



# Informe de Sostenibilidad 2023



Si desea conocer más información sobre este Reporte Integrado 2023 o tiene alguna duda relacionada con el contenido, le invitamos a visitarnos en <https://juanvaldez.com/> o en nuestras redes sociales:

LinkedIn: @Juan Valdez Café  
Instagram: @Juanvaldezcafe  
Tik Tok: @Juanvaldezcafe  
Facebook: @Juanvaldezcafé  
Twitter: @JuanValdezCafe  
Youtube: @Juanvaldezcafeco

También puede escribir a: [jv@juanvaldezcafe.com](mailto:jv@juanvaldezcafe.com)  
y/o [sostenibilidad.jv@juanvaldezcafe.com](mailto:sostenibilidad.jv@juanvaldezcafe.com)

¡Gracias por su interés y por contribuir al propósito de Juan Valdez®!

Conceptualización y edición

**Portafolio**  
verde

Innovación para el Desarrollo Sostenible™

[www.portafolioverde.com](http://www.portafolioverde.com)

Arquitectura gráfica

i n s i d e

[www.insidestudio.co](http://www.insidestudio.co)

Colombia, 2024



# Sobre este informe

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

Se presenta el reporte integrado que describe las actividades relacionadas con la gestión de la compañía Promotora de Café Colombia S.A., Procafecol S.A. El reporte comprende las actividades realizadas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023. Durante este periodo, la empresa no ha sufrido cambios organizacionales relevantes que afecten la comparabilidad. La compañía estableció una periodicidad anual para el informe de gestión y de sostenibilidad, los cuales conforman este reporte.

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

Procafecol S.A. nace en 2002 con el objetivo de generar negocios de valor agregado para los caficultores y para liderar la expansión de la marca Juan Valdez®. Procafecol S.A. es una sociedad anónima y emisor de valores, cuyos accionistas principales son la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, la Fundación Manuel Mejía y Almacafé S.A., junto con 18.251 accionistas minoritarios, en su gran mayoría caficultores activos (II.109).

## Datos de identificación básica del emisor

[CO12 7.1, (ii)]

- a) Nombre o razón social:  
**Promotora de Café Colombia S.A.**
- b) Ciudad de domicilio principal:  
**Bogotá D.C., Colombia**
- c) Dirección del domicilio principal:  
**Calle 73 # 8-13. Torre A, piso 3**

## Emisiones de valores vigentes:

[CO12 7.1, (iii)]

- a) La clase de valor:  
**Ordinarias**
- b) Sistema de negociación:  
**Extrabursátil (cerrado)**
- c) Bolsas de valores en que están listados los valores, si aplica:  
**No aplica**
- d) Monto de la emisión:  
**Veinte mil millones de pesos  
(COP \$20.000.000.000)**
- e) Monto colocado:  
**Veinte mil millones de pesos  
(COP \$20.000.000.000)**
- f) Saldo pendiente por colocar, si aplica:  
**No aplica**



# Contenido

[CO12 7.2]

## INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2023

I	Compromisos en acción: datos que resaltan la gestión corporativa	7
II	Enfoque y compromiso: materialidad y priorización de los grupos de interés	11
III	La ruta para ser una mejor empresa para el mundo	13
IV	Relacionamiento con Accionistas	43

## ÍNDICE GRI

45





# Glosario de términos

[CO12.7.3]

***Ambiente de control:*** acciones, políticas y procedimientos que reflejan las actitudes generales de los niveles superiores de la administración, directores y propietarios de la entidad compañía sobre el control interno y su importancia.

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

***Café liofilizado:*** café soluble producto de la liofilización, que es el proceso ideal para conservar los atributos de sabor, aroma y perfecto balance del café, y que consiste en congelar el extracto líquido de café<sup>1</sup>.

***Café molido:*** estado del café posterior al proceso de tostión y de molienda, listo para proceder a la preparación de la bebida<sup>2</sup>.

***Café pergamino seco (CPS):*** producto del beneficio del grano, el cual se obtiene después de quitarle la cáscara y el mucílago, lavarlo y secarlo hasta una humedad del 12%. También se refiere al nombre del café que comercializa el caficultor en el interior del país<sup>3</sup>.

***Café verde:*** estado del grano de café, al cual también se le conoce en ciertos países como “café oro”, “semilla” o “almendra”. Se obtiene después de la remoción del pergamino como resultado del proceso de trilla. El café verde es el insumo básico para la elaboración del café tostado, el soluble y los extractos de café, y es la forma más común en la que es exportado a otros países<sup>4</sup>.

***Canales:*** conjunto de medios de venta a través de los cuales Procafécol S.A. presenta sus productos y servicios a los consumidores, tales como tiendas (propias y franquicias), consumo masivo (tradicio-

nal y moderno), institucional y plataformas de comercio electrónico (e-commerce).

***COSO:*** Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway, es una comisión voluntaria constituida por representantes de cinco organizaciones del sector privado en EE. UU., que proporciona el liderazgo organizacional en tres frentes: gestión del riesgo empresarial (ERM), control interno, y disuasión del fraude.

***DE&I:*** Diversidad, equidad e inclusión.

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

***DRP:*** Disaster Recovery Plan, por sus siglas en inglés, corresponde al plan de negocio para la recuperación de la información ante un eventual siniestro.

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

***Eficacia:*** capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

***Eficiencia:*** capacidad de lograr los resultados deseados con el mínimo posible de recursos.

***FoNC:*** Fondo Nacional del Café.

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

***KPI:*** Key Performance Indicator, son aquellos indicadores que miden el desempeño y gestión de Procafécol S.A. en un proceso, estrategia o acción específica.

<sup>1</sup> Adaptado de Glosario por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (<https://federaciondecafeteros.org/glosario/>).

<sup>2</sup> Idem.

<sup>3</sup> Idem.

<sup>4</sup> Idem.



***LAFTPADM:*** Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Proliferación de Armas de Destrucción Masiva.

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

***Monitoreo:*** Evaluación constante y periódica por parte de la administración de la calidad del desempeño del control interno para determinar que los controles están operando como se tenía previsto y que se modifican cuando es necesario.

***Riesgo:*** posibilidad de ocurrencia de toda aquella situación que pueda entorpecer el normal desarrollo de las funciones de la compañía y le impidan el logro de sus objetivos.

***Seguridad razonable:*** grado de seguridad alto, aunque no absoluto.

***Sistema de Control Interno (SCI):*** conjunto de políticas, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación establecidos por la Junta Directiva u órgano equivalente, la alta dirección y demás funcionarios de una organización para proporcionar un grado de seguridad razonable.





# I Compromisos en acción: datos que resaltan la gestión coprorativa

[C012.74.3.3.2]

A continuación, se desglosa cómo Procafecol S.A. le aporta a un país más sostenible. Cada una de estas cifras evidencian el compromiso de la compañía con la generación de valor a los caficultores colombianos y a sus grupos de interés.

## Premios Conecta2 Opain

Ganadores Categoría ambiental

Reconocimiento gracias al programa Reusamos todo lo que sea posible (ver en página: XXX).



Ganadores Categoría social

Reconocimiento gracias al programa Jóvenes Renacer.



## Ranking Merco ESG de Empresas más responsables.

Puesto

16

entre 100 empresas.

## Empresa Inspiradora Fundación ANDI.

Reconocimiento gracias al programa Jóvenes Renacer.

## Informe del Índice de Inversión Social Privada (IISP), por Jaime Arteaga & Asociados.



Puesto 25 entre 165 empresas.

Se subió 5 puestos comparado con 2022.





## PLATAFORMA DE VALOR COMPARTIDO

Definición de criterios sostenibles en la contratación de bienes y servicios.



Relacionamiento con proveedores para generar impactos económicos, sociales y ambientales en la cadena de abastecimiento de la compañía.

## PLAN AMIGO CAFICULTOR

Con el programa "Mujeres Cafeteras", en 2023 se logró:

La comercialización de **231.535**

unidades de café empacado en los diferentes canales de mercado de la marca.

Beneficiar a **168**

personas con un acompañamiento de 1.041, horas en la plataforma de fortalecimiento multidimensional "Mujeres Cafeteras."

Tener presencia en **13**

países con este producto.

En 2023, el programa "Jóvenes Renacer" logró:

La comercialización de **47.658**

unidades de café empacado "Edición Especial de Navidad", producido por jóvenes del Huila, en los diferentes canales de mercado de la marca.

Beneficiar a **30**

jóvenes con 264 horas de formación en la plataforma de fortalecimiento multidimensional de "Jóvenes Renacer" 2023.

A través del programa "Plan Amigo Inversionista":

Desde 2021 se han inscrito

**816**

accionistas caficultores y caficultoras, provenientes de 16 departamentos del país.







## DONACIONES



## ECONOMÍA CIRCULAR

A partir de agosto de 2023, se realizó el cambio de los vasos de bebidas frías de 12 oz. por una referencia con 21% menos de plástico, evitando el uso de

**11,3**

toneladas de plástico.

Con el programa



se gestionó el aprovechamiento de

**74,2**

toneladas de residuos reciclables y

**200,2**

toneladas de residuos orgánicos.



Con el programa: "Vaso reúso", en Colombia se sirvieron más de

**148.353**

bebidas en vasos reutilizables.



En Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Pereira, Santa Marta y Cartagena se lanzó el Sistema de recolección de cápsulas de café Juan Valdez®, con el que se recolectaron

**12.020**

cápsulas que serán transformadas para nuevos usos.



## CAMBIO CLIMÁTICO

Siguiendo los estándares internacionales (ISO) y el Protocolo de Gases Efecto (GHG) Invernadero, se llevó a cabo la medición del inventario de gases efecto invernadero para la organización, mediante el cual se contabilizaron las emisiones propias y de la cadena de suministro extendida. (Alcances 1, 2 y 3).

Se iniciaron dos proyectos de reducción de emisiones de gases efecto invernadero:

1. Identificación de los puntos de mejora en la logística actual de despacho de insumos hacia tiendas.
2. Análisis del reemplazo de los equipos de refrigeración por unos más eficientes.

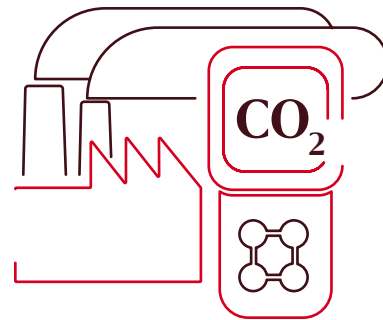
Alcance



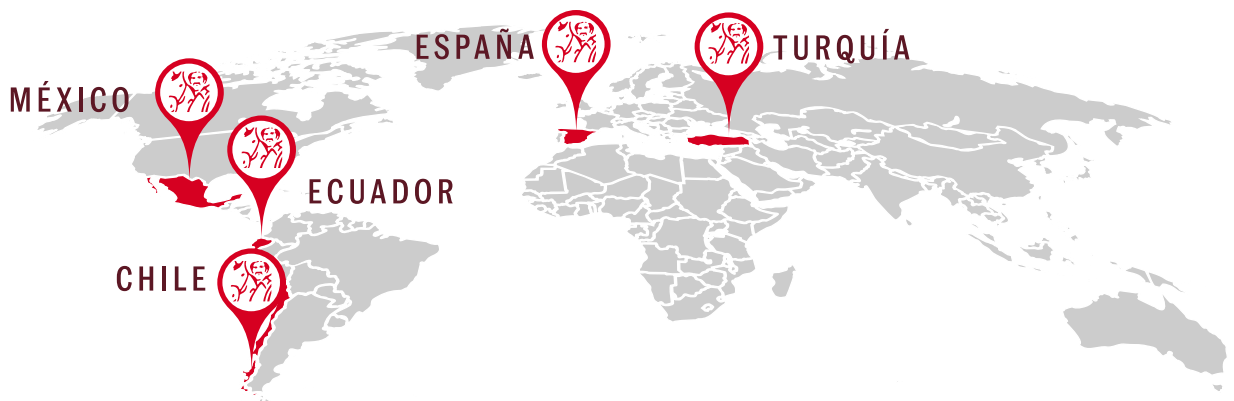
Alcance



Alcance



## INTERNACIONALIZACIÓN



- Se avanzó en el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad en España, Chile, Ecuador y México, y se iniciaron conversaciones con Turquía.
- Se definieron los lineamientos de sostenibilidad para la operación internacional de las tiendas Juan Valdez®, teniendo en cuenta asuntos económicos, sociales y de gobernanza, que permiten gestionar los riesgos e impactos en la operación internacional.

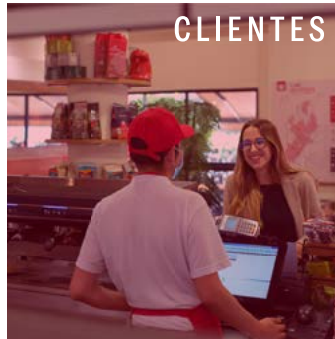


# II

## Enfoque y compromiso: materialidad y priorización de los grupos de interés

[GRI 2-29] [GRI 3-1] [GRI 3-2] [C012 7.4.3.3.2 - Anexo 2 - 5.1.1]

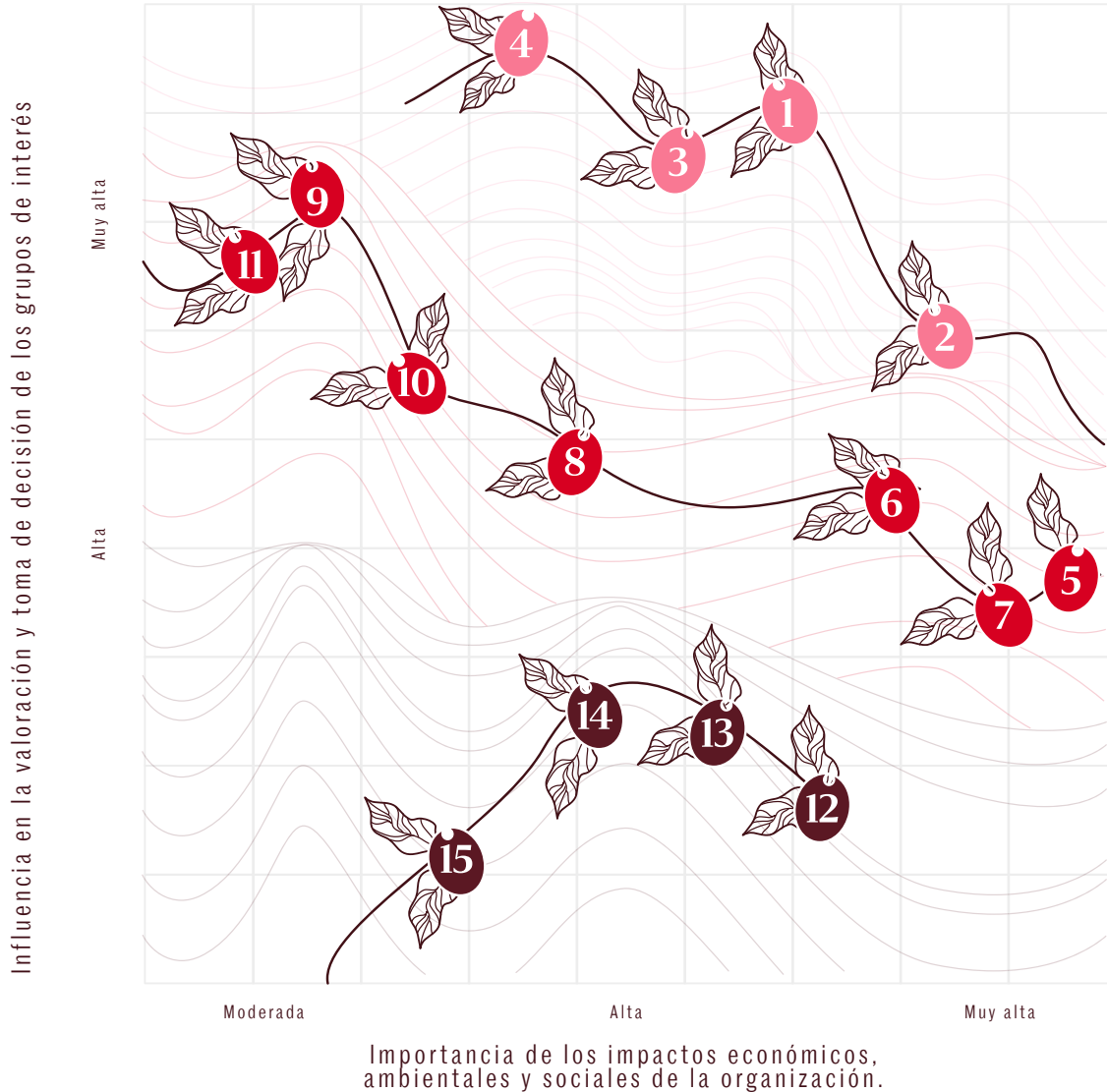
La ejecución de la estrategia de sostenibilidad está alineada con la matriz de materialidad, definida por la compañía en 2022 y soportada en el trabajo conjunto con los grupos de interés internos y externos de la organización:





# GRÁFICA MATERIALIDAD

De acuerdo con los resultados de nuestro análisis de materiaidad, se presentan 15 temas consul-tados en orden de relevancia:



### Muy alta relevancia

- 1 Mujeres cafeteras.
- 2 Relación con el inversionista.
- 3 Calidad e inocuidad.
- 4 Concepto de comercio justo.

### Alta relevancia

- 5 Reputación.
- 6 Generación de valor a caficultores.
- 7 Innovación.
- 8 Políticas y procedimiento anticorrupción.
- 9 Evaluación de buenas prácticas ambientales y sociales a la cadena.
- 10 Inversión sostenible.
- 11 Agricultura regenerativa.

### Moderada relevancia

- 12 Economía circular
- 13 Criterios de compras responsables.
- 14 Adaptación al cambio climático.
- 15 Gobierno corporativo.



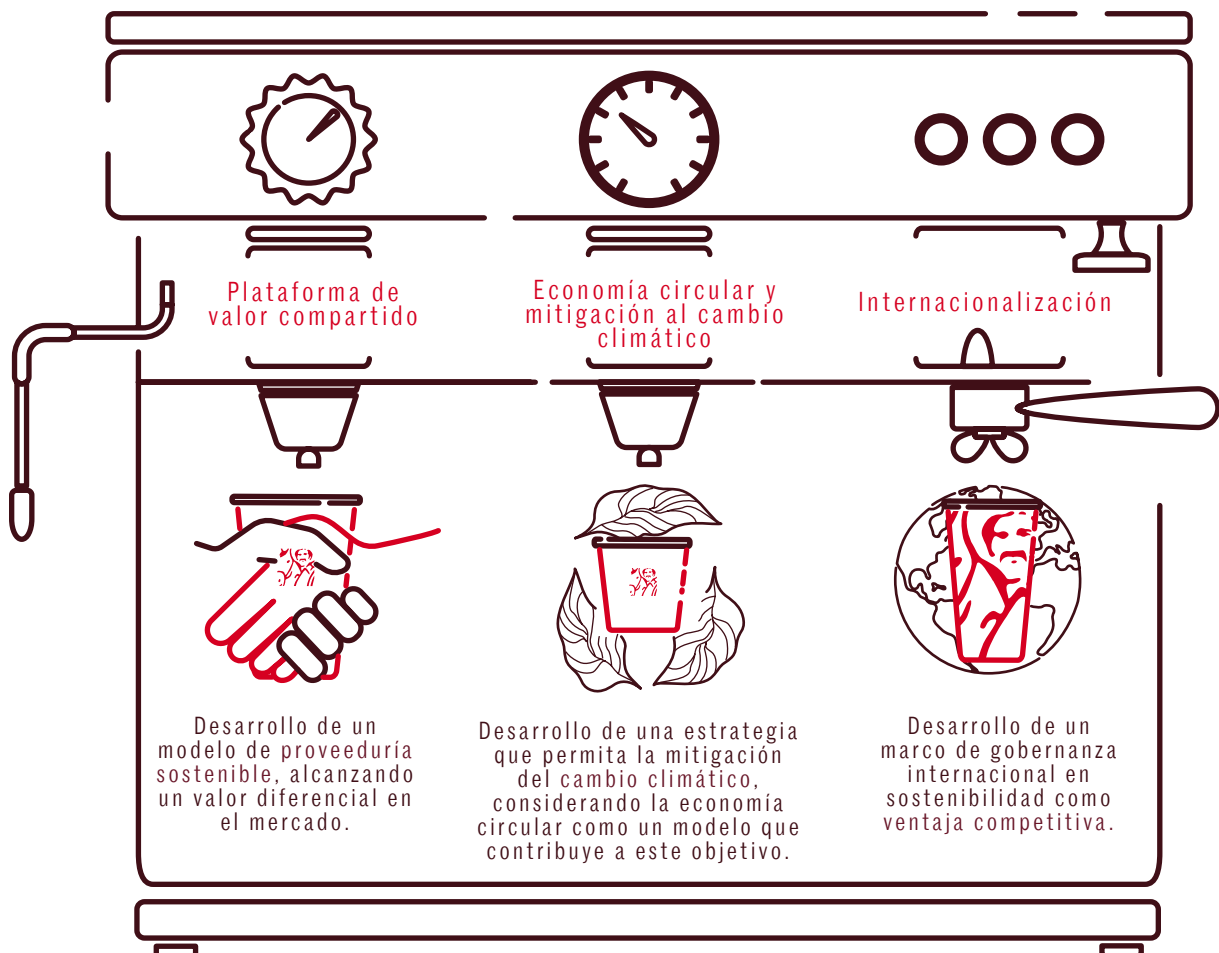
# III

## La ruta para ser una mejor empresa para el mundo

[GRI 3-3]

Con el propósito de cautivar al mundo con los cafés premium de Colombia y generar valor a los caficultores del país, durante 2023, la compañía avanzó en su estrategia de sostenibilidad 2027.

### EJES DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



La estrategia de sostenibilidad y su implementación se fundamentan en la certificación Empresa B, que reafirma que el propósito de ser una mejor empresa para el mundo sigue siendo el centro del negocio. Este enfoque impulsa a la compañía, en colaboración con sus grupos de interés, a mejorar sus prácticas de triple impacto y avanzar hacia la recertificación 2024.

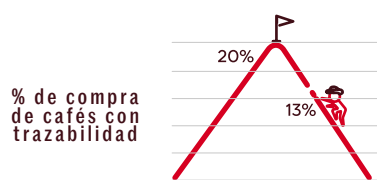


# PLAN DE ACCIÓN 2023



**1**

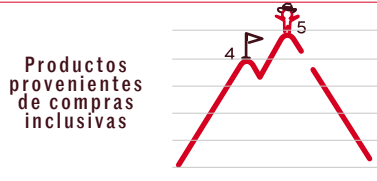
Escalar el modelo de proveeduría sostenible alcanzando un valor diferencial en el mercado



**Descripción**

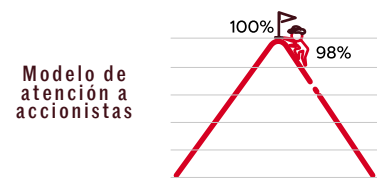
Se logró un crecimiento del 33% en el programa de Mujeres Cafeteras y un 46% en el programa de Jóvenes Caficultores. En contraste, hubo una disminución en la entrega de café por parte de accionistas caficultores del programa PAI y en compras de café Orgánico y Rainforest Alliance, asociado principalmente a la reducción del consumo en productos de alto desembolso. Lo anterior hizo que este indicador pasará del 15% en 2022 al 13% en 2023.

[VER MÁS...](#)



Asociado a 2 artículos de marca, 2 insumos de planta y un artículo operativo.

[VER MÁS...](#)

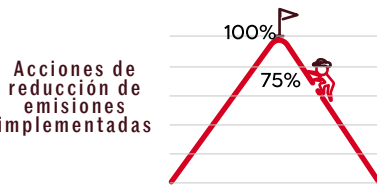


Resultados sobresalientes a partir del nuevo canal de atención a los accionistas de la compañía.

[VER MÁS...](#)

**2**

Implementar una estrategia de cero emisiones

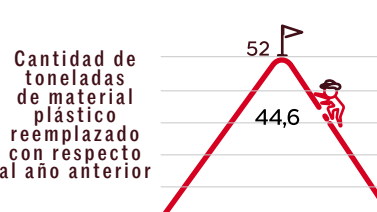


Se ponen marcha las siguientes acciones:

- Análisis de los equipos de refrigeración para reemplazar por unos más eficientes (representa 1.5% de la huella total).
- Análisis de puntos de optimización de la logística de insumos a tiendas (representa 4% de la huella total).

Adicionalmente, continúa la exploración de insumos bajos en emisiones con proveedores clave (café, lácteos, materiales de envases y empaques, entre otros).

[VER MÁS...](#)



Transición en la materialidad de los envases plásticos de los pitillos, empaques de sándwiches y ensaladas, así como una reducción en peso del vaso de bebidas frías, logrando un total de 44,6 toneladas de plástico ahorrado.

[VER MÁS...](#)

**3**

Expandir el marco global de sostenibilidad de la marca Juan Valdez® entre socios y franquiciados



Los lineamientos quedaron establecidos, el primer semestre de 2024 se avanzará en su regionalización, mientras se trabaja continuamente con los países priorizados.

[VER MÁS...](#)

Algunos de los cambios más relevantes con respecto a 2022 son:

<p><b>1</b> Adquisición de artículos de marca y agroinsumos provenientes de proveedores inclusivos.</p>	<p><b>2</b> Inicio de dos proyectos de reducción de emisiones.</p>	<p><b>3</b> Definición de los lineamientos de sostenibilidad para socios y franquiciados en los países priorizados.</p>	<p><b>4</b> Nuevo modelo de atención de la Oficina de Atención a Accionistas.</p>
---	--	---	---



## VALOR COMPARTIDO: un compromiso con el planeta y la sociedad

[GRI 308-1] [GRI 414-1]

Procafecol S.A. tiene el propósito de ser una marca responsable y sostenible en toda su cadena de abastecimiento por medio de la implementación de diversos programas y acciones que aporten a tales objetivos.

A partir del diagnóstico de buenas prácticas de los proveedores centralizados, durante 2023, la compañía construyó el modelo de abastecimiento sostenible, que define los lineamientos de selección y evaluación para proveedores de acuerdo con aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.

Este proceso incluye a los proveedores centralizados de la compañía en las siguientes categorías de compra:

- Bebidas y alimentos
- Aseo
- Calidad planta y equipos
- Operaciones
- Dotación
- Empaques
- Mantenimiento
- Menaje
- Transporte
- Mercadeo

### Tipos de criterios y subdivisiones

#### Transversales

- Criterios ambientales, sociales, económicos y de gobernanza aplicables a cualquier sector.
- Buenas prácticas generales en sostenibilidad.

#### Sectoriales

- Criterios ambientales, sociales, económicos y de gobernanza aplicables a sectores específicos
- Identifican impactos y buenas prácticas sectoriales.

Los criterios transversales y sectoriales se dividen en dos subcategorías:

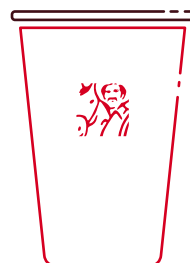
#### Básicos

Criterios esenciales en la gestión de la sostenibilidad.

#### Avanzados

Criterios que requieren mayor experiencia en la gestión de la sostenibilidad.

En 2023, con el propósito de avanzar en la generación de valor para toda la cadena de abastecimiento se incorporaron criterios de sostenibilidad en los procesos de adquisición en las categorías de equipos de refrigeración, proveeduría de leche animal y equi-



pamiento de tecnología. Para 2024 se espera continuar con este acompañamiento y con la socialización del modelo de abastecimiento sostenible con los proveedores de la compañía para definir un camino y las fases de implementación a seguir.



# TRANSFORMANDO COMPROMISOS EN ACCIONES

[GRI 2-6][GRI 204-1]

## Huevo libre de jaula



2023

La compañía logró el 9% en abastecimiento sobre el total del huevo utilizado en producción de pastelería en la planta de alimentos.

2024

La empresa iniciará conversaciones con los proveedores de la cadena de abastecimiento que utilizan huevo en sus productos, para proponerles implementar esta práctica que aporta al bienestar animal.



2025

El 100% de los huevos que usa la compañía en su operación serán libres de jaula.

## Sourcing2Equal Colombia

- Proyecto enfocado en aumentar la participación de las empresas de propiedad de mujeres en los procesos de adquisiciones corporativas en Colombia.
- Su duración es de 2 años.
- Procafecol S.A. se une al proyecto para seguir siendo un abanderado con el compromiso por la equidad de género desde los distintos frentes del modelo de negocio, generando nuevas oportunidades y sinergias.

En 2023

# 100%

de las compras inclusivas fueron producidas por mujeres tanto en agroinsumos como en artículos de marca.

# 21

publicaciones en redes sociales sobre los productos con perspectiva de género.

# 33%

fue el incremento en la compra de café bajo el programa: "Mujeres Cafeteras."

Esta iniciativa es implementada por la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés), el brazo del sector privado del Grupo del Banco Mundial, con el apoyo de Women's Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi) y el Gobierno de Noruega.

## Compras inclusivas

Desde 2019, Procafecol S.A. inició exploraciones para extender las compras inclusivas de artículos de marca (productos terminados) a compra de materias primas e insumos, con el objetivo de establecer relaciones de largo plazo con los nuevos proveedores.

En 2023 se impulsaron



5 productos provenientes de proveeduría inclusiva, en las categorías de artículos de marca, dotación y en agroinsumos.





## Agroinsumos



Naranja



Cacao

4.500 kg

equivalente al 40% del total del volumen mensual de naranja que se utiliza para la producción del jugo comercializado en las tiendas Juan Valdez®, comprado a la Asociación de mujeres cabeza de familia y en situación de desplazamiento: **Dulce Caña**, del municipio del municipio de Villeta, Cundinamarca.

La asociación está vinculada con diferentes programas y estrategias de la Agencia de Comercialización e Innovación para el Desarrollo de Cundinamarca y está compuesta por un grupo de

33

mujeres campesinas, cabezas de hogar, en situación de desplazamiento y víctimas del conflicto en la región.



**Dulce Caña** fue constituida en el año 2013 y es el resultado de un proceso de superación y resiliencia. Sus asociadas han logrado mejorar sus condiciones de vida y las de sus familias.

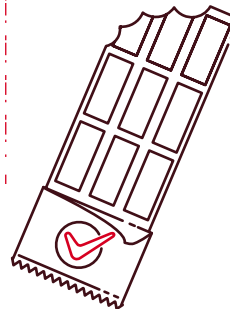
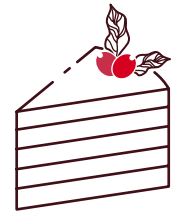
200 kg

mensuales de cacao, aproximadamente, compra Procafecol S.A. a **Legado Cacao**, una empresa que trabaja directamente con

77

mujeres cacaoteras de los departamentos del Huila y Caquetá que se vieron beneficiadas por la compra del cacao.

La compañía encontró en el cacao, puntualmente en la cobertura de chocolate blanco que se utiliza para la torta de café, la oportunidad de desarrollar una compra inclusiva.



Gracias al trabajo en conjunto con Ecoinsitu y su marca **Legado Cacao**, se incorporó un chocolate que cumple con las condiciones requeridas del producto.



## Artículos de marca

### Bolsas de tela:



Con el apoyo de la Corporación Mundial de la Mujer, Procafecol S.A. trabajó con un grupo de mujeres emprendedoras del barrio Usme en Bogotá, quienes, gracias a la confección, lo gran salir adelante.

Estas mujeres produjeron

# 1.200

unidades de bolsas de tela que se comercializaron en las tiendas Juan Valdez®

Además, han producido artículos textiles y de marca para distintas empresas.

### Libretas:



De la mano de la organización Educambio, una empresa que trabaja de manera directa con 9 mujeres de la comuna I de la ciudad de Cali, se elaboraron

# 1.020

libretas con papel de bagazo de caña.

Estas mujeres son parte de un emprendimiento con 10 años de experiencia en el sector de papelería.

### Maletas:

Por medio de la Corporación Mundial de la Mujer se desarrolló un proyecto con un emprendimiento que apoya mujeres cabeza de familia, quienes cuentan con máquinas de confección en sus casas. La iniciativa busca que las mujeres puedan trabajar mientras cuidan y acompañan a sus hijos.

A comienzos del 2024 se empezarán a producir

# 118

maletas que serán utilizadas por la fuerza de ventas de Procafecol S.A.

El objetivo de 2024 de la compañía es ampliar el alcance e impacto del programa de Compras Inclusivas, comercializando más artículos de marca en las tiendas Juan Valdez® que respondan al uso de agro insumos en distintos procesos de producción de la

planta de la compañía. Así mismo, evidenciar la calidad de los productos locales que se encuentran en el país y cómo estos emprendimientos son catalizadores para que las comunidades superen con resiliencia el conflicto y la violencia.



# INICIATIVAS QUE SE DEMUESTRAN CON HECHOS: acuerdos y certificaciones

[GRI 2-28]

Para más información, haga clic en cada una de las certificaciones.



Reconocimiento de la ANDI gracias al programa Jóvenes Renacer



BUSINESS ALLIANCE FOR SECURE COMMERCE

Certificación BASC

Empresa



Certificada

Certificación Empresa B



Acreditación OEA



Certificación Kosher



Certificación Halal



Certificación Rainforest



Certificación Sello Orgánico



Acuerdo de Voluntades Café, Bosque y Clima



# VALOR COMPARTIDO: juntos por el bienestar de las familias caficultoras

[GRI 3-3] [GRI 413-1]

## Plan Amigo Caficultor

Procafecol S.A. compra café en más de 10 regiones de Colombia, que representan el

# 97%

del total de los productores de café del país.

Además, el 62% del café comprado proviene de programas de compra a precio superior, con el propósito de generar valor compartido a las más de

# 548.000

familias cafeteras colombianas.

Programas de valor compartido:

## Mujeres Cafeteras

## Jóvenes RENACER

## Plan Amigo Inversionista

Como resultado de estos programas se destaca un impacto positivo que se evidencia con las siguientes cifras y logros:

Durante 2023, el 13% del café que compró la compañía fue

# 100%

trazable.\*

# 198

personas beneficiadas con la plataforma de fortalecimiento de los programas de generación de valor compartido a los caficultores y a sus comunidades

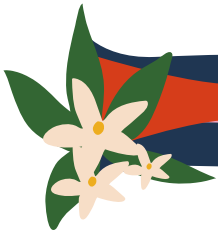
# 1.305

horas de formación para los beneficiarios de los programas.

\* Este café es considerado trazable ya que se cuenta con la información respecto al caficultor, municipio y departamento de origen.



**Aporte a la equidad de género en un entorno rural:**



**Programa Mujeres Cafeteras**

Es el programa insignia de valor compartido con caficultores, que, desde 2017, promueve el empoderamiento social y económico de las mujeres cafeteras, e incentiva buenas prácticas, asociatividad y cuidado del medio ambiente con enfoque de equidad de género.

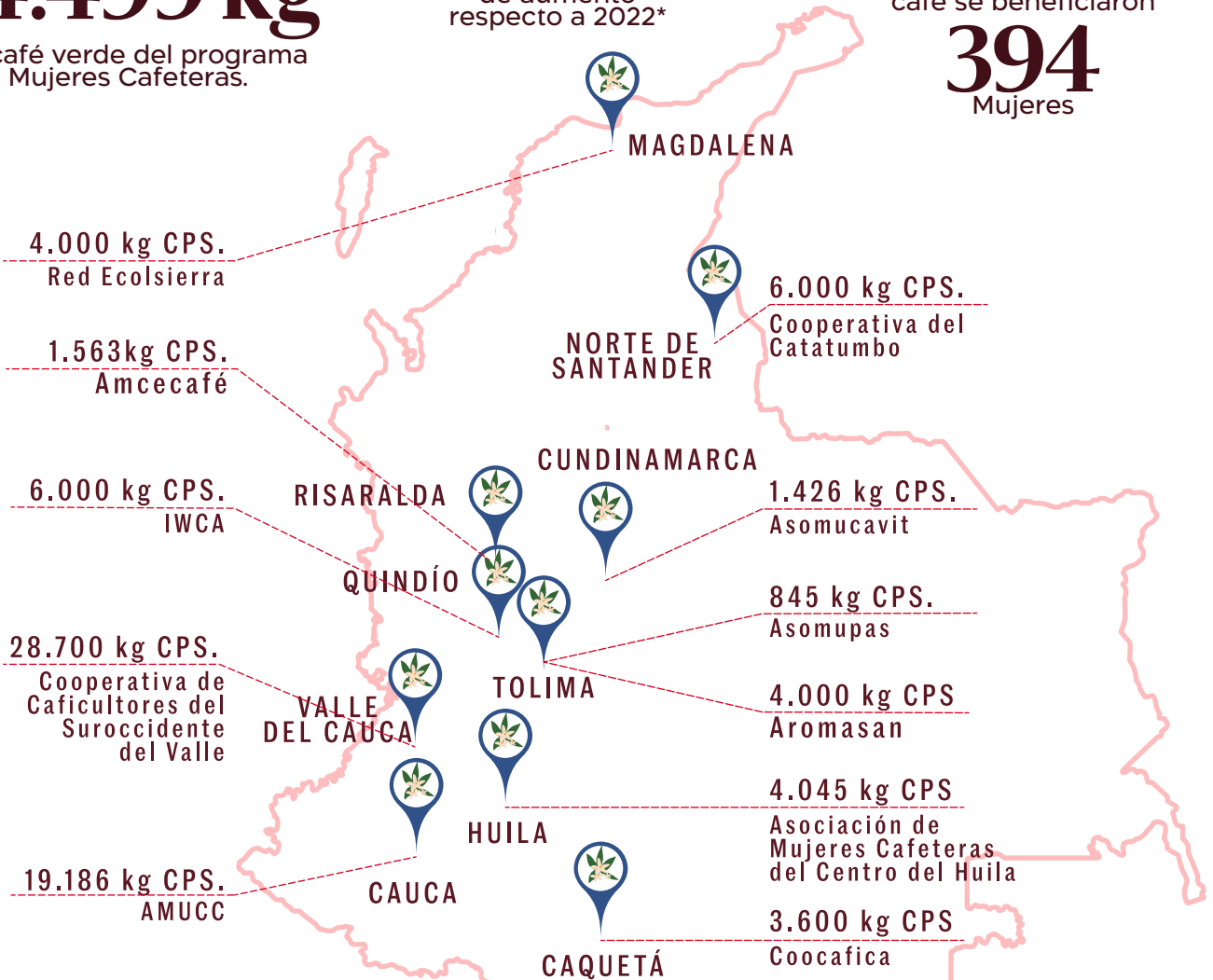


Por la compra de este café se beneficiaron

**394**  
Mujeres

En 2023, se compraron  
**74.499 kg**  
de café verde del programa Mujeres Cafeteras.

**33,49%**  
de aumento respecto a 2022\*



Para el 2023, IWCA, Coocafica y Red Ecolsierra fueron las nuevas asociaciones que entraron a formar parte del programa Mujeres Cafeteras.



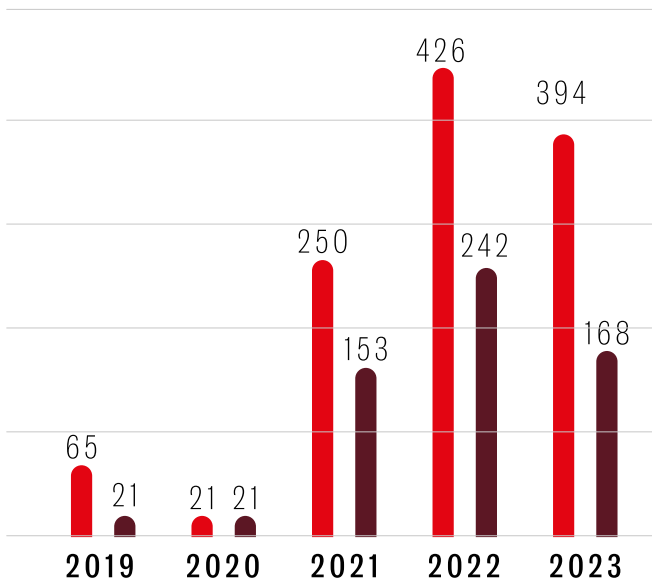
### Alianza para el desarrollo de la plataforma de fortalecimiento multidimensional:

Durante 2023, la Fundación ANDI, por medio de su programa Banco del Tiempo, con el apoyo de voluntarios del Grupo Nutresa desarrollaron capacitaciones sobre buenas prácticas de manufactura en la industria del café, innovación y desarrollo de producto a mujeres cafeteras del departamento del Tolima, específicamente de las asociaciones Asomupas, Aromasan y Agrofusan.

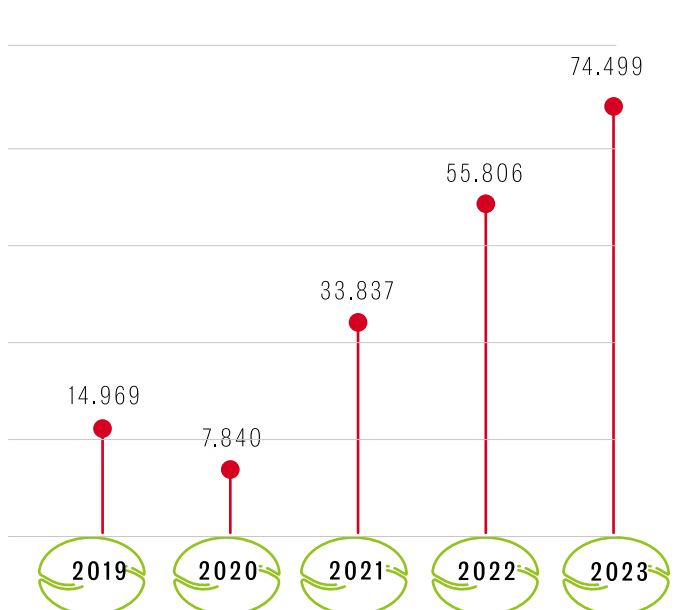
Así mismo, con el apoyo del Comité Departamental de Cafeteros del Tolima, la Fundación ANDI y Solidaridad Network, se llevaron a cabo tres días de campo en Ibagué, Líbano y San Antonio, municipios del Tolima. Allí, se desarrollaron capacitaciones en producción de café bajo estándares de sostenibilidad, buenas prácticas productivas, fertilización, solidaridad y asociatividad.



#### Mujeres beneficiadas por año en el Programa Mujeres Cafeteras



#### Kilogramos de café verde comprado por año:





## Mujeres Cafeteras en el Valle del Cauca

A comienzos de 2024, se realizará el lanzamiento de una nueva fase del programa Mujeres Cafeteras, donde un grupo de 41 productoras de 7 municipios del departamento del Valle del Cauca se verán beneficiadas por un proyecto construido entre

el Comité Departamental de Cafeteros del Valle del Cauca, la Cooperativa de Caficultores del Suroccidente del Valle, Solidaridad Network, Desjardins y Procafecol S.A. Este proyecto incluye 5 componentes de impacto:





# Jóvenes RENACER

UNA APUESTA CONTUNDENTE PARA FORTALECER EL **EMPALME GENERACIONAL** EN LA CAFICULTURA COLOMBIANA



Desde 2017, el programa busca visibilizar y fortalecer el liderazgo de jóvenes caficultores en diferentes regiones del país. En 2023, Procafecol S.A. dio continuidad al programa con la versión:

Jóvenes Renacer en el departamento del Huila, manteniendo los componentes de comercialización y fortalecimiento.

## Alianza para el desarrollo de la plataforma de fortalecimiento multidimensional:

La Fundación Bancolombia y Développement International Desjardins (DID) desarrollaron capacitaciones en educación financiera.



  
Participantes

Horas de fortalecimiento 

13

156

Por otro lado, los jóvenes se vieron beneficiados por una capacitación en fotografía de producto, desarrollada por el fotógrafo profesional Andrés Amaya, cuyo propósito era aplicar este recurso en la construcción de marca en redes sociales.

27

108



Así mismo, durante noviembre y diciembre, se comercializaron

47.658

unidades de café empacado Edición Especial de Navidad, un café producido por jóvenes del Huila y 59.927 bebidas fueron preparadas a base del café de esta edición.

27.687 kg

de café verde comprado a

31

jóvenes caficultores en 2023 con un precio superior por calidad y prima por hacer parte del programa.

Durante el primer trimestre de 2024, los 60 jóvenes caficultores del departamento del Huila, participantes del proyecto desarrollado entre 2022 y 2023, se verán beneficiados por una formación en emprendimiento y marketing digital, liderada por The Biz Nation, una plataforma de educación online.







## Plan Amigo Inversionista

El programa busca generar valor a los caficultores accionistas de Procafécol S.A., reconociendo y visibilizando su labor por medio de la compra de su café a precio superior por la calidad. Las inscripciones al programa

Plan Amigo Inversionista continúan abiertas para que cualquier accionista caficultor interesado pueda vender su café, de acuerdo al cupo asignado al departamento donde esté ubicado.

El Plan Amigo Inversionista cerró el año 2023, con

# 816

accionistas inscritos en 16 departamentos del país.

Durante 2023, se compraron

# 45.018 kg

de café verde

561 kg  
de café verde

ANTIOQUIA

990 kg  
de café verde

RISARALDA

1.619 kg  
de café verde

SIERRA NEVADA  
(Magdalena, Cesar y Guajira)

9.376 kg  
de café verde

NORTE DE  
SANTANDER

9.561 kg  
de café verde

SANTANDER

16.769 kg  
de café verde

CALDAS

4.742 kg  
de café verde

VALLE DEL CAUCA

1.400 kg  
de café verde

CAUCA



### Oficina de Atención al Accionista e Inversionista

Desde el 7 de julio de 2023, la Oficina de Atención al Accionista e Inversionista renovó su canal de atención para mejorar la comunicación entre ellos y Procafecol S.A. y garantizar el cumplimiento de la ley de tratamiento de datos.

De esta manera, y atendiendo a los compromisos adquiridos con los accionistas en asambleas anteriores, los nuevos canales de atención han

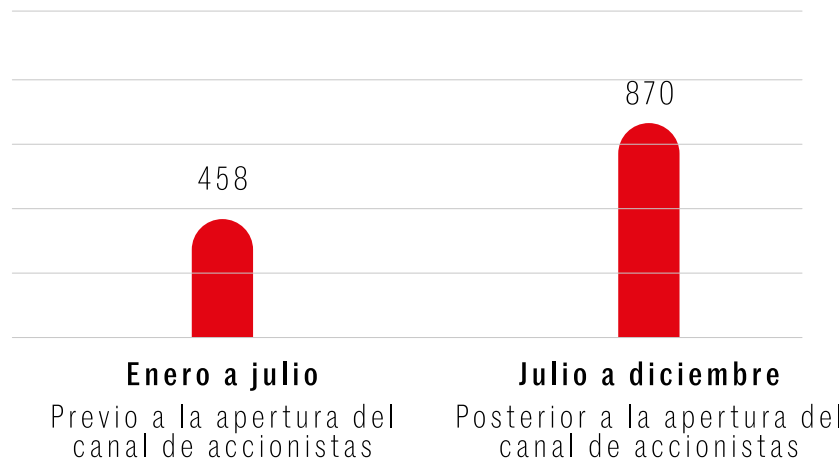
permitido establecer una comunicación más cercana y fluida con aquellas personas que requieran información general sobre sus acciones, procesos de compra, venta, sucesión y donación de acciones, emisión de certificados para declaración de renta, e información sobre el programa: Plan Amigo Inversionista.

Los canales de comunicación habilitados incluyen:

	601 482 4892
	320 865 0077
	acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com
	Calle 73 No. 8 - 13 Torre A Piso 3, Bogotá
	Lunes a jueves de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:30 p.m. y viernes de 7:00 a.m. a 2:00 p.m. en Jornada Continua

Desde la apertura de estos nuevos canales, el número de casos recibidos y gestionados incrementó, lo que evidencia el compromiso de Procafecol S.A. con la mejora constante en los procesos.

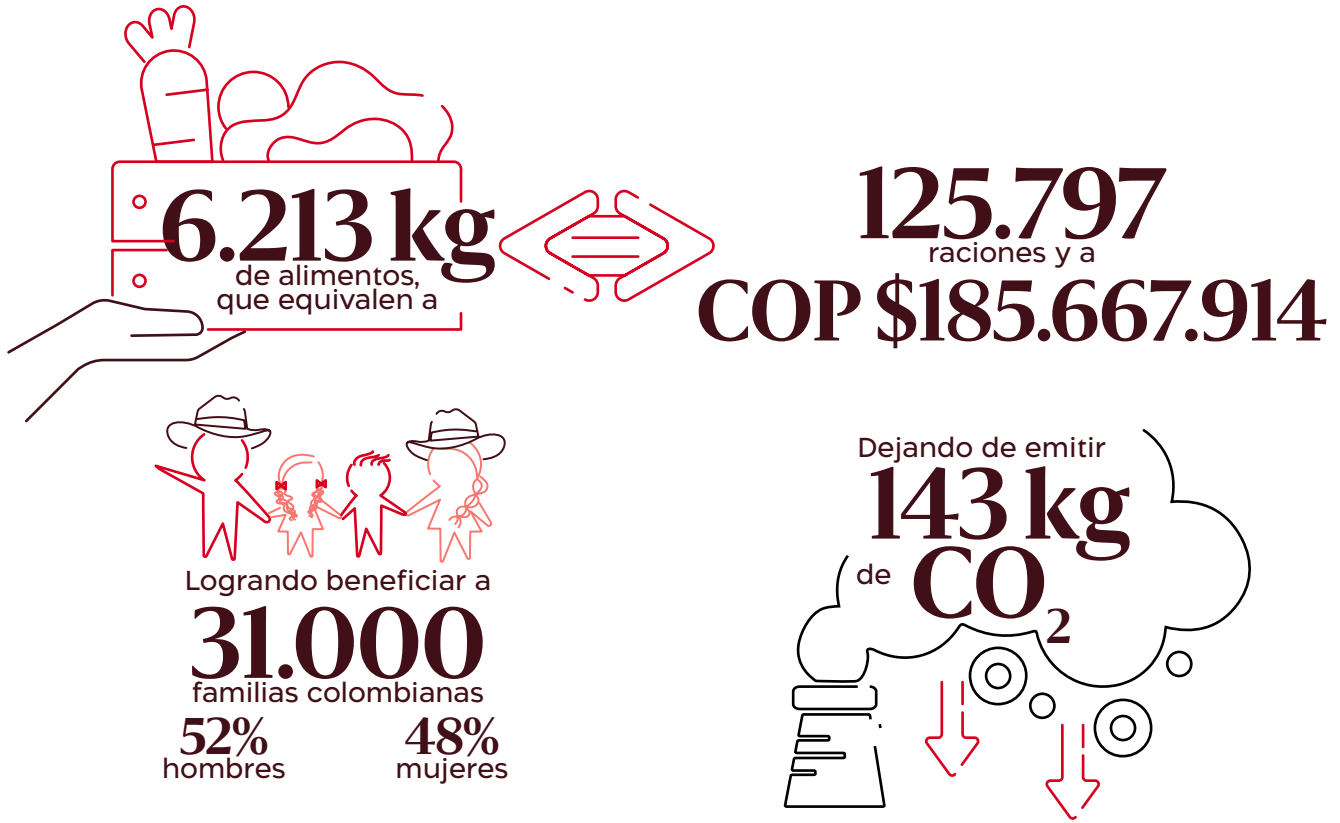
Casos gestionados





## DONACIONES: aportar a un mejor futuro

En 2023, las donaciones de la compañía se concentraron en alimentos entregados a través de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO):





# EL PLANETA COMO PRIORIDAD: mitigación del cambio climático y economía circular

[GRI 3-3]

## Mitigación del cambio climático

Una de las prioridades de Procafecol S.A. es el valor compartido para sus grupos de interés y, por ello, uno de sus objetivos es ser en 2050 una compañía cero emisiones, por lo cual, este 2023, definió las metas 2030 y planteó dos proyectos que permitan avanzar en dicha reducción de emisiones de gases efecto invernadero.

Además, la compañía se encamina hacia la creación de una gobernanza climática, por lo que 2023 fue crucial para consolidar el comité de Sostenibilidad y Acción climática y lograr la alineación de una estrategia que incluya los resultados de la huella de carbono y acciones en marcha para reducir las emisiones.

## Medición de la Huella de Carbono

[GRI 302-1] [GRI 305-1] [GRI 305-2] [GRI 305-3]

Desde 2019, Procafecol S.A. mide anualmente su huella de carbono con la metodología del GHG Protocol y la ISO 14064-1. Esta medición tiene en cuenta las emisiones de gases de efecto invernadero directas; es decir, las generadas por la operación propia de sus tiendas (segmentos tipo express, barra y terraza), así como las generadas por el funcionamiento

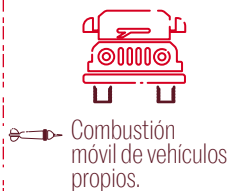
de oficinas, taller de mantenimiento y planta de producción.

Apartir del 2022 incluye la medición de sus emisiones indirectas (Alcance 3), calculando el impacto generado por sus bienes y servicios adquiridos, transporte aguas arriba, franquicias, generación de residuos sólidos, entre otros.

### Categorías incluidas en la medición de alcances 1, 2, y 3



Alcance 1 2% al 2022  
Emisiones generadas por la operación



Combustión móvil de vehículos propios.



Combustión estacionaria de las tiendas y plantas de producción que usan gas natural o gas licuado de petróleo (GLP).



Emisiones generadas por manejo de fugas en equipos de refrigeración utilizados en tiendas y la planta de producción.



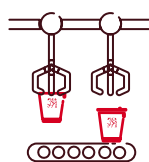
Alcance 2 3% al 2022  
Emisiones generadas por el consumo de energía eléctrica



Consumo energético en oficinas, sedes, planta, taller y tiendas (barra, terraza y express).



Alcance 3 95% al 2022  
Emisiones indirectas generadas en la cadena de valor

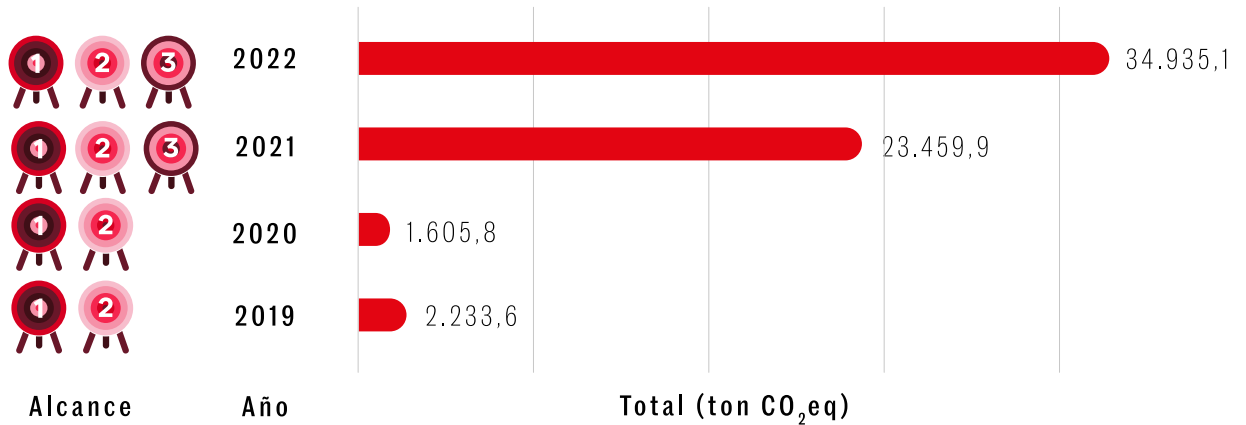


Bienes y servicios adquiridos para uso en tiendas, administrativos y mantenimiento.  
Transporte tercerizado de entrega de materias primas e insumos.  
Tratamiento de los residuos generados.

Fin de la vida útil de los productos utilizados.  
Viajes de negocios.  
Movilidad de empleados.  
Actividades operativas de las franquicias.

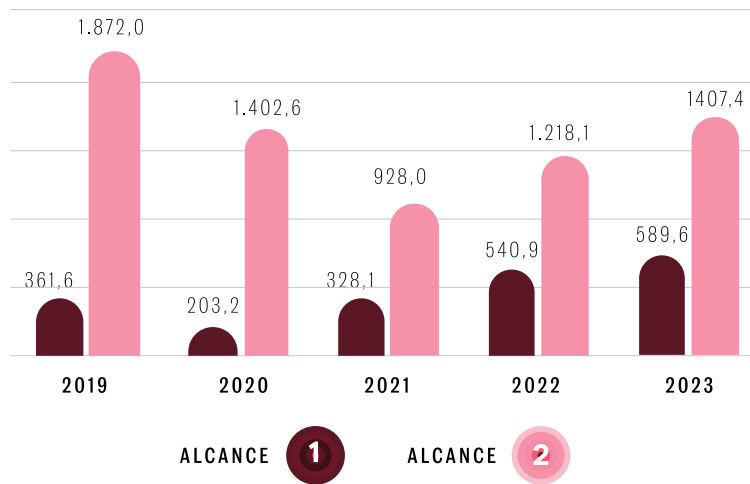


Emissiones generadas entre 2019 y 2022



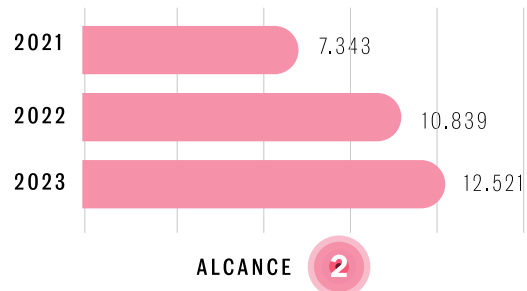
En 2023, el total de emisiones de Alcance 1 y 2 fue de 1997 ton CO<sub>2</sub>e. Este año, tuvo una distribución de 589,6 ton CO<sub>2</sub>e para el Alcance 1, y 1407,4 para el Alcance 2<sup>1</sup>.

Evolución de las emisiones de alcance 1 y 2 de 2019 a la fecha.



Emissiones directas de la organización (ton CO<sub>2</sub>e)

El consumo de energía de Procafecol S.A. proviene del Sistema Interconectado Nacional (SIN) que permite el funcionamiento de sus tiendas en tres formatos: express, barra y terraza, así como de las oficinas ubicadas en Barranquilla, Medellín, Bogotá y la planta de producción que se encuentra en Funza, Cundinamarca.



Consumo de energía en Procafecol S.A. unidades (MWh)

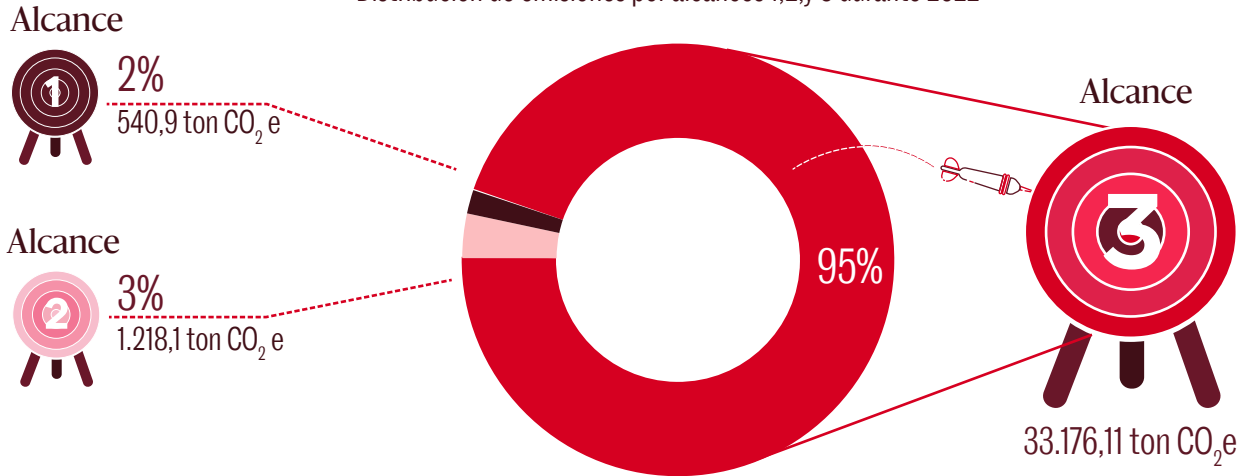
<sup>1</sup> El cálculo de las emisiones generadas por el consumo energético de la compañía se realizó utilizando el factor de emisión de la matriz energética de 2022, publicado por XM el 23 de enero de 2023. Fuente: <https://www.xm.com.co/noticias/5548-resultado-de-calculo-de-factor-de-emision-del-sistema-interconectado-nacional-para>



## Cómo se mide la huella de carbono en la cadena de suministro: Alcance 3

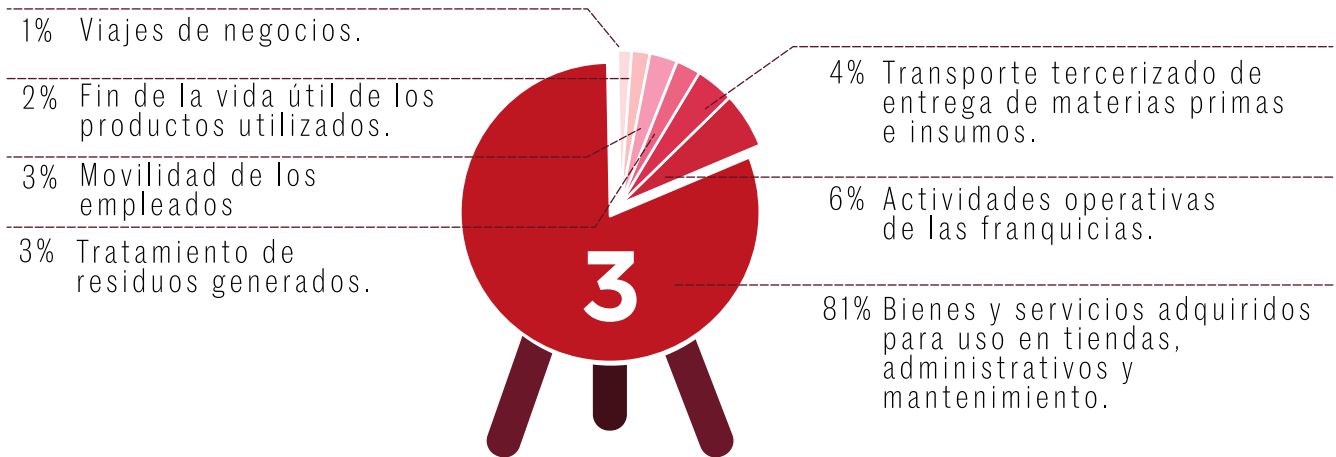
Con el objetivo de mejorar los esfuerzos adelantados, en 2023, Procafecol S.A. realizó la tercera medición de las emisiones indirectas de Alcance 3. Para el año 2022, la huella de carbono de Procafecol S.A. fue de 34.935,05 ton CO<sub>2</sub>e, de la cual 33.176,11 toneladas fueron de alcance 3.

Distribución de emisiones por alcances 1,2,y 3 durante 2022



La categoría bienes y servicios obtuvo el 81% del total de emisiones generadas de Alcance 3; seguida de actividades de operación de franquicias, con el 6%; y la distribución de productos hacia los canales, con el 4%.

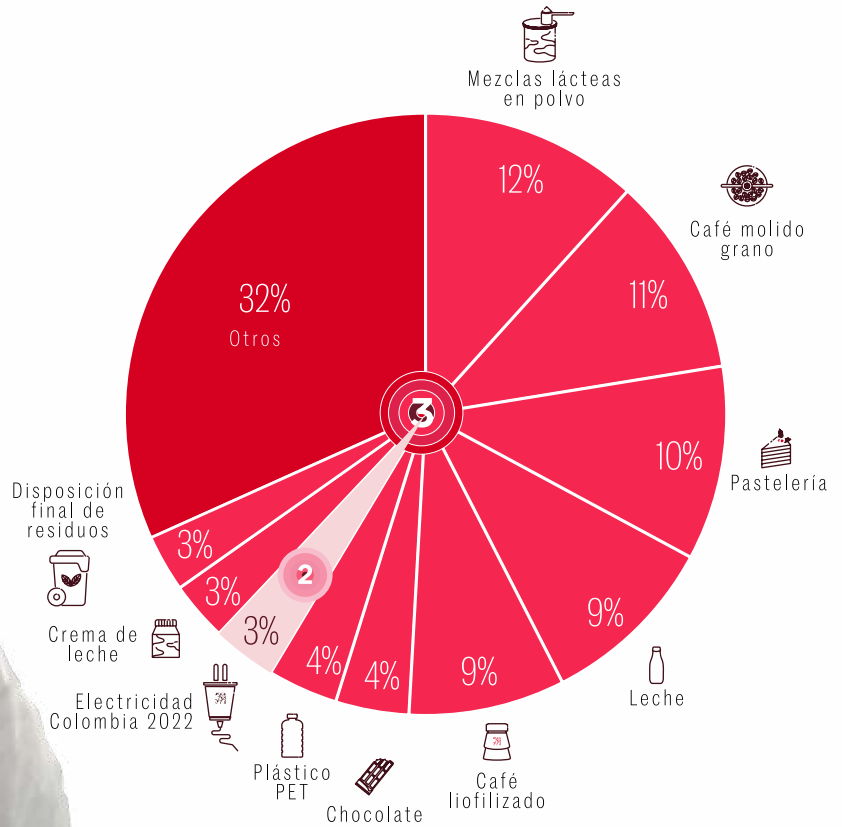
### Distribución de emisiones por categorías de Alcance 3-2022



- 78% de las emisiones indirectas están concentradas en actividades desarrolladas por el consumo de bienes y productos adquiridos en los canales de tiendas, consumo masivo y planta.
- El 50% de las emisiones generadas por el transporte aguas arriba se genera por la distribución de productos al canal de consumo masivo.
- En cuanto a bienes y servicios adquiridos, el 66,24% se concentra en el consumo de alimentos como mezclas lácteas en polvo, café molido grano, pastelería, leche, café liofilizado y chocolate.



## Las 10 principales fuentes emisoras de CO<sub>2</sub> según el alcance-2022



Las emisiones de Alcance 3 en la categoría de bienes y servicios adquiridos aumentaron en general en todos los productos clave de la compañía, tales como el café tostado, la leche y el café liofilizado. Este último tuvo un importante incremento en ventas; por consecuencia, sus emisiones incrementaron proporcionalmente en el 2022. De igual forma, se incluyeron nuevos factores de emisión de ciertos productos para precisar aún más el cálculo, como fue el caso de la pastelería y la crema de leche.






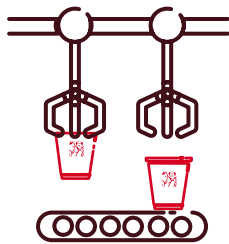





# ALGUNAS ACCIONES PARA LA REDUCCIÓN DE EMISIONES

Con el compromiso de implementar una estrategia de cero emisiones, bajo los parámetros de la campaña global Race to Zero, Procafecol S.A. definió 14 acciones que permitirán avanzar progresivamente en el cumplimiento de ese objetivo estratégico.

Para poner en marcha dicho plan, durante 2023, la compañía priorizó 4 acciones estratégicas y se enfocó en 2 de estas: Emisiones de los equipos de refrigeración; y, Transporte y logística de insumos hacia tiendas (transporte upstream).

	Acciones priorizadas	Área
	 <p>Optimización de rutinas de mantenimiento y sustitución de refrigerantes en equipos de frío</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenimiento</li> <li>Planta</li> <li>Compras</li> </ul>
	 <p>Medidas de eficiencia energética en tiendas, planta y oficinas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Operaciones</li> <li>Planta</li> <li>Administrativa</li> </ul>
	 <p>Relacionamiento con proveedores de alimentos y exigencias climáticas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compras</li> <li>Sostenibilidad</li> </ul>
	 <p>Diagnóstico de logística de distribución de insumos a tiendas para la implementación de eficiencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abastecimiento</li> <li>Logística</li> </ul>





**Acción de reducción 1:**  
Emisiones fugitivas de gases refrigerantes.

En esta línea de acción, el principal impacto se genera por las emisiones fugitivas de gases refrigerantes utilizados en activos de la compañía como refrigeradores, congeladores, granizadoras y aires acondicionados.

Situación

Esta categoría corresponde al 1,6% de la huella de carbono, con 430 T/CO<sub>2</sub> (línea base 2022).

Objetivo propuesto

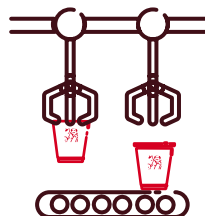
Disminuir las emisiones de Alcance 1, provocadas por el uso de gases refrigerantes contaminantes.

Actividades realizadas

- Revisión de procesos y procedimientos de mantenimiento a equipos de frío.
- Construcción de lineamientos para mejorar los procesos de mantenimiento.
- Definición de criterios de sostenibilidad para las compras de equipos de frío.
- Análisis financiero para cambio de refrigerantes.

Principal conclusión del proceso

Análisis técnico, ambiental y financiero que permite evaluar la prefactibilidad del reemplazo paulatino de equipos a corto, mediano y largo plazo, por unos equipos de refrigeración más eficientes y con menor potencial de calentamiento global.



**Acción de reducción 2:**  
Optimizar la logística de insumos hacia tiendas

Para disminuir significativamente las emisiones por transporte upstream (Alcance 3), es necesario implementar algunas de las siguientes acciones:

Situación

Es así como en 2023, adicional a las medidas de optimización de procesos que se han puesto en marcha, se realizó el análisis de nuevas posibles acciones a implementar teniendo en cuenta el contexto y las capacidades de inversión y acción de Procafecol S.A.

Esta categoría corresponde al 3,97% de la huella de carbono, con 1.387 T/CO<sub>2</sub> (línea base 2022).

Objetivo propuesto

Reducir las emisiones causadas por la cadena de abastecimiento, mediante la optimización del proceso logístico (despachos, entregas, tiempos, almacenamiento, pedidos).

Actividades realizadas

- Estudio y análisis del procedimiento logístico actual.
- Análisis cualitativo del impacto de diferentes alternativas.
- Comparación del impacto entre alternativas, identificación de restricciones, limitaciones y supuestos necesarios.

Principal conclusión del proceso

Desde la perspectiva ambiental se encontraron acciones significativas a ser desarrolladas como el aumento en la capacidad de almacenamiento en tiendas y la descentralización de las cargas a nivel regional.



## UNA HUELLA QUE VAMOS BORRANDO, EN EL CAMINO HACIA 2050.

Uno de los mayores desafíos que enfrenta la compañía para reducir en un 50% sus emisiones directas (Alcances 1 y 2) a 2030, está en disminuir al máximo su consumo de energía en la operación. Adicional a esto y teniendo en cuenta que el mayor impacto de la huella de carbono (95%) está en la cadena de valor (Alcance 3), otro desafío está en desarrollar alianzas con proveedores estratégicos y poner en marcha esfuerzos colectivos que optimicen las cadenas de producción.

En este sentido, durante 2023, se realizaron los primeros acercamientos con varios proveedores estratégicos para analizar asuntos climáticos, resaltando la oportunidad de llevar a cabo más sensibilizaciones y negociaciones, incluso, en cadenas de suministro diferentes a las del café.



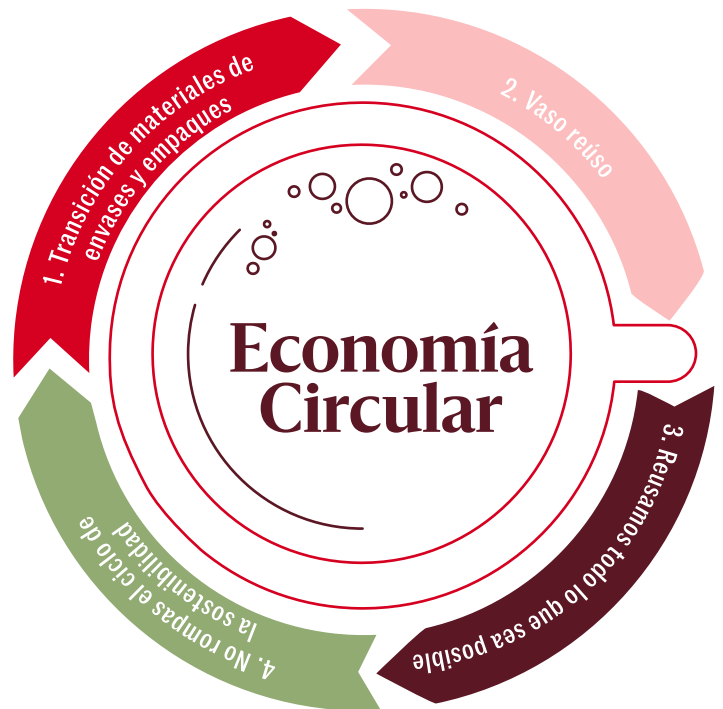
En cuanto a los retos que enfrenta el sector cafetero, enmarcados en una transición justa, con un plan de trabajo y metas concretas que apunten a los compromisos globales de no superar los 1.5 grados de temperatura en el planeta, resulta fundamental avanzar en la posibilidad de contabilizar la captura de CO<sub>2</sub> de los arbustos de café y demás sistemas agroforestales en fincas cafeteras, así como encontrar la forma de viabilizar alternativas complementarias para la fijación de carbono en suelo.

## ECONOMÍA CIRCULAR

[GRI 3-3] [GRI 306-1][GRI 306-3][GRI 306-4]

Para Procafecol S.A. la Economía Circular es fundamental en su camino de ser un negocio más resiliente en el futuro. Por ello, la compañía cuenta con el Comité de Economía Circular, mediante el cual se llevan a cabo reuniones quincenales para hacer seguimiento y control entre las áreas y así avanzar en los diferentes programas y proyectos.

Durante 2023, se llevaron a cabo diferentes actividades que promueven el cierre de ciclo de materiales e innovaciones de reducción y reciclaje de residuos, por medio de los siguientes cuatro programas:

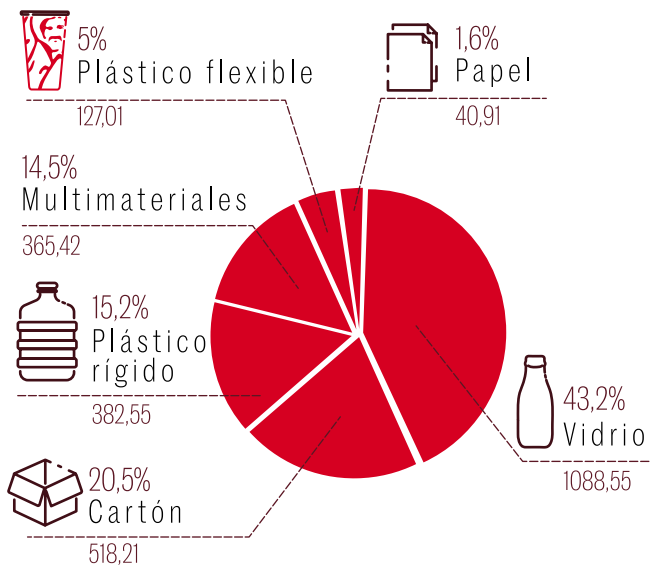




### Transición de materiales de envases y empaques

- Con la disminución del 21% del gramaje en el vaso de 12 oz, utilizado para tomar bebidas frías, este año se dejaron de usar 11,3 toneladas de plástico.
- Adicionalmente, con la gestión realizada durante 2022 para el cambio de empaques de sándwiches, ensaladas y pitillos, en 2023 se logró evitar 33,3 toneladas de plástico.
- Desde 2021, Procafecol S.A. es parte del plan colectivo Visión 30|30 de la ANDI, con el que da cumplimiento a la Resolución 1407 de 2018 - Responsabilidad Extendida del Productor (REP), y a la meta de recuperar el 14% de los envases y empaques puestos en el mercado.
- La distribución de los materiales de envases y empaques puestos en el mercado para el año 2022 (TON), fue la siguiente:

Envases y empaques de 2022

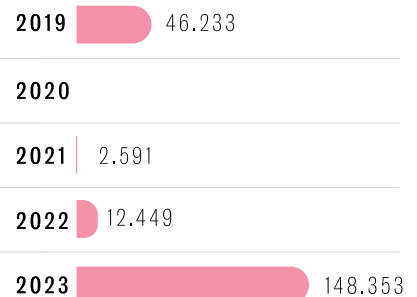


### Vaso reúso

- El programa, lanzado en noviembre de 2018, invita al cliente a consumir, en cualquier tienda Juan Valdez®, su bebida fría o caliente en su propia taza con el propósito de reducir el uso de plásticos o de cartón de un sólo uso.
- Mediante este programa, acogido principalmente en Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali y Cartagena, durante 2023, se sirvieron 148.353 bebidas en vasos reutilizables, un incremento de 4X en los reúsos al mes por tienda comparado con el 2022.
- Desde que inició el programa, se ha evitado el uso de 1,9 toneladas de plástico y cartón, que equivale a 411,4 m<sup>3</sup> de agua y 28.253,8 kWh de energía requerido.
- El 22 de abril, durante la conmemoración del Día de la Tierra, se lanzó un nuevo incentivo para el consumidor: aumento del descuento en la compra de la bebida con vaso reutilizable, de \$150 COP a \$1.000 COP.



Número total de reúsos por año



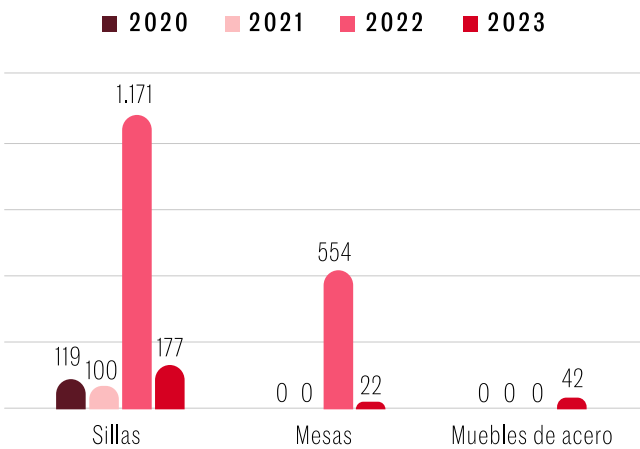


Reusamos todo lo que sea posible



No rompamos el ciclo de la sostenibilidad

- Desde 2019, con acciones de manufactura y reparación, este programa tiene el propósito de alargar la vida útil del mobiliario utilizado en las tiendas propias del país.
- Durante 2023, se reutilizaron 241 sillas, mesas y muebles de acero en aperturas y remodelaciones en tiendas de Bogotá, Medellín, Cali, Santa Marta y Barranquilla, Soledad, Jamundí, Floridablanca y Cúcuta.
- Mediante acciones de reparación se ha evitado el uso de 7,63 toneladas de materiales vírgenes, que habrían requerido 882.427,8 m<sup>3</sup> de agua para su producción y emitido 17,1 ton CO<sub>2</sub>e.
- Gracias a las acciones de reparación, se han ido disminuyendo los inventarios de mobiliario susceptible de reuso, por lo cual, se están explorando nuevas posibilidades de transformación con otro tipo de mobiliario.

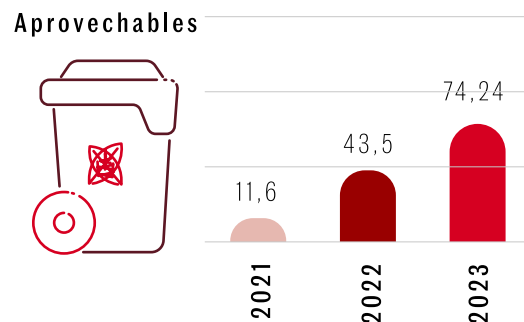
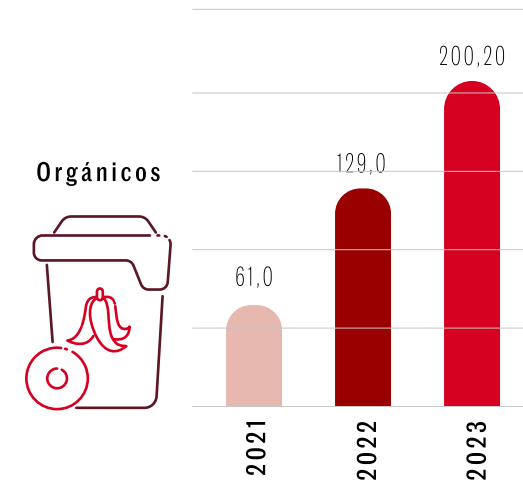


### Gestión de residuos sólidos

#### No peligrosos - Reciclables y orgánicos

Desde 2014, Procafecol S.A. ha gestionado más de 294,9 toneladas de residuos, entre sólidos no peligrosos, (reciclables y orgánicos) y peligrosos (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos, RAAEs).

Gestión de residuos (ton)





## Recolección selectiva

### Tiendas



#### Bogotá

- 28 tiendas propias cuentan con recolección selectiva de residuos reciclables por parte de la asociación Aseo Ecoactiva, en alianza con Empacor. En 2023, se recolectaron 57,4 toneladas de envases de cartón, plástico y vidrio.
- 24 tiendas propias cuentan con recolección de residuos orgánicos para ser transformados en abono orgánico, de la mano del aliado SAID. Este año, se recolectaron 114,3 toneladas de residuos orgánicos.

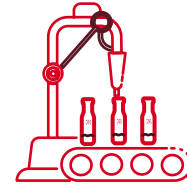
#### Cali

- Con apoyo de la asociación de recicladores ASOBOCE, en 2023, se recolectaron 494 kg de residuos reciclables en la tienda de Granada.

#### Barranquilla

- De la mano de la empresa Coffee Kreis, se recogieron 3,2 toneladas de residuo de café de dos tiendas propias, con el fin de realizar pruebas tecnológicas para incluir este subproducto como material en la fabricación de envases y empaques.

## Planta de producción



- Durante 2023 se gestionó el 100% de los residuos orgánicos y reciclables.
- Se recolectaron 16,3 toneladas de aprovechables y 82,8 toneladas de orgánicos.

### Peligrosos - RAEEs



- Una vez los equipos cumplen su ciclo de vida útil, se gestionan con aliados su correcta disposición final.
- Durante el 2023, se gestionaron 20,5 toneladas de residuos peligrosos de la planta de producción y de las tiendas Juan Valdez®.

### Textiles



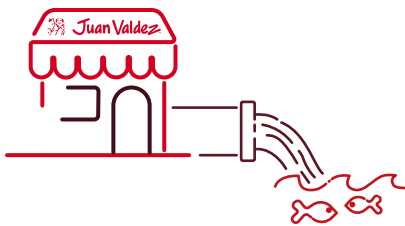
- Durante el 2023, con el apoyo de la Corporación Mundial de la Mujer la compañía se unió a la iniciativa 'Telareciclo', un programa que beneficia a comunidades en contextos difíciles, quienes se encargaron de recoger y transformar la dotación que ya no es utilizada en las tiendas Juan Valdez®, logrando aprovechar 758 kg de residuos textiles y reincorporándolos en nuevos procesos productivos.



- La mitigación de impactos ambientales a través de esta iniciativa estuvo representada en la reducción de huella de carbono en 6.291,4 kg CO<sub>2</sub> y reducción de huella hídrica de 6.367.200 lt. En 2024 se seguirá dando continuidad a este proyecto.

### Gestión de residuos líquidos

#### Tiendas



- El 99,9% de las tiendas Juan Valdez® cuentan con trampas de grasa, que mejoran la calidad del vertimiento generado después de las actividades de preparación de bebidas.
- Durante 2023, 21% de las tiendas usó pastillas de biotratamiento, que aceleran la colmatación de grasas en la trampa y vuelven más eficiente el tratamiento del vertimiento.

#### Planta de producción



- Con el apoyo de la empresa Zhana Solutions, se instalaron 3 trampas de grasas automáticas para mejorar la calidad del vertimiento directo generado en la operación de la planta.
- Cada mes, se recogen las grasas recuperadas para convertirlas en fuente principal de generación de biodiesel.

### Capacitaciones

Con el propósito de aumentar la cultura y conciencia frente a las iniciativas ambientales que lidera la compañía, durante 2023, **el 84% del equipo de operaciones en tiendas propias** de ciudades principales fue capacitado en temas como:



- Separación de residuos sólidos.
- Certificación de Empresa B.
- Tratamiento de residuos líquidos.
- Compras inclusivas.
- Programas de cafés sostenibles.
- Recolección y reciclaje de cápsulas.



## Recolección y recuperación de cápsulas Juan Valdez®

Luego del lanzamiento de las cápsulas Juan Valdez®, que se llevó a cabo en febrero de 2023, la compañía instaló 30 muebles en diferentes ciudades para:

- Acopiar las cápsulas utilizadas por los clientes.
- Recuperar la borra de café para transformarla en abono orgánico.
- Reutilizar el aluminio en elementos de mobiliario en las tiendas.

A la fecha, se han recuperado 12.020 cápsulas.



## Recolección y transformación de vasos de bebidas calientes en polyboard

Con el propósito de crear estrategias de impacto conjuntas entre Procafecol S.A. y Grupo Familia - Essity de Colombia, proveedor de la compañía-, en 2023 se dio inicio a un proyecto para cerrar el ciclo de los materiales puestos en el mercado, y se exploró la posibilidad de convertirlos en fuentes alternas de materias primas a modo de simbiosis industrial.

La separación y recolección exclusiva de vasos rojos para bebidas calientes Juan Valdez®, fabricados en polyboard, apuntó a comprobar que este material puede ser fuente de materia prima alternativa para una línea de productos de aseo del grupo del Grupo Familia.





Actualmente, se lleva a cabo un proceso de recolección y selección de este material en 6 tiendas de Procafecol S.A. Medellín:

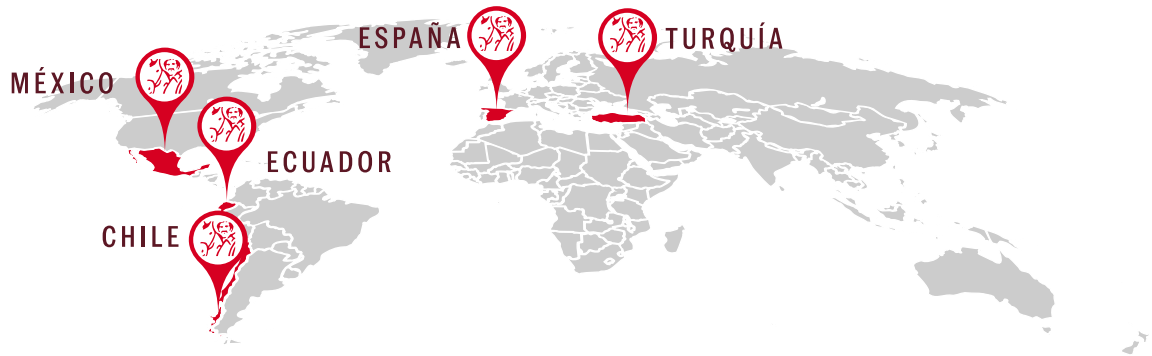
- TJV Viva Envigado 1 y 2.
- TJV Laureles.
- TJV Parque Lleras.
- TJV Centro 43.
- TJV San Fernando Plaza.

Al cierre de 2023, se recogieron más de 500 kg de vasos rojos. Se espera que en 2024, el volumen aumente para así continuar explorando caminos para su aprovechamiento.

Este proyecto destaca la oportunidad de seguir sensibilizando a los clientes y personal de tiendas frente a la importancia de:

- La correcta separación en la fuente en las tiendas.
- Aumentar la trazabilidad en los puntos de acopio de material.
- Mejorar el almacenamiento y disminuir frecuencias en la logística de recolección.
- Acopiar material para alcanzar los volúmenes requeridos para su transformación.

## INTERNACIONALIZACIÓN: un compromiso con la gobernanza de la sostenibilidad



Con el propósito de avanzar en la construcción de un marco de gobernanza internacional de sostenibilidad y valor compartido para la operación global, durante 2023, la compañía se centró en acotar los planes de acción de sostenibilidad en los 3 países priorizados en 2022 (España, Ecuador y Chile). De igual forma, se inició con la definición de los nuevos países priorizados para el acompañamiento de su estrategia: Turquía y México. En este sentido, cada 3 meses se llevaron a cabo espacios de seguimiento con socios de Chile, España y

Ecuador para construir a partir de los planes de acción definidos en 2022, lo que permitió fortalecer el relacionamiento con socios y ampliar la visión global de sostenibilidad.



MÉXICO

En el caso de México, país priorizado donde se abrirá la primera tienda en la ciudad de Mérida a principios del 2024, el franquiciado realizó la evaluación de la herramienta ESG para entender su estado actual y establecer un marco de acción hacia la





sostenibilidad. De igual manera, se realizó la visita en agosto a Mérida para tener mayor entendimiento del mercado y definir conjuntamente con el franquiciado el plan de acción. Durante el año 2024 se dará la materialización de dicho plan.



TURQUÍA

Por su parte, Turquía, segundo nuevo país priorizado, cerró el año con 17 tiendas, e inició la socialización de la estrategia de sostenibilidad. Los franquiciados desarrollaron la evaluación de la herramienta ESG para entender dónde están ubicados. En 2024, se realizará la visita a Turquía para avanzar en su plan de sostenibilidad.



CHILE

Respecto a Chile, la franquicia presentó avances significativos en la implementación de la estrategia de sostenibilidad. Sus esfuerzos se han enfocado en acciones de economía circular como: programa Vaso Reúso; piloto gestión de residuos, puntualmente Tetrapak, cartón, plásticos (PET) y materia orgánica en la tienda de Rosario Norte; y la alianza con ReSimple, el primer Gran Sistema de Gestión Colectivo (Gransic) de envases y embalajes aprobado por el Ministerio del Medio Ambiente, con el que se cumple las exigencias de la nueva Ley de Responsabilidad Extendida del Productor y Fomento al Reciclaje (Ley REP N° 20.920) para envases y embalajes.

Así mismo, ha generado alianzas estratégicas con Good Meal, una aplicación que permite a las personas comprar excedentes de comida que se generan en distintos negocios, logrando prevenir el desperdicio de 27,3 toneladas de comida, lo que se traduce en más de 68.256 kg de CO<sub>2</sub>; y otra alianza con la fundación Soyimas con la que brinda oportunidades laborales a madres adolescentes marginadas, garantizando horarios de trabajo flexibles y programas de educación para potenciar sus capacidades y aptitudes.

Por último, se realizará una transición en la cadena de abastecimiento para utilizar exclusivamente huevos 100% libres de jaula en todas sus formas (frescos, procesados y en productos que lo contienen). Este proceso de cambio se verá finalizado a más tardar el año 2027.



ESPAÑA

En España, se desarrolló una campaña de influenciadores para visibilizar el café empaquetado de “Mujeres Cafeteras”, con el objetivo de dar a conocer el propósito del programa y conectar con el público joven. Por otro lado, se realizó la planeación para lanzar en el primer trimestre del 2024 el programa de Vaso Reúso, el cual se fortalecerá a partir de la estrategia de fidelización de las tiendas Juan Valdez®.



ECUADOR

En Ecuador, se impulsaron distintos programas y acciones encaminadas a fortalecer el impacto de la marca Juan Valdez®, en el marco de la estrategia de sostenibilidad desarrollada por parte del Grupo KFC, socio al frente de la operación en este país. La estrategia está soportada en su política de sostenibilidad y en 4 pilares de acción: gente, sociedad, ambiente y comunidad.

A través del pilar “Gente”, se ha impulsado la equidad de género en términos de contratación; actualmente de los 471 colaboradores de las tiendas Juan Valdez®, 272 son mujeres (58%) y 199 son hombres (42%), de los cuales 9 son personas con algún tipo de discapacidad (2%).

Desde el eje de “Sociedad” se desarrolló el programa “Sonrisas para toda la vida”, que contribuye a que niños con labio fisurado y/o paladar hendido cuenten con operaciones y tratamientos pre y post quirúrgicos. Durante el 2023 se vendieron 13.330 cupones en las tiendas Juan Valdez®, equivalentes a US \$6.665, que contribuyeron a ampliar el impacto de esta iniciativa.



Así mismo, se impulsó el programa REDNI, un proyecto que busca erradicar la desnutrición crónica infantil en el marco de la garantía del desarrollo infantil integral de los niños y niñas menores de dos años.

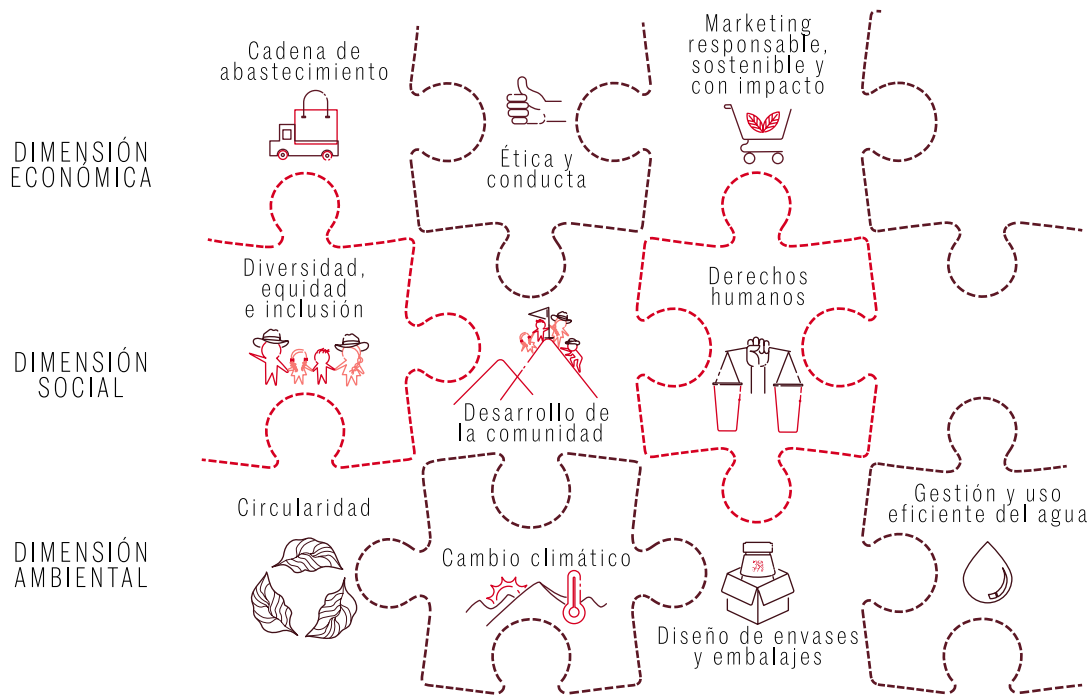
Finalmente, desde el foco de "Ambiente" se gestionaron más de 115 toneladas de residuos con gestores calificados y con una inversión de US \$18.530, evidenciando el compromiso de seguir mitigando el impacto ambiental de la operación.

### Lineamientos internacionales en sostenibilidad

Finalmente, como complemento a la expansión de la estrategia de sostenibilidad a nivel

global, en 2023 se definieron los lineamientos en sostenibilidad para la operación internacional de socios y franquiciados. Los lineamientos cubren 10 dimensiones principales y parten de unos mínimos esperados en materia social, ambiental y de gobernanza (ASG). El objetivo de estos lineamientos es permitir la gestión de los principales impactos en la expansión internacional de Procafecol S.A. teniendo la sostenibilidad como eje estratégico. La definición de los lineamientos inició con un referenciamiento de buenas prácticas en relación a los temas materiales de Procafecol S.A., pasando a la priorización de temas y subtemas relevantes, para concluir con un documento para la aplicación de la operación internacional.

### Lineamientos económicos, sociales y ambientales para la operación de las franquicias Juan Valdez® Café a nivel nacional e internacional



A partir de estos mínimos, los lineamientos buscan orientar a los socios y franquiciados en prácticas complementarias que permitan maximizar el impacto, disminuir los riesgos y realizar acciones generadoras de un impacto positivo en toda la operación internacional. Para 2024 se espera socializar dichos lineamientos, así como identificar las brechas y las oportunidades de integrar mejores prácticas en los países.



# IV | Relacionamiento con Accionistas



## Información enviada a los accionistas

Durante 2023, por medio de correo electrónico, se dio a conocer a todos los accionistas la siguiente información:

- Invitación Asamblea General de Accionistas Procafecol S.A. (híbrida)- 08/03/2023 (correo electrónico y publicación en página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A. IV- 2022 30/03/2023 (correo electrónico y página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A. IQ- 2023 - 26/07/2023 (correo electrónico y página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A. IIQ- 2023 -11/10/2023 (correo electrónico y página web)
- Boletín Trimestral para Accionistas Procafecol S.A.- IIIQ 2023 - 28/11/2023 (correo electrónico y página web)
- Invitación a Conversatorio de Accionistas (virtual) - 11/09/2023 (correo electrónico)
- Invitación reunión extraordinaria Asamblea General de Accionistas Procafecol S.A. (Virtual) - 13/10/2023 (correo electrónico y página web)

## Número de solicitudes y temas sobre los que los accionistas han requerido información a la sociedad

Tipo de solicitud	Carta	Correo electrónico	Llamada	Visita	Total
Compra de acciones	1	31	2	0	34
Consultas generales	1	805	425	17	1.248
Sucesión y donación	1	13	3	0	17
Venta de acciones	0	21	8	0	29
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>870</b>	<b>438</b>	<b>17</b>	<b>1328</b>



Durante 2023, las solicitudes recibidas por parte de los accionistas se distribuyeron de la siguiente manera:

**1.040 acciones fueron comercializadas** mediante el trámite de compra y venta de acciones, mientras que 1.000 acciones estuvieron asociadas a trámites de sucesión de acciones y 507 a trámites de donación de acciones.

Además, con el objetivo de escuchar a los accionistas y resolver sus dudas, en septiembre de 2023, se convocó a un Conversatorio de Accionistas, al que asistieron 51 participantes.

Los temas tratados durante la jornada fueron:



Resultados generales de la compañía a nivel nacional e internacional



Lanzamiento de nuevos productos en los distintos canales de mercado de la marca



Resultados financieros del primer semestre del 2023



Presentación del equipo directivo con sus nuevos integrantes



Seguimiento a los compromisos definidos en el 2022:

- \* Renovación de canal de atención a accionistas
- \* Beneficio del descuento del 20% en Tiendas Juan Valdez®
- \* Visitas presenciales a Comités Departamentales de Cafeteros
- \* Espacios/comunicación para compartir resultados, y resolver inquietudes
- \* Acciones para dinamizar el programa Plan Amigo Inversionista



Próximas acciones para mejorar el relacionamiento con los accionistas y otorgarles nuevos beneficios como:

- \* Fortalecimiento y difusión del programa Plan Amigo Inversionista para aumentar su impacto en las distintas regiones del país





# Índice GRI

Procafecol S.A. ha elaborado este informe de acuerdo con los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), teniendo en cuenta las últimas actualizaciones presentadas. Este documento contiene la información de la gestión en el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre del 2023.

La paginación de la tabla final está en el Informe Integrado de gestión 2023.

Contenido	Pág.	Omisión		
		Requisitos omisión	Motivo	Expli
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>				
<b>La organización y sus prácticas de presentación de informes</b>				
2-1 Detalles organizacionales	3			
2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	3			
2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	3			
2-4 Actualización de la información	3			
2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	16			
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>				
<b>Estrategia, políticas y prácticas</b>				
2-28 Afiliación a asociaciones	19			
<b>Estrategia, políticas y prácticas</b>				
2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	11			



Contenido	Pág.	Omisión		
		Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>GRI 3: Temas materiales</b>				
3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	11			
3-2 Lista de temas materiales	11			
<b>Serie 200 (temas económicos)</b>				
<b>GRI 204: Prácticas de abastecimiento</b>				
3-3 Gestión de los temas materiales	13			
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	16			
<b>Serie 300 (temas ambientales)</b>				
<b>GRI 302: Energía</b>				
3-3 Gestión de los temas materiales	28			
302-1 Consumo energético dentro de la organización	28			
<b>GRI 305: Emisiones</b>				
3-3 Gestión de los temas materiales	28			
305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	28			
305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	28			
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	28			
<b>GRI 306: Residuos</b>				
3-3 Gestión de los temas materiales	34			
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	34			
306-3 Residuos generados	34			
306-4 Residuos no destinados a eliminación	34			



Contenido	Pág.	Omisión		
		Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores</b>				
3-3 Gestión de los temas materiales	13			
308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	15			
<b>GRI 413: Comunidades locales</b>				
3-3 Gestión de los temas materiales	20			
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	20			
<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores</b>				
3-3 Gestión de los temas materiales	13			
414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	15			



601 482 4892



320 865 0077



[acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com](mailto:acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com)



Calle 73 No. 8 - 13 Torre A Piso 3, Bogotá



Lunes a jueves de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:30 p.m.  
y viernes de 7:00 a.m. a 2:00 p.m. en Jornada Continua



**Juan  
Valdez.**