



Informe De Gestión 2020

Juan Valdez®



Juan Valdez

Tabla de Contenidos

01	Mensaje de la Presidenta	3	08	Encuesta Código País Buen Gobierno	46
02	Informe para la asamblea general de accionistas sobre el funcionamiento de la Junta Directiva y evaluación de la Presidenta - 2020	11	09	Informe de Sostenibilidad	48
03	Cifras y Hechos Relevante	20	10	Resultados Financieros	62
04	Presencia Juan Valdez en el mundo	25	11	Principales Indicadores Financieros	69
05	Nuestro Negocio	27	12	Información Especial	72
06	Nuestra Gente	37	13	Estados Financieros Separados	79
07	Gestión de Riesgos	41	14	Estados Financieros Consolidados	87
			15	Dictamen Estados Financieros Separados	96
			16	Dictamen Estados Financieros Consolidados	99

1. Mensaje de la Presidenta

Estimados accionistas:

El año 2020 fue sin duda uno de los años de mayores retos para la industria nacional y mundial, y para el sector de consumo masivo en el que Procafecol se desempeña. La pandemia Covid-19 imprimió una gran presión sobre gobiernos, productores, empresas y consumidores que por primera vez se enfrentaron a una crisis que impactó la salud, la sociedad y la economía al mismo tiempo. Con la incertidumbre, el miedo y la novedad, los consumidores cambiaron sus hábitos y sus preferencias, retando a las empresas que les servimos. Desde Procafecol asumimos este reto con la responsabilidad de cumplir nuestro deber de impulsar a la marca Juan Valdez® y así propender por el bienestar de 540.000 familias cafeteras que representa, incluso en momentos de cambio. Fue así como durante el 2020, nos embarcamos en el camino de asegurar la viabilidad financiera de la compañía en el corto plazo, pero al mismo tiempo de asegurar las bases de crecimiento y captura de potencial de la marca en los años venideros.



En los meses más críticos de la pandemia se tomaron decisiones que tuvieron el objetivo de garantizar la viabilidad del negocio y se concentraron en:

1) Cuidar el bienestar de los empleados, clientes y partes relacionadas de la compañía; 2) Impulsar las ventas en canales que podían continuar operando, como fueron consumo masivo, internacional y canales digitales, garantizando el abastecimiento de los mismos; 3) Gestionar la estructura de gastos, renegociando tarifas para optimizar gastos variables y reduciendo gastos fijos a lo mínimo necesario; 4) Optimizar el flujo de caja reduciendo nivel de inventarios, gestionando recuperación de cartera y acordando nuevas condiciones de pago con los principales proveedores.

Aún tan relevante como el objetivo de garantizar la viabilidad del negocio en el corto plazo, ha sido nuestro enfoque de impulsar a la Compañía a evolucionar y adaptarse de forma ágil a las nuevas tendencias, procesos y tecnologías, considerando a los grupos de interés como parte integral de la situación.

Así, la toma de decisiones y ejecución en Procafecol en el año 2020 tuvo tres ejes principales:

1. Operación Nacional e Internacional

Nos enfocamos en asegurar la continuidad de los ingresos por promoción de productos Juan Valdez®, adaptándonos para atender la demanda de los diferentes canales existentes pre-pandemia y los nuevos, tales como: Tiendas, Consumo Masivo, e-commerce, domicilios, y exportaciones, cumpliendo con la normatividad a nivel nacional e internacional. Las medidas decretadas para enfrentar la emergencia impactaron a Procafecol y generaron decrecimiento

en las ventas, siendo el más impactado el canal Tiendas Juan Valdez® Café®, como producto de los cambios en el comportamiento del consumo, tales como preferencias y necesidades; las limitaciones por los cierres de las tiendas por las cuarentenas totales o parciales; y la restricción a la operación incluyendo autorización limitada a modalidades de productos a la venta a través de domicilios, para llevar y posteriormente aforos limitados. En conjunto, los anteriores factores y situaciones condujeron a que los niveles de ingreso se ubicaran por debajo de los niveles pre-pandemia, incluso a pesar de la dinámica de recuperación alcanzada entre los meses de septiembre a diciembre.

La compañía ejecutó estrategias y actividades dirigidas a la promoción y venta de productos, desarrolló nuevos canales comerciales complementarios a los tradicionales, innovó a través de la ágil adopción de iniciativas e incorporación de tendencias digitales para acercar la marca al consumidor así como fortaleció su compromiso con la sostenibilidad en todos sus grupos de interés.

Los ingresos de Procafecol, explicado por los factores antes mencionados, se contrajeron un 32.2% respecto a 2019. La compañía, como parte de las medidas para enfrentar la incertidumbre respecto al impacto de la emergencia derivada del COVID-19 en el desarrollo de las operaciones, modeló en escenarios las posibles condiciones para la toma de decisiones. En dichos escenarios se estimó la reducción entre el 20% y 40% de los ingresos anuales 2020 versus 2019. El EBITDA, resultado neto, patrimonio y deuda se situaron por encima del escenario optimista como parte de la tendencia de recuperación observada en los últimos cuatro meses del año. Durante el año, Procafecol no limitó ni interrumpió su proceso productivo ni

la comercialización de su portafolio de productos, salvo por las limitaciones de operación establecidas por los gobiernos Nacional y Locales.

Los canales Tiendas Juan Valdez® Café® e Institucional fueron los más impactados en sus niveles de ventas, al ver su actividad de operación limitada por las medidas de protección enfocadas a la salud de las personas. El canal Tiendas al inicio de la pandemia cerró temporalmente gran parte de sus operaciones y alcanzó a operar con solo 13 de las 335 tiendas. Ante este reto, la compañía desarrolló varias iniciativas innovadoras respecto a su modelo tradicional de operación a saber: implementó acciones para la atención al público bajo las condiciones exigidas y adecuadas de bioseguridad, ajustando los formatos de las tiendas para consumidores y colaboradores. La transformación digital evolucionó la operación fortaleciendo los canales de venta no tradicionales como e-commerce, domicilios propios y a través de aplicaciones, autoventa y venta por la aplicación propia ;y, a través de sitios propios y no propios en la mayoría de mercados en los que la marca de los caficultores colombianos tiene presencia. Al cierre de 2020, se alcanzó el 65% de apertura de tiendas a nivel nacional. Las ventas en dicho canal reaccionaron de forma positiva, consistente e incremental a partir del levantamiento gradual de restricciones logrando en diciembre, el 80% de la venta alcanzada en el mismo mes

de 2019, así como con un impacto positivo en la contribución al Ebitda en los últimos cuatro meses del año: el 86% de las tiendas abiertas fueron generadoras de Ebitda positivo. Este comportamiento es alentador y se ubicó por encima del escenario moderado previsto. Total 2020 se registraron ventas en el canal de tiendas por \$118.191 millones (55% de las ventas totales), siendo el efecto de la emergencia una contracción del 45% respecto 2019.

El canal institucional registró ventas de un 41% menos que 2019, al ofrecer servicio y suministros a sectores limitados en operación y aforos por la emergencia sanitaria, como restaurantes, hoteles y oficinas. El canal se reinventó con nuevos modelos de negocio como lo son: El canal Autoventa, el cual busca llegar a los hogares de una manera no tradicional; el programa embajadores Juan Valdez® y la profundización en los servicios de delivery dirigidos a los clientes, logrando en los últimos meses del año ventas superiores a las esperadas. Las limitaciones impulsaron a Procafecol y sus equipos de colaboradores, a desarrollar iniciativas innovadoras que fueron adoptadas de forma ágil.

El canal Consumo Masivo registró ventas con 11% menos frente al 2019. Al inicio de la emergencia sanitaria, el canal se favoreció por la alta demanda de los hogares; en los meses siguientes, su comportamiento fue inferior a lo esperado. Pero mes a mes, y



trabajando en diferentes iniciativas se recuperó la dinámica hasta alcanzar los niveles anteriores a la pandemia. Entre las diversas iniciativas, se ejecutó el lanzamiento de las ediciones “Renacer” y Navidad (El camino del Jaguar), estas campañas de mercadeo fueron premiadas y admiradas por los especialistas y consumidores que capturaron el mensaje de la marca Juan Valdez®. Adicionalmente, se optimizaron procesos y se realizaron actividades que apalancan las ventas con acciones que mantuvieron el protagonismo de la marca en las grandes superficies tales como participación en las plataformas de ecommerce de los clientes y ampliación del portafolio.

El canal Internacional tuvo una ejecución sobresaliente en ventas y Ebitda, apalancado principalmente por el canal de Consumo Masivo debido a que las medidas de cuarentena en los países, impulsaron el consumo en los hogares (USA, México, Perú, Ecuador, Salvador, Paraguay y Panamá), de la mano de acciones comerciales focalizadas como estrategia de precios y promoción, ampliación y optimización de portafolio. Adicionalmente, se logró abrir nuevos mercados internacionales como Rusia, Argentina, Nueva Zelanda, Polonia, Rumanía y México. Las ventas superaron en 12% el año 2019 y representaron el 25% de las ventas totales de la compañía (en 2019, su participación fue de 15%). Las tiendas en 14 países (Malasia, España, USA, Salvador, Costa Rica, Aruba, Curazao, Panamá, Ecuador, Perú, Paraguay, Bolivia, Chile), retomaron actividades de forma gradual y de acuerdo a las regulaciones de cada país, cumpliendo con los correspondientes protocolos de bioseguridad, estas prácticas y procedimientos han sido cruzadas con todas las operaciones, inclusive para adoptar mejores prácticas identificadas localmente o en franquiciados. Así mismo, se desarrollaron canales digitales para domicilios y el portal de e-commerce en Estados

Unidos alcanzando logros importantes. El aumento en ventas se soportó con menores gastos de operación y administrativos, reflejando un mayor Ebitda.

2. Flujo de Caja

Se realizó una evaluación y gestión de diferentes escenarios financieros, con el propósito de impulsar los ingresos de la compañía, para lo cual se implementaron acciones enfocadas a la optimización de gastos y costos en las diferentes áreas, para garantizar el negocio en marcha soportado en la dinámica de abastecimiento, producción, venta, recaudo y cumplimiento de obligaciones con los diferentes grupos de interés, incluyendo los máximos esfuerzos para la estabilidad del empleo de nuestro equipo de colaboradores.

La disponibilidad de recursos como habilitante de la continuidad y la consecuente sostenibilidad del negocio en marcha, es fundamental. Como se mencionó anteriormente, el ingreso se impactó negativamente como resultado de las medidas de restricción de la emergencia sanitaria. El cierre temporal de tiendas, así como la operación limitada en otras, enfocó a la compañía a encontrar alternativas para el manejo de los ingresos, gastos y costos, identificando eficiencias y oportunidades en la gestión de las cuentas que componen el capital de trabajo.

Un gran foco de las acciones ha sido respecto a gestión de gastos y costos fijos, para mantenerlos en niveles que se ajusten al nivel de venta que se ha estimado en los modelos. Diversas acciones se han puesto en marcha: 1) negociaciones de mutuo acuerdo con los arrendadores, sin descartar decisiones enfocadas a relocalización de puntos donde la viabilidad económica depende en un alto porcentaje del arriendo; 2) no renovación de un porcentaje de los contratos de trabajo a término fijo como consecuencia de la disminución de la operación en las tiendas; sin embargo, algunos de estos recursos lograron ser reincorporados en las aperturas de los últimos meses; 3) ajustes estructurales de tipo temporal y permanente a los procesos de soporte a la operación en las áreas administrativas; 4) celebración de acuerdos con proveedores de abastecimiento y otros para nuevos periodos de pago, que disminuyeron las presiones al flujo de caja. La suma de todas estas acciones permitieron mantener saldos positivos de caja y al cierre del año se cumplió con todos los acuerdos realizados con proveedores sin necesidad de celebrar acuerdos adicionales, gracias a las acciones mencionadas y adicionalmente, por las palancas de las dinámicas de venta de los diferentes canales y la gestión efectiva de recaudo.

Dado el nivel de endeudamiento de corto plazo que tuvo que adquirir Procafecol para afrontar la crisis, se inició desde septiembre de 2020 un proceso riguroso con las entidades financieras con el objetivo de reperfilar los vencimientos de los créditos. Después de cumplir con todas las exigencias de los Bancos, así como sustentar sólidamente las proyecciones financieras de recuperación de la compañía, se acordó el reperfilamiento de las obligaciones de endeudamiento de corto a largo plazo, obteniendo una estructura de deuda acorde con las necesidades de operación de Procafecol. Esta gestión permitió bajar la concentración de deuda de corto plazo de un 58% a un 23%.

3. Plan de Crecimiento

Nos enfocamos en la adecuación de los planes de acción del plan estratégico así como el impulso de iniciativas relevantes y disruptivas que soporten el negocio en el corto, mediano y largo plazo de acuerdo con las condiciones del entorno actual, asegurando la adaptación de la compañía, el negocio en marcha, y el compromiso con las iniciativas de sostenibilidad lanzadas en años anteriores.

A pesar de los retos, aprovechamos las nuevas circunstancias para capitalizar sobre las oportunidades del mercado y robustecer el plan estratégico con acciones en torno a: 1) acelerar nuestro compromiso con la sostenibilidad con impacto positivo social y ambiental, 2) incursionar en canales alternos e innovaciones, 3) asegurar la eficiencia y agilidad de los procesos, adoptando tendencias de transformación así como dinámicas que permitan responder y adelantarse a las necesidades y expectativas de consumidores y grupos de interés.

En términos de sostenibilidad, tuvimos avances significativos en el 2020. Logramos finalizar nuestra aplicación para ser certificados como Empresa B (B Corp) lo que refuerza nuestro compromiso con la generación de un triple impacto (económico, social y ambiental) en

todas las partes interesadas en la compañía. También continuamos con nuestros programas de apoyo a mujeres y jóvenes, resaltando la edición Renacer del 2020, que llevó un mensaje de resiliencia a todos los rincones del mundo desde nuestros jóvenes caficultores, y con nuestros programas de compras inclusivas y proveeduría sostenible. Adicionalmente, a partir del levantamiento de línea base de emisiones de gases de efecto invernadero, definimos prioridades para avanzar en la mitigación de los impactos que produce nuestra operación en emisiones de carbono y consumos de agua y energía. Finalmente, iniciamos el camino de levantamiento y documentación de una política de diversidad e inclusión, que esperamos sea un programa insignia de Procafecol en los próximos años.

En cuanto a la incursión en canales alternos e innovación, como se ha mencionado anteriormente, los planes se ajustaron a las nuevas condiciones de mercado, soportando la expansión lograda en el canal internacional, en los canales digitales y la consolidación en el mercado nacional para asegurar plataformas de crecimiento comercial para Juan Valdez.

Por último, nos embarcamos en la aceleración de una transformación, no solo digital sino sobre todo cultural, que nos permitió la identificación de oportunidades y captura de las mismas, y a la vez el planteamiento de una forma de operar más liviana, ágil y rentable para la compañía. Iniciamos un proceso de cultura y mentalidad Ágil que durante los próximos años transformará la forma de trabajar de nuestra compañía. Adicionalmente, iniciamos proyectos de automatización de procesos que nos pondrán a la vanguardia y nos permitirán migrar a procesos más rápidos, seguros y

eficientes generando productividad organizacional y liberando espacio para proyectos estratégicos al interior de la compañía. También podemos resaltar que el desarrollo acelerado de canales y plataformas digitales nos ha permitido emprender el camino a la construcción de un ecosistema digital que cada vez agrega más valor a nuestros clientes. Por último, iniciamos el proceso formal de robustecer a la compañía con herramientas, estructuras y procesos en la administración y el análisis de datos como fuente de conocimiento y toma de decisiones.

Así, a pesar de los retos que el 2020 imprimió sobre la compañía, cerramos un año con una alta satisfacción por lo logrado en medio de la adversidad. Con un equipo que brilló por su resiliencia, colaboración, humildad y trabajo en equipo. No puedo cerrar sin antes dar las gracias a todos aquellos que con sus acciones aportaron al renacer de Juan Valdez® en el 2020. A nuestros accionistas cafeteros, la Federación Nacional de Cafeteros y todas las entidades del gremio, por su apoyo incondicional en tiempos difíciles. A nuestra Junta Directiva por el acompañamiento, guía y solidez que nos permitieron atravesar los momentos más difíciles de la pandemia. A nuestros clientes y proveedores, por su solidaridad y empatía con acciones que sustentaron nuestros planes en este año. A nuestros consumidores

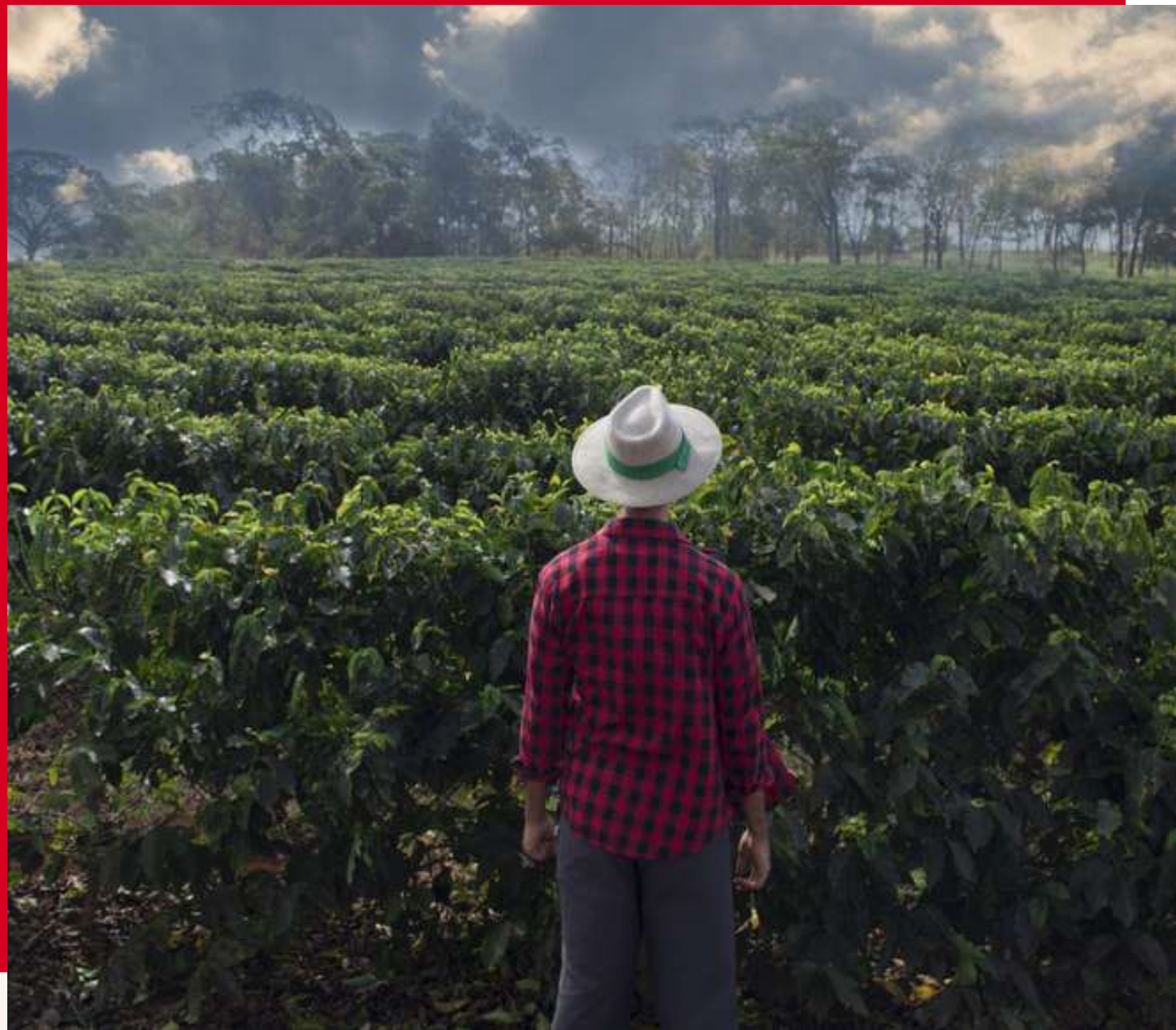
por preferirnos, extrañarnos y volver a nosotros incluso en canales que no eran sus habituales. Y finalmente, a cada uno de nuestros 1.650 colaboradores y sus familias quienes aportaron de manera incansable con su trabajo, su perseverancia y su energía positiva a que Procafecol no solo haya sobrevivido a la pandemia en el 2020, sino que sea hoy una entidad más fuerte y lista para terminar de navegar la tormenta y embarcarse en los nuevos rumbos de nuestro plan estratégico.

Un saludo lleno de gratitud,

Camila Escobar Corredor
Presidenta



2. Informe para la asamblea general de accionistas sobre el funcionamiento de la Junta Directiva y evaluación de la presidenta - 2020



1. Composición de la Junta Directiva

De acuerdo con lo establecido en los Estatutos Sociales, la Junta Directiva de Procafecol S.A. está conformada por cinco (5) miembros principales y sus respectivos suplentes personales, elegidos por la Asamblea General de Accionistas para periodos de un (1) año. Los miembros principales y los suplentes pueden ser removidos libremente por la Asamblea en cualquier tiempo, pero no pueden ser reemplazados en elecciones parciales sin proceder a nueva selección por el sistema de cociente electoral, a menos que las vacantes se provean por unanimidad de los votos correspondientes a las acciones representadas en la reunión. La mayoría de los miembros de la Junta Directiva son independientes.

2. Proceso de nombramiento de los miembros de la Junta Directiva

Cada año, durante la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas, los accionistas presentan las listas de candidatos para miembros principales y suplentes de la Junta.

Las listas propuestas deben en todo caso observar los requisitos que establecen la Ley, los Estatutos, el Reglamento de la Junta Directiva de Procafecol S.A. y demás normas aplicables, y en especial los siguientes:

- Todos los miembros de Junta Directiva, independientemente de su condición, deben cumplir con requisitos de trayectoria profesional, formación académica y experiencia suficiente, relacionados con los temas de interés para la Sociedad. La experiencia primará sobre la formación académica.
- Al menos dos (2) miembros de la Junta Directiva deben ser independientes en los términos de la Ley 964 de 2005.

- Los miembros independientes además de satisfacer los requisitos que la ley impone, deben cumplir las condiciones que establece el Artículo 33 de los Estatutos de la Compañía, los cuales se enuncian más adelante.

3. Miembros independientes de la Junta Directiva

De acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 44 de la Ley 964 de 2005, se entenderá por independiente, aquella persona que en ningún caso sea:

1. Empleado o directivo del emisor o de alguna de sus filiales, subsidiarias o controlantes, incluyendo aquellas personas que hubieren tenido tal calidad durante el año inmediatamente anterior a la designación, salvo que se trate de la reelección de una persona independiente.
2. Accionistas que directamente o en virtud de convenio dirijan, orienten o controlen la mayoría de los derechos de voto de la entidad o que determinen la composición mayoritaria de los órganos de administración, de dirección o de control de la misma.
3. Socio o empleado de asociaciones o sociedades que presten servicios de asesoría o consultoría al emisor o a las empresas que pertenezcan al mismo grupo económico del cual forme parte esta, cuando los ingresos por dicho concepto representen para aquellos, el veinte por ciento (20%) o más de sus ingresos operacionales.

4. Empleado o directivo de una fundación, asociación o sociedad que reciba donativos importantes del emisor. Se consideran donativos importantes aquellos que representen más de veinte por ciento (20%) del total de donativos recibidos por la respectiva institución.

5. Administrador de una entidad en cuya Junta Directiva participe un representante legal del emisor.

6. Persona que reciba del emisor alguna remuneración diferente a los honorarios como miembro de la Junta Directiva, del Comité de Auditoría o de cualquier otro comité creado por la Junta Directiva.

Además de lo anterior, los Estatutos de Procafecol S.A. establecen que serán independientes las personas que además de cumplir con los requisitos que se impongan legalmente:

1. No hayan sido empleados por la Compañía o sus afiliadas durante los dos (2) años anteriores a la elección;

2. No sean asesores o consultores de la Compañía, de sus afiliadas o de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia;

3. No sean empleados de un cliente o proveedor importante de la Compañía o de sus subsidiarias (un cliente que represente más del 20% de los ingresos operativos de la Compañía o subsidiaria o un proveedor cuyos ingresos operaciones provengan en más de un 20% de la Compañía o subsidiaria se presumirán como importantes para efectos de esta estipulación);

4. No tengan contratos de prestación de servicios con la Compañía, sus afiliadas, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia o sus respectivos administradores;

5. No sean un miembro de la familia inmediata de un individuo que sea, o haya sido durante los dos (2) años anteriores, empleado por la Compañía, sus subsidiarias o la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como administrador;

6. No ejerzan, o sean miembros de un grupo de personas que colectivamente ejerzan, control sobre la Compañía.

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

4. Perfil e integración de la Junta Directiva

Los miembros de la Junta Directiva deben cumplir con el perfil definido en el artículo 21 del Reglamento de la Junta Directiva de Procafecol S.A.:

“Los miembros de la Junta Directiva deberán cumplir con requisitos de trayectoria profesional, formación académica y experiencia suficiente, relacionados con los temas de interés para la Sociedad. La experiencia primará sobre la formación académica”

La actual Junta Directiva fue elegida por la Asamblea General de Accionistas en su sesión del 26 de marzo de 2020, quedando conformada de la siguiente manera:

Junta Directiva Periodo 2020-2021

NOMBRE	MIEMBRO	CALIDAD	ANTIGÜEDAD
Juan Camilo Becerra Botero	Principal	Patrimonial	Marzo 2016
María Ángela Holguín Cuéllar	Principal	Independiente	Marzo 2020
Pablo Casabianca Escallón	Principal	Independiente	Marzo 2011
Ana María Barrera Vallejo	Principal	Independiente	Abril 2019
Carlos Alberto Eraso López	Principal	Patrimonial	Marzo 2013
Juan Camilo Ramos Mejía	Suplente	Patrimonial	Abril 2019
Juan Camilo Robledo Vásquez	Suplente	Independiente	Marzo 2018
Claudia Amparo Barrero Lozano	Suplente	Independiente	Marzo 2009
Yonatan Bursztyn Vainberg	Suplente	Independiente	Marzo 2016
Álvaro Bautista Fajardo	Suplente	Patrimonial	Marzo 2015

La actual Junta Directiva de Procafecol S.A. integró ejecutivos con amplia trayectoria y diversidad de conocimientos y experiencia en distintos sectores de la economía, como la industria de expendio de alimentos y franquicias, almacenes de cadena y consumo masivo, sector financiero, legal y corporativo. También contó con la participación de caficultores destacados por su liderazgo y representatividad, así como de altos ejecutivos de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia respaldados por el Comité Directivo de esa institución.

5. Funciones y responsabilidades de la Junta Directiva

En la Junta Directiva se entiende delegado el mandato para administrar la sociedad, y, por consiguiente, tiene atribuciones para ordenar que se ejecute o celebre cualquier acto o contrato comprendido dentro del objeto social y para adoptar las determinaciones necesarias en cumplimiento de los fines sociales. Las funciones de la Junta Directiva se establecen en los Estatutos de la Sociedad.

De acuerdo con el Reglamento de la Junta Directiva, los miembros de este cuerpo colegiado deben actuar de buena fe y con lealtad para con la Sociedad; una vez elegidos, representar a la totalidad de los accionistas y, por

lo tanto, no actuar en interés de accionistas o grupos de accionistas en particular; ejercer su cargo en forma objetiva y autónoma; obrar con la diligencia del buen hombre de negocios; promover, en lo que concierne a sus funciones, el estricto cumplimiento de las disposiciones legales, estatutarias y reglamentarias de la Sociedad, así como las buenas prácticas de Gobierno Corporativo y los valores de la Sociedad.

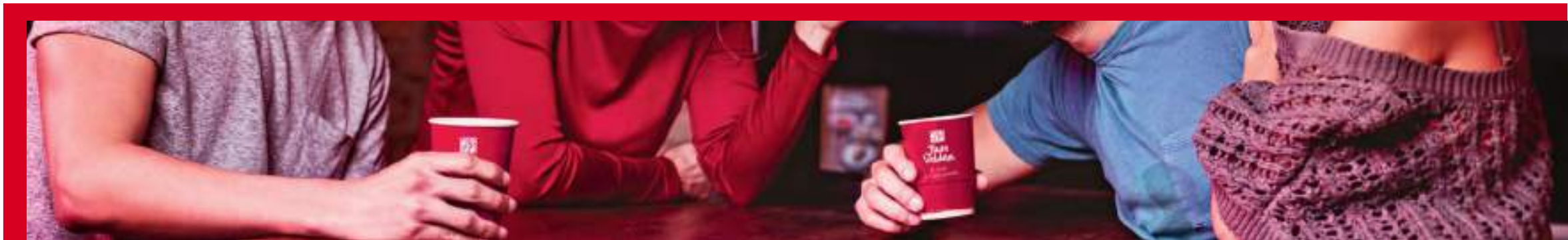
6. Operatividad de la Junta Directiva y actuaciones destacadas

Durante el 2020, la Junta Directiva de Procafecol S.A. sesionó en siete (7) oportunidades, de las cuales dos (2) reuniones se desarrollaron de forma presencial, y cinco (5) reuniones de desarrollaron de forma no presencial, mediante comunicación simultánea (videoconferencia). Adicionalmente, en cinco (5) oportunidades la Junta Directiva tomó decisiones mediante votación escrita.

Todas las reuniones se ajustaron a lo previsto en los Estatutos Sociales de la Compañía en cuanto a su convocatoria y quorum necesario para deliberar y decidir. Las decisiones y aprobaciones de la Junta Directiva se ajustaron a lo previsto en los Artículos 34 y 36 de los Estatutos Sociales de la Compañía y las demás normas aplicables.

NOMBRE	MIEMBRO	ASISTENCIA
Juan Camilo Becerra Botero	Principal	100%
María Ángela Holguín Cuéllar*	Principal	80%
Pablo Casabianca Escallón	Principal	100%
Ana María Barrera Vallejo	Principal	86%
Carlos Alberto Eraso López	Principal	100%
Juan Camilo Ramos Mejía	Suplente	86%
Juan Camilo Robledo Vásquez	Suplente	86%
Claudia Amparo Barrero Lozano	Suplente	86%
Yonatan Bursztyn Vainberg	Suplente	80%
Álvaro Bautista Fajardo	Suplente	80%

* Se calcula tomando como base las cinco (5) sesiones de la Junta Directiva que se reunieron con posterioridad a su designación por la Asamblea General de Accionistas del 26 de marzo de 2020.



En sus sesiones, la Junta Directiva recibió de la administración los informes financieros y comerciales, informes sobre la continuidad de negocio de la Compañía frente a la declaratoria de emergencia COVID-19, proyecciones, perspectivas y proposiciones. Dentro de los asuntos más relevantes que fueron objeto de estudio y análisis por parte de la Junta Directiva se encuentran los siguientes:

- Seguimiento y revisión de la estrategia de la compañía y de los proyectos de crecimiento
- Seguimiento al plan de continuidad de negocio activado ante la declaratoria de emergencia por COVID-19 y a las acciones administrativas, laborales (en el marco de las acciones determinadas por el gobierno nacional), financieras y comerciales para mitigar su impacto
- Seguimiento a las estrategias y resultados de los canales nacionales e internacionales y a la situación de los socios y franquiciados
- Seguimiento al desempeño financiero, situación patrimonial y nivel de endeudamiento de la compañía
- Constitución de un Comité Financiero y seguimiento a sus actividades
- Seguimiento al perfil de endeudamiento de la compañía y el desarrollo de un proyecto para la emisión de bonos
- Revisión y seguimiento a la Política de cartera
- Revisión de las actividades de control interno y de auditoría
- Revisión de las recomendaciones del Comité de Auditoría e implementación de las acciones
- Aprobación de la Política de compra de café a caficultores accionistas – “Plan amigo inversionista”
- Actualización de la Política de prevención de soborno y corrupción
- Aprobación de la Política de Donaciones
- Aprobación del presupuesto 2021

7. Remuneración de la Junta Directiva

Los honorarios de los miembros de la Junta Directiva son fijados por la Asamblea General de Accionistas por concepto de asistencia a las reuniones de la Junta y del Comité de Auditoría. Dicha remuneración es fijada atendiendo las características de la Compañía, la responsabilidad del cargo y las directrices del mercado. De acuerdo con la aprobación impartida por la Asamblea General de Accionistas en marzo de 2020, el valor de los honorarios de los miembros de la Junta Directiva de Procafecol S.A. corresponde al equivalente a ochenta y cinco Unidades de Valor Tributario (85 UVT) por sesión asistida de Junta Directiva y Comité de Auditoría. Los miembros de la Junta Directiva no tienen ninguna clase de remuneración variable.

Por su parte, los miembros de la Junta en representación de la Federación Nacional de Cafeteros, atendiendo políticas internas de la dicha compañía, no devengan ningún tipo de honorario o compensación por su atención a las sesiones de Junta o de los Comités.

8. Comités de la Junta Directiva

Comité de Auditoría

Para el periodo 2020-2021, el Comité de Auditoría estuvo integrado por los doctores Pablo Casabianca, Juan Camilo

Robledo y Claudia Barrero, todos miembros independientes. Durante el 2020 y con la participación del Revisor Fiscal, el Comité se reunió en cinco (5) oportunidades y tomó decisiones por votación escrita en una (1) oportunidad.

El Comité de Auditoría supervisó el cumplimiento del programa de auditoría interna, los procesos de auditoría, riesgos y control interno, contables y de reporte financiero de la compañía; revisó que la preparación, presentación y revelación de la información financiera se ajuste a lo dispuesto en la ley; consideró los estados financieros de la sociedad antes de someterlos a consideración de la Junta Directiva y de la Asamblea General de Accionistas; revisó los controles financieros de la compañía en relación con asuntos financieros y contables; y revisó la idoneidad, independencia y desempeño del revisor fiscal, así como el desempeño del área de auditoría interna de la compañía.

Comité de Compensación

Para el periodo 2020-2021, el Comité de Compensación estuvo integrado por los doctores Juan Camilo Becerra, miembro patrimonial y los doctores Ana María Barrera Vallejo y Yonatan Bursztyn, miembros independientes.

Durante el 2020, el Comité se reunió en tres (3) oportunidades, hizo seguimiento a los avances y pago de los esquemas variables de compensación, revisó los resultados de arquitectura salarial y las propuestas para el 2020, presentó recomendaciones para reforzar el

modelo de gestión de desempeño así como el programa de beneficios, bienestar y capacitación y desempeñó un papel muy importante, en el estudio de las decisiones de ajuste estructural y medidas complementarias que la Compañía tomó como consecuencia de la emergencia sanitaria.

Comité Financiero

Creado por la Junta Directiva en el mes de julio de 2020, el Comité Financiero estuvo integrado por tres (3) miembros de la Junta Directiva: los doctores Juan Camilo Becerra, miembro patrimonial y las doctoras Ana María Barrera y Claudia Barrero, miembros independientes de la Junta Directiva; y por tres (3) miembros de la administración: la doctora Camila Escobar, Presidente, y los doctores Pedro García, Vicepresidente de Estrategia y Finanzas y Mateo Rodríguez, Gerente Jurídico y Administrativo. Durante el 2020, el Comité se reunió en cuatro (4) oportunidades para hacer seguimiento y análisis a la estructura financiera de la compañía, acompañar a la administración en el proyecto de emisión de bonos en el segundo mercado, y la revisión de estrategias para el fortalecimiento patrimonial de la compañía.

9. Conflictos de interés

El 21 de octubre de 2020, con ocasión de una decisión por votación escrita de la Junta Directiva en relación con la consideración y aprobación de la Política para la compra de café a caficultores accionistas de Procafecol S.A. “Plan Amigo Inversionista”, el doctor Carlos Alberto Eraso, accionista de la compañía y miembro patrimonial de la Junta Directiva se abstuvo de participar en la decisión por concurrir en él la calidad de miembro de Junta Directiva, con la de caficultor accionista y posible participante en el programa “Plan Amigo Inversionista”.

10. Evaluación de la Junta Directiva

La Junta Directiva de Procafecol S.A., basada en las recomendaciones de mejores prácticas de buen gobierno corporativo expedido por la Superintendencia Financiera y en las normas internas, realizó una autoevaluación de la Junta Directiva y sus Comités, con el propósito de revisar la gestión desarrollada durante el año 2020.

Cada miembro hizo una evaluación individual de la Junta y los Comités como órganos colegiados. En la evaluación no participó la Administración y los resultados fueron analizados y unificados por la Junta Directiva. Las principales conclusiones están agrupadas por los temas de la encuesta de autoevaluación, la cual se enfocó en analizar las fortalezas y oportunidades de mejora en los siguientes aspectos:

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

Con esta evaluación, la Junta identificó como fortalezas la dinámica de relacionamiento de la administración con la Junta, el aporte y valor asociado al trabajo y seguimiento de los diferentes aspectos que realizan los comités asesores y el manejo que la presidencia le da la Junta.

De otra parte, la Junta encuentra importante fortalecer el relacionamiento con las partes interesadas, para así atender de manera adecuada sus expectativas e identificar los canales idóneos para mantener una fluida comunicación.

Por último, la evaluación también fue clara en resaltar la importancia de motivar un trabajo con la administración para identificar y hacer seguimiento a los riesgos estratégicos que, tanto de fuentes internas como externas, deben ser gestionados y monitoreados.

La Junta Directiva concluyó que para este año se deben concentrar sus esfuerzos en:

- Retomar y enfocar las discusiones en la visión de largo plazo de la compañía.
- Fortalecer la dinámica de la junta para concentrar los esfuerzos y discusiones en proyectos estratégicos de crecimiento.
- Elaborar de manera anticipada una agenda estructurada que abarque ampliamente las temáticas estratégicas a revisar en las sesiones programadas para el año.
- Fortalecer y mejorar el relacionamiento con las partes interesadas.

II. Evaluación de la gestión del Presidente de la Compañía

En la evaluación de la gestión del año 2020 de la Presidenta Camila Escobar Corredor, se consideraron diversos aspectos que comprenden su responsabilidad en el direccionamiento de la Compañía:

- Efectividad en la toma de decisiones acertadas y el direccionamiento de la compañía durante la emergencia sanitaria por la pandemia del virus COVID-19
- Capacidad de reacción oportuna en los aspectos relevantes que se requirieron para la adaptación de la operación a las circunstancias cambiantes por la emergencia sanitaria
- Disposición hacia la constante y oportuna comunicación a través de múltiples canales
- Demostró habilidades de liderazgo con su equipo y con la empresa durante

las complejas circunstancias que fueron afrontadas durante el año

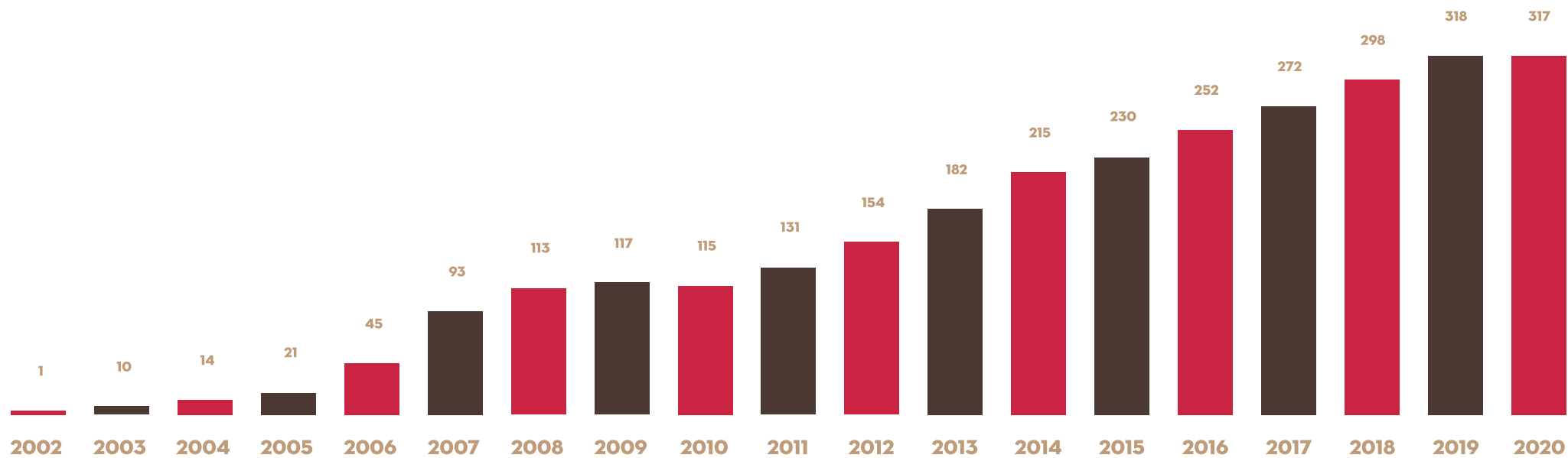
- Continuó fomentando el trabajo en aspectos estratégicos de la compañía como fueron el desarrollo de nuevos negocios y desarrollo de nuevos canales
- Lideró el fortalecimiento de la organización en diversos aspectos de buen gobierno
- Propició los espacios necesarios para adelantar las labores que permitieran el cumplimiento de requisitos para que la empresa lograra alcanzar el objetivo de certificarse como empresa B

En 2020, la Presidencia se destacó por mantener el negocio en marcha, velando por el bienestar de los colaboradores, asegurando no deteriorar la marca en medio de las adversidades y complejidades que se debieron afrontar en una economía con serias dificultades a nivel local y mundial.

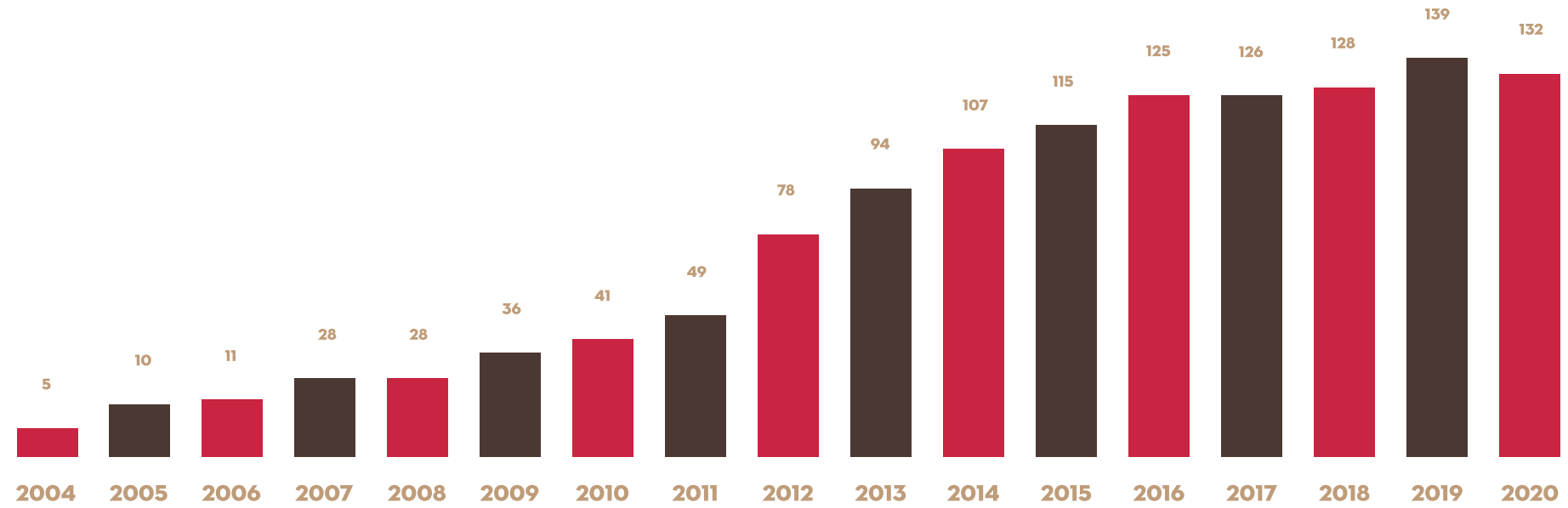
Juan Camilo Becerra Botero
Presidente de la Junta Directiva
PROCAFECOL S.A.

3. Cifras y Hechos Relevantes

Tiendas Colombia



Tiendas en el exterior



Aperturas Relevantes Tiendas Nacionales

Plaza San Diego



Riohacha Aerop.



Reina Sofía



Plaza Santo Domingo



Lyrata Cali



Contraloría



Metro Estación Niquia



Tuluá

San Bernardino Paraguay



Windermer Orlando



Aerop. El Alto Nacional Bolivia



Clínica La Mujer El Salvador



Cielo Mall Bolivia

Aperturas Relevantes Tiendas internacionales



Aerop. El Alto Nacional Bolivia



Sanatorio Alemán Chile



Reconocimiento Effie Awards 2020

Durante el año 2020, ganamos dos premios Effie de Plata con dos de nuestras campañas del año 2019, en donde nos enfocamos en enaltecer la calidad del café colombiano y en resaltar el orgullo de ser una marca país que representa a 540 mil familias caficultoras. En la categoría “Bajo Presupuesto”, obtuvimos el reconocimiento con la campaña “La gran celebración” para el Día Internacional del Café, en donde se regaló tinto a cualquier persona que se acercara a nuestras tiendas con un vaso de café, así fuera de nuestra competencia. Por otro lado, ganamos en la categoría “Restaurantes y comidas rápidas”, con la campaña “El café de todo un país”, en donde hicimos un relanzamiento de nuestra marca y reafirmamos nuestro propósito como marca país.

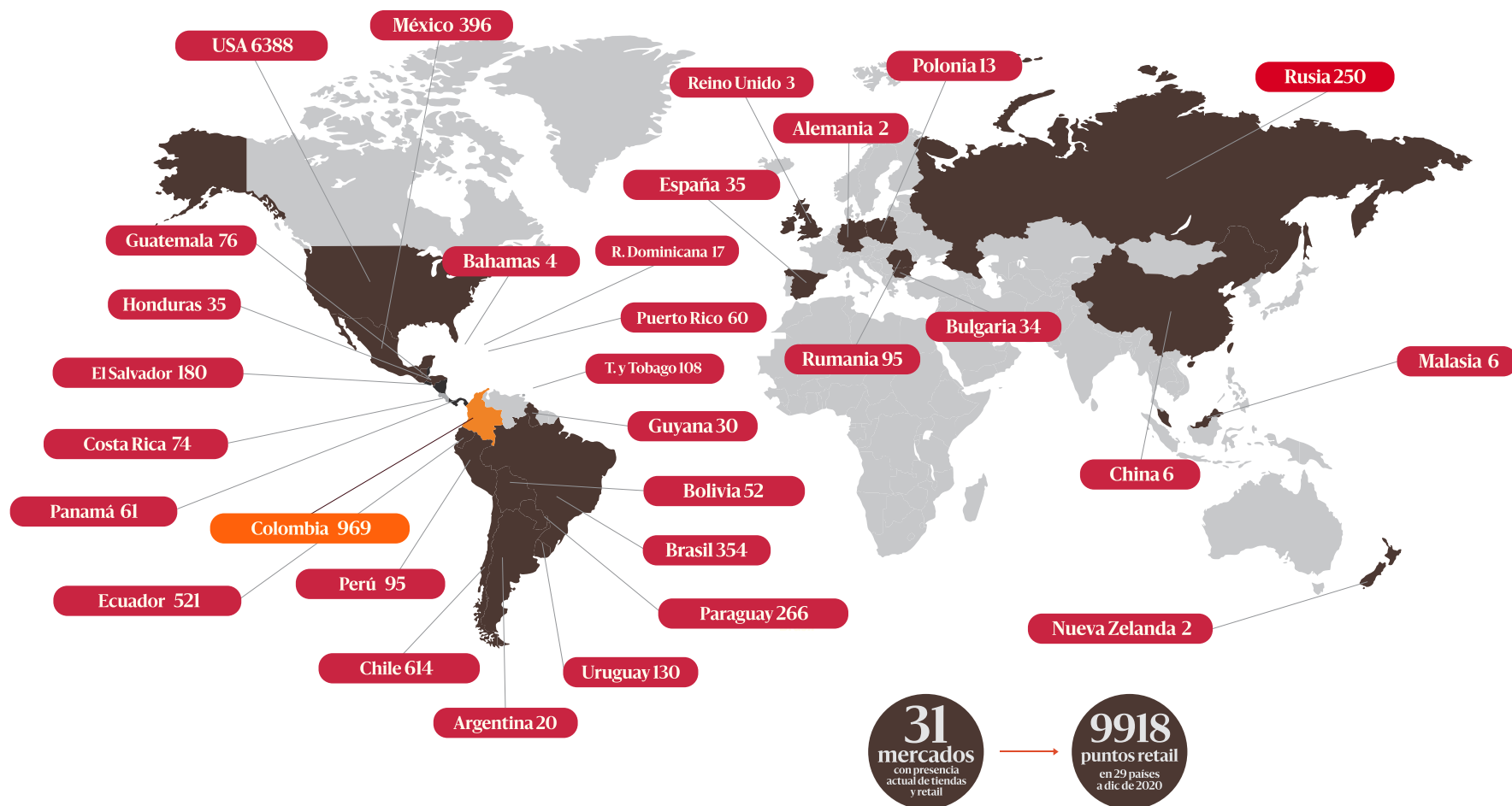
4. Presencia de Juan Valdez en el Mundo

Tiendas internacionales diciembre de 2020



Consumo Masivo Internacional

29 países



5. Nuestro Negocio



Tiendas

Colombia

Participación en venta:

55,4%

- 259 propias
- 58 franquicias
- 8 aperturas



Consumo Masivo

Colombia

Participación en venta:

16,4%

- 969 puntos de venta.
- 54 clientes
- 15 clientes nuevos en 2020



Institucional

Colombia

Participación en venta:

3%

- 1 Aerolínea
- 41 Restaurantes
- 41 Distribuidores
- 47 Hoteles
- 60 Corporativos
- 21 Barras
- 2 rutas de autoventa

Internacional

Participación internacional sobre la total compañía:

3,4%

- 132 tiendas
- 13 países
- 7 aperturas

Internacional

Participación internacional sobre la total compañía:

20,2%

- 9.918 POS
- 3 países nuevos
- 29 países en total

Internacional

Participación internacional sobre la total compañía:

1,3%

- 1 crucero
- 3 países vending
- 1 aerolínea nueva

Ante el desafío que generó el cierre de la operación de venta presencial en tiendas a raíz de las cuarentenas y las diferentes restricciones establecidas por el gobierno nacional y local, la compañía logró adaptar de forma ágil la operación y la dinámica comercial, buscando siempre la seguridad de los colaboradores y clientes.

La generación de confianza ante la aplicación de todas las normas de bioseguridad, la gestión eficiente de cierres y reaperturas, y la implementación acelerada de la estrategia omnicanal, permitió cerrar un año con una variación en ventas vs. 2019 del -33%, un resultado muy por encima de las expectativas que se tenían por la coyuntura.

Dentro del plan de expansión, se logró ampliar presencia y llevar la experiencia Juan Valdez® a nuevas ciudades. En total se abrieron 9 tiendas (Bogotá, Guajira, Cali, Medellín, Cartagena y Tuluá), y se reubicaron 2 (Barranquilla y Cali)

A través de los nuevos canales digitales, nació una apuesta a la cercanía con los consumidores, asegurando cobertura, experiencia, pertinencia de portafolio y servicio.

En el mes enero se lanzó la **APP** Juan Valdez®, con funcionalidades que han permitido ofrecer una experiencia de usuario óptima, a partir de un modelo que combina domicilio y la posibilidad de recoger en tienda. Este desarrollo no solo ha permitido fortalecer el relacionamiento con la Comunidad de Amigos Juan Valdez, sino también generar ventas incrementales.

El 2020 se cerró con 175.479 descargas de la aplicación y 106.000 transacciones.



En el mes de junio se lanzó la **TIENDA ONLINE** Juan Valdez® en Colombia. En los primeros 6 meses de operación y con un alcance inicial de 6 ciudades a nivel nacional, el canal generó más de 5.600 transacciones, representando el 0,7% del total de la venta de Tiendas propias. La página recibió un total de 1.075.053 visitas, con un porcentaje de conversión en ventas de 1,45%, estando en línea con la tendencia del mercado.

En el mundo, en términos de e-commerce se avanzó en 3 frentes entendiendo las necesidades de los clientes: Se potenciaron y desarrollaron las páginas e-commerce de todos los clientes de consumo masivo, actualizando portafolios, descripciones de producto y foto de cada referencia. Igualmente se crearon páginas web en la mayoría de países con el fin educar a los clientes y realizar ventas a través de dichos portales. Por último, se ejecutaron importantes codificaciones con marketplaces tales como Linio, MercadoLibre entre otros.

En Colombia, con el fin de ampliar coberturas, se fortaleció la presencia en la plataforma Rappi y en el mes de abril inició la expansión a nuevas PLATAFORMAS DE DOMICILIOS como Ifood, Domicilios.com, y Uber Eats. Al cierre del año, la venta en estas plataformas representó el 7% del total de la venta de tiendas propias. Estrategias de producto, comunicación y tácticas promocionales, que permitieron robustecer la marca y volverla cada vez más relevante para los consumidores de estas plataformas, así como cumplir al 100% los objetivos establecidos.

En el canal de Consumo Masivo se mantuvo la dinámica de crecimiento sostenible al capitalizar los cambios en las decisiones de compra de los consumidores. Enfocados en 4 estrategias claves: 1) El fortalecimiento de las relaciones con el canal a partir de presencia estratégica en sus actividades propias; 2) La ampliación de la base de clientes; 3) La profundización del portafolio a partir de activación de nuevos puntos de venta y la codificación de nuevas referencias; 4) El desarrollo de campañas 360 en el lanzamiento de ediciones especiales.

2020 cerró con 54 clientes, 15 de ellos nuevos, y con presencia en 969 puntos de venta.

En el mercado internacional, se trabajó en la consecución de negocios para el territorio de Rumania, en donde se inició la operación a principios de año con 145 puntos de venta en el canal de consumo masivo por medio del distribuidor Moreno SC. Estos puntos se componen por 114 en droguerías DM, 20 en Islas "Kontakt" en centros comerciales, 7 en la cadena Miracolul plantelor y 4 en droguerías Tei también con página online. Con este mismo cliente se está trabajando la codificación en países adicionales como Alemania, Polonia y Austria. En los primeros dos la marca ya cuenta con presencia digital, pero con Moreno SC se trabajará entrar a supermercados.

El Canal Institucional fue uno de los más afectados por la coyuntura del 2020, al contemplarse hoteles, restaurantes, y aerolíneas cerradas gran parte del año. Los hogares se convirtieron también en oficinas, desplazando el consumo de café que se tenía en los clientes corporativos. Todo este panorama provocó el desarrollo de nuevas líneas de negocio que permitieron acercar la marca a donde se encontraba el consumidor, sus casas.

El año cerró con 211 Clientes + 167 Máquinas Vending.



Con 2 rutas de Autoventa y 1 ruta de Conjuntos, se pudo llevar a los clientes Juan Valdez, café empacado y pastelería congelada, con la calidez que caracteriza al personal de la compañía.

Se diseñó una estrategia de incremento de capilaridad, con la codificación de nuevos distribuidores, y hoy la marca hace presencia en ciudades donde antes no se contaba con este canal. Se creó un nuevo modelo de negocio de Catas Virtuales, Experiencias Sensoriales, que permitió el acceso nuevamente al mundo de los eventos corporativos.

A nivel internacional también se llevó la experiencia a través de nuevos canales de venta. De igual manera, se logró la consecución del negocio para distribución de café a bordo en Spirit Airlines. Esto es muy significativo, pues implica una presencia en más de 500 vuelos diarios a 67 destinos en Estados Unidos, Latinoamérica y el Caribe.



Así mismo, se realizaron catas con el apoyo de Procolombia a diferentes embajadas durante el segundo semestre de 2020. El propósito de estas era la búsqueda de nuevos mercados en los que la marca aún no cuenta con presencia y tienen un alto potencial de consumo de café, o que, aun teniendo presencia, hay aún oportunidad de potencializarla. Los países a los que se llegó con estas experiencias virtuales fueron: Ghana, Reino Unido, Irlanda y Egipto, Estados Unidos y Panamá.

Un Café por mi País



Navidad



Libre de Virus



APP Juan Valdez®



Renacer

En 2020 continuó el trabajo por la conexión con los consumidores enfocando esta comunicación en el propósito de la compañía, como eje fundamental de la marca: Generar valor compartido a los caficultores colombianos.

Se hicieron grandes apuestas entendiendo la coyuntura global, activando estas 5 grandes campañas.



Hicimos una renovación visual, conservando nuestra esencia. Hoy tenemos una marca joven, moderna y cercana a los nuevos consumidores.

En el marco de la estrategia de relacionamiento, se hicieron pronunciamientos en momentos clave en los que se dio a conocer la visión de la compañía, las iniciativas estratégicas y los protocolos y acciones generadas a raíz de la coyuntura del Covid-19. Demostrando ser una fuente de contenido relevante, lo que se evidenció en la veracidad y en el tono positivo de las noticias alrededor de Juan Valdez®:

289 notas de prensa
y 25 entrevistas
diferentes.



Se realizaron más de 12 proyectos de innovación buscando impulsar la dinámica del negocio en los diferentes canales y el fortalecimiento de la marca. Todo esto bajo cuatro premisas: la diferenciación con base en tendencias, la identificación de oportunidades únicas de mercado, el posicionamiento y calidad premium, y la visibilidad de la labor de los caficultores colombianos.

Tres grandes proyectos son muestra de este trabajo:



Edición Especial Renacer

Café cultivado por jóvenes caficultores en territorio de conflicto.



Edición Especial Colina 300 gramos Molido - Café Homenaje:

una edición dedicada a los que lograron renacer e hicieron su mejor cosecha en el 2020



Edición Especial El Camino del Jaguar

Café premium cultivado en la Sierra Nevada de Santa Marta en fincas cafeteras que por su compromiso ambiental para mantener el ecosistema del Jaguar son certificadas como Jaguar Friendly.

En términos de innovaciones de cara al mercado internacional, luego de presentar los nuevos dos sabores de liofilizados en los diferentes países con presencia, se logró la exportación de más de 140.000 unidades el primer año, alcanzando las 14 toneladas de café liofilizado saborizado. Los principales países a los cuales se enviaron estos nuevos cafés fueron Alemania, Chile, Rumania, Puerto Rico y Paraguay. Así mismo se realizó el in&out de café tostado en España y otros países buscando ofrecer perfiles de tasa según preferencias locales.

El programa de fidelización Amigos Juan Valdez, hoy ya es una comunidad de dos millones trescientas mil personas. La activación de una comunicación cercana, emocional, el entendimiento de sus nuevos hábitos de consumo y una oferta segmentada permitió que este programa representara el 65% de la venta total de la compañía en Colombia y el 67% de las transacciones fidelizadas.

En 2020 la APP de Juan Valdez tuvo 170 mil descargas.

A este buen resultado le sumamos una comunidad global de más de 4,5ml de seguidores a través del ecosistema de redes sociales activas en 10 países.



Café Liofilizado Avellana



Café Liofilizado Dulce de Leche

6. Nuestra Gente



El año 2020 trajo consigo múltiples retos en el ámbito social, económico, empresarial, familiar y personal, debido al estado de emergencia derivado de la pandemia por el virus COVID-19. Por su puesto esta situación no fue ajena a Procafecol y los colaboradores se vieron directamente impactados.

Ante esta situación, una de las primeras medidas adoptadas, fue declarar la figura de trabajo en casa para el 100% del personal administrativo, lo cual representó la ruptura de paradigmas y llegó para cambiar radicalmente la forma de trabajo. Hoy se puede decir que con mucho compromiso, disciplina y confianza, la compañía se ha adaptado a un nuevo estilo de trabajo.

Al cierre del 2020, Procafecol S.A. contaba con una planta activa de 1625 colaboradores, lo que representa una reducción en planta respecto al 2019 de 21%, esto derivado de la estrategia y decisiones que se implementaron, para garantizar la continuidad de la compañía durante la contingencia.

Una de las decisiones, fue la no renovación de contratos laborales a término fijo. Como consecuencia del cierre de tiendas, a partir del mes de abril y durante 5 meses consecutivos, no fue posible prorrogar de más de 500 contratos laborales. En contraste con lo anterior, es de resaltar que durante el periodo más crítico, la empresa hizo un esfuerzo financiero y humano muy importante, para mantener activos los contratos de más de 1200 personas, reconociendo y pagando salarios sin la efectiva prestación del servicio.

De igual forma para los procesos administrativos, dado el nuevo tamaño de la compañía, en el mes de julio fue necesario realizar un ajuste estructural, con el cual se redujo la planta en un 17%. De forma complementaria a esta medida, desde el mes de abril ya se había llegado a un mutuo acuerdo para

realizar una reducción de salarios en todo el equipo administrativo.

Adicionalmente se acudió a todas las figuras y alternativas que el Gobierno Nacional habilitó de forma transitoria, para atender la emergencia sanitaria en procura de mantener una estabilidad laboral, entre ellas, vacaciones colectivas, alivios financieros, subsidios etc..

Por fortuna, para el tercer trimestre se lograron mejores resultados financieros que permitieron replantear las medidas adoptadas, tales como reactivación de contrataciones, dando oportunidad en primera instancia, a las personas que no fue posible renovar su contrato, logrando volver a contratar al 37% del personal.

Bienestar

Teniendo en cuenta la contingencia sanitaria y pensando en el bienestar de los colaboradores y sus familias se ajustó un plan de bienestar para que atendiera las nuevas necesidades de la virtualidad y que estuviera en línea con la estrategia y la vivencia de las características del líder Juan Valdez. El plan de bienestar permitió ejecutar y articular actividades virtuales con cobertura a las familias de los colaboradores; un ejemplo de ello es la actividad de fin de año, en la cual se contó con la participación de cerca de 900 familias de todo el país, conectadas virtualmente.

Se lanzan nuevos beneficios con cobertura para el 100% de la población: Día de cumpleaños, día de la familia, ocho días adicionales en licencia de maternidad y paternidad.

Capacitación

El reto desde la virtualidad además fue establecer una estrategia de capacitación para garantizar el plan de formación, por ello se impulsó la Plataforma UBITS para el personal de BACK, la cual tuvo un nivel de aceptación del 92%, los colaboradores realizaron 2.327 cursos, lo que equivale a 7,58 horas de estudio por colaborador. Se destaca que el cumplimiento del plan de formación se desarrolló de manera virtual, manteniendo un cumplimiento del 94%, con una cobertura del 87% así como un nivel de satisfacción de satisfacción de 4,9/5,0.

Seguridad y Salud

Se avanzó en la implementación Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el trabajo (SGSST), el cual se fortaleció aún más en relación al año anterior obteniendo una calificación del 93% de madurez; 4 puntos porcentuales más que 2019. Adicionalmente en trabajo conjunto con las áreas de calidad y entrenamiento, se construyó el protocolo de bioseguridad para dar respuesta a la reglamentación exigida por entes de control en la detección, mitigación y control del Covid 19 para los canales comerciales, así como oficina central. Se establecieron mecanismos de seguimiento y monitoreo que permitieron establecer acciones preventivas, de capacitación y sensibilización ajustadas a la nueva realidad



Inclusión y equidad laboral

El programa de inclusión laboral se mantuvo vigente con 68 amigos del alma, quienes tuvieron asesoramiento permanente durante todo el año, gracias al diseño de un plan de acompañamiento para ellos y sus familias, se mantuvieron activos y presentes en la organización.

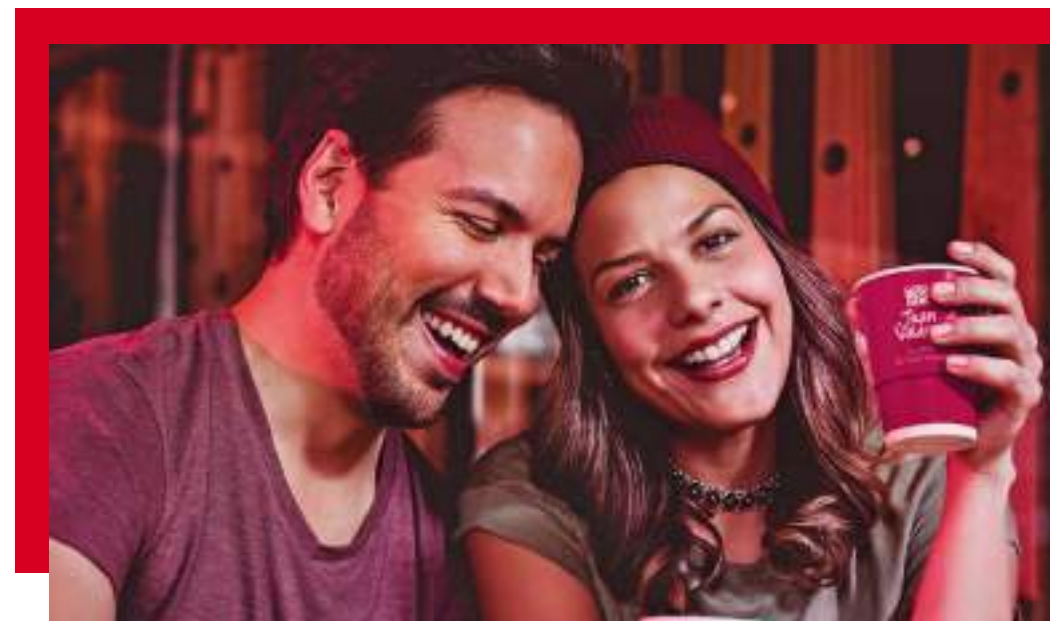
Se inició el camino hacia la Equidad de Género, participando por primera vez en la encuesta liderada por Aequales Ranking PAR. Parte del avance de este camino fue la conformación, del Comité de Diversidad, Inclusión y Equidad de Género.

Gestión de Procesos

Se fortaleció el sistema en términos de gestión documental y del conocimiento, el cual creció en un 63,2% debido a la ejecución de proyectos de integración de los perfiles de cargo, así como instructivos de operaciones de tiendas y lineamientos organizacionales, como requisitos internos de la organización; Implementación de los protocolos de bioseguridad como requisito legal; actualizaciones asociadas a la recertificación HALAL y BASC que hacen parte de los requisitos de certificación y requisitos nuevos la implementación del sistema SAP para NFCGC como empresa subsidiaria.

Con relación a la mejora continua en el 2020 se avanzó con la gestión de hallazgos obteniéndose un 91,5% de cierre eficaz en el Sistema de Gestión del Control y Seguridad (BASC), así como un 81,5% en el sistema de aseguramiento de producto Halal.

Siendo un año de grandes retos, se lograron capitalizar muchos aprendizajes y experiencias, teniendo siempre como centro el talento humano, donde el liderazgo, la comunicación, el trabajo en equipo y la motivación, fueron los pilares fundamentales para mantener vivo el propósito de la compañía.



7. Gestión de Riesgos



Procafecol S.A. cuenta con un procedimiento de gestión de riesgos, que define la metodología para la identificación, análisis, valoración, tratamiento y monitoreo de los riesgos operativos, a que se ve expuesta la compañía en desarrollo de las diferentes actividades comprendidas en su objeto social y en cumplimiento de sus objetivos estratégicos establecidos.

De acuerdo al procedimiento establecido, Procafecol S.A. aplica las siguientes premisas:

- Identifica y trata sus riesgos con el objeto de asegurar el cumplimiento de las metas establecidas en su planeación estratégica, su modelo de negocio y su modelo de operación.
- La implementación de los objetivos, iniciativas y tácticas derivadas de la planeación estratégica, deberán contar con una identificación y evaluación de los factores de riesgo que provengan del entorno, del direccionamiento estratégico y de la arquitectura operacional.
- Del análisis, valoración y evaluación, en donde se considera impacto, probabilidad y medidas de control, se determina y evalúa el riesgo residual, a partir del cual Procafecol S.A. define un tratamiento según el caso, en especial para aquellos riesgos calificados como “indeseable”, “intolerable” o “catastrófico” que demandan de manera inmediata una “Acción para Abordar Riesgos”.
- La gestión de riesgos es un proceso continuo.
- Cualquier modificación o ejecución de un proyecto estará sujeto a un

proceso previo de identificación y evaluación de sus factores de riesgo.

- Los procesos y procedimientos son sometidos al análisis de riesgos, así como que las propuestas de modificaciones deben incluir la metodología. Se mantiene un control permanente sobre los cambios en los perfiles de riesgo para realizar oportunamente los ajustes pertinentes.
- Se ha formalizado en su equipo de colaboradores el rol de Gestor de Riesgo (Gerentes, Contador General, líder del subproceso y/o líder de proyecto), siendo ellos como primera fuente, y no excluyente de los demás miembros de la compañía, los encargados de identificar, analizar, validar y cerrar el riesgo de las actividades definidas en su respectiva área de responsabilidad. Adicionalmente, solicitan la aprobación del riesgo y su actualización cuando sea necesario.
- El rol de “Aprobador de Riesgo” se ha designado en los cargos de Directores, Vicepresidentes y Presidenta. Revisan y aprueban los riesgos de los subprocesos a cargo, así como de la generación del control de cambios cuando se requiera la actualización de los mismos.
- La actualización de los riesgos se efectúa al menos una vez al año, salvo que se presenten cambios significativos

en Procafecol S.A., dentro del subproceso o proyecto en curso que conlleven a realizar una revisión en un periodo menor.

- La gestión es realizada sobre una plataforma tecnológica integrada al sistema de Gestión Documental y está diseñada basándose en los lineamientos ISO 31000 Gestión del Riesgo. La Administración del Módulo (de Riesgos), está a cargo de la Dirección de Auditoría Interna, Control Interno & Riesgos y Coordinador de Control Interno y Riesgos, quienes realizan acompañamiento a Gestor y Aprobador del Riesgo en todas las etapas.

- Todos los empleados deben cumplir de manera obligatoria las decisiones emanadas de la Junta Directiva o la Alta Dirección con relación a la gestión de riesgos del Emisor.

Respecto a los riesgos identificados y gestionados, Procafecol S.A. en su proceso continuo gestiona a 31 de diciembre de 2020, 173 riesgos resultado del proceso de actualización del mismo año, que pueden ser agrupados así:

- Ambientales & Sostenibilidad: Incumplimiento de metas establecidas para la economía circular y la mitigación del cambio climático Incumplimiento de compromisos adoptados respecto a buenas prácticas sociales y ambientales en la compañía.

- Entorno & Mercado: Baja oferta o desabastecimiento de suministro de café y competidores.

- Financieros: Desviaciones en el cumplimiento de indicadores, insuficiencia en coberturas, Inexactitud y/o extemporaneidad en el suministro de información financiera y tributaria , ausencia y/o debilidades en la definición de

planeación tributaria, impacto fiscal o efectos negativos de la política tributaria.

- Legales: Cumplimiento de normatividad interna y externa a cargo de Procafecol S.A.. Adicionalmente, el subproceso de Gestión Jurídica genera para todos los demás procesos del Emisor, lineamientos para identificar, actualizar, implementar y comunicar los requisitos legales, reglamentarios y estatutarios de la compañía.

- Operaciones: Asociados con la prestación del servicio en tiendas Juan Valdez® Café®.

- Reputacionales: Situaciones que afecten o erosionen la marca o la percepción que los grupos de interés tienen de Procafecol S.A.. Incumplimiento de acuerdos pactados para las compras inclusivas o para el programa Plan Amigo Caficultor.

- Seguridad: Asociados a la prevención de Actividades Ilícitas, Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.

- Tecnología: Desarticulación de la estrategia de TI con la estrategia del negocio y asociados a la arquitectura de TI.

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

Riesgos Derivados de la Declaratoria de Estado de Emergencia Económica

De acuerdo a la normatividad emitida por el gobierno Nacional, Local y demás entidades competentes, ante la situación excepcional de salud pública (Covid-19), Procafecol S.A. identificó a partir de sus matrices de riesgo de operación, los siguientes riesgos potenciales derivados de la situación de emergencia sanitaria:

- Fallas/interrupción en la cadena de suministro (abastecimiento, distribución, exportación);
- Barreras de acceso al mercado (cierres de tiendas por cuarentenas y limitación de atención al público - aforos);
- Falta de recursos financieros;
- Costos inaceptables en procesos;
- Desviaciones en el cumplimiento del presupuesto;
- Pérdidas inaceptables o inesperadas;
- Interrupción del negocio; y,
- Incumplimiento de contratos.

Para gestionar los riesgos identificados así como este reto sin precedente, la compañía adoptó las siguientes medidas:

- Desde marzo de 2020, activó de acuerdo al procedimiento de manejo de crisis de la compañía, el comité de continuidad del negocio, para asegurar la viabilidad futura contando con el apoyo de todos los grupos interés. Este sesiona permanentemente (actualmente una vez a la semana), para la toma de decisiones así como el ajuste de acciones previas, de acuerdo a la situación.
- A la par del anterior comité, la compañía creó un comité adicional para alistar la compañía a los retos venideros post-crisis, definidos por las posibles restricciones de interacción social así como cambios en el comportamiento del consumidor. Este comité sesionó en igual intensidad que el de continuidad en los primeros siete meses (hasta septiembre), y se ajustó su periodicidad para celebrarse de acuerdo a la implementación de acciones y metas.
- Procafecol S.A. asumió el reto de evaluar todos los escenarios financieros e implementar acciones de austeridad en las diferentes áreas para garantizar la viabilidad y continuidad de la compañía, con la prioridad de orientar los máximos esfuerzos hacia la estabilidad de

empleos, así como garantizar el cumplimiento de toda la normatividad laboral vigente y los lineamientos impartidos por el gobierno en esta materia. La incertidumbre respecto al impacto del Covid-19 en el desarrollo de las operaciones, ha sido modelada en escenarios de las posibles condiciones para la toma de decisiones que aseguren la viabilidad económica del negocio. En estos escenarios se estimó una reducción entre el 20% y 40% de los ingresos anuales 2020 versus 2019.

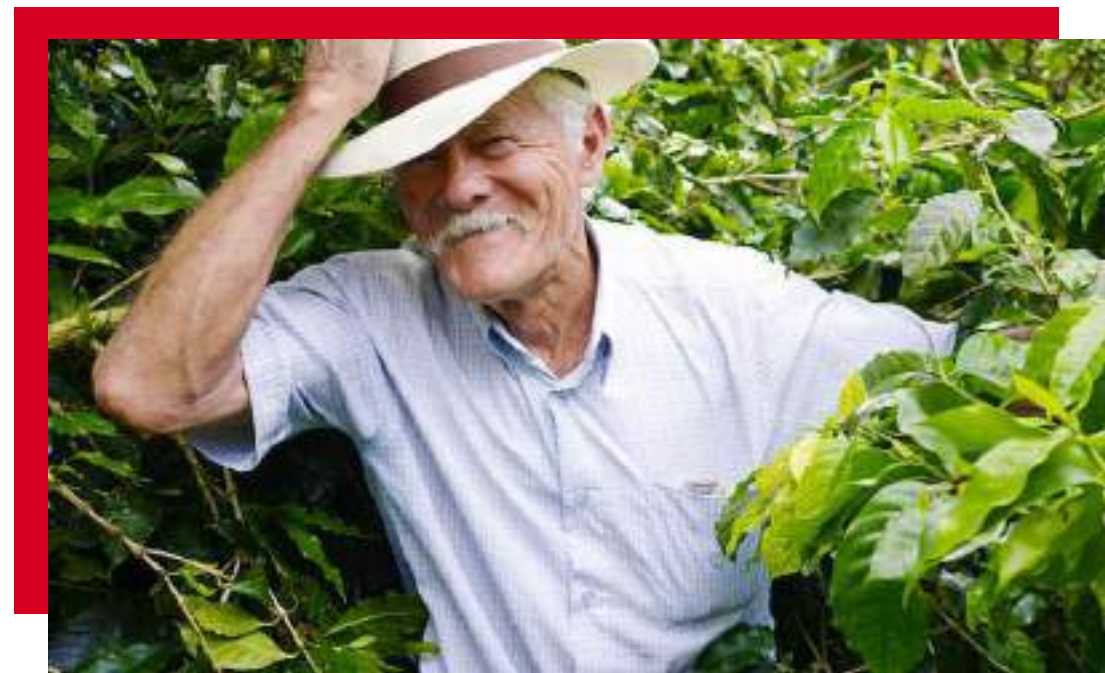
- A diciembre, el 65% de las tiendas Juan Valdez® se encontraban ya abiertas. Durante los primeros meses se efectuó el cierre temporal de 140 tiendas internacionales en 13 países y 322 tiendas nacionales, para su operación regular en atención a las medidas restrictivas de cuarentena impuestas por el Gobierno Nacional. Esta situación por los decretos gubernamentales y la limitación del tráfico de la población en las calles, centros comerciales y aeropuertos, llevaron a la compañía a focalizar sus esfuerzos en la promoción, desarrollo e innovación de nuevos canales comerciales complementarios a los tradicionales.

- Las entregas de producto y operaciones de canales ya mencionados, se realizan con protocolos de salubridad acordes a la situación actual, que protegen tanto a colaboradores como clientes.

- Se desarrollaron herramientas e indicadores para el seguimiento y análisis diario de las ventas, que sumado a la información del entorno, otros países y las medidas de la situación de emergencia, permiten monitorear, evaluar, planear y tomar decisiones ágiles de impacto a la operación.

- Para enfrentar el panorama de operación, se determinaron acciones para brindar las condiciones adecuadas de bioseguridad y máximo aforo (distanciamiento social) en las Tiendas Juan Valdez®, así como la potencialización de canales de venta no tradicionales como e-commerce, domicilios propios y a través de aplicaciones, autoventa y venta por el APP Juan Valdez®, a través de sitios propios y no propios en la mayoría de mercados en los que la marca de los caficultores colombianos tiene presencia.

- La Junta Directiva fue informada oportunamente de las acciones y hoja de ruta que Procafecol S.A. se ha fijado.

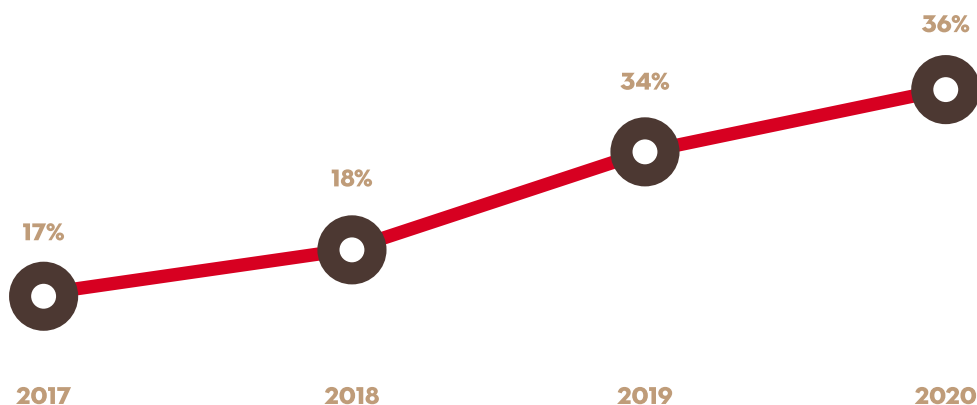


8. Encuesta Código País Buen Gobierno



La encuesta incluye 148 recomendaciones que componen el Código De Mejores Prácticas Corporativas - Código País, enfocando la evaluación a la identificación concreta de aquellas prácticas de Gobierno Corporativo debidamente implementadas en la compañía. Procafecol S.A. al estar inscrito en el Registro Nacional de Valores por la emisión de acciones realizada, está obligado a responder y reportar anualmente el resultado de esta encuesta a la Superintendencia Financiera de Colombia, así como divulgarla como información relevante a través de los medios dispuestos por la Superintendencia y la página www.juanvaldezcafe.com.

En 2020, se calificaron como prácticas existentes y operantes 54 recomendaciones, equivalentes al 36,5% de la encuesta, continuando con el



avance de la adopción de recomendaciones con un avance respecto a la evaluación 2019, en la que se habían identificado 51 respuestas afirmativas, equivalentes al 34,5%.

En el año 2020 se enfocaron los esfuerzos a mantener los niveles alcanzados de adopción de recomendaciones, en conjunto con la gestión de la compañía para la sostenibilidad y continuidad del negocio, por los retos derivados de la emergencia sanitaria por la situación del Covid-19. Se realizaron avances significativos respecto a la estructura y definiciones acordes a las necesidades de Procafecol S.A. en materia de Gobierno Corporativo, que serán adoptadas y se reflejarán en los resultados de la encuesta para 2021.

Para 2021, la Alta Gerencia ha planificado los esfuerzos necesarios para las discusiones en torno a las Políticas y Procedimientos asociadas al Gobierno Corporativo a implementar, que impactan las recomendaciones de la encuesta que se han identificado a adoptar, así como el inicio de los trámites de consideración y aprobación ante la Junta Directiva. Procafecol S.A. mantiene su compromiso y convicción del beneficio de la ejecución de sus operaciones y el reporte de su información, bajo las prácticas más adecuadas de administración y control, que brindan transparencia a todas las partes de interés.

9. Informe de Sostenibilidad



Key Facts

Compras Inclusivas:

- Compra de 6.800 pines decorativos a la empresa Diseñarte para la temporada Renacer.
- Compra de 250 velas con aroma a café a la empresa Mulher para la temporada de Navidad.

Plan Amigo caficultor

- Compra de 10.600 kg de café pergamino seco a la Asociación de mujeres cafeteras de Viotá y Tequendama – ASOMUCAVIT.
- Compra de 2.665 kgs de café pergamino seco de 5 microlotes cultivados por jóvenes de diferentes regiones del país, como parte de la temporada RENACER.
- Compra 15.885 Kgs de café pergamino seco cultivado por jóvenes de la Asociación ASODESARROLLO del municipio de Gigante, Huila, de ASOPRO-CAFFE del municipio de Tablón de Gómez, Nariño y por jóvenes de Norte de Santander, en el marco del convenio con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) para la temporada RENACER.
- 520 caficultores inscritos en la primera fase del Programa Plan Amigo Inversionista.

- A nivel nacional se donaron 567.081 unidades de producto por \$1.006 millones equivalente a 145 toneladas.

Cambio Climático y Economía Circular

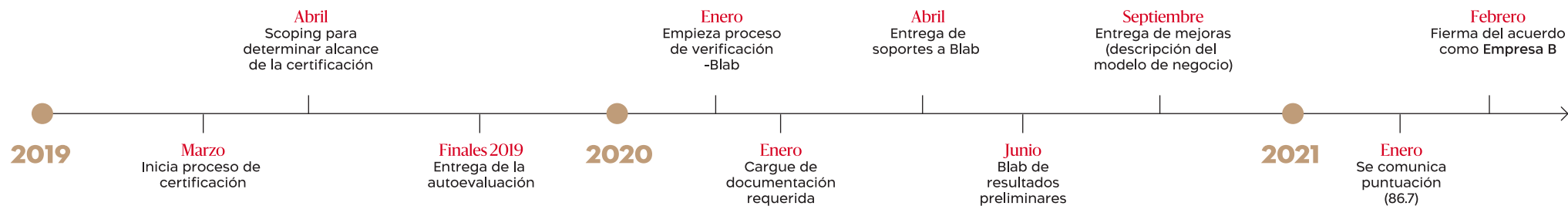
- Se rediseñaron y pusieron en operación 119 sillas, con lo cual se dejó de emitir 3 toneladas de CO2 equivalente y contaminar 35.700 litros de agua. Adicional, se evitó la extracción de 999.6 kg de materiales vírgenes para la fabricación.
- Se recuperaron 88.3 toneladas de residuos, para un total de 1.456 toneladas de residuos aprovechados desde 2014 entre residuos orgánicos y reciclables.
- En el marco de la Resolución 1407 de 2018 se estableció la meta de aprovechamiento de envases y empaques para el 2021 en 125 toneladas (10% del total).
- Publicación del documento: “Huella Ambiental del Café - Colombia” donde se incluye el eslabón de la comercialización en tiendas.
- Se calculó el total emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) para el 2019: 13.351 ton CO₂ y a partir de esto se establecieron las metas de reducción para el año siguiente.

Proceso de Certificación: Empresa B

El 2020 representó la fase final de un camino que inició en marzo del año 2019, cuando Procafécol S.A. decidió iniciar el proceso de certificarse como empresa B, es decir, aquellas empresas que no miden su éxito únicamente a través de sus resultados financieros, sino también a través de su desempeño social y ambiental. Para Procafécol S.A. la intención de convertirse en empresa B tenía como objetivo, primero, medirse y entender comparativamente cuál era el camino que debía recorrer para cada vez generar mayor impacto positivo desde su modelo de negocio. Segundo, y como consecuencia natural de lo anterior, llegar a certificarse como Empresa B.

El proceso tuvo una serie de exigencias como parte de la certificación, que reflejaron el compromiso de la organización por ser de las mejores empresas para el mundo; estas incluyeron el cambio de estatutos, en el cual se amplió la responsabilidad no solo con los accionistas sino con todos los grupos de interés, al incluir intereses de generación de valor compartido dentro de la razón de ser de la organización. Así mismo, un proceso de certificación, en el que a través de la herramienta de autoevaluación B Impact Assessment, se midieron los estándares de transparencia y gestión en cuatro dimensiones (Gobernanza, trabajadores, medio ambiente y comunidad), alrededor del modelo de negocio. Por último, exigió una declaración de interdependencia, en la que la organización se concibe a sí misma como parte de una comunidad con un objetivo común: Redefinir el sentido del éxito en la economía.





Proceso de Certificación

La autoevaluación define cómo la compañía ha construido un modelo de negocio que genera valor social, ambiental y económico a través de cuatro dimensiones :

- Comunidad: Representa el 41% del total de la certificación y se alcanzó por medio del trabajo que se desarrolla con la comunidad, a partir de lineamientos e iniciativas como la Política de compras inclusivas y los programas multidimensionales de valor compartido, tales como Mujeres Cafeteras y Renacer (jóvenes caficultores).
- Trabajadores: Representa el 22% del total de la certificación y se alcanzó a través de los beneficios y asistencia que Procafecol S.A. otorga a sus colaboradores como empleador garante, a través de seguros, licencias, gestión del sistema de seguridad y salud en el trabajo; así mismo, fue posible obtener la puntuación por sus procesos de formación y entrenamiento general.
- Gobernanza: Representa el 19% del total de la certificación y se alcanzó por medio de un gobierno corporativo sólido. Esto incluye acciones en términos de ética, misión y transparencia. Así mismo, se destaca en esta dimensión, el compromiso de la organización con la sostenibilidad, desde el objetivo estratégico: Generar valor compartido para caficultores, accionistas, colaboradores, proveedores y consumidores.
- Medio Ambiente: Representa el 14% del total de la certificación y se logró gracias a la búsqueda de Procafecol S.A. por generar un impacto positivo al planeta, a través de todos los eslabones de la cadena de abastecimiento; desde los proveedores hasta el consumidor final, en términos de economía circular y mitigación del cambio climático.

Sostenibilidad

La sostenibilidad para la marca Procafécol S.A. ha sido parte de su ADN, considerando la relevancia que reviste para la compañía el bienestar de los caficultores como origen, proveedores y fin de la comercialización de café colombiano. Sin embargo, desde el 2019 esta pasó al centro del modelo de negocio de PROCAFECOL S.A., al convertirse en el objetivo estratégico de la organización, la generación de valor compartido para caficultores, colaboradores, consumidores, accionistas y aliados comerciales. Con esto, se reafirmó 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 persigue un negocio competitivo.

En este orden de ideas, la estrategia de sostenibilidad de la compañía funciona como un elemento transversal dentro del componente de “transformación empresarial” a los focos de direccionamiento estratégico de la compañía.

La estrategia de sostenibilidad cuenta con tres dimensiones: Proveeduría sostenible; Plan Amigo Caficultor; Cambio Climático y Economía Circular.

Proveeduría Sostenible

Compras inclusivas

En el marco de la Política de Compras Inclusivas de la organización; lanzada en 2019, con la cual se garantiza la inclusión en procesos de compras y con-

tratación, de emprendedores de comunidades vulnerables en un espacio de competitividad, inclusión y transparencia, durante el 2020 se lograron incluir a la cadena de valor dos emprendimientos en busca de más y mejores oportunidades. Ellos llegaron a Procafécol gracias a la labor conjunta realizada con aliados como la Fundación ANDI y la Fundación WWB, organizaciones dedicadas al fortalecimiento del desarrollo social del país.

- 6.800 pines decorativos fueron puestos en el mercado en el mes de junio, como símbolo de esperanza y un nuevo comienzo, a pesar de la adversidad, a través de la temporada RENACER, que marcó el regreso a las tiendas después del cierre prolongado que se vivió por la pandemia. Esta temporada tiene el mismo nombre del programa de apoyo a jóvenes caficultores de la compañía. Este producto fue elaborado por el proveedor Diseñarte, emprendimiento conformado por una pareja de una mujer ex combatiente y un hombre víctima del conflicto del país, quienes demuestran con su unión y su trabajo, el espíritu de amor, superación y reconciliación que se mantiene vigente en la sociedad colombiana pese a los desafíos.

- 250 velas con aroma a café fueron compradas para abastecer las tiendas en la temporada de navidad; artículo a través del cual se quiso representar la intención de Juan Valdez por encender la luz de la

esperanza en un año que acarreó grandes desafíos como lo fue el 2020; estas fueron fabricadas por Mulher, emprendimiento que tiene como base la producción de velas aromáticas, liderado por una mujer Vallecaucana, víctima del conflicto, quien inició en 2019 y la cual logró establecer un proceso de comercialización con Procafecol a través del apoyo institucional con la Fundación WWB.

Herramienta de evaluación de proveedores

Con el propósito de seguir fortaleciendo y asegurando en la organización una cadena de valor cada vez más sostenible, se desarrolló la herramienta denominada: Evaluación de desempeño social y ambiental de proveedores, que se implementará desde 2021 para proveedores centralizados, haciéndoles seguimiento a aspectos tales como:

- Cumplimiento a legislación general y ambiental
- Prácticas sostenibles
- Gestión de residuos sólidos
- Calidad del aire
- Manejo de agua
- Uso eficiente y responsable de materiales

Esta herramienta tiene por objetivo conocer el estado actual de los proveedores de la organización (excluyendo cadena de abastecimiento de café verde); con esta implementación, se evaluarán y determinarán los aspectos que requieran de apoyo, mediante un trabajo de fortalecimiento y mejoras conjuntas. Además, se avanzó en la definición de aliados estratégicos que en 2021 apoyarán a la organización en diseñar planes de acompañamiento

para implementar mejoras a través de su cadena de abastecimiento.

Plan Amigo Caficultor

Con el fin de que todas las acciones como marca generen valor a los caficultores colombianos, en 2020 se continuó con la ejecución de los programas Mujeres Cafeteras y Renacer; adicionalmente, este año entró en escena un tercer programa de generación de valor, que involucra el relacionamiento estrecho con todos aquellos accionistas que a su vez son caficultores colombianos.

Mujeres cafeteras

Desde el 2017, a través de su programa Mujeres Cafeteras, la organización promueve el empoderamiento social y económico de las mujeres cafeteras por medio de la comercialización de su café, incentivando las buenas prácticas, la asociatividad, productividad, calidad, rentabilidad, y el cuidado del ambiente; considerando de manera transversal el componente de equidad de género.

En 2020, continuó el fortalecimiento multidimensional y multi stakeholder a la Asociación de Mujeres Cafeteras de Viotá y Tequendama – ASOMUCAVIT. Además de la compra de 10.600 kg de café pergamino seco, la agenda

programática se ajustó de acuerdo al reto de la pandemia, logrando definir nuevas metodologías para continuar el programa por medio de un acompañamiento virtual, a través del cual se fortalecieron multidimensionalmente los procesos sociales, ambientales y productivos de las mujeres cafeteras participantes en esta iniciativa. Esto, se hizo de la mano de los aliados del proyecto: Federación Nacional de Cafeteros, Bancolombia, y Solidaridad Network, con quienes Procafecol S.A. ha venido financiando, ejecutando y promoviendo las diversas dinámicas de formación en educación financiera, y las metodologías y contenidos alrededor de la equidad de género en la vida rural.

El 2021 marcará un año muy relevante para la sostenibilidad del programa no solo desde el punto de vista de producto sino también a nivel programático.

Renacer

Como parte del programa RENACER, durante el 2020 se llevó a cabo el lanzamiento de la temporada de marca con ese mismo nombre; el café RENACER es resultado del programa que apoya a jóvenes caficultores provenientes de territorios que han sido priorizados por su vulnerabilidad social e histórica, muchos de ellos, afectados por el conflicto. Los jóvenes participantes de RENACER han convertido sus desafíos en una oportunidad para salir adelante y brillar con proyectos productivos de café de la más alta calidad. Son esos jóvenes los que hoy se transforman en un símbolo de resiliencia, unión y de una Colombia que renace en medio de un desafiante 2020.

Para lograr un mayor impacto en este programa y los beneficiarios del año, Procafecol construyó alianzas con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Penta Global, Human Leap, la Federación Nacional de Cafeteros y Almacafé. Esta alianza giró alrededor de la compra del café a un total de 62 jóvenes en 6 departamentos, dentro de los cuales se desarrollaron dos tipos de producto:

a. 5 microlotes cultivados por jóvenes de diferentes partes del país, quienes encontraron en el café un proyecto de vida rentable y permanente. A estos jóvenes se compró un total de 2665 kg de café pergamino seco:

- Sairo Vargas de Tuluá, Valle del Cauca
- Deisy Vanegas de Montebello, Antioquia
- Johan Cortez de Samaniego, Nariño
- Lina Granados de Circasia, Quindío
- Marlon Torres de Lourdes, Norte de Santander

Para este caso en particular, se eligió visibilizar a ellos junto con sus territorios, atributos premium de su café y las cadenas de valor que se construyen alrededor del producto, por medio de la tecnología de trazabilidad de “Blockchain” que acerca al consumidor a la labor de los jóvenes líderes en la caficultura.

b. Para la temporada RENACER también se realizó la edición especial de café dirigida para el canal de consumo masivo e internacional, así como para el café de preparación que incluyó un total de compra de 15.885 Kg de café pergamino seco. Esta fue cultivada por jóvenes de Norte de Santander; 16 jóvenes de la Asociación de Cafeteros el Desarrollo (ASODESARROLLO), del municipio de Gigante, Huila; y 19 jóvenes de la Asociación ASOPROCAFFE de Tablón de Gómez en Nariño.

Propendiendo por visibilizar y fortalecer el liderazgo de estos 10 representantes de las diferentes regiones en Colombia; en el mes de julio los 10 jóvenes participantes vivieron la experiencia virtual RENACER, de la mano de la Fundación Tiempo de Juego. Este fue un espacio de fortalecimiento técnico y de proyecto de vida, así como de visibilización de sus historias y productos. Por medio de capacitaciones, talleres y ejercicios individuales, se logró llegar a cada uno de los participantes con aprendizajes, conocimiento y experiencias enriquecedoras en medio de la pandemia. Esta experiencia permitió experimentar de primera mano la voluntad y positivismo de los jóvenes caficultores en medio de situaciones desafiantes como esta, pero también reveló los desafíos propios de la ruralidad en términos de conectividad y alfabetización digital.

Plan Amigo Inversionista

Con el objetivo de acercarse a los 12.302 accionistas de la compañía, que son a su vez caficultores y hacer sus intereses cada vez más relevantes, Procafécol ha creado el Programa Plan Amigo Inversionista, para que ellos formen parte de la cadena de suministro y se beneficien de un precio superior por calidad. Son 12.302 productores colombianos que representan un promedio de 61 millones de kg de café pergamino seco al año, a quienes PROCAFECOL S.A busca impactar por medio del programa.



En coherencia con el objetivo estratégico de la organización de generar valor compartido, en el 2020 se creó el programa para comprar café a los accionistas con un precio superior por calidad. Este Programa fue aprobado por la Asamblea General de Accionistas realizada el 26 de marzo de 2020. Posteriormente, el mismo año, se creó la Política aprobada por Junta Directiva que respalda dicho programa, definiendo cómo se procederá a la compra de café de los accionistas inscritos, surtiendo el proceso de compra de materia prima a través de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia – Fondo Nacional del Café y de manera articulada con las cooperativas de caficultores y los Almacenes Generales de Depósito de Café S.A. - Almacafé.

La inscripción al programa para los accionistas de PROCAFECOL S.A. quedó habilitada desde el último trimestre del 2020 por medio de un formulario digital que les permite realizar la inscripción de forma virtual y un formulario físico, que se dispuso en las Cooperativas y en cada punto de compra del café.

A partir de la recepción de los formularios por cualquiera de los dos canales, se realizó el proceso de sistematización y digitalización de la información de los inscritos en la base de datos, y de acuerdo al número de caficultores accionistas inscritos para la primera etapa de 2021 en relación con la demanda de Procafecol S.A. se realizó la definición de cupos.

- La primera fase de inscripciones cerró el 5 de noviembre de 2020.
- Se recibieron 520 registros de accionistas caficultores interesados en participar en el proceso de compra de café en la primera fase. Esta tendrá una duración de 12 meses.

- Los participantes en la primera fase son provenientes de los departamentos de Antioquia, Caldas, Cauca, Cesar, Huila, La Guajira, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Risaralda, Santander y Valle del Cauca.

- La segunda fase del programa iniciará en el año 2022 con todos los accionistas inscritos después del 5 de noviembre de 2020.

Respuesta Humanitaria a Emergencia Covid-19

Como respuesta a la emergencia humanitaria surgida como consecuencia de la pandemia, Procafecol S.A. se alió con ABACO (Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia) y otros aliados como la Fundación Tiempo de Juego y la Cruz Roja, para hacer entrega de alimentos y productos a base de café, para las poblaciones más vulnerables afectadas por esta circunstancia, en 37 ciudades de Colombia. En total, se entregaron 563.165 unidades de producto:

- Se beneficiaron 339.836 personas
- Esto equivale a \$976 millones donado en producto
- 143 toneladas de alimentos donados a Bancos de alimentos.

La responsabilidad como marca no fue solo en Colombia, sino a nivel Internacional, en los que los franquiciados y sus aliados se unieron para entregar:



- 4.300 tazas de Café a Hospitales de Malasia.
- 5.940 unidades de Drip a Hospitales Estados Unidos.
- 2 pallets Café Liofilizado Población Vulnerable de Ecuador.
- 60 unidades de Café Procolombia a España.
- En Chile, se entregaron más de 18.000 cafés a personas en situación de vulnerabilidad y 12.000 cafés a personal de la salud

A final del año, se vivió el desastre natural más grave que ha existido en el Archipiélago San Andrés y Santa Catalina, lo cual exigió actuar a través de donaciones propias en especie, donaciones de parte de los colaboradores de la compañía a la Fundación Pro Archipiélago y en alianza con el franquiciado de San Andrés, FAGAR. En total se donaron 3.916 unidades de producto por \$31 millones equivalentes a 2 ton de alimentos.

Mitigación del cambio climático y economía circular

Durante el año 2020 la marca continúa fortaleciendo su estrategia en búsqueda de la mitigación del cambio climático, considerando la economía circular como un modelo que contribuye a este objetivo. Para ello, se desarrollaron las siguientes acciones:

1. Innovación y cambio de materiales
2. Reúso de envases “Trae tu vaso es el primer paso”.
3. Reparación y rediseño de mobiliario; integrando subproductos de algunos procesos como materias primas de otros e incluso la restauración de estructuras de las tiendas bajo el lema “Reusamos todo lo que sea posible”
4. Gestión integral de residuos y cierre de ciclo “No Rompas el Ciclo de la Sostenibilidad”.
5. Cálculo de Huella Ambiental, dentro de la cadena de producción del Café para lo cual contó con la cooperación del gremio cafetero, el Centro Nacional de Producción Más Limpia (CNPML) y la Embajada de Suiza con su programa Suizagua.
6. Cálculo de la huella de Carbono para las diferentes áreas de la organización

Es importante aclarar que debido a la emergencia sanitaria y dando cumplimiento a las normas nacionales e implementación de protocolos de bioseguridad en las tiendas, se detuvieron temporalmente algunos proyectos que se venían adelantando, dentro de los cuales se incluye vaso reúso y el uso de algunos materiales como los mezcladores de madera certificada.

Envases y Empaques

Durante 2020 se buscó ampliar la perspectiva de economía circular en los envases y empaques de la marca, apostándole no solo al aprovechamiento de sus residuos al finalizar el ciclo productivo, sino incorporándose en un modelo de circularidad desde el diseño.

Por esta razón, después de realizar en el 2019 un análisis del Índice de Reciclabilidad (IR) e Índice de Materialidad (IMAT), se encontró que el 60% de los materiales usados por la compañía en su operación son o pueden ser reciclables si se implementan mejoras y el 40% deben ser rediseñados o reemplazados. Por ello, apoyados por la organización TRICICLOS, consultora líder en economía circular se implementaron los siguientes puntos durante el año 2020:

1. Inclusión de criterios para la adquisición de envases y empaques sostenibles; dentro de los cuales se encuentra la evaluación de la reciclabilidad de los materiales o biodegradabilidad.
2. Acciones de mejora para aumentar el aprovechamiento de los materiales; cambios de los materiales multicapa a monocapa (Dulces de café).
3. Priorización de cambios en los empaques según criticidad; debido al momento en que se encuentra la organización se priorizaron los empaques de la línea fresquízimos y domicilios para el año 2021.

Todo este trabajo se realizó a través de mesas de trabajo multifuncionales entre las áreas relevantes para estos procesos en la organización, con el fin de desarrollar iniciativas que generen valor para el negocio y el entorno.

Reusamos todo lo que sea posible

Dentro de la estrategia de economía circular de la compañía, Procafecol ha decidido apostarle a la mitigación de los impactos ambientales generados por el uso de mobiliario en su operación. Por ello, bajo el lema “Reusamos todo lo que sea posible” busca disminuir la extracción de material virgen, así como la disposición post consumo en un relleno sanitario, alargando el periodo de vida útil del mobiliario a través de acciones como la reparación, restauración, remanufacturación o replanteando nuevos usos. Algunos ejemplos de lo que ha logrado implementar incluyen la reparación y rediseño de mobiliario, integración de subproductos de algunos procesos como materias primas de otros e incluso la restauración de estructuras de las tiendas. Los principales logros durante el año 2019 fueron:

- 119 sillas rediseñadas y puestas en la operación
- 20 sillas de oficina

Estas iniciativas le han permitido a la marca reducir por cada silla las emisiones en 25,6 kg de CO2 equivalente, 300 litros de agua y la extracción 6,4 kg de minerales para la estructura. Adicional, se logró reducir 8,4 kg de residuos en materiales como plástico y aluminio.

Vale la pena mencionar, que este proyecto fue posible gracias a la alianza con organizaciones como Recupera tu Silla y A Mano, las cuales trabajan no solo por un modelo de economía circular, sino que también, a través de sus modelos de inclusión social, apoyan a artesanos en diferentes regiones del país.

No Rompas el Ciclo de la Sostenibilidad

Durante el 2020 la organización dio alcance a tres propósitos de la siguiente manera:

1. Trabajo de concientización y pedagogía con clientes: trabajando transversalmente en la generación de contenido en la plataforma de comunicación de la marca, brindando información que permita mejorar la separación en la fuente por parte de los clientes, y acercándolos para que conozcan las buenas prácticas ambientales de la compañía. Todo esto soportado por capacitaciones a colaboradores para el fomento de buenas prácticas y una estrategia de endomarketing.



2. Cierre de ciclo: Continúa la gestión y aprovechamiento de los residuos generados en 16 tiendas (Se redujeron en 65% la frecuencia debido al cierre de las tiendas por la emergencia sanitaria) en Bogotá, 4 en Medellín, y en la Planta Fresquísimos. Durante este año se recuperaron 88.3 toneladas de residuos, para un total de 1.456 toneladas de residuos aprovechados desde 2014.

TIPO DE RESIDUOS	2020 (TON)	2014-2020 (TON)
ORGÁNICOS	82 (24 Ton convertidas en abono)	1.315 (337 Ton convertidas en abono)
RECICLABLES	6.3	141
TOTAL	88.3	1456

Adicionalmente, se cuenta con un programa de gestión de RAEE's (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) y Residuos Peligrosos, el cual busca que los equipos al terminar su vida útil, sean dispuestos de forma correcta asegurando el cierre de ciclo. Hasta la fecha se han dispuesto 5 Toneladas de residuos peligrosos, al gestor LITO S.A.S.

3. Articulación con arrendadores: el 52% de las tiendas se articulan al programa de gestión de residuos del establecimiento aliado (Centro comercial, Centros empresariales, Clínicas, entre otros) en el que la tienda tiene presencia.

Plan de Gestión Ambiental de Residuos de Envases y Empaques), ante el ANLA (Agencia Nacional de Licencias Ambientales

Por último, durante el 2020 se le dio alcance a la Resolución 1407 de 2018, la cual busca que las organizaciones aprovechen el 30% del material con la marca generado a 2030. Para el año 2021 la meta de PROCAFECOL es recolectar el 10%; para este cálculo se usó como línea base los residuos generados en el 2018. Como resultado tenemos que:

- Se radicó PGAREE (Plan de Gestión Ambiental de Residuos de Envases y Empaques), ante el ANLA (Agencia Nacional de Licencias Ambientales).
- La meta de aprovechamiento para el 2021 es de 125 toneladas (10% del total).
- Este programa tiene un enfoque importante en el apoyo a las asociaciones de recicladores iniciando con las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena.

Cambio Climático

Huella Ambiental

Durante el 2020 se amplió el alcance del cálculo de la huella ambiental a todas las tiendas y a todos los procesos productivos de la compañía; es importante considerar que para este análisis se evaluaron los diferentes indicadores de la huella ambiental teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- Tres (3) bebidas que tiene como base el café (espresso, americanos y tintos), las cuales fueron seleccionadas por las ventas que representan para la compañía.
- En las mediciones se tuvieron en cuenta los formatos que tiene la empresa para las tiendas, usando tres casos de estudio: Terraza (Marriott 73), Barra (Calle 85) y Express (Luis Carlos Sarmiento). Las mediciones se realizaron en la ciudad de Bogotá.
- Durante el año 2020, se realizó la publicación del documento: “Huella Ambiental del Café - Colombia” - Documento Guía

Cálculo de la Huella de Carbono

Como parte del esfuerzo por construir una cultura de mitigación del cambio climático, la compañía realizó el levantamiento de línea base de emisiones a nivel general. Siguiendo los lineamientos de la norma ISO 14064 parte 1, con el apoyo de los estándares de Green House Gas (GHG) Protocol, se

identificaron y contabilizaron las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) del 2019 como línea base, con el fin de dar respuesta sus diferentes grupos de interés a una problemática de la cual la compañía asume su responsabilidad y capacidad de agencia. Los resultados fueron los siguientes:

- Construcción de una herramienta de seguimiento de emisiones elaborada por Triciclos.
- Cálculo del total emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) en 2019: 13.351 ton CO2 eq
- Definir meta de reducción del 1% en las emisiones para 2021.



10. Resultados Financieros



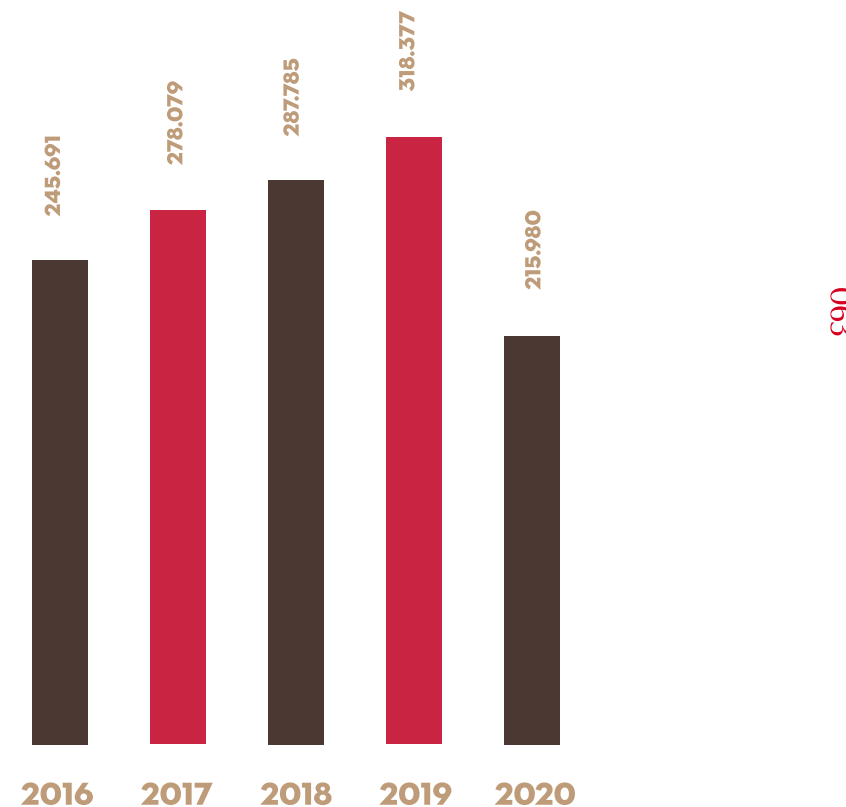
1. Ingresos Operacionales

El impacto de la pandemia del Coronavirus y las medidas adoptadas por los países para contenerla fueron las causas principales de la contracción de la economía mundial. A raíz de los drásticos cambios en la oferta y demanda de bienes y servicios, y las afectaciones en el comercio y las finanzas internas, la economía mundial se contrajo 4,4% en 2020; por su parte, las economías de América Latina y el Caribe presentaron una reducción del Producto Interno Bruto (PIB) de 8,1%, de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Según las autoridades económicas del país, a cierre de 2020, el PIB de Colombia presentó un decrecimiento del 6,8%, lo cual no solo se dio por los efectos del control de la pandemia sino también por la crisis del petróleo, el alto nivel de endeudamiento externo y el déficit de cuenta corriente.

El desempeño financiero de Procafecol S.A. en 2020 no fue ajeno a la situación económica del país y presentó una contracción de sus ingresos operacionales, debido a los cierres temporales por las cuarentenas estrictas y la reducción del consumo, tanto local como internacional. Así, los ingresos operacionales pasaron de \$318.377 millones en 2019 a \$215.980 millones en 2020, equivalente a un -32,2%. Aun así, se destaca el desempeño del canal Internacional, el cual presentó un crecimiento en pesos del 12,1%, impulsado principalmente por el posicionamiento de la marca en el segmento consumo masivo en países como México, Chile, Ecuador, Perú, El Salvador y Estados Unidos y el desarrollo de nuevos mercados de alto impacto como Rusia y Rumania.

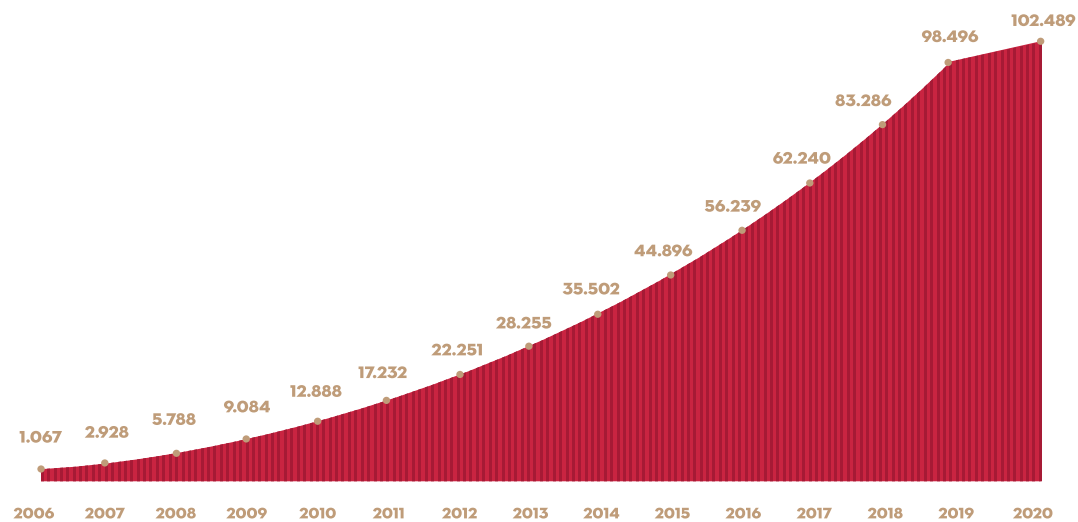
Ingresos Operacionales
en Millones de Pesos



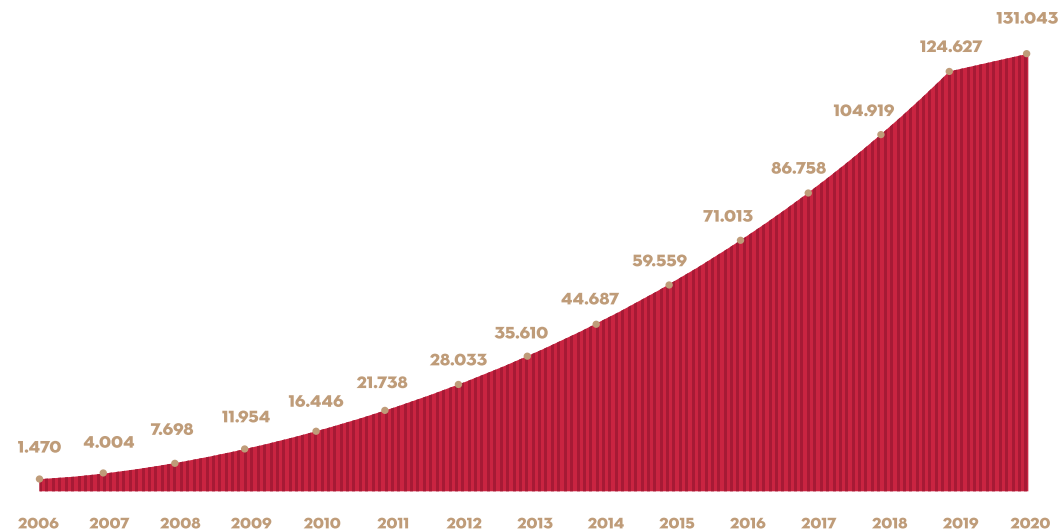
2. Regalías

El aporte de regalías al Fondo Nacional del Café por la utilización de la marca Juan Valdez®, continúa contribuyendo a la inversión en desarrollo integral y el bienestar de los caficultores a través de la gestión realizada por la Federación Nacional de Cafeteros. Procafecol S.A. en su operación individual y consolidada ha entregado entre los años 2006 y 2020 al FoNC, un total de \$102.489 millones de pesos y \$131.043 millones, respectivamente.

Procafecol S.A. Individual



Procafecol S.A. Consolidada



3. Costo de Ventas

Ascendió a \$91.981 millones, con una reducción de 23,8% respecto a 2019. El decrecimiento en el costo fue menor al de los ingresos, principalmente por cambios en el portafolio de ventas, incremento de la TRM y diferenciales del café colombiano que, por condiciones de mercado, tuvieron incrementos importantes. Como consecuencia de lo anterior, este sobrepasó el rango histórico de los últimos cinco años como proporción de los ingresos operacionales.

Costo de Ventas / Ventas en Millones de Pesos



4. Gestión por actividades de operación

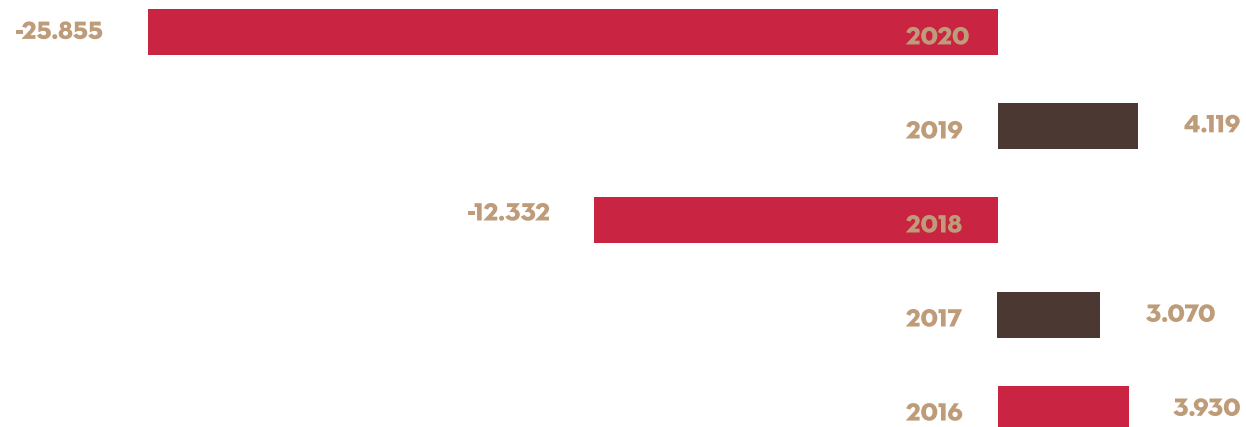
Las ganancias de actividades operacionales fueron de -\$24.138 millones, representando una reducción de 15,6 puntos porcentuales en el margen operacional respecto a 2019.

La reducción corresponde principalmente a la menor capacidad para diluir gastos fijos principalmente, gastos de personal, mantenimiento, arriendos, servicios públicos, tecnología, depreciación y de operación logística. Sin embargo, cabe resaltar que se logró mitigar la pérdida por actividades de operación a través de negociaciones con proveedores, especialmente de materias primas y arriendos. Así mismo, se optimizaron gastos de publicidad y honorarios, entre otros.

5. Resultado del ejercicio

Se obtuvo un resultado del ejercicio negativo de \$25.855 millones frente a \$4.119 millones en 2019, una reducción de \$29.975 millones. Adicional a los factores ya expuestos, la utilidad también se vio afectada por la reducción en los ingresos financieros, especialmente aquellos derivados de intereses sobre préstamos con partes relacionadas a causa de la valoración contable a costo amortizado de los mismos. El costo financiero tuvo un incremento del 0,5% debido a que, por un lado, el gasto de comisiones decreció por efecto de la reducción en la operación de las tiendas. Por otro lado, se presentó un incremento en los intereses por sobregiros y préstamos bancarios producto del mayor endeudamiento de la compañía. Así mismo, el gasto por impuesto a la renta se reconoció como un ingreso ya que, dadas las pérdidas fiscales acumuladas a diciembre, Procafecol S.A. puede compensar dichas pérdidas con la renta líquida gravable de periodos siguientes, lo cual tuvo como consecuencia un menor impacto en los resultados de la compañía.

Resultado del ejercicio en Millones de Pesos

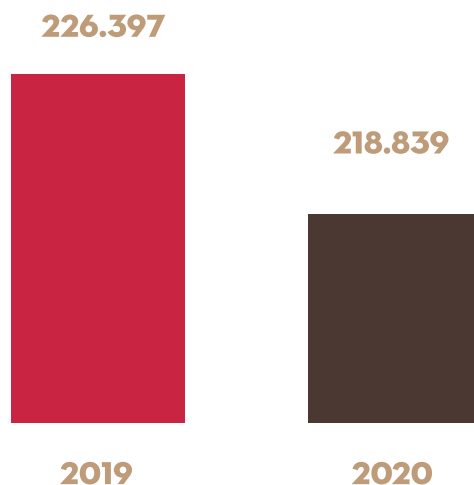


6. Activos

El activo se redujo \$7.558 millones equivalente al -3,3%, principalmente por una variación negativa de \$17.446 millones en la cuenta de activo por derechos de uso, a consecuencia de reducciones en los contratos de arrendamiento producto de la emergencia sanitaria. También se presentó una variación negativa de \$4.065 millones en la cuenta de propiedad, planta y equipo, por efecto del registro de pérdida por deterioro de algunas tiendas. Por último, hubo una reducción de \$1.579 millones en la línea de inventarios, derivada de la estrategia y gestión de la compañía para controlar y optimizar el capital de trabajo.

Por otra parte se registró incremento en la cuenta de efectivo y equivalentes (\$15.942 millones) a causa de la gestión de cobro de cartera, negociación de factoring y al incremento en las ventas del canal Internacional.

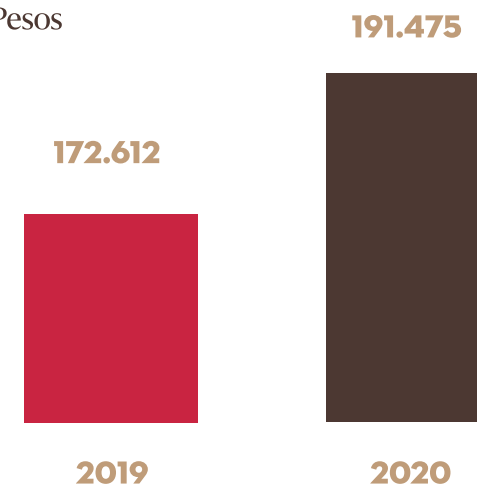
En Millones de Pesos



7. Pasivos

El aumento por \$18.863 millones equivalente al 10,9%, obedece principalmente al crecimiento en los préstamos de largo plazo en \$23.851 millones (+74,6%) y el incremento de cuentas comerciales por pagar en \$6.933 (+22,8%), este último a causa del establecimiento de acuerdos con la Federación Nacional de Cafeteros para la ampliación del plazo de pago de las compras en dólares y pago de regalías. Este incremento se compensa con la disminución de los pasivos financieros por arrendamientos de corto y largo plazo por \$9.291 millones, gracias a ajustes de los contratos de arrendamientos y a alivios financieros derivados de la emergencia del Covid-19.

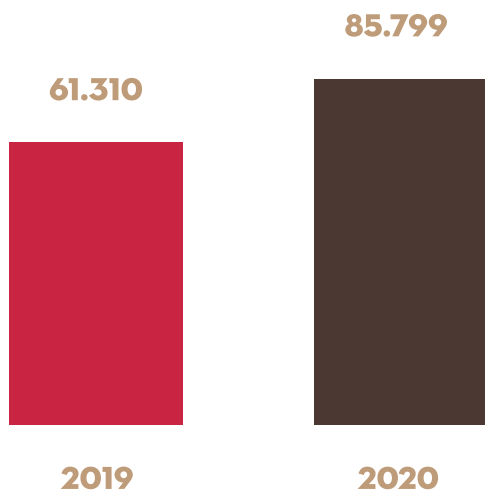
En Millones de Pesos



8. Deuda financiera

Respecto al 2019, la deuda financiera aumentó \$24.489 millones, hasta llegar a una cifra de \$85.799 millones, equivalente a un aumento del 39,9%. Este incremento se dio principalmente por el requerimiento de efectivo para cumplir con las obligaciones de la compañía y mantener una caja de seguridad que permitiera sobrepasar cualquier evento no previsto, todo esto bajo el contexto de la coyuntura ocasionada por la emergencia sanitaria. Adicionalmente, entre septiembre y noviembre de 2020 la compañía realizó la re perfilación de la deuda que posee con entidades bancarias, pasando algunas obligaciones de corto a largo plazo con un tiempo máximo de cinco años.

Deuda Financiera en Millones de Pesos



11. Principales Indicadores Financieros



a. Índices de Solvencia

Apalancamiento financiero: Aumentó de 4,2 a 8,0 a razón del decrecimiento en el patrimonio total. La disminución del patrimonio se derivó de la pérdida en el ejercicio 2020. Así mismo, el resultado integral se vio afectado negativamente, producto de las coberturas de flujo de efectivo, principalmente compuestas por los contratos swap de tasa de interés.

Razón de endeudamiento del activo total: Aumentó de 0,76 a 0,87 por el incremento del pasivo total por \$18.863 millones equivalente al 10,9%, mientras que el activo total decreció \$7.558 millones equivalente al -3,3%.

Razón de endeudamiento de largo plazo: Aumentó de 1,44 a 3,48 por el incremento en los préstamos financieros de largo plazo y por la disminución del patrimonio producto de las pérdidas del ejercicio 2020.

b. Índices de Liquidez

Razón corriente: Aumentó de 0,67 a 0,74 a causa principalmente del incremento en la cuenta de efectivo y equivalentes por valor de \$15.942 millones. El aumento de la cuenta de efectivo y equivalentes se dio en su gran mayoría por el ingreso de recursos provenientes de entidades de financiamiento.

Razón ácida: Aumentó de 0,44 a 0,53 producto del mayor incremento en la caja disponible.

Razón de efectivo y equivalentes: El efectivo como proporción de los pasivos corrientes equivale al 30,6%, con un incremento respecto al año 2019 de 16,4 puntos porcentuales, principalmente por la cuenta de efectivo y equivalentes que aumentó en \$15.942 millones.

c. Índices de Desempeño

Margen Bruto: Se redujo de 62,1% a 57,4%, una variación negativa de 4,7 puntos porcentuales, derivada del incremento en el costo por el cambio en la mezcla de productos y en las materias primas.

Margen neto: De 1,3% en el año 2019 a -11,8% en el año 2020, principalmente por el decrecimiento de los ingresos operacionales y la menor dilución de gastos fijos de ventas y administración, así como por la reducción en los ingresos financieros especialmente aquellos derivados de intereses sobre préstamos con vinculados.

Rentabilidad sobre los Activos: La rentabilidad del activo fue de -11,8%, inferior en 13,6 puntos porcentuales respecto al año 2019, año en el cual se reconoció una rentabilidad sobre los activos de 1,8%. Este resultado es consecuencia del resultado negativo del ejercicio 2020.

Rentabilidad sobre el patrimonio: La rentabilidad del patrimonio fue de -94,5%, esto a causa del resultado negativo del ejercicio 2020. Así, el indicador varió negativamente 102,1 puntos porcentuales respecto al año 2019, periodo en el cual el indicador registró un rendimiento del 7,7%.

d. Índices de Actividad

Rotación de cartera: Se redujo de 14,9 a 12,8 veces por el mayor decrecimiento de las ventas con respecto a las cuentas por cobrar.

Rotación de inventarios: Se redujo de 5,48 a 4,50 veces, esto debido a que el decrecimiento de los inventarios no se dio al mismo ritmo del costo de ventas.

e. Ganancia o Pérdida neta por unidad de aporte en circulación

Pasó de \$234 pesos por acción en 2019 a -\$1.470, es decir, una variación de \$1.704 pesos por acción, como consecuencia del resultado negativo del ejercicio.



12. Información Especial



De conformidad a lo dispuesto en la Ley 222 de 1995 artículo 29 y atendiendo a la situación de Procafecol frente a su entidad controlante y aquellas controladas por la compañía, se presenta el siguiente informe sobre las relaciones económicas en los siguientes términos:

A cierre de 2020, la Federación Nacional de Cafeteros mantiene una participación accionaria de 14.800.317 acciones 'ordinarias' y 1.738.148 acciones preferenciales, equivalentes a una participación del 94,03% del capital de la Sociedad compañía.

La participación accionaria de Procafecol en sus sociedades controladas se presenta a continuación:

Operaciones entre Procafecol y sus sociedades controladas

NFCGC Investments Inc.

Es una sociedad organizada de conformidad con las leyes del Estado de Delaware, Estados Unidos de América, que actúa como holding para la administración de las tiendas de café Juan Valdez® en ese país. Esta sociedad fue constituida en septiembre de 2004, con un capital representado en 9.636 acciones. A cierre de 2020, Procafecol tiene una participación del 96,36% de la sociedad.

Con ocasión de la reestructuración corporativa de las sociedades controladas por Procafecol S.A. en los Estados Unidos, a la fecha se ejerce situación de control de forma indirecta sobre las sociedades NFCGC Café, LLC., NFCGC Airports, LLC. y NFCGC Retail, LLC. por intermedio de la sociedad filial NFCGC Investments, Inc..

Coffea Arabicas Beverages S.A.S.

Una vez constituida la sociedad, el objeto principal consistía en la producción y comercialización del café colombiano en todas sus formas, especialmente en lo referente a bebidas colas a base de café. Luego de haber declarado la empresa en estado de liquidación en 2015, durante el año 2016 los miembros de asamblea aprobaron el estudio de viabilidad de la sociedad, el cual posteriormente constituyó el punto de partida para la aprobación del proceso de reactivación y formalización del nuevo objeto social de la empresa.

De esta manera, el 9 de noviembre de 2017, la asamblea de accionistas aprobó la capitalización de la sociedad por parte de la Promotora de Café Colombia S.A – Procafecol S.A, logrando así una participación en la sociedad del 78,44%. El nuevo objeto social incorpora actividades relacionadas con la producción, preparación, transformación, conservación, comercialización y distribución de alimentos.

En diciembre de 2019, Promotora de Café Colombia S.A – Procafecol S.A, compró a Pod Col Coffee Ltda, 39.203 acciones ordinarias equivalentes al 21,56% de Coffea Arabicas Beverages S.A. Al cierre de 2020 Procafecol S.A. posee el 100% de participación sobre la compañía.

Pod Col Coffee Ltda.

La sociedad Pod Col Coffee Limitada (PCC LTDA) tiene por objeto social la comercialización de café colombiano en todas sus presentaciones y formas -PODS, extracto de café congelado y/o estabilizado, máquinas de café, bebidas de café tipo gaseosas, café tostado, molido y en grano- en distintos puntos de venta a nivel nacional o a nivel internacional. A mediados de 2004 Procafecol adquirió 60 cuotas sociales; en el primer trimestre del año 2006, se adquirieron otras 939 cuotas sociales para un total de 999, las cuales a cierre de 2020 representan el 99,9% del capital de la empresa.

Cafescol Tiendas S.L.

En diciembre de 2005, Procafecol S.A. adquirió 180.000 cuotas de la empresa Cafescol Tiendas SL. Esta inversión se registró por el método de participación hasta julio de 2007, ya que posteriormente se firmó un contrato de asociación con Casual Brand Group S.L., adquiriendo esta compañía el 75% de las acciones y conservando Procafecol el 25% restante. Cafescol cumple la función de operador de las tiendas Juan Valdez® en España.

Coffeacol Inc.

Esta empresa, domiciliada en el estado de la Florida (Estados Unidos de América), tiene por objeto social el mercadeo y distribución de productos hechos a base de café. Al finalizar 2007, Procafecol adquirió el 20% de las acciones en circulación de Coffeacol, Inc por un total de USD 265.740.



Promotora Chilena de Café de Colombia S.A.

En asocio con la compañía chilena S.A.C.I. Falabella se constituyó la sociedad anónima cerrada denominada Promotora Chilena de Café Colombia S.A., -“Procafecol Chile S.A.”-, la cual funciona como operador de las tiendas Juan Valdez® Chile, cuyo domicilio es la ciudad de Santiago de Chile, República de Chile. Procafecol S.A. posee el 35% del capital, correspondiente a 525 acciones. El restante 65% corresponde a la sociedad Chilena S.A.C.I. Falabella.

Promotora Ecuatoriana de Café de Colombia S.A.

En virtud del acuerdo celebrado en 2008 y bajo el esquema de vinculación de terceros, Procafecol S.A y Latincafé S.A. acordaron la constitución de una sociedad domiciliada en la ciudad de Quito y denominada Promotora Ecuatoriana de Café de Colombia S.A., con el fin de instrumentar la operación en Ecuador. De esta sociedad, Procafecol participa con el 20% de las acciones, y Latincafé S.A. participa con el 80% restante.

Almacafé S.A.

En virtud del acuerdo celebrado en diciembre de 2013 adquirió 2 acciones de Almacafé S.A., las cuales representan un 0,000014% de esta sociedad.

En 2015, la participación accionaria en esta compañía por parte de Procafecol ascendió a 4,99%, debido a la compra de 722.000 acciones.

Cuentas por cobrar: Vinculados Económicos

NOMBRE	2020	2019
Federación Nacional de Cafeteros	\$16	\$1
NFCGC Investments Inc.	\$17.228	\$15.212
Pod Col Coffe Ltda	\$67	\$77
Coffea Arabicas Beverages S.A.S.	\$0	\$0
Promotora Chilena S.A.	\$547	\$0
Cafescol Tiendas S.L.	\$124	\$0
Almacafe S.A.	\$0	\$0
Total	\$17.982	\$15.290
Menos porción corto plazo	\$1.053	\$190
Total largo plazo	\$16.929	\$15.100

De acuerdo con la reestructuración de la cuenta por cobrar efectuada en 2010, los préstamos concedidos a NFCGC Investments Inc., los saldos por cobrar, incluidos los intereses, contarán con un plazo a vencimiento en 2052. Los saldos adicionales corresponden a cuentas por cobrar a filiales de Procafecol que resultan de la operación del ejercicio habitual de la compañía para el desarrollo de su cadena de valor.

Cuentas por pagar: Vinculados Económicos

NOMBRE	2020	2019
Federación Nacional de Cafeteros	\$155	\$128
NFCGC Investments Inc.	\$0	\$0
Pod Col Coffe Ltda	\$0	\$0
Coffea Arabicas Beverages S.A.S.	\$1.322	\$1.641
Promotora Chilena S.A.	\$86	\$0
Cafescol Tiendas S.L.	\$31	\$23
Promotora Ecuatoriana S.A.	\$1	\$0
Almacafe S.A.	\$2.333	\$2.041
Total	\$3.928	\$3.833

Monto de los activos, pasivos, patrimonio y resultados de cada una de las filiales.

CABSA	2020	2019
Total activo	\$1.151	\$2.161
Total pasivo	\$13	\$661
Total patrimonio	\$1.498	\$1.500

Resultado del ejercicio	(\$2)	\$433
-------------------------	-------	-------

PCC LTDA	2020	2019
Total activo	\$1.894	\$1.805
Total pasivo	\$549	\$274
Total patrimonio	\$1.345	\$1.531

Resultado del ejercicio	(\$186)	\$326
-------------------------	---------	-------

NFCGC	2020	2019
Total activo	\$13.804	\$10.865
Total pasivo	\$56.095	\$50.056
Total patrimonio	(\$42.291)	\$39.371

Resultado del ejercicio	\$936	\$7.249
-------------------------	-------	---------

*Valor en millones de pesos convertidos a tasa de cierre 2019. Estados financieros convertidos de USGAAP a NIIF.

Transacciones con Vinculados Económicos

PRÉSTAMOS A PARTES RELACIONADAS	2020	2019
NFCGC Investments Inc.	\$16.929	\$15.100
Cafescol Tiendas S.L.	\$124	\$0
COMPRAS DE BIENES Y SERVICIOS	2020	2019
Federación Nacional de Cafeteros	\$1.090	\$1.489
Pod Col Coffe Ltda	\$1.205	\$2.054
Coffea Arabicas Beverages S.A.S.	\$34	\$2.029
Promotora Chilena S.A.	\$228	\$0
Promotora Ecuatoriana S.A.	\$159	\$0
Cafescol Tiendas S.L.	\$8	\$23
Almacafe S.A.	\$6.774	\$10.124
VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	2020	2019
Federación Nacional de Cafeteros	\$142	\$48
NFCGC Investments Inc.	\$1.950	\$1.346
Pod Col Coffe Ltda	\$610	\$754
Coffea Arabicas Beverages S.A.S.	\$0	\$22
Promotora Chilena S.A.	\$11.314	\$14.378
Cafescol Tiendas S.L.	\$124	\$0
Almacafe S.A.	\$51	\$4



13. Estados Financieros Separados



Informe de Gestión para el año 2020

Señores Accionistas, en cumplimiento a los Estatutos de la Empresa y de Conformidad con las normas legales vigentes, presento a la Asamblea General de Accionistas, este informe, en donde se consignan las actividades más relevantes ejecutadas durante el año 2020.

A cierre de 2020, Procafecol S.A registró un decrecimiento de 32,2% en ingresos por actividades ordinarias frente al mismo periodo del año anterior

- Acumulado a diciembre de 2020, los ingresos por actividades ordinarias de Procafecol S.A. ascendieron a \$215.980 millones de pesos.
- La pérdida por actividades de operación fue de \$24.138 millones

Bogotá, febrero 2020 – El año 2020 fue sin lugar a dudas uno de los años más complejos de los últimos 100 años a nivel mundial. El surgimiento de la pandemia generó cambios drásticos en lo económico y social, con altas tasas de desempleo, índices de mortalidad y una contracción de las principales economías de la región, lo que generó un cambio de comportamiento y consumo de los bienes y servicios demandados a nivel global. Desde luego, la volatilidad de la tasa de cambio, el precio de algunas materias primas y la contracción de la producción en la gran mayoría de países, ha forzado a los productores y comercializadores a ofrecer servicios y productos diferenciados que se adapten a las necesidades de los consumidores, con una alta expectativa en cuanto a bienestar y fácil acceso se refiere.

Al cierre de 2020, El PIB de Colombia presentó un decrecimiento del 6,8%, según las autoridades económicas del país, esto producto de las normas tomadas por parte del Gobierno Nacional para contener la pandemia y que afectaron severamente las ventas de varios sectores económicos. Así, al finalizar el año, Procafecol S.A presentó una contracción de sus ingresos por actividades de operación de 32,2%, debido al cierre temporal y a la reducción del consumo en tiendas de café tanto a nivel local como Internacional.

Si bien, el sector en el que opera Procafecol S.A. ha sido uno más afectados por la pandemia y la reducción generada en los ingresos por actividades de operación es significativa, la gerencia tomó decisiones ágiles para mitigar el impacto financiero y lograr diversificar la generación de ingresos a través de acciones comerciales tendientes a desarrollar y acelerar la venta en los diferentes canales. Por lo anterior, se destaca el comportamiento del canal Internacional, el cual presentó un crecimiento en pesos del 12,1%, impulsado principalmente por el aumento en el canal de consumo masivo de los principales mercados como lo son: México, Chile, Ecuador, Perú, El Salvador y Estados Unidos y al desarrollo de nuevos mercados de alto impacto como lo son Rusia y Rumania.

Por su parte, el canal de Consumo Masivo en Colombia, no fue una excepción ante la alta demanda de los hogares para consumir el café premium de los caficultores colombianos, los cuales respondieron masivamente a las campañas de ediciones especiales: Renacer y Navidad (El camino del Jaguar). Estas campañas de mercadeo fueron premiadas y admiradas por los especialistas y consumidores que capturaron el mensaje de la marca Juan Valdez® por promover los valores y sentimientos que deben surgir ante las circunstancias ocasionadas por la emergencia sanitaria.

De igual forma, se destaca el desarrollo del segmento institucional y el surgimiento de nuevos canales de venta, como lo son: El canal “Autoventa”, el cual busca llegar a los hogares de nuestros consumidores en las principales ciudades de Colombia; el programa embajadores Juan Valdez® y la profundización en los servicios de domicilios dirigidos a los clientes.

Al cierre de diciembre de 2020, la pérdida por actividades de operación fue de \$24.138 millones, la cual se explica principalmente por el cierre temporal de las tiendas de café y a una afectación del consumo en los servicios de comida, esto a razón de las restricciones impuestas por el Gobierno Nacional y Local; como consecuencia, los ingresos de las tiendas se redujeron hasta un 99%. Así mismo, la baja absorción de los gastos fijos, ocasionó que la compañía generara pérdidas por algunos meses del año. Sin embargo, la administración optó por emprender acciones ágiles que permitieron ajustar el portafolio de productos y servicios a las expectativas de los clientes y flexibilizar los gastos de la operación, lo que derivó en un mejor resultado económico al final del periodo 2020 en comparación a lo esperado al inicio de la emergencia sanitaria.



Propiedad Intelectual

En cumplimiento del artículo 47 de la ley 222/95 modificada con la ley 603 del 27 de julio/2000 nos permitimos informar el estado de cumplimiento de normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor por parte de la sociedad.

En cumplimiento del artículo 1º de la ley 603 de julio 27/2000 puedo garantizar ante socios y ante autoridades que los productos protegidos por derecho de la propiedad intelectual están siendo utilizados en forma legal, es decir con el cumplimiento de las Normas respectivas y con las debidas autorizaciones; y en el caso específico del Software de acuerdo con la licencia de uso que viene con cada programa; y que además las adquisiciones de equipos es controlada de tal manera que nuestros proveedores satisfagan a la empresa con todas las garantías de que estos son importados legalmente.

Información Adicional

Se deja constancia que la información exigida por el ordinal tercero del Artículo 446 del Código de Comercio con todos sus detalles, está a disposición del señor Secretario para su lectura y es parte integral del presente informe.

Así mismo, conforme a lo estipulado en la misma disposición y lo ordenado por las Circulares 007 de 1983 y 003 de 1984 de la Superintendencia Nacional de Valores, este informe, el balance general y los demás documentos exigidos por la Ley, fueron puestos a disposición de los

Accionistas con la debida anticipación, previa revisión y análisis del comité de gerencia de la empresa y la Junta Directiva, organismos que los aprobaron en su totalidad.

En cumplimiento del Decreto 1406 de 1999 en sus artículos 11 y 12 nos permitimos informar que la empresa ha cumplido durante el período con sus obligaciones de autoliquidación y pago de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral. Que los datos incorporados en las declaraciones de autoliquidación son correctos y se han determinado correctamente las bases de cotización. Que son correctos los datos sobre los afiliados al sistema. Que la empresa como aportante se encuentra a paz y salvo por el pago de aportes al cierre del ejercicio de acuerdo con los plazos fijados.

Que no existen irregularidades contables en relación con aportes al sistema, especialmente las relativas a bases de cotización, aportes laborales y aportes patronales.

En cumplimiento de lo indicado en el artículo 87 de la Ley 1676 de agosto 20 de 2013, la organización no obstaculizó a los proveedores, en su intención de realizar alguna operación de factoring con las facturas de venta que ellos expidieron a la Sociedad durante el período.

De acuerdo a lo establecido en la Ley 222 de 1995, una copia de este informe de Gestión fue entregado

oportunamente a la Revisoría Fiscal para que en su dictamen informe sobre su concordancia con los Estados Financieros.

Acerca de la marca Juan Valdez®

La marca Juan Valdez® es la única marca de café de relevancia internacional que pertenece a productores de café. En 2002 la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, organización sin ánimo de lucro que representa a más de 500.000 familias productoras de café, creó Procafécol S.A. para explotar la marca Juan Valdez® a través de tiendas de café y negocios de valor agregado. Tras la popularidad y aceptación de la marca en tiendas se dio inicio a la distribución de los productos Juan Valdez® en otros canales del mercado colombiano así como a nivel internacional. Los cafés de Juan Valdez® son sinónimo de alta calidad para los consumidores de café premium, le entregan a los caficultores mayor valor por la calidad del café e importantes recursos por regalías por la venta de cada taza o producto que lleve su firma en el mundo. Más información en www.juanvaldezcafe.com y www.cafedecolombia.com

CAMILA ESCOBAR
Representante Legal

Las notas a los Estados Financieros Separados están disponibles para su consulta en:
www.juanvaldezcafe.com/es-co/accionistas/estados-financieros/



PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. - PROCAFECOL S.A.
ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA SEPARADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019.
(En miles de pesos colombianos)

	NOTA	2020	2019
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
Efectivo y equivalentes de efectivo	6	29,454,724	13,512,666
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	7	15,832,989	21,219,049
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociadas	8	1,053,798	190,241
Inventarios	9	20,455,392	22,034,006
Otros activos financieros	33	28,446	252,778
Activos por impuestos corrientes	10	4,284,283	6,383,962
Otros activos	11	61,278	140,780
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		71,170,910	63,733,482
ACTIVO NO CORRIENTE			
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociadas	8	16,928,844	15,099,359
Propiedad, planta y equipo	12	55,112,709	59,177,898
Activos por derecho de uso	13	48,384,233	65,830,140
Otros activos intangibles	14	4,185,701	5,290,339
Inversiones en subsidiarias	15	2,572,207	2,648,059
Inversiones en asociadas	16	3,688,553	3,688,553
Otros activos financieros	17	9,643,080	9,643,080
Activos por impuestos diferidos	10	7,153,051	1,286,163
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		147,668,378	162,663,591
TOTAL ACTIVO		218,839,288	226,397,073
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
Préstamos	18	29,986,794	29,348,828
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar	19	37,366,783	30,433,477
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	8	3,926,574	3,832,839
Beneficios a los empleados	20	6,581,408	7,656,912
Pasivos por impuestos corrientes	10	98,090	2,204,587
Pasivos financieros por arrendamientos	13	20,186,815	20,176,698
Ingreso diferido	21	1,065,399	1,244,967
TOTAL PASIVO CORRIENTE		99,211,863	94,898,308
PASIVO NO CORRIENTE			
Préstamos	18	55,811,956	31,960,701
Pasivos financieros por arrendamientos	13	36,451,576	45,752,941
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		92,263,532	77,713,642
TOTAL PASIVO		191,475,395	172,611,950
PATRIMONIO			
Capital social	22	87,938,480	87,938,480
Prima de emisión		35,425,569	35,425,569
Resultados acumulados	32	(95,011,991)	(69,156,663)
Otro resultado integral	33	(988,165)	(422,263)
TOTAL PATRIMONIO		27,363,893	53,785,123
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		218,839,288	226,397,073

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO
Representante Legal
(Ver certificación adjunta)

EDDY JOHANA MOLINA MORALES
Contador Público
Tarjeta Profesional No.276169-T

EDMUNDO BELTRÁN VILLAMIZAR
Revisor Fiscal
Tarjeta Profesional No.15952-T
(Ver mi informe adjunto)
Designado por Deloitte & Touche Ltda.




PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. - PROCAFECOL S.A.
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES SEPARADOS
POR LOS PERIODOS COMPRENDIDOS ENTRE EL 01 DE ENERO Y 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019.
(En miles de pesos colombianos)

	Nota	2020	2019
Ingresos de actividades ordinarias	23	215,980,401	318,376,985
Costos de ventas		(91,980,712)	(120,762,732)
GANANCIA BRUTA		123,999,689	197,614,253
Gastos por beneficios a empleados	24	(52,850,657)	(65,729,593)
Gastos de administración	25	(19,032,787)	(24,920,606)
Gastos de ventas	26	(75,011,961)	(95,419,020)
Otros ingresos	27	9,281,463	7,561,038
Otros gastos	28	(10,523,952)	(5,166,853)
(PÉRDIDA) GANANCIA POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		(24,138,205)	13,939,219
Ganancias (pérdidas) que surgen de la baja en cuentas de activos financieros medidos al costo amortizado	29	517,343	-
Ingresos financieros	30	2,215,852	3,481,732
Costos financieros	31	(10,564,740)	(10,507,911)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas contabilizadas utilizando el método de la participación		(75,853)	24,255
(PÉRDIDA) GANANCIA ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		(32,045,603)	6,937,295
MENOS GASTO POR IMPUESTO A LA RENTA	10	6,190,275	(2,818,139)
Corriente		323,387	(2,355,698)
Diferido		5,866,888	(462,441)
RESULTADO DEL EJERCICIO		(25,855,328)	4,119,156
OTRO RESULTADO INTEGRAL: Coberturas de flujo de efectivo	33	(565,902)	(68,624)
RESULTADO INTEGRAL TOTAL		(26,421,230)	4,050,532

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO
Representante Legal
(Ver certificación adjunta)

EDDY JOHANA MOLINA MORALES
Contador Público
Tarjeta Profesional No.276169-T
(Ver certificación adjunta)

EDMUNDO BELTRÁN VILLAMIZAR
Revisor Fiscal
Tarjeta Profesional No.15952-T
Designado por Deloitte & Touche Ltda.



PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. - PROCAFECOL S.A.
ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO SEPARADOS
POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019.
 (En miles de pesos colombianos)

	Resultados acumulados						
	Capital social	Prima de emisión	Resultados de ejercicios anteriores	Ajuste aplicación por primera vez NCIF	Total resultados acumulados	Otro resultado integral	Total
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018	87,938,480	35,425,569	(66,042,189)	(9,687,692)	(75,729,881)	(353,639)	47,280,529
Adopción al 1 de enero de 2019	-	-	-	2,563,890	2,563,890	-	2,563,890
Resultado del ejercicio	-	-	4,119,156	-	4,119,156	-	4,119,156
Otro resultado integral	-	-	-	-	-	(68,624)	(68,624)
Incremento (Disminución) por otros cambios en el patrimonio	-	-	-	(109,828)	(109,828)	-	(109,828)
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	87,938,480	35,425,569	(61,923,033)	(7,233,630)	(69,156,663)	(422,263)	53,785,123
Resultado del ejercicio	-	-	(25,855,328)	-	(25,855,328)	-	(25,855,328)
Otro resultado integral	-	-	-	-	-	(565,902)	(565,902)
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020	87,938,480	35,425,569	(87,778,361)	(7,233,630)	(95,011,991)	(988,165)	27,363,893

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO
 Representante Legal
 (Ver certificación adjunta)

EDDY JOHANA MOLINA MORALES
 Contador Público
 Tarjeta Profesional No. 276169-T
 (Ver certificación adjunta)

EDMUNDO BELTRÁN VILLAMIZAR
 Revisor Fiscal
 Tarjeta Profesional No. 15952-T
 Designado por Deloitte & Touche Ltda.

PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. - PROCAFECOL S.A.
ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO SEPARADOS
POR LOS PERIODOS COMPRENDIDOS ENTRE EL 01 DE ENERO Y 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019.
 (En miles de pesos colombianos)

	2020	2019
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	223,351,256	324,822,113
Otros cobros por actividades de operación	1,051,400	-
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(137,330,842)	(195,410,424)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(53,667,877)	(65,046,143)
Otros pagos por actividades de operación	(10,838,357)	(10,502,511)
Intereses pagados	(5,216,431)	(4,493,714)
Impuestos a las ganancias reembolsados (Pagados)	316,569	(1,023,736)
Flujos netos de efectivo provisto por las actividades de operación	17,665,718	48,345,585
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:		
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	(487,254)
Intereses recibidos	220,155	156,969
Dividendos recibidos	363,012	609,590
Compras de otros activos a largo plazo	(134,235)	(201,430)
Compras de propiedades, planta y equipo	(7,482,611)	(11,365,466)
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	-	2,592,361
Aumento de otros activos financieros	-	(53,433)
Compras de activos intangibles	(1,657,462)	(1,671,789)
Cobros procedentes del reembolso de anticipos y préstamos concebidos a terceros	-	1,770,012
Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de inversión	(8,691,141)	(8,650,440)
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:		
Importes procedentes de préstamos	55,809,177	19,303,861
Reembolsos de préstamos	(32,629,092)	(25,077,718)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(16,212,604)	(24,635,067)
Flujos netos de efectivo provisto por (utilizado en) actividades de financiamiento	6,967,481	(30,408,924)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO:		
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	15,942,058	9,286,221
SALDOS AL COMIENZO DEL AÑO	13,512,666	4,226,445
SALDOS AL FINAL DEL AÑO	29,454,724	13,512,666

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO
 Representante Legal
 (Ver certificación adjunta)

EDDY JOHANA MOLINA MORALES
 Contador Público
 Tarjeta Profesional No.276169-T

EDMUNDO BELTRÁN VILLAMIZAR
 Revisor Fiscal
 Tarjeta Profesional No.15952-T
 (Ver mi informe adjunto)



14. Estados Financieros Consolidados



Informe de Gestión para el año 2020

Señores Accionistas, en cumplimiento a los Estatutos de la Empresa y de Conformidad con las normas legales vigentes, presento a la Asamblea General de Accionistas, este informe, en donde se consignan las actividades más relevantes ejecutadas durante el año 2020.

A cierre de 2020, Procafecol S.A y sus subsidiarias registraron un decrecimiento de 29,6% en ingresos por actividades ordinarias frente al mismo periodo del año anterior

- Acumulado a Diciembre de 2020, los ingresos por actividades ordinarias de Procafecol S.A. ascendieron a \$238.550 millones de pesos.
- La pérdida por actividades de operación fue de \$20.869 millones

Bogotá, Febrero 2020 – El año 2020 fue para la región Latinoamericana uno de los años más complejos del último siglo, considerando que la pandemia generó un alto impacto en lo económico y lo social, con altas tasas de desempleo, índices de mortalidad y una contracción de las principales economías de la región. Así, de acuerdo con el último informe de proyecciones macroeconómicas del Fondo Monetario Internacional, México habría tenido una reducción de su producción del 8,5%, mientras que Chile y Brasil presentarán una disminución de 6,3% y 4,5%. Por su parte, se presume que la economía Colombiana experimentará una reducción del PIB cercana al 7,9%, cuyo deterioro se concentra en las industrias de: comercio, turismo y transporte. Sectores altamente afectados por una menor demanda como consecuencia de las cuarentenas y la restricción a la movilidad de las personas.

De esta manera, para Procafecol S.A y sus subsidiarias el segundo y tercer trimestre del año fueron periodos altamente complejos, siendo las tiendas de café el canal más afectado y el cual, durante el mes más crítico de la pandemia (abril), redujo sus ventas hasta en un 99% por las restricciones del Gobierno. Sin embargo, mediante el diseño de un plan de acción ágil y organizado que dispuso la administración, se logró establecer protocolos de bioseguridad para clientes internos y externos, proveedores y visitantes, garantizando la salud y el bienestar. Estos mismos fueron expuestos y aplicados por nuestros aliados internacionales que operan las tiendas de la marca de los caficultores colombianos en más de 14 países.

Si bien, el sector en el que opera Procafecol S.A. y sus subsidiarias ha sido uno de los más afectados por la pandemia y la reducción generada en los ingresos por actividades de operación, la administración tomó decisiones oportunas para mitigar el impacto financiero y lograr diversificar la generación de ingresos a través de acciones comerciales y el desarrollo de iniciativas para satisfacer la demanda del consumidor, que buscó experiencias y facilidades diferenciadas para adquirir los productos. Por lo anterior, se desarrollaron nuevos canales no convencionales hasta antes del inicio de la pandemia, como el servicio de domicilios, a través de diferentes plataformas digitales y el comercio

electrónico, a través de la página propia y de sitios web de terceros. Adicionalmente, nació el canal “Autoventa”, el cual tiene el propósito de llegar directamente a los hogares de nuestros consumidores en las principales ciudades de Colombia. Esto requirió grandes esfuerzos en la cadena logística y de abastecimiento a fin de garantizar la oportunidad en el servicio y la calidad de todo el portafolio de productos.

De igual forma, se destaca el comportamiento del canal Internacional, el cual presentó un crecimiento en pesos del 12,1%, impulsado principalmente por el aumento en el canal de consumo masivo de los principales mercados como lo son: México, Chile, Ecuador, Perú, El Salvador y Estados Unidos. En este último mercado, se destaca la gestión efectuada por NFCGC Inc, filial de Procafecol S.A., la cual logró un crecimiento de 34,5% en consumo masivo, consolidando su presencia en importantes cadenas como Walmart, H-E-B, Kroger, entre otros.

Al cierre de diciembre de 2020, la pérdida por actividades de operación fue de \$20.869 millones, los cuales se explican por el impacto generado durante la pandemia, la cual generó una reducción significativa de los ingresos por el cierre temporal de las tiendas de café y una afectación del canal institucional, y por ende una menor dilución de los gastos fijos, por lo que en algunos meses Procafecol S.A. y sus subsidiarias generaron pérdidas. No obstante, la gerencia optó por emprender acciones ágiles que permitieron flexibilizar la operación, aliviar la generación de efectivo y ajustar el portafolio de productos y servicios a las nuevas necesidades de los clientes.

A pesar que el 2020 fue uno año de los más complejos en materia económica y sanitaria de los últimos 100 años, también fue un año en el cual

se generaron importantes aprendizajes y se forjaron iniciativas y proyectos con un mayor dinamismo, por lo que la administración está convencida que una vez la pandemia finalice el valor percibido tanto para las más de 540.000 familias cafeteras como para los consumidores del café premium colombiano será maximizado y la marca Juan Valdez® contará con una mayor fidelidad de los consumidores, siendo recordada como una marca que refleja y promueve la perseverancia y resiliencia, tal como se evidenció en las campañas de ediciones especiales: Renacer y Navidad (El Camino del Jaguar); campañas de mercadeo que fueron premiadas y admiradas por su creatividad e inspiración.

Propiedad Intelectual

En cumplimiento del artículo 47 de la ley 222/95 modificada con la ley 603 del 27 de julio/2000 nos permitimos informar el estado de cumplimiento de normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor por parte de la sociedad.

En cumplimiento del artículo 1º de la ley 603 de julio 27/2000 puedo garantizar ante socios y ante autoridades que los productos protegidos por derecho de la propiedad intelectual están siendo utilizados en forma legal, es decir con el cumplimiento de las Normas respectivas y con las debidas autorizaciones; y en el caso

específico del Software de acuerdo con la licencia de uso que viene con cada programa; y que además las adquisiciones de equipos es controlada de tal manera que nuestros proveedores satisfagan a la empresa con todas las garantías de que estos son importados legalmente.

Información Adicional

Se deja constancia que la información exigida por el ordinal tercero del Artículo 446 del Código de Comercio con todos sus detalles, está a disposición del señor Secretario para su lectura y es parte integral del presente informe.

Así mismo, conforme a lo estipulado en la misma disposición y lo ordenado por las Circulares 007 de 1983 y 003 de 1984 de la Superintendencia Nacional de Valores, este informe, el balance general y los demás documentos exigidos por la Ley, fueron puestos a disposición de los Accionistas con la debida anticipación, previa revisión y análisis del comité de gerencia de la empresa y la Junta Directiva, organismos que los aprobaron en su totalidad.

En cumplimiento del Decreto 1406 de 1999 en sus artículos 11 y 12 nos permitimos informar que la empresa ha cumplido durante el período con sus obligaciones de autoliquidación y pago de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral. Que los datos incorporados en las declaraciones de autoliquidación son correctos y se han determinado correctamente las bases de cotización. Que son correctos los datos sobre los afiliados al sistema. Que la empresa como aportante se encuentra a paz y salvo por el pago de aportes al cierre del ejercicio de acuerdo con los plazos fijados.

Que no existen irregularidades contables en relación con aportes al sistema, especialmente las relativas a bases de cotización, aportes laborales y aportes patronales.

En cumplimiento de lo indicado en el artículo 87 de la Ley 1676 de agosto 20 de 2013, la organización no obstaculizó a los proveedores, en su intención de realizar alguna operación de factoring con las facturas de venta que ellos expidieron a la Sociedad durante el período.

De acuerdo a lo establecido en la Ley 222 de 1995, una copia de este informe de Gestión fue entregado oportunamente a la Revisoría Fiscal para que en su dictamen informe sobre su concordancia con los Estados Financieros.

Acerca de la marca Juan Valdez®

La marca Juan Valdez® es la única marca de café de relevancia internacional que pertenece a productores de café. En 2002 la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, organización sin ánimo de lucro que representa a más de 500.000 familias productoras de café, creó Procafecol S.A. para explotar la marca Juan Valdez® a través de tiendas de café y negocios de valor agregado. Tras la popularidad y aceptación de la marca en tiendas se dio inicio a la distribución de los productos Juan Valdez® en otros canales del mercado colombiano

así como a nivel internacional. Los cafés de Juan Valdez® son sinónimo de alta calidad para los consumidores de café premium, le entregan a los caficultores mayor valor por la calidad del café e importantes recursos por regalías por la venta de cada taza o producto que lleve su firma en el mundo. Más información en www.juanvaldezcafe.com y www.cafedecolombia.com

CAMILA ESCOBAR
Representante Legal

Las notas a los Estados Financieros Consolidados y Subsidiarias están disponibles para su consulta en: www.juanvaldezcafe.com/es-co/accionistas/estados-financieros/



PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. "PROCAFECOL S.A." Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019.
(En miles de pesos colombianos)

	NOTA	2020	2019
ACTIVOS			
ACTIVOS CORRIENTES			
Efectivo y equivalentes de efectivo	6	32,900,778	14,276,959
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	7	19,689,172	26,150,798
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociadas	8	685,468	1,054
Inventarios	9	23,093,836	23,162,923
Instrumentos financieros derivados	34	28,446	252,778
Activos por impuestos corrientes	10	4,541,632	6,724,043
Otros activos	11	90,959	140,777
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		81,030,291	70,709,332
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Propiedad, planta y equipo	12	56,729,631	61,123,487
Activos por derecho de uso	13	49,052,125	66,793,696
Otros activos intangibles	14	4,494,167	5,308,001
Inversiones en asociadas	15	8,494,881	11,897,295
Negocios conjuntos	16	2,200,944	2,308,467
Otros activos financieros	17	9,682,357	9,681,197
Activos por impuestos diferidos	10	7,282,011	1,334,716
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		137,936,116	158,446,859
TOTAL ACTIVOS		218,966,407	229,156,191
PASIVOS			
PASIVOS CORRIENTES			
Préstamos	18	29,986,794	29,348,828
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar	19	43,227,744	33,243,663
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	8	2,604,974	2,192,215
Beneficios a los empleados	20	6,581,408	7,726,791
Pasivos por impuestos corrientes	10	109,907	2,320,169
Pasivos financieros por arrendamientos	13	20,718,603	20,617,375
Ingreso diferido	21	1,065,399	1,244,967
TOTAL PASIVOS CORRIENTES		104,294,829	96,694,008
PASIVOS NO CORRIENTES			
Préstamos	18	55,811,956	31,960,701
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	8	25,792,879	23,241,975
Pasivos financieros por arrendamientos	13	36,629,815	46,269,943
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES		118,234,650	101,472,619
TOTAL PASIVOS		222,529,479	198,166,627
PATRIMONIO			
Capital social	22	87,938,480	87,938,480
Prima de emisión		35,425,569	35,425,569
Resultados acumulados	33	(87,928,450)	(58,981,260)
Otro resultado integral	34	(37,460,604)	(31,961,641)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		(2,025,005)	32,421,148
Participaciones no controladoras		(1,538,067)	(1,431,584)
TOTAL PATRIMONIO		(3,563,072)	30,989,564
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		218,966,407	229,156,191



PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. "PROCAFECOL S.A." Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES CONSOLIDADOS
POR LOS PERÍODOS COMPRENDIDOS ENTRE EL 01 DE ENERO Y 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019.
(En miles de pesos colombianos)

	Nota	2020	2019
Ingresos de actividades ordinarias	23	238,549,963	338,675,610
Costos de ventas		(105,111,255)	(131,867,387)
GANANCIA BRUTA		133,438,708	206,808,223
Gastos por beneficios a empleados	24	(53,996,688)	(67,814,559)
Gastos de administración	25	(20,111,426)	(25,873,980)
Gastos de ventas	26	(81,735,225)	(101,426,559)
Otros ingresos	27	12,455,429	7,566,929
Otros gastos	28	(10,919,885)	(5,163,632)
(PÉRDIDA) GANANCIA POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		(20,869,087)	14,096,422
Ganancias (pérdidas) que surgen de la baja en cuentas de activos financieros medidos al costo amortizado	29	517,343	-
Ingresos financieros	30	386,367	171,840
Costos financieros	31	(13,361,634)	(15,223,525)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	32	(1,838,092)	1,286,694
(PÉRDIDA) GANANCIA ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		(35,165,103)	331,431
MENOS GASTO POR IMPUESTO A LA RENTA	10	6,251,792	(3,079,448)
Corriente		304,497	(2,470,395)
Diferido		5,947,295	(609,053)
RESULTADO DEL EJERCICIO		(28,913,311)	(2,748,017)
OTRO RESULTADO INTEGRAL:			
Participación en otro resultado integral de las asociadas		4,766	(17,271)
Diferencia en cambio en transacciones con moneda extranjera		(5,078,187)	(483,427)
Coberturas de flujo de efectivo		(565,902)	(68,624)
TOTAL RESULTADO INTEGRAL		(34,552,634)	(3,317,339)
UTILIDAD (PERDIDA) DEL AÑO ATRIBUIBLE A:			
Propietarios de la controladora		(28,947,190)	(2,484,466)
Participaciones no controladoras		33,879	(263,551)
Total		(28,913,311)	(2,748,017)
TOTAL RESULTADO INTEGRAL ATRIBUIBLE A:			
Propietarios de la controladora		(34,446,151)	(3,031,222)
Participaciones no controladoras		(106,483)	(286,117)
Total		(34,552,634)	(3,317,339)

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO
Representante Legal
(Ver certificación adjunta)

EDDY JOHANA MOLINA MORALES
Contador Público
Tarjeta Profesional No.2.76.169-T

EDMUNDO BELTRAN VILLAMIZAR
Revisor Fiscal
Tarjeta Profesional No.1.5952-T
Designado por Deloitte & Touche Ltda.
(Ver mi informe adjunto)



PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. "PROCAFECOL S.A." Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019.
(En miles de pesos colombianos)

	Resultados acumulados					Otro resultado integral	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Total
	Capital social	Prima de emisión	Resultados de ejercicios anteriores	Ajuste aplicación por primera vez NCIF	Total Resultados acumulados				
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018	87,938,480	35,425,569	(90,515,256)	31,508,727	(59,006,529)	(31,414,884)	32,942,636	(1,147,101)	31,795,535
Adopción al 1 de enero de 2019	-	-	-	2,500,470	2,500,470	-	2,500,470	1,771	2,502,241
Resultado del ejercicio	-	-	(2,484,466)	-	(2,484,466)	-	(2,484,466)	(263,551)	(2,748,017)
Otro resultado integral	-	-	-	-	-	(546,756)	(546,756)	(22,566)	(569,322)
Incremento (Disminución) por otros cambios en el patrimonio	-	-	-	9,265	9,265	(1)	9,264	(137)	9,127
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	87,938,480	35,425,569	(92,999,722)	34,018,462	(58,981,260)	(31,961,641)	32,421,148	(1,431,584)	30,989,564
Resultado del ejercicio	-	-	(28,947,190)	-	(28,947,190)	-	(28,947,190)	33,879	(28,913,311)
Otro resultado integral	-	-	-	-	-	(5,498,963)	(5,498,963)	(140,362)	(5,639,325)
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020	87,938,480	35,425,569	(121,946,912)	34,018,462	(87,928,450)	(37,460,604)	(2,025,005)	(1,538,067)	(3,563,072)

PEDRO ANTONIO GARCÍA MONCAYO
Representante Legal
(Ver certificación adjunta)

EDDY JOHANA MOLINA MORALES
Contador Público
Tarjeta Profesional No.276169-T
(Ver certificación adjunta)

EDMUNDO BELTRÁN VILLAMIZAR
Revisor Fiscal
Tarjeta Profesional No.15952-T
Designado por Deloitte & Touche Ltda.

PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. "PROCAFECOL S.A." Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADOS
POR LOS PERÍODOS COMPRENDIDOS ENTRE EL 01 DE ENERO Y 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019.
(En miles de pesos colombianos)

	2020	2019
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	244,137,203	344,917,462
Otros cobros por actividades de operación	899,676	-
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(150,208,455)	(208,029,732)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(54,889,926)	(67,728,542)
Otros pagos por actividades de operación	(9,402,127)	(12,606,566)
Intereses pagados	(5,278,385)	(4,493,715)
Impuestos a las ganancias reembolsados (Pagados)	276,646	(1,152,206)
Flujos netos de efectivo provisto por las actividades de operación	25,534,632	50,906,702
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:		
Intereses recibidos	220,155	99,002
Dividendos recibidos de las asociadas	637,725	855,376
Compras de otros activos a largo plazo	(418,044)	(201,427)
Compras de propiedades, planta y equipo	(7,482,612)	(11,430,408)
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	-	2,592,361
Otras (salidas) de efectivo	(1,159)	25,243
Compras de activos intangibles	(1,948,266)	(1,689,450)
Flujos netos de efectivo utilizado en actividades de inversión	(8,992,202)	(9,749,304)
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:		
Importes procedentes de préstamos	55,721,777	19,303,861
Reembolsos de préstamos	(32,629,092)	(25,077,718)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(16,865,367)	(25,262,864)
Flujos netos de efectivo provisto por (utilizado en) las actividades de financiamiento	6,227,318	(31,036,722)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(4,145,929)	(779,190)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO:		
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	18,623,819	9,341,486
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL INICIO DEL AÑO	14,276,959	4,935,473
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL AÑO	32,900,778	14,276,959

PEDRO ANTONIO GARCIA MONCAYO
Representante Legal
(Ver certificación adjunta)

EDDY JOHANA MOLINA MORALES
Contador Público
Tarjeta Profesional No.276169-T
(Ver certificación adjunta)

EDMUNDO BELTRÁN VILLAMIZAR
Revisor Fiscal
Tarjeta Profesional No.15952-T
(Ver mi informe adjunto)
Designado por Deloitte & Touche Ltda.



15. Dictamen Estados Financieros Separados





Deloitte & Touche
 los socios s.a.s
 Carrera 7 No. 34-89
 Bogotá
 Colombia

Tel: +57 (1) 232 2200
 www.deloitte.com/co

INFORME DEL REVISOR FISCAL

A los accionistas de
INCOPIERS DO CAFE COLOMBIA S.A. – PROCAFCO S.A.

INFORME SOBRE LA AUDITORÍA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Opinión

He auditado los estados financieros asociados a la sociedad PROCAFCO S.A. – PROCAFCO S.A. (en adelante “la Entidad”), los cuales comprenden el estado de situación financiera a 31 de diciembre de 2020, los estados de resultado y el resultado integral de cambios en el patrimonio neto y de flujo de efectivo por el año terminado en esa fecha, y las notas a los estados financieros, incluyendo un resumen de las políticas contables significativas.

En mi opinión, basadas en las pruebas obtenidas, tomadas de los libros de contabilidad, presentan razonablemente en todos los aspectos significativos, la situación financiera de la Entidad al 31 de diciembre de 2020, el resultado de sus operaciones y sus flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, de conformidad con las Normas de Contabilidad e Información Financiera emitidas en Colombia.

Fundamento de la Opinión

He llevado a cabo mi auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría adoptadas en Colombia. Mis responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección Responsabilidades del auditor. Se trata del entendimiento de la Entidad de acuerdo con los requerimientos éticos que son relevantes para mi auditoría de los estados financieros en Colombia y he cumplido las demás responsabilidades de auditoría de conformidad con esas mismas normas. Considero que la evidencia de auditoría obtenida es suficiente y apropiada para proporcionar una base razonable para expresar mi opinión.

Énfasis en asuntos

Como se indica en las Notas 4 y 35 a los Estados Financieros presentados, Inco S.A. emitió a largo plazo a su subsidiaria en el sector INCOCC Inversión S.A. 4.31 de dólares de 2020 y 2019 por \$18.328 y \$31.089 millones, respectivamente, cuya recuperación dependerá de la generación futura de suficientes flujos de efectivo de la actividad que le permita atender tanto sus necesidades del negocio como cancelar los saldos adeudados a PROCAFCO S.A., a de las decisiones que tomen los accionistas sobre estos saldos por cobrar. Asimismo, como se indica en la Nota 24, el 18 de junio de 2019 se suscribió un contrato de compra de acciones suscrito con la Federación Nacional de Cafeteros por el valor de \$40.000 millones, en el cual se establece la compra de la deuda en caso que INCOCC Inversión S.A. no cumpla con los pagos en los plazos pactados. Este compromiso podría generar mayores cargas por cobrar a INCOCC cuya recuperación dependerá también de los resultados futuros de la mencionada subsidiaria.

Asuntos clave de la auditoría

Los asuntos clave de la auditoría son esos asuntos que, según mi juicio profesional, fueron de la mayor importancia en la auditoría de los estados financieros de período actual. Todos asuntos fueron cubiertos en el contexto de mi auditoría de los estados financieros de su conjunto, y en la formación de mi opinión sobre los mismos, por lo que no expresé una opinión por separado sobre estos asuntos.

Deloitte es el nombre comercial de la firma de membresía profesional de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a través de la cual Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una sociedad de responsabilidad limitada registrada en Inglaterra y Gales, opera a través de sus miembros. Deloitte es una marca de la firma de membresía profesional de responsabilidad limitada.



Evaluación del riesgo en marcha – artículo 1.2

Debido a los impactos negativos generados por el Covid 19 en el ambiente económico y social, la Entidad se vio afectada en la operación de sus negocios Juan Valdez y generando sus resultados financieros. Lo anterior implica que la Administración evaluó continuamente la situación e implementó diferentes acciones apropiadas e mitigó los efectos adversos y por ende realizó un mayor juicio en su evaluación del principio de negocio en marcha.

La consideración de este asunto como clave de auditoría se basa en la importancia material de la evaluación del riesgo en marcha para la preparación de los estados financieros. La realización de procedimientos de auditoría para evaluar lo apropiado de dicha evaluación de la Administración requirió un mayor nivel de esfuerzo y la necesidad de involucrar a profesionales de auditoría con más experiencia.

Como se aborda el asunto clave de auditoría

Mis procedimientos de auditoría relacionados para evaluar lo apropiado de la evaluación del riesgo en marcha de la Administración debido al Covid 19 incluyeron, entre otros:

- Verificar que la Administración procediera actualizar su presupuesto o plan de negocios para el año 2020 y que le permitiera evaluar los resultados obtenidos frente a los escenarios del mismo bajo un ambiente de pandemia.
- Realizar los cálculos corroborativos y evaluarlos lo apropiado en función de las incertezas y de las proyecciones financieras.
- Realizar el análisis de la Administración en cuanto a la identificación de los indicadores de detección.
- Revisar algunos documentos soporte relacionados con las medidas adoptadas por la Entidad para mitigar los efectos.
- Realizar pruebas de auditoría para probar el diseño e implementación de los controles para mantener la situación y el plan de negocio, como el Comité de Crisis y Comité de Negocio.
- Realizar pruebas sustantivas enfocadas a probar la razonabilidad de los montos registrados que consistieron en procedimientos analíticos y pruebas de detalle mediante la inspección de documentos, reconciliación, indagaciones corroborativas y selección de muestras para los saldos de cuentas susceptibles a deterioro.
- Involucrar a profesionales de auditoría con mayor experiencia para evaluar la viabilidad financiera de la Entidad y el resultado de las medidas adoptadas.

Responsabilidad de la Administración y de los Responsables del Gobierno en relación con los estados financieros

La Administración es responsable por la preparación y correcta presentación de estos estados financieros de conformidad con las Normas de Contabilidad e Información Financiera adoptadas en Colombia, y por el control interno que le genere confianza suficiente para la preparación y correcta presentación de los estados financieros libres de errores significativos, bien sea por fraude o error.

Al preparar los estados financieros la Administración es responsable de evaluar la capacidad de la Entidad para continuar como empresa en funcionamiento, basadas, según corresponde, en los asuntos relacionados con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento, salvo que la Administración tenga la intención de liquidar la Entidad o de cesar sus operaciones, o bien de realizar otra alternativa viable.



Deloitte.

Los responsables del gobierno son responsables de supervisar el proceso para preparar la información financiera de la Entidad.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros

El objetivo es obtener una seguridad razonable de que los estados financieros en su conjunto están libres de error material, debido a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contenga mi opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia siempre detecte un error material cuando existe. Las empresas pueden defraudarse a fraude o error y se cancelen materia lo sí, individualmente o en su conjunto, se puede esperar razonablemente que influyan en las decisiones económicas que las usuarias toman basándose en los estados financieros.

Como parte de una auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia, aplico mi juicio profesional y mantengo una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. Asimismo:

- Identifico y evalúo los riesgos de error material en los estados financieros, debido a fraude o error, diseño y aplico procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtengo evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para mi opinión. El riesgo de no detectar un error material debido a fraude es más elevado que el caso de un error material debido a error, ya que el fraude puede involucrar colusión, falsificación, violaciones de políticas, manifestaciones intencionalmente engañosas, o la elusión del control interno.
- Obtengo un conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad.
- Deloitte aplico de los puntos controlados aplicados y la naturaleza de las estimaciones contables y las revelaciones relacionadas hechas por la Administración.
- Condujo sobre la adecuación de la utilización, por la Administración, del principio contable de empresa en funcionamiento, y basado en la evidencia de auditoría obtenida, condujo sobre si existe o no una aportación material seleccionada con hechos o condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Entidad para continuar como empresa en funcionamiento. Si condujo que existe una aportación material, se requiere que haya la atención en el informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que exprese una opinión modificada. Mis conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de mi informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuras pueden causar que la Entidad deje de ser una empresa en funcionamiento.
- Evalúo la presentación, estructura y contenido de los estados financieros, incluyendo la información revelada, y si los estados financieros representan las transacciones y eventos relevantes de un modo que logran la presentación razonable.

Como a los encargados del gobierno de la Entidad, en el mismo asunto, el a través de una auditoría planeada de la auditoría y los resultados significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa en el control interno, si a haberlo, identificada durante la auditoría.

También proporciono a los encargados del gobierno de la Entidad, una declaración acerca de mi cumplimiento de los requisitos éticos relevantes con respecto a la independencia, y describo todas las relaciones y demás cuestiones de las que se puede esperar razonablemente puedan afectar mi independencia y, en su caso, las compensaciones salariales.



Deloitte.

A partir de los asuntos emanados a los encargados del gobierno de la Entidad, determino que esos asuntos fueron de la mayor importancia en la auditoría de los estados financieros del periodo actual y por lo tanto, son las asuntos clave de la auditoría. Describo esos asuntos en el Informe de Auditoría a menos que las leyes o regulaciones requieran la revelación pública de hecho o cuando, en circunstancias excepcionales, determino que un asunto notable constituya en mi informe de auditoría porque de manera razonable se pudiera esperar que las consecuencias adviertas por hacerlo serían más que los beneficios de mantenerlo en silencio.

Otros Asuntos

Como se indica en Nota 2 los estados financieros presentados adjuntos han sido preparados para cumplir con las disposiciones legales vigentes en Colombia. Estos estados financieros deben leerse conjuntamente con los estados financieros consolidados que se emiten aparte.

Los estados financieros por el año terminado el 31 de diciembre de 2020, que se incluyen para propósitos comparativos únicamente, fueron auditados por mí y expresé una opinión en adelante el 3 de marzo de 2021.

IMPORTE SOBRE OTROS REQUERIMIENTOS LEGALES Y REGLAMENTARIOS

De acuerdo con el alcance de mi auditoría, informo que la Entidad ha llevado su contabilidad conforme a las normas legales y a la técnica contable, las operaciones registradas en los libros de contabilidad, la correspondencia, los comprobantes de las cuentas, y los libros de actas y de registro de acciones, recibos y otros comprobantes; el informe de gestión de los administradores; que la debida concordancia con los estados financieros del libro de informe de gestión por parte de la Administración; que no haber interceptado la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores; y la información contenida en las declaraciones de autoliquidación de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral, en particular la relación e los efectos y a sus ingresos base de cotización, ha sido tomada de los registros y libros contables. Al 31 de diciembre de 2020, la Entidad no ha presentado en sus cuentas de apertura al Sistema de Seguridad Social Integral.

Según el artículo 4 del Decreto 2496 de 2015, que modifica el numeral 1.2.1.3 del Decreto 2420 de 1995, el impuesto fiscal aplicará las ICA, en desarrollo de las responsabilidades contenidas en el artículo 200 del Código de Comercio, relacionado con la evaluación del cumplimiento de las disposiciones estatutarias de la sociedad y junto de socios y con la evaluación del control interno. Asimismo, según el Artículo 1.2.1.5 de dicho Decreto, para efectos de la aplicación del artículo 1.2.1.3, no será necesario que el emisor fiscal presente informes separados, sino sí que exprese una opinión o comentario sobre cada uno de los temas contenidos en ellos. El Consejo Técnico de la Contaduría Pública expedirá las orientaciones técnicas necesarias para estos fines.

Con base en la evidencia obtenida en desarrollo de mi responsabilidad, durante el año 2020, en mi concepto, nada he observado ni observado que me haga pensar que: a) los actos de los administradores de la Entidad no se ajustan a las disposiciones de la sociedad y b) no existen otros asuntos adecuados las medidas de control interno contable, de conservación y custodia de los libros de la Entidad de los libros que están en su poder.

FERNANDO BELTRÁN VILLANAR
 Auditor Fiscal
 T.P. 15053-T
 Suscrita por Deloitte & Touche S.A.

3 de marzo de 2021.



16. Dictamen Estados Financieros Consolidados



Deloitte.

Administración tenga la intención de liquidar el Grupo o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Los responsables del gobierno son responsables de supervisar el proceso para asegurar la información financiera del Grupo.

Responsabilidad del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros

El objetivo es obtener una opinión razonable de que los estados financieros consolidados en su conjunto no contienen errores materiales, debido a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contenga mi opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia siempre detecte un error material cuando existe. Los errores pueden deberse a fraude o error y se reconocen materiales si, individualmente o en su conjunto, se pueden esperar razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios tomarán basándose en los estados financieros.

Como parte de una auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia, aplico mi juicio profesional y mantengo una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. Reconozco:

- Identifico y evalúo los riesgos de error material en los estados financieros consolidados, debido a fraude o error, fraude o error procedimentales de control interno para reconocer a dichos riesgos y obtener evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para mi opinión. El riesgo de no detectar un error material debido a fraude es más elevado que en el caso de un error material debido a error, ya que el fraude puede ocultarse mediante la falsificación, el soborno, el fraude de documentos, manipulaciones intencionalmente erróneas, o la elusión del control interno.
- Distingo un conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y en su caso la fiabilidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno del Grupo.
- Evalúo la apropiada de la política contable aplicada y la razonabilidad de las estimaciones contables y las relaciones relacionadas entre ellas por la Administración.
- Concluyo sobre la adecuación de la utilización, por la Administración, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basado en la evidencia de auditoría obtenida, concluyo sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad del Grupo para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluyo que existe una incertidumbre material, se requiere que llamo la atención en mi informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros consolidados, o dichas revelaciones no son adecuadas que requiere una opinión ineficaz. Mi conclusión se basa en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de mi informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuras pueden causar que el Grupo deje de ser una empresa en funcionamiento.
- Evalúo la presentación, estructura y contenido de los estados financieros consolidados, incluyendo la información revelada, y si los estados financieros representan las transacciones y eventos relevantes de un modo que logran la presentación razonable.
- Distingo evidencia de auditoría suficiente y apropiada acerca de la información financiera de las entidades o sociedades en negociación del Grupo para expresar una opinión sobre los estados financieros consolidados. Soy responsable de la dirección, supervisión y realización de la auditoría del grupo. Sigo siendo el único responsable de mi opinión de auditoría.



Deloitte.

Conforme a los encargos de gobierno del Grupo, entre otros asuntos, el alcance y oportunidad de las pruebas de la auditoría y los resultados significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa en el control interno, si la hubiera, identificada durante la auditoría.

También proporciono a los encargados de gobierno del Grupo una declaración acerca del cumplimiento de los requisitos éticos relevantes con respecto a la independencia, y comunico todos los hechos y demás circunstancias de las que se puede esperar razonablemente pueden afectar mi independencia y, en su caso, las correspondientes salvaguardias.

A partir de los asuntos comunicados a los encargados de gobierno del Grupo, determino que esos asuntos tienen de la mayor importancia en la auditoría de los estados financieros consolidados del periodo actual y por lo tanto, son los asuntos clave de la auditoría. Describo esos asuntos en mi informe de auditoría a menos que las leyes o regulaciones impidan la revelación pública del asunto o cuando, en circunstancias excepcionalmente raras, determino que un asunto no debe comunicarse en mi informe de auditoría porque de manera razonable se podría esperar que las consecuencias adversas por hacerlo serán más que los beneficios de revelar públicamente dicha comunicación.

Otros Asuntos

Los estados financieros por el año terminado el 31 de diciembre de 2023, que se incluyeron para los períodos comparativos únicamente, fueron auditados por mi empresa una opinión sin salvedades el 3 de marzo de 2024.

EDMUNDO MELTRÁN VELAMÓN
Revisor Fiscal
T.P. 19952-7
Inscrito por Decreto 677 de 1994.

3 de marzo de 2024.





Informe De Gestión 2020

Juan Valdez[®]