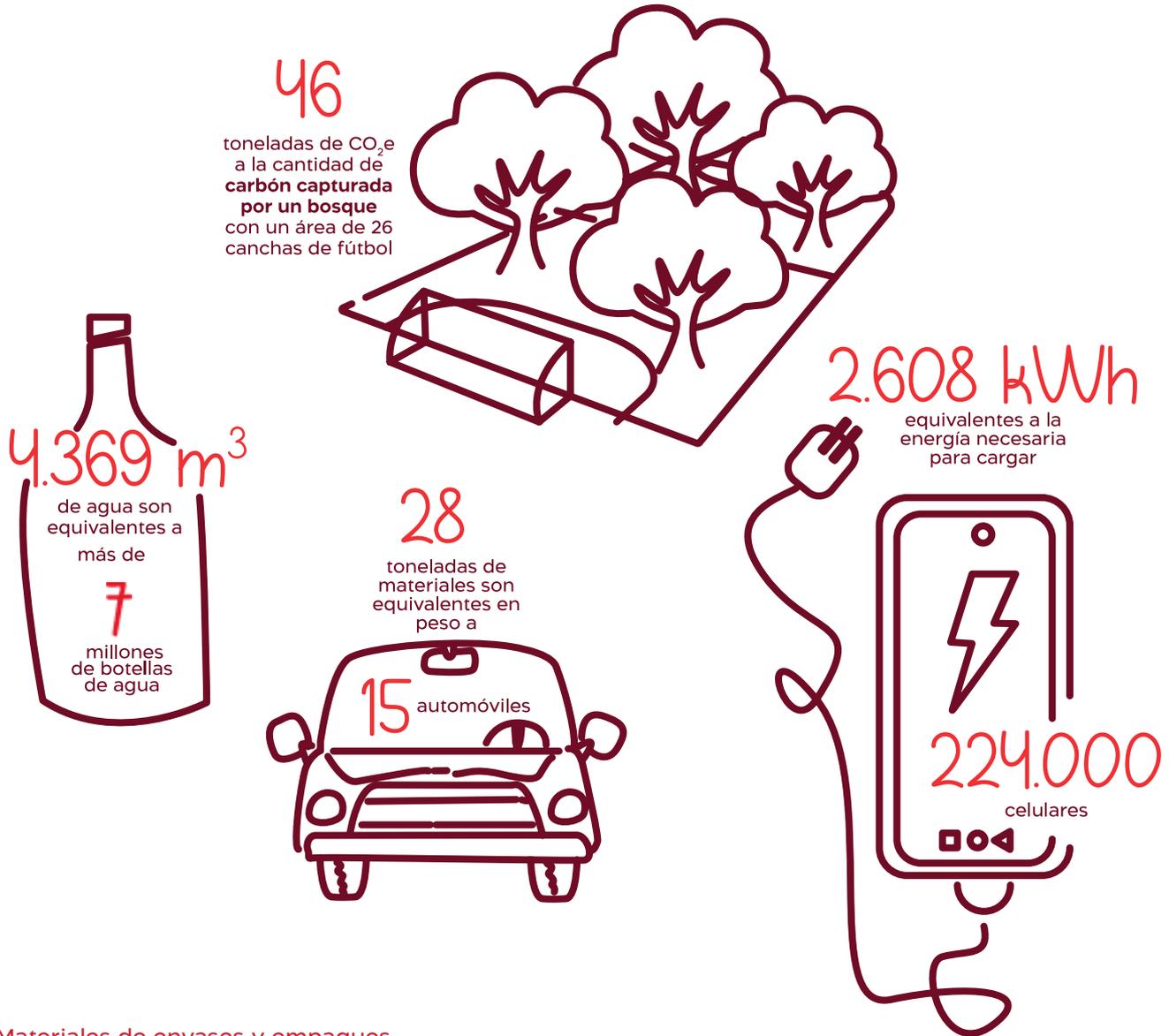
La estrategia de Economía Circular contribuye al objetivo de la marca Juan Valdez® de desarrollar una ventaja competitiva alrededor de la sostenibilidad, a través del diseño, reuso y eliminación de los materiales utilizados en la operación. Así mismo, contribuye al objetivo de disminuir emisiones de 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.

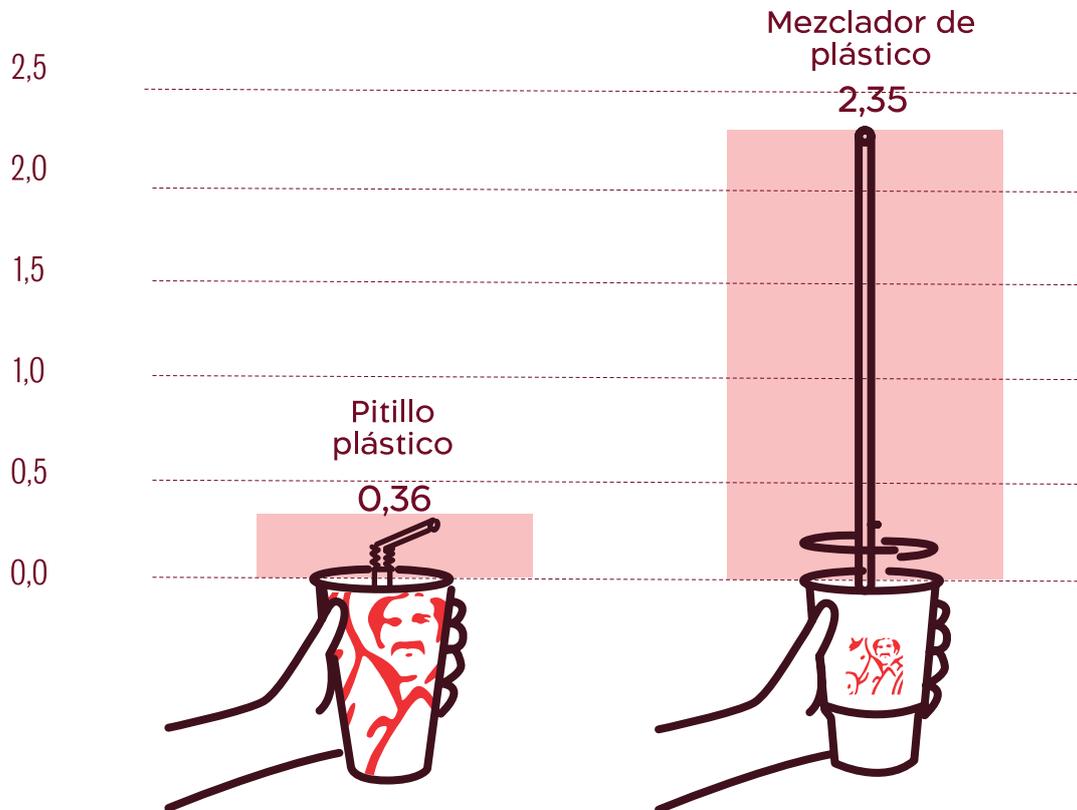
Gracias a la transición realizada en los mezcladores y pitillos, **se redujo el uso de plásticos en 2,7 toneladas**. Además, con el cambio a final del 2022 de los materiales utilizados en los envases de sándwiches y ensaladas, la compañía espera reducir el uso de plásticos en aproximadamente 7,9 toneladas<sup>10</sup> para el año 2023.

<sup>10</sup> Dato calculado a partir de las unidades de inventario de envases de sándwiches y ensaladas de 2022.

*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)



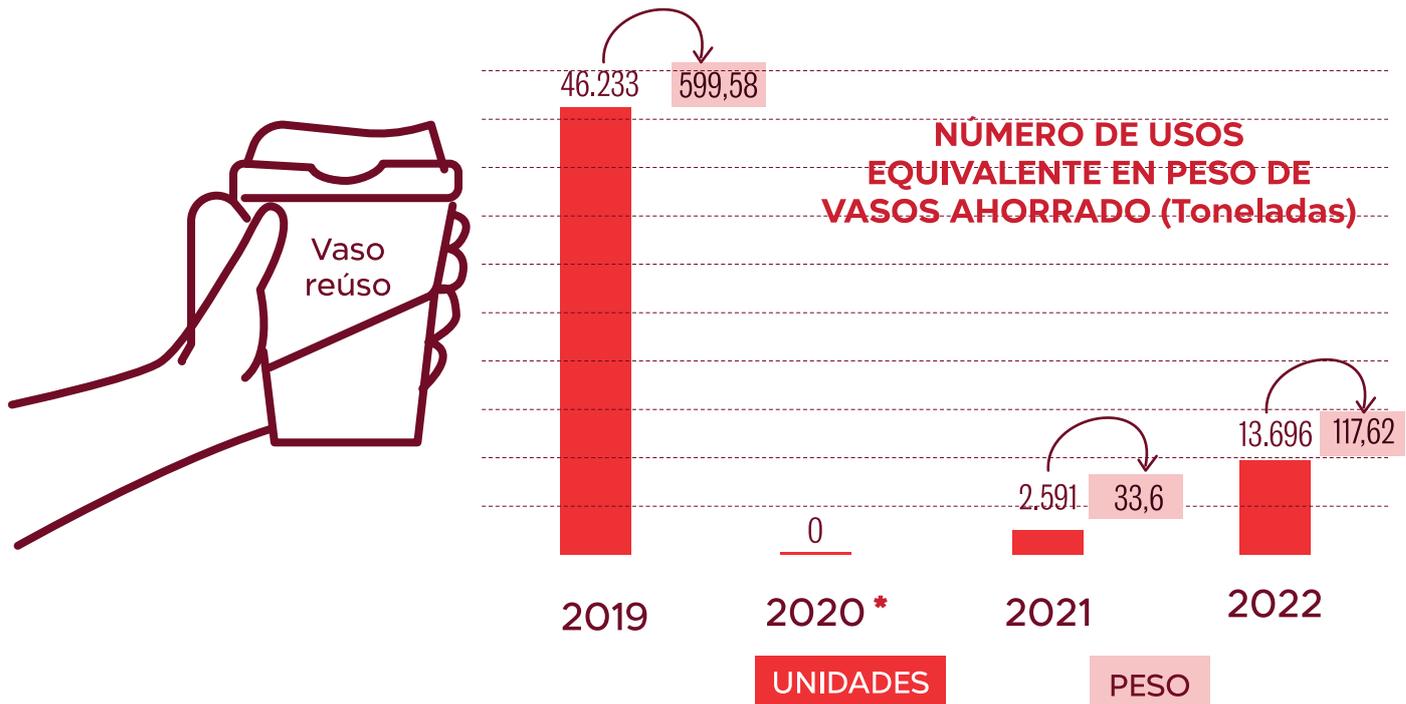
## Vaso reúso

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 hídrico en casi 38 m<sup>3</sup>, y a al ahorro de recursos energéticos en más de 2.600 kWh.*



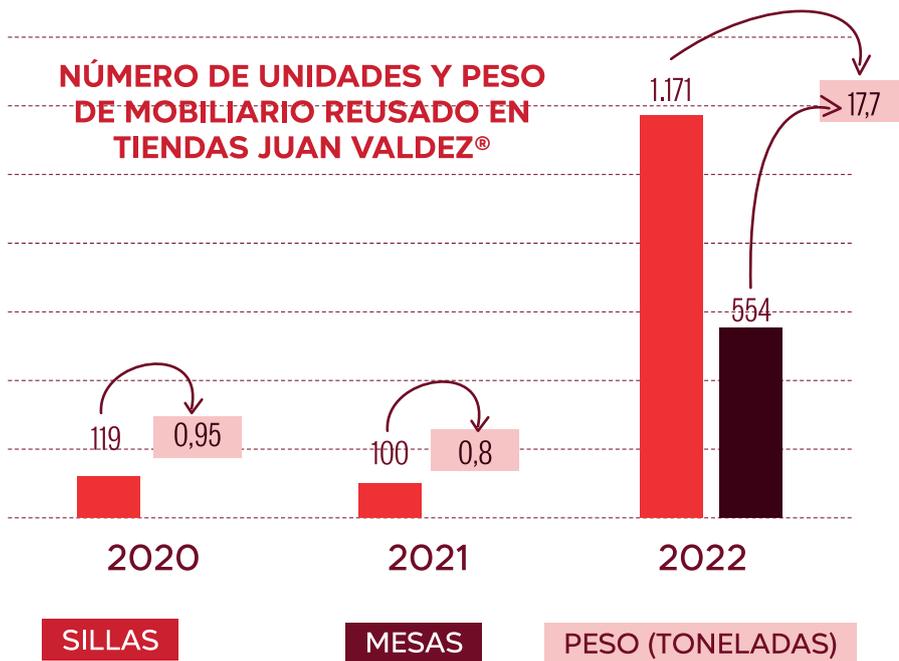
## Reusamos todo lo que sea posible

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® Café, 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

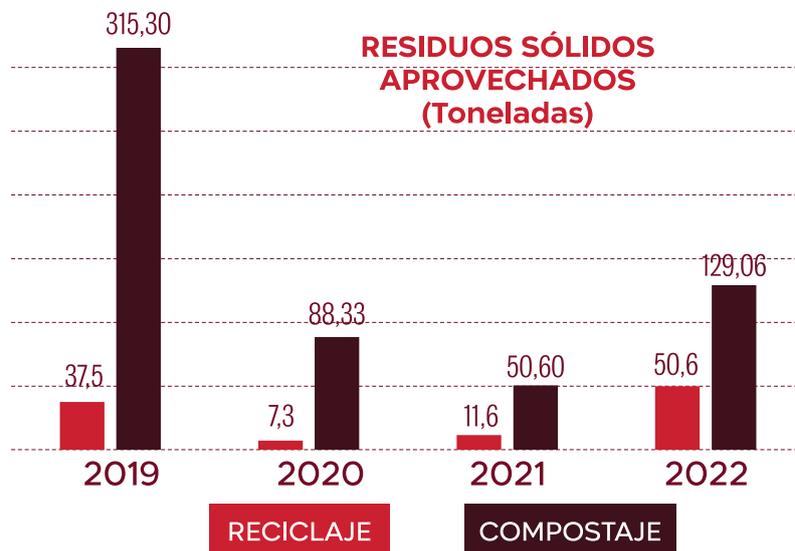
El programa 'No rompas el ciclo de la sostenibilidad' se encuentra implementado en 36 tiendas, donde los residuos, una vez separados en la fuente tanto en barra (atención a clientes) como en lobby (espacio disponible para clientes), se entregan a gestores para su aprovechamiento: 29 en Bogotá, cuatro 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.



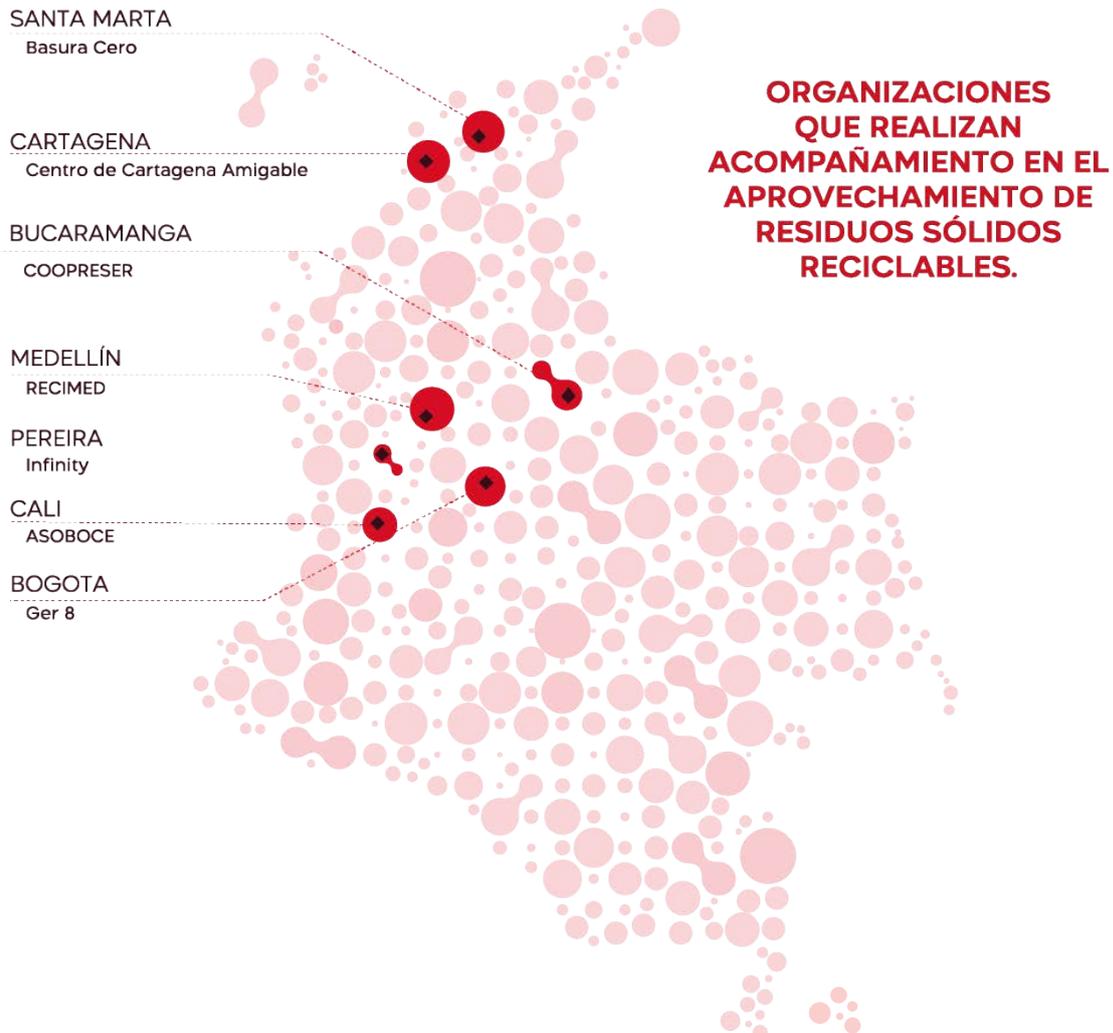
## Alianzas

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 cuatro 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.

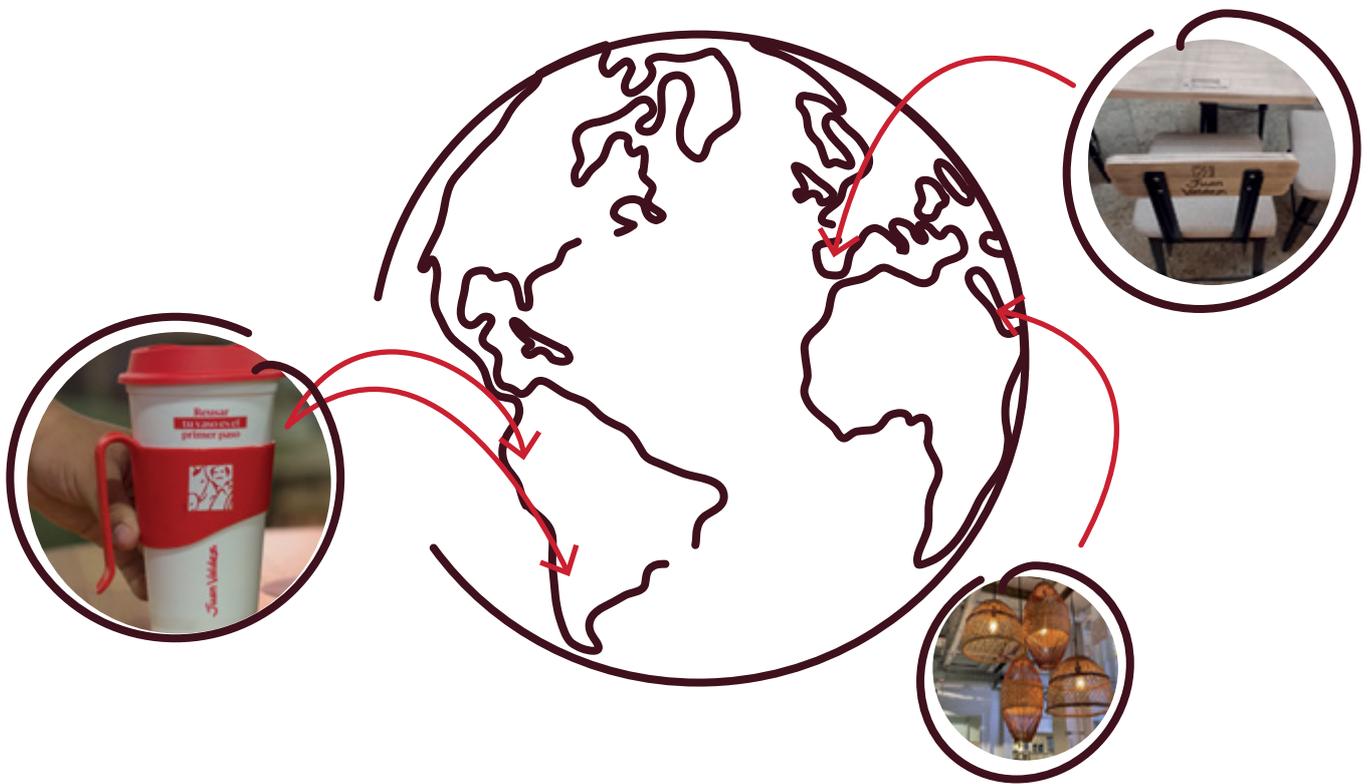
Teniendo en cuenta todo lo anterior, el 2023 estará centrado en dos procesos: uno, acotar los planes de acción de los tres países conjuntamente con los socios de cada operación; y, dos, definir los lineamientos en sostenibilidad que se llevarán a la operación de manera macro.

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>	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.

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.

La paginación de la tabla hace referencia al Informe Integrado 2022.

Estándar GRI	Contenido	Ubicación página	Omisión		
			Requisitos	Motivo	Explicación
<b>La organización y sus prácticas de presentación de informes</b>					
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles organizacionales	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-4 Actualización de la información	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-5 Verificación externa		No aplica	No se realiza	No es verificado
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	17			
	2-7 Empleados	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-8 Trabajadores que no son empleados	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
<b>Gobernanza</b>					
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-9 Estructura de gobernanza y composición	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-15 Conflictos de interés	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-19 Políticas de remuneración	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-21 Ratio de compensación total anual		No se comunica	No se comunica	
<b>Estrategia, políticas y prácticas</b>					
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-23 Compromisos y políticas	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	2-28 Afiliación a asociaciones	18			
	<b>Participación de los grupos de interés</b>				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	12			
	2-30 Convenios de negociación colectiva	Indicador reportado en el Informe integrado 2022	No aplica	No aplica	No hay convenios colectivos
<b>Temas materiales</b>					
GRI 13 Temas Materiales	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	12			
	3-2 Lista de temas materiales	12			
<b>Serie 200 (temas económicos)</b>					
<b>GRI 201: Desempeño económico</b>					
GRI 201: Desempeño económico	3-3 Gestión de los temas materiales	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
<b>GRI 205: Anticorrupción</b>					
GRI 205: Anticorrupción	3-3 Gestión de los temas materiales	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Indicador reportado en el Informe integrado 2022			
<b>GRI 204: Prácticas de abastecimiento</b>					
GRI 204: Prácticas de abastecimiento	3-3 Gestión de los temas materiales	13			
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	17			

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	31			
302-1	Consumo energético dentro de la organización	32			
<b>GRI 305: Emisiones</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales	32			
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	32			
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	32			
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	32			
<b>GRI 306: Residuos</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales	35			
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	40			
306-3	Residuos generados	40			
306-4	Residuos no destinados a eliminación	40			
<b>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales	13			
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	16			
<b>Serie 400 (temas sociales)</b>					
<b>GRI 401: Empleo</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales		Indicador reportado en informe integrado 2022		
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal		Indicador reportado en informe integrado 2022		
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		Indicador reportado en informe integrado 2022		
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales		Indicador reportado en informe integrado 2022		
403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad		Indicador reportado en informe integrado 2022		
403-9	Lesiones por accidente laboral		Indicador reportado en informe integrado 2022		
<b>GRI 404: Formación y enseñanza</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales		Indicador reportado en informe integrado 2022		
404-1	Media de horas de formación al año por empleado		Indicador reportado en informe integrado 2022		
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados		Indicador reportado en informe integrado 2022		
<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales		Indicador reportado en informe integrado 2022		
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados		Indicador reportado en informe integrado 2022		
<b>GRI 413: Comunidades locales</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales	19			
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	19			
<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores</b>					
3-3	Gestión de los temas materiales	13			
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	16			

# ÍNDICE

## CIRCULAR 012

Índice	Descripción	Página
7.4.3	Contenido mínimo del informe periódico de fin de ejercicio para los Emisores Grupo C	
7.4.3.3	Tercera parte - Prácticas de sostenibilidad e inversión responsable del emisor	
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. En esta sección se debe incluir información sobre asuntos sociales y ambientales, incluidos los climáticos, de que trata el Anexo 2 del presente Capítulo	12
7.4.3.4	Cuarta parte - Anexos En esta sección se debe revelar la información de la que trata el subnumeral 7.4.1.4 del presente Anexo.	
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.	12

\* El Anexo 2 se encuentra incluido dentro de la Circular Externa 031 de 2021, publicada por la Superintendencia Financiera de Colombia el 22 de diciembre del mismo año, la cual lleva como descripción 'Imparte instrucciones relativas a la revelación de información sobre asuntos sociales y ambientales, incluidos los climáticos.'

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.juanvaldez.com/](http://www.juanvaldez.com/)