

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2025



Juan Valdez®



ACERCA DE ESTE INFORME

El presente Informe de sostenibilidad recoge las principales acciones y resultados alcanzados por Procafecol S.A. en materia ambiental, social y de gobernanza (ASG) en 2025.

Las iniciativas relacionadas con otras razones sociales, en sociedad o franquicia, se mencionarán de manera específica para garantizar la claridad y transparencia de la información.

Si desea conocer más sobre este informe o tiene alguna inquietud, puede contactarnos mediante nuestros canales digitales:

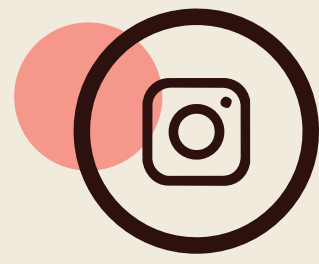
Agradecemos su interés en este informe y en contribuir al propósito de Juan Valdez®: Crear experiencias memorables para el mundo alrededor del café prémium de los caficultores colombianos generando valor sostenible.



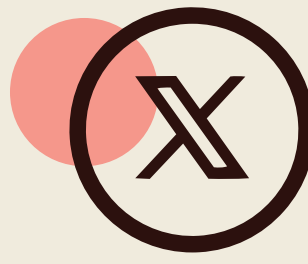
www.juanvaldez.com



Juan Valdez café



@Juanvaldezcafe



@Juanvaldezcafe



@Juanvaldezcafe



@Juanvaldezcafe



@juanvaldezcafeco



O escribir
directamente a:
jv@juanvaldezcafe.com

© De esta publicación:
Promotora de Café Colombia S.A.

Conceptualización y edición:
www.portafolioverde.com

Arquitectura gráfica:
www.insidestudio.co

Colombia, 2026

CON TE NI DO

1. **Acuerdos y certificaciones**
2. **Hitos y cifras relevantes**
3. **Materialidad**
4. **Resultados de la estrategia 2025**
5. **Modelo de Abastecimiento Sostenible**
6. **Sourcing2Equal: compras inclusivas con perspectiva de género**
7. **Bienestar animal: huevos libres de jaula**
8. **Plan Amigo Caficultor**
9. **Donaciones y alianzas para el desarrollo**
10. **Acción Climática**
11. **Economía circular**
12. **Internacionalización: un compromiso con la gobernanza de la sostenibilidad**





ACUERDOS

Y CERTIFICACIONES





Estas son las **certificaciones y adhesiones**

**vigentes que respaldan el desempeño ambiental,
social y comercial de la compañía.**



Certificación Empresa B



Certificación BASC



Acreditación OEA



Certificación HALAL

En Procafecol S.A.
la gestión de sostenibilidad se
apalanca en estándares
internacionales y acuerdos
voluntarios que fortalecen la
transparencia, la calidad y el
compromiso ético de su
operación.

Certificación Sello Orgánico



**Certificación
Rainforest Alliance**



**Certificación
Empresa INcluyente**



**Acuerdo de Voluntades,
Café, Bosque y Clima**





RECERTIFICACIÓN EMPRESA B

En mayo, Procafecol S.A. se recertificó como Empresa B y logró incrementar su puntaje en la **Evaluación de Impacto B de 86,5 a 108,5** puntos, lo cual demuestra la evolución de su negocio de triple impacto.

Además, el modelo de negocio de la compañía fue reconocido en la categoría de **Mitigación de la pobreza en la cadena de suministro**, gracias a las buenas prácticas enfocadas en:

- Compras de materias primas e insumos permanentes a pequeños productores.
- Condiciones comerciales favorables, como sobrepagos a pequeños y medianos productores y criterios diferenciales de contratación de productores en situación de vulnerabilidad.
- Fortalecimiento multidimensional a proveedores.

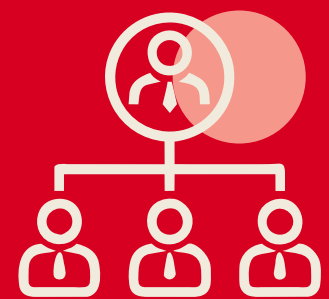
En esta certificación se evalúan distintas categorías de impacto que evidencian la gestión de la compañía; vale la pena mencionar que la evaluación fue desarrollada con base en los estándares definidos por Sistema B previamente a su actualización en 2025. A continuación se evalúan los resultados más importantes:





Gobernanza

El avance en esta dimensión se fundamenta en la creación e implementación del **Comité de Gobierno Corporativo y Sostenibilidad**, sumado a la adopción del primer **Código de Gobierno Corporativo** propio, representando un salto cualitativo en la formalización de la toma de decisiones. Estos hitos garantizan que la sostenibilidad esté en el centro del modelo de negocio bajo estándares superiores de transparencia.



Trabajadores

Este reconocimiento valida la **profundización del modelo de gestión del talento**, enfocado en el avance hacia un sistema de desempeño robusto con metas claras y una oferta de formación especializada en distintas habilidades y conocimientos, que demuestra un compromiso renovado con la competitividad de los colaboradores. Asimismo, el impulso al liderazgo femenino mediante mentorías estratégicas evidencia una evolución en la cultura organizacional, transformando la gestión humana en un componente fundamental que cumple las exigencias del estándar B actual.



Comunidad

El incremento en el puntaje de impacto refleja un crecimiento en la estrategia de valor social y marca un avance concreto hacia una cadena de abastecimiento más resiliente y equitativa, **empezando por el mantenimiento sostenido y el avance en los programas de generación de valor compartido enfocados en mujeres jóvenes y accionistas**, pasando por el fortalecimiento de la red de proveeduría local –**que alcanzó un 30% de participación**– y la integración de asociaciones de mujeres productoras de cacao y naranja en el programa de Compras Inclusivas.

Lo anterior, marca un avance concreto hacia una cadena de abastecimiento más resiliente y equitativa; estos resultados demuestran que la organización ha escalado su impacto social, convirtiendo la relación con el origen en una ventaja competitiva más sólida y verificable.



Medioambiente

La recertificación como Empresa B reconoce el **progreso acelerado en la agenda de acción climática**. Por su parte, la adhesión formal de la compañía a **Race to Zero** y la implementación de planes técnicos para la eficiencia energética y la mejora en la medición de emisiones de alcance 3 son pasos decididos hacia la optimización de procesos. De igual manera, la reducción sistemática de 95,6 toneladas de plástico y la transición hacia materiales biodegradables en las tiendas Juan Valdez®, representan una evolución en la gestión de la economía circular, alineando la operación comercial con las metas globales de sostenibilidad ambiental.





HITOS Y CIFRAS RELEVANTES

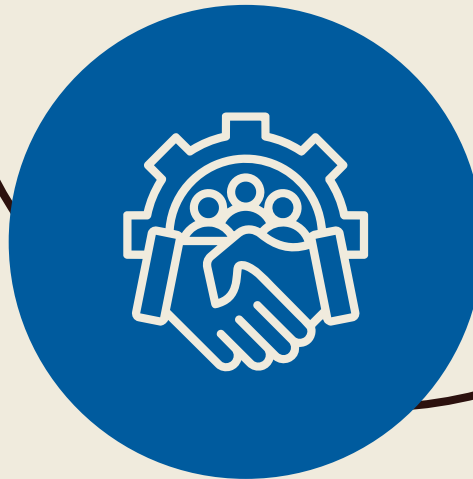


El 2025 estuvo marcado por logros significativos que reafirman el liderazgo de Procafecol S.A. en sostenibilidad e innovación. Estos reconocimientos validan los avances alcanzados e impulsan el compromiso continuo con la excelencia empresarial y el impacto positivo.



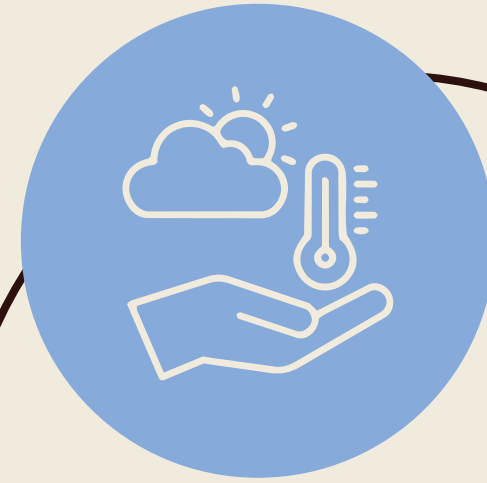
Reconocimientos

- Listado de **50 empresas líderes en sostenibilidad en Colombia** - Forbes.
- **Premio Hot Concept en España** gracias al programa Mujeres Cafeteras.
- Recertificación como **Empresa B.**
- Reconocimiento de **Empresas por el Clima - Sistema B.**



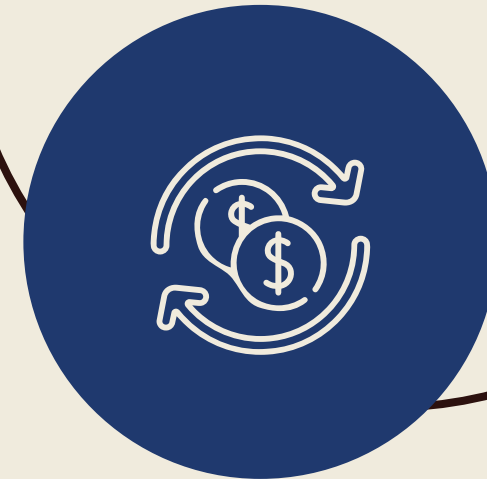
Plataforma de proveeduría y relacionamiento de valor compartido

- **Proveeduría:** evaluación ASG del **74,39%** de los proveedores estratégicos.
- **Compras inclusivas:** adquisición de **1.000 artículos** de marca y **85.525 kg** de insumos de alimentos a proveedores inclusivos.
- **Plan Amigo Caficultor: 865 caficultores** beneficiados por la plataforma a través de la compra de **172.210 kg** de café verde a un precio superior y **551** impactados por el fortalecimiento multidimensional.
- **Donaciones:** COP **1.375.414.364** en dinero y especie.



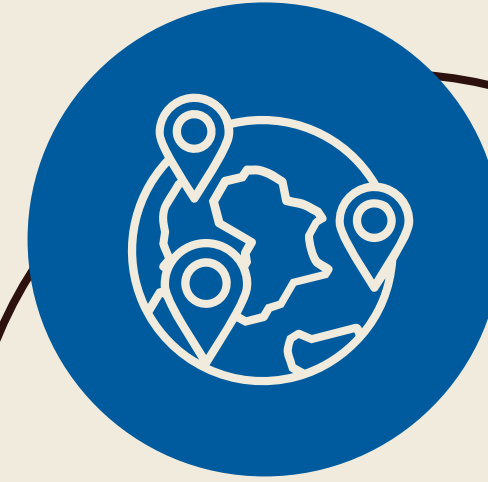
Acción climática

- **Actualización del Plan de Descarbonización:** esta hoja de ruta se revisó y ajustó para asegurar el cumplimiento de las metas de reducción a 2030.
- Se estructuró el proyecto de **reconversión tecnológica de refrigerantes de alto desempeño ambiental** que será implementado en 2026.
- **Adhesión a la Exponential Roadmap Initiative (ERI):** estrategia para fortalecer la acción climática y acceder a herramientas prácticas para la reducción de emisiones.
- **Huella de carbono:** inventario actualizado bajo estándares internacionales (ISO y GHG Protocol), incluyendo emisiones propias (alcance 1 y 2) y de la cadena de suministro (alcance 3).



Economía circular

- **Aprovechamiento de residuos:** recuperación de **157,73 toneladas** de residuos reciclables y **417 toneladas** de residuos orgánicos a través del programa **No Rompas el Ciclo de la Sostenibilidad.**
- **Uso de resina postconsumo (PCR):** implementación en botellas de agua con gas, sin gas, jugo de naranja y aloe vera, con 9,95 toneladas de material reciclado puestas en el mercado en 2025.
- **Vaso Reúso:** 190.703 bebidas servidas en vasos reutilizables mediante este programa en Colombia.
- **Programa de Recolección de Cápsulas Juan Valdez®:** 23.160 cápsulas de café recuperadas y reutilizadas en nuevas soluciones.



Internacionalización

- **Participación en el Encuentro +B** en Belém Do Pará, Brasil, el principal evento de la comunidad de Empresas B.
- **Socialización de los lineamientos internacionales de sostenibilidad** con los socios y franquiciados que operan las tiendas Juan Valdez® en el mundo.
- **Avances en la Estrategia de Sostenibilidad en mercados clave:** España, Chile, México, Estados Unidos y Turquía.



MATERIALIDAD



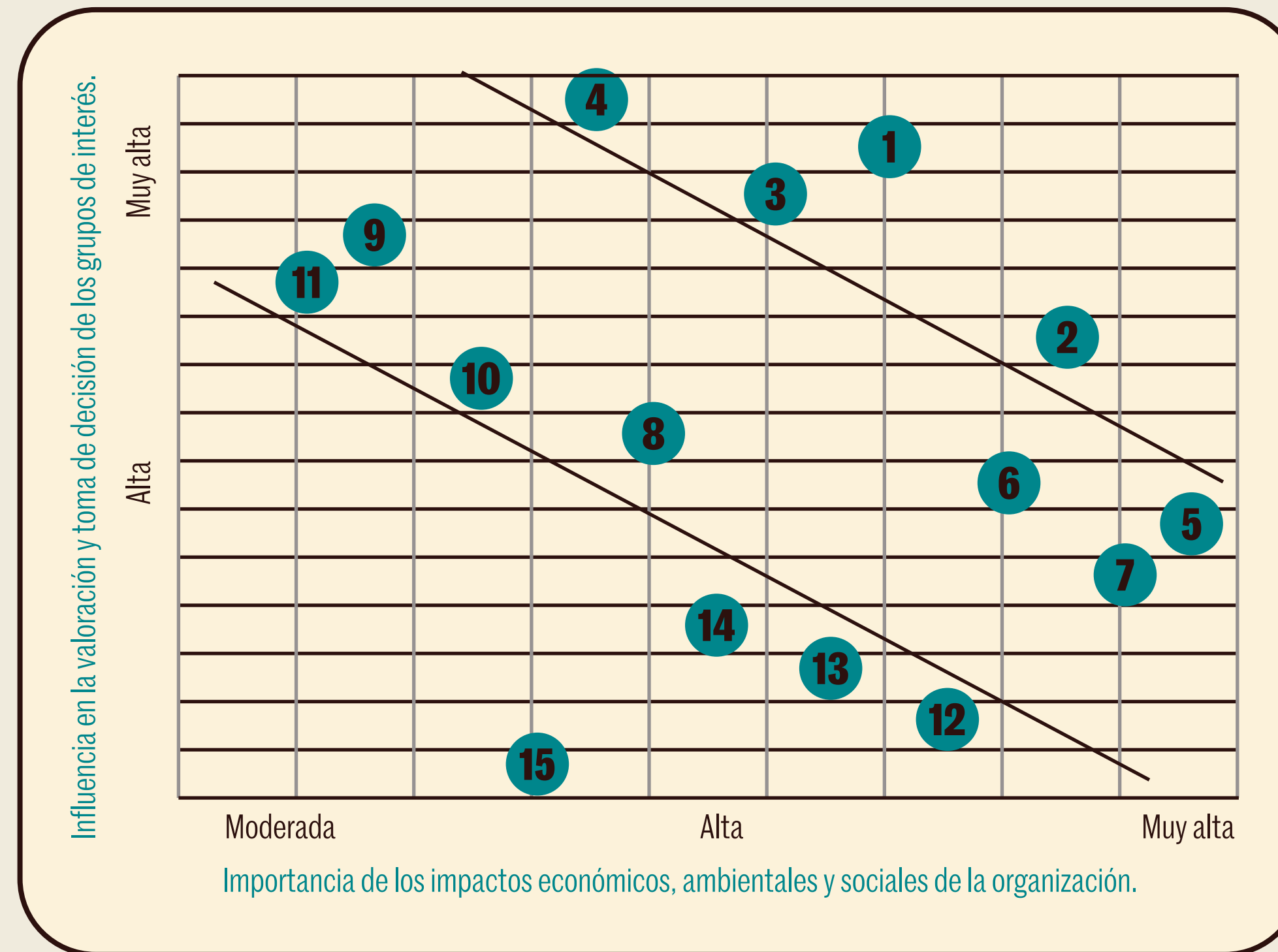
La Estrategia de Sostenibilidad de Procafécol S.A. está alineada con una matriz de materialidad construida a partir del diálogo constante con sus grupos de interés. De acuerdo con los resultados de este análisis, se identificaron los principales temas con mayor impacto para la organización y su entorno, lo que permite enfocar los esfuerzos en los asuntos más relevantes y asegurar pertinencia, coherencia y generación de valor en la gestión.

Grupos de interés:

- Colaboradores
- Franquiciados
- Consumidores
- Clientes
- Inversores accionistas
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia
- Entes certificadores
- Caficultores
- Proveedores

MATRIZ DE ASUNTOS MATERIALES

* Sistema comercial que promueve condiciones transparentes y equitativas a partir de criterios sociales y ambientales que benefician a los productores.



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 procedimientos anticorrupción.
9. Evaluación de buenas prácticas ambientales y sociales a la cadena de abastecimiento.
10. Inversión sostenible.
11. Agricultura regenerativa.

Moderada relevancia

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



RESULTADOS

DE LA ESTRATEGIA 2025



La Estrategia de Sostenibilidad de Procafecol S.A. se estructura en iniciativas concretas, con metas medibles a 2025 y 2030. A través de indicadores de desempeño, la compañía hace seguimiento a los avances y ajustes necesarios para asegurar que cada acción esté alineada con la visión de generar valor económico, social y ambiental.

Ejes, indicadores y metas de la Estrategia de Sostenibilidad

Iniciativa Ejes	KPI	2023	2024	2025	Meta 2030
Escalar la plataforma de proveeduría y relacionamiento de valor compartido, alcanzando un valor diferencial en el mercado.	% de proveedores centralizados, evaluados bajo el Modelo de Abastecimiento Sostenible.	N/A	55,7%	74,39%	100%
	% del gasto en proveeduría de fruiter usado en la planta, que corresponde a proveedores identificados bajo la categoría de compras inclusivas.	N/A	25,5%	25,1%	30%
	% de compra de café proveniente de programas de impacto.	13,1%	11,7%	11,8%	30%
Implementar una estrategia de acción climática, considerando la economía circular como modelo que contribuye a este objetivo.	% de variación de huella de carbono vs. 2022 (A1 y A2)	+13,5%	+91,0%	+6,41%	-42%
	% de variación de huella de carbono vs. 2022 (A3)	+16,0%	+73,0%	-	-25%
	% reciclabilidad o compostabilidad de Envases y Empaques	95,7%	97,3%	-	100%





Meta 2030 - Internacionalización

Iniciativa | Ejes

Consolidar el marco de gobernanza de sostenibilidad al Plan de Expansión Internacional, para convertirlo en ventaja competitiva en el mercado local y global.

Meta 2030

100% de países socios y franquiciados con tiendas cumplen los lineamientos mínimos de sostenibilidad dentro de su modelo de negocio, de acuerdo a la región donde se sitúen.

Cumplimiento 2025

Diagnóstico y nivelación (Fase 1): 100% ejecutado

El 100% de los socios y franquiciados (22), incluyendo la operación en Colombia, completó la etapa inicial de estandarización, la cual comprendió cuatro hitos:

- **Socialización**

Presentación de los lineamientos regionales mediante sesiones estratégicas.

- **Formalización**

Entrega oficial y aceptación de los estándares mínimos exigibles.

- **Línea base**

Aplicación de la herramienta de evaluación ASG para diagnosticar la madurez actual de las prácticas.

- **Cierre de brechas**

Desarrollo y entrega de los 7 manuales técnicos como hoja de ruta operativa.

Es importante resaltar que el proceso de internacionalización de la Estrategia de Sostenibilidad se ha venido desarrollando desde años anteriores en los países priorizados dentro del plan de expansión de la compañía. No obstante, a partir de 2024 se definieron y en 2025 se socializaron los **lineamientos mínimos de sostenibilidad**, aplicables de manera transversal a todos los países en los que la marca tiene presencia con tiendas de café, consolidando un marco común para su implementación y seguimiento.





MODELO

DE ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE



LA META PROPUESTA PARA 2030

Procafécol S.A. ha trazado un objetivo estratégico contundente para el 2030: garantizar que el 100% de los proveedores estratégicos sean evaluados bajo criterios de sostenibilidad y cuenten con manuales de acción para asegurar el cumplimiento de los lineamientos corporativos mínimos.

Esta meta constituye la columna vertebral del **Modelo de Abastecimiento Sostenible**, una estructura operativa vigente desde el año 2023. Durante el 2025, la compañía se centró en robustecer este modelo, fundamentando la gestión responsable de la cadena de suministro desde la aplicación de tres pilares esenciales:

1



Evaluación ASG continua

Medición constante de criterios ambientales, sociales y de gobierno.

2



Estándares 2030

Definición de lineamientos mínimos de cumplimiento.

3



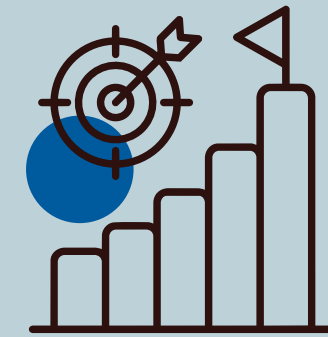
Herramientas de gestión

Desarrollo de manuales de acción específicos para cada lineamiento definido en los estándares.



EVALUACIÓN DE PROVEEDORES: DESEMPEÑO Y RESULTADOS 2025

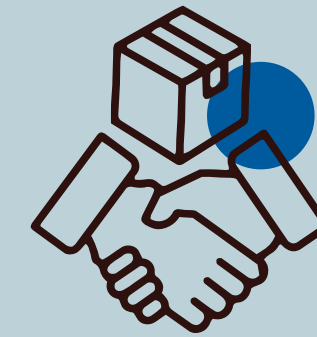
En 2025 Procafecol S.A. registró avances significativos en la medición de su cadena de abastecimiento.



Meta Lograda
74,39%

De los proveedores centralizados
clasificados como Tipo A

La compañía superó
la meta establecida del: **68,6%**



equivalente a

61 aliados
estratégicos
evaluados.

Principales hitos de la gestión



Alcance sectorial

El proceso abarcó la evaluación de ocho categorías de compra:

- Agentes de carga internacional
- Alimentos
- Artículos de marca
- Empaques
- Food service
- Lácteos
- Logística integral y supply chain
- Sellos y precintos de seguridad



Desempeño

- El diagnóstico del desempeño de los proveedores arrojó la siguiente distribución:
 - **40% nivel bajo:** aliados cuyo marco de actuación se centra en el cumplimiento legal.
 - **33% nivel bueno:** aliados que integran variables socioambientales en su negocio.
- El **47% de los proveedores evaluados** se encuentra en las categorías "aceptable" y "bueno". Este panorama refleja una base de aliados con un avance significativo hacia la madurez en sostenibilidad y con potencial para seguir fortaleciendo sus estándares en línea con los objetivos de la organización.



Hito de impacto con los proveedores lácteos

- Se priorizó la inclusión proactiva del segmento de lácteos debido a su alta incidencia en las emisiones de alcance 3.
- Se logró la evaluación de cuatro de los principales proveedores de este rubro, considerados aliados de alto impacto más allá de su clasificación tradicional.



APRENDIZAJES Y FORTALECIMIENTO DEL MODELO

A partir del ejercicio inicial realizado en 2024



la compañía **ajustó su herramienta de evaluación** para ganar profundidad y rigor.



Incorporación de nuevas dimensiones de análisis, con especial énfasis en temas de diversidad, equidad e inclusión (DEI) y desarrollo de la comunidad,



alineando la proveeduría con el **propósito superior de la marca Juan Valdez®**.

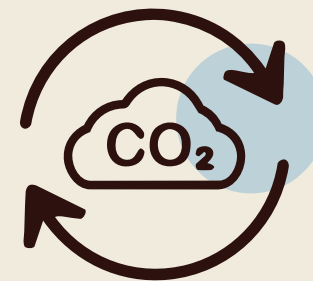
LINEAMIENTOS MÍNIMOS A 2030 Y ACOMPAÑAMIENTO

Para garantizar que la cadena de suministro alcance los estándares deseados, Procafecol S.A. definió siete temas clave de cumplimiento obligatorio para sus proveedores estratégicos hacia 2030:

Sistema de Gestión Ambiental



Gestión de emisiones



Diversidad, equidad e inclusión



Derechos humanos



Ética y transparencia



Sistema de Gestión de Riesgos



Gestión de PQRS



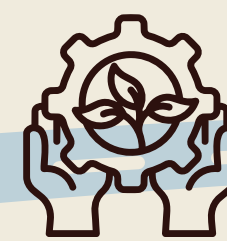
ruta paso a paso

Con el fin de facilitar esta transición, la compañía desarrolló una

RUTA PASO A PASO

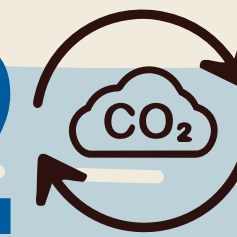
para cada lineamiento y lideró 3 sesiones de formación virtuales

1



Gestión Ambiental

2

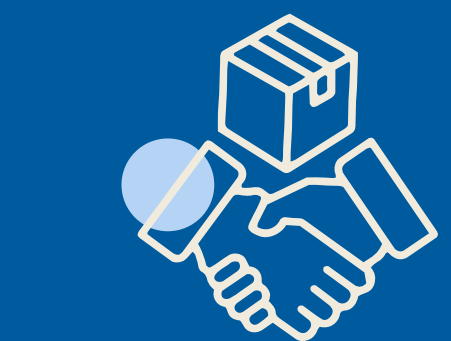


Gestión de emisiones

3



Gestión de PQRS



con la participación de

19
proveedores



PERSPECTIVAS Y PROYECCIÓN A 2026

La compañía planea redefinir la categoría de **proveedores estratégicos**. El objetivo es transitar hacia una clasificación que trascienda el impacto de negocio e incluya a todos los aliados que generen un alto impacto en dimensiones críticas como los derechos humanos, el cambio climático y la trazabilidad de la cadena.

De cara a 2026, Procafécol S.A. mantendrá la continuidad del proceso de evaluación actual y enfocará sus esfuerzos en incrementar progresivamente la cobertura y la profundidad de los análisis, para asegurar así el cumplimiento de la hoja de ruta trazada para el 2030.





SOURCING 2EQUAL

COMPRAS INCLUSIVAS
CON PERSPECTIVA
DE GÉNERO



En junio de 2023 Procafécol S.A. se unió a Sourcing2Equal Colombia, programa de la Corporación Financiera Internacional (IFC). Con dos años de duración, **tiene como propósito incrementar la participación de empresas que son propiedad de mujeres** en las cadenas de suministro corporativas del país.

Como parte de esta alianza, la compañía asumió el compromiso de actuar bajo tres ejes estratégicos:





COMPRAS INCLUSIVAS: DESEMPEÑO Y RESULTADOS 2025

Adquisiciones inclusivas



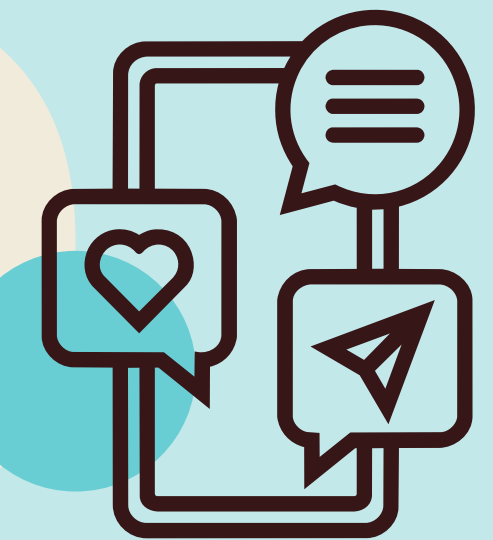
Se orientó la gestión de compras hacia emprendimientos liderados por mujeres. Como resultado, el **100%** de estas adquisiciones correspondió a categorías clave como cacao, naranja y artículos de marca.

Fortalecimiento de Mujeres Cafeteras



Se potenció este programa bandera de valor compartido, que registró un **incremento anual del 26,51%** en la compra de café a cooperativas y asociaciones de mujeres caficultoras, en comparación con las cifras de 2024.

Comunicación y sensibilización



Para elevar la conciencia del consumidor, se realizaron **21 publicaciones estratégicas** en redes sociales. Esta gestión visibilizó las historias y productos que integran la perspectiva de género en la cadena de valor.



META AL 2030: FORTALECIMIENTO DE COMPRAS INCLUSIVAS

Procafécol S.A. ha definido una ambiciosa hoja de ruta en su estrategia de sostenibilidad, al establecer como **meta para el año 2030 que el 30% del gasto total en la proveeduría de fruver (frutas y verduras) de su planta de producción corresponda a proveedores bajo la categoría de compras inclusivas.**

En el marco de su **Política de Compras Inclusivas**, la compañía trabaja para incrementar la adquisición de productos, tanto de **fruver** como de **artículos de marca**, provenientes de comunidades en situación de vulnerabilidad. Esta iniciativa se implementa en articulación con aliados estratégicos y busca consolidar relaciones comerciales de largo plazo, fortaleciendo la participación de estos emprendedores y asociaciones dentro de la cadena de abastecimiento de la organización.



Fruver

Durante el 2025, la compañía incrementó significativamente la adquisición de productos inclusivos para la categoría de fruver, alcanzando un total de **85.525 kg, lo que representa el 25,10%** sobre el del total de agroinsumos comprados en la planta de producción, **sobrepasando la meta del año situada en el 19%.**

Naranja (Asomujeres - Villeta, Cundinamarca)

- Se consolidó el primer encadenamiento inclusivo exitoso a través de un proveedor tradicional.
- Adquisición de 84.520 kg (+42% vs. 2024).
- Beneficio directo a Asomujeres, integrada por más de 30 mujeres cabeza de familia y en situación de desplazamiento, reafirmando el compromiso con poblaciones afectadas por el conflicto.

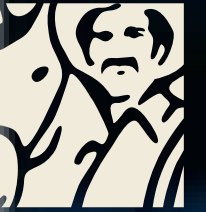
Cacao (Fondo Legado S.A.S. - Palermo y Campoalegre, Huila)

- Se mantuvo el vínculo comercial con la organización Fondo Legado S.A.S., quien trabaja directamente fortaleciendo a asociaciones de mujeres cacaoteras.
- Adquisición de 1.005 kg (-62,24% vs. 2024 por estacionalidad de uno de los productos en el año anterior).
- Impacto social: apoyo directo a 15 mujeres productoras de la región.



Artículos de marca

- En 2025 la compañía **retomó la adquisición de artículos de marca inclusivos**, luego de poner en pausa las compras de esta categoría en 2024. Este retorno a la proveeduría social se materializó con la compra de **1.000 artículos** que formarán parte del lanzamiento en 2026 de una colección enfocada en mujeres emprendedoras.



BIENESTAR ANIMAL:

HUEVOS LIBRES DE JAULA

HOJA DE RUTA DE BIENESTAR ANIMAL



Alineación con estándares globales de sostenibilidad y bienestar animal hacia 2030

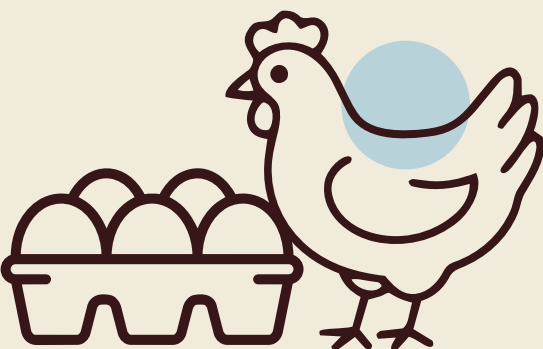
2025

Compromiso global de huevo 100% libre de jaula

Compromiso suscrito en 2019

Estrategia de implementación y flexibilidad en la proveeduría

Para cumplir con estos objetivos de manera escalonada, **la compañía desarrolló una estrategia integral enfocada en el impacto real sobre el bienestar animal**, permitiendo una transición técnica y económicamente viable bajo los siguientes frentes:



Como parte de los lineamientos definidos hacia 2030 para socios y franquiciados, en 2025 **la compañía anunció su compromiso global de asegurar una proveeduría de huevo 100% libre de jaula en todas las tiendas bajo la marca Juan Valdez® a nivel internacional.**

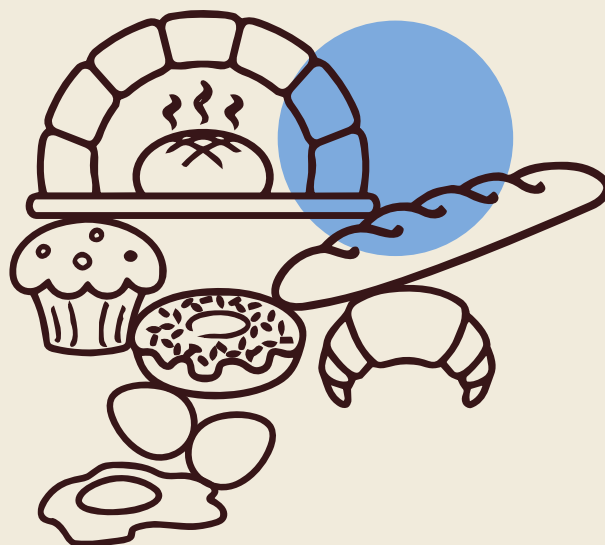
Este hito consolida el compromiso suscrito en 2019, que para el cierre de 2025 proyectaba que el **100% del abastecimiento de huevo destinado a las líneas de panadería y repostería en Colombia** provendría de sistemas libres de jaula.

Frentes de acción clave

Gestión en la planta de producción



- **Inicio de la transición (2023):** se activó la identificación de proveedores con sistemas de producción libres de jaula (piso, aviario o libre pastoreo).
- **El enfoque** priorizó la verificación de sistemas que garanticen la dignidad animal, sin depender exclusivamente de certificaciones oficiales.
- **Resultado (diciembre 2025):** gracias a un avance escalonado, se alcanzó un **abastecimiento del 100% de huevo libre de jaula** en la operación de producción propia.



Gestión de compra de productos terminados

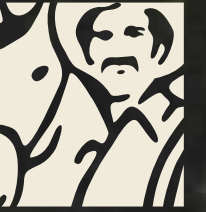
- **Alineación estratégica (desde 2024):** proceso con **6 proveedores** de panadería y repostería.
- **Acciones de soporte:**
 - Ejecución de jornadas de sensibilización.
 - Entrega de listados de proveedores recomendados que cumplen los estándares de bienestar animal.
- **Cierre de brechas (diciembre 2025):** se realizó seguimiento constante y acompañamiento para la ejecución de **planes de transición individuales**, logrando el cierre exitoso de los mismos.



ALIANZAS PARA EL IMPACTO Y SEGUIMIENTO

Este avance ha contado con el acompañamiento estratégico de **Sinergia Animal**, ONG que ha liderado el proceso de monitoreo de la transición. Su colaboración ha sido fundamental para fortalecer el conocimiento técnico de la compañía, permitiendo la identificación y validación de proveedores que garantizan sistemas de producción respetuosos con el bienestar animal en toda la cadena de abastecimiento, brindando además soporte a los proveedores de productos terminados. Para los compromisos internacionales, la compañía ha mantenido diálogos con organizaciones como: **Lever Foundation y Equitas**.





PLANAMIGO

CAFICULTOR



Desde su creación, Procafécol S.A. ha estado comprometida con el fortalecimiento de la caficultura colombiana y la generación de valor compartido en los territorios.

La compañía compra café 100% colombiano en más de 16 departamentos, abarcando zonas que representan el 97% del total de productores de café en el país.

Esta cobertura ratifica su rol como un puente directo entre las familias caficultoras y los consumidores globales, reafirmando su propósito de construir una cadena de valor más equitativa, transparente y sostenible desde el origen.

**META
AL 2030**

Lograr que al menos el 30% de la compra total de café verde provenga de programas de impacto.

Esta meta busca conectar directamente la rentabilidad y el crecimiento del negocio con el bienestar de las comunidades caficultoras, impulsando así el desarrollo sostenible de quienes cuidan el origen del café premium colombiano.

**DESEMPEÑO
Y RESULTADOS 2025**

Durante 2025, el 11,8 % del café adquirido por la compañía provino de programas de impacto.

Aunque este resultado se ubicó por debajo de la meta anual del 15%, la estrategia evidenció una fuerte capacidad de adaptación y diversificación, incluso en un contexto de crecimiento operativo.



Mientras el volumen total de compras aumentó un 17,97%, los cafés con atributos sociales y ambientales mantuvieron una dinámica de transformación, estructurada en tres ejes:

Motores de crecimiento y valor compartido



Mujeres Cafeteras

Se consolidó como el pilar fundamental de la estrategia, registrando un crecimiento en compras del:

26,5%



Plan Amigo Inversionista

Reportó el mayor incremento porcentual del portafolio con un

43,3%



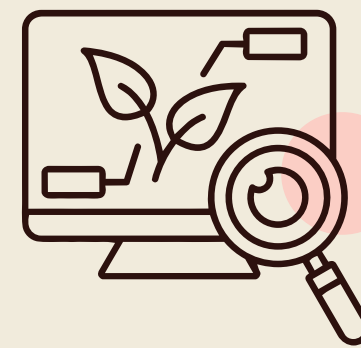
Café Orgánico

Mantuvo su liderazgo en volumen dentro de la categoría, con un crecimiento sostenido del

13,5%

Nuevos estándares y categorías de impacto

Con la incorporación operativa de distintas dimensiones de compra



Se incorporó el estándar EUDR

como piloto para avanzar en el cumplimiento de las normativas internacionales de cero deforestación.



Ediciones especiales y microlotes

Por primera vez se tuvieron en cuenta en la categoría de cafés de impacto, ampliando la oferta de valor con cafés que se destacan por una trazabilidad superior y sus atributos sociales.

Ajustes estratégicos y retos



Rainforest Alliance

Se evidenció una disminución en el volumen de café adquirido a través del programa Rainforest Alliance.

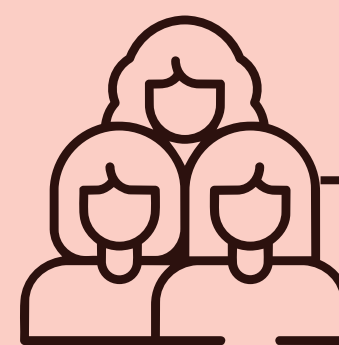


Jóvenes Renacer

Se registró una ligera disminución en el volumen de compra de café del programa Jóvenes Renacer.

Impacto en formación

Participación destacada de mujeres

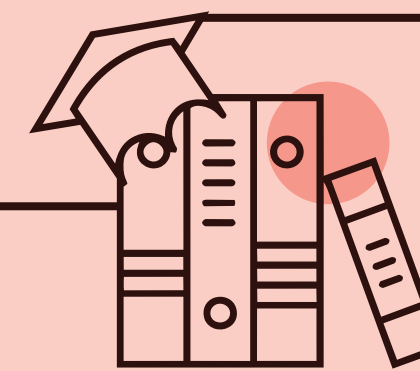


502

mujeres (91,1%)

49

hombres (8,9%)



Se fortalecieron las capacidades de las personas vinculadas a los programas de valor compartido,



551 personas

más de **2.410**
Horas de formación acumuladas



PROGRAMAS DEL PLAN AMIGO CAFICULTOR

**Mujeres
Cafeteras**

**Jóvenes
Renacer**

**Plan Amigo
Inversionista**



MUJERES CAFETERAS

En 2025 culminó el octavo año del programa Mujeres Cafeteras, iniciativa insignia de la compañía.

Su propósito es promover el empoderamiento social y económico de mujeres caficultoras colombianas, combinando la comercialización de su café con una plataforma de fortalecimiento multidimensional, construida con enfoque familiar y de equidad de género.





Impacto acumulado desde 2017

Más de **1.560** mujeres se han beneficiado con la compra de su café a un precio superior.

Más de **1.190** personas han fortalecido sus capacidades técnicas y personales mediante la plataforma de formación.

Avances y logros en 2025

759 mujeres se beneficiaron mediante la compra de su cosecha a un precio superior.

551 personas participaron en procesos de fortalecimiento multidimensional.

130.276 kg De café verde comprados, lo que representa un aumento del 26,5% frente a 2024. Estas compras a un precio superior, representan para ellas mayor rentabilidad y bienestar para sus familias.

Alcance geográfico

Presencia en 11 departamentos donde el programa consolidó redes de trabajo local que fortalecen el tejido social del campo colombiano.

Impacto en mujeres beneficiadas y compra de café verde			
Mujeres beneficiadas por:			
Año	Comercialización	Fortalecimiento*	Café verde comprado (Kg verde)
2017	100	14	746
2018	340	89	261
2019	65	21	14.969
2020	21	21	7.840
2021	250	153	33.837
2022	426	242	55.806
2023	372	168	74.499
2024	506	267	85.539
2025	759	551	130.276

*En los beneficiarios de fortalecimiento se contabilizan también hombres, familiares de las mujeres.

Asociaciones y cooperativas participantes en 2025

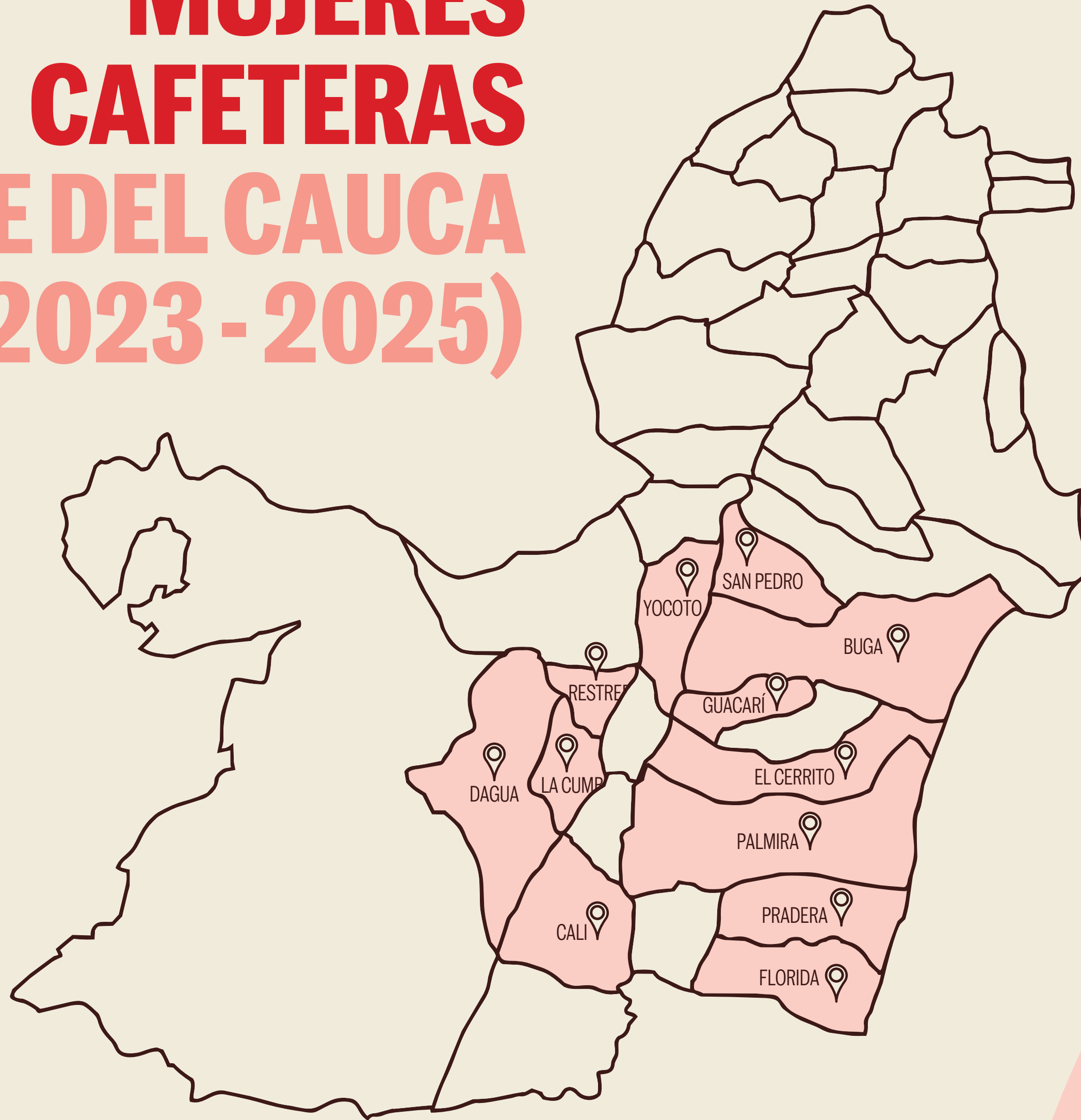
- Cooperativa de Caficultores del Occidente de Antioquia - Grupo "Somos Café" (Antioquia).
- Asoequidad Mujeres con Sabor a Café (Antioquia).
- Cooperativa Caficultores de Antioquia (Antioquia).
- Coocafica (Caquetá).
- Caficultores de Tamara (Casanare).
- Asomucavit (Cundinamarca).
- Flor y Esencia del Café (Huila).
- Cooperativa Departamental Caficultores del Huila (Huila).
- Red Ecolsierra (Magdalena).
- Cooperativa del Catatumbo (Norte de Santander).
- Cooperativa de Caficultores del Quindío (Quindío).
- Amcecafé (Risaralda).
- Aromasan (Tolima).
- Cooperativa del Sur Occidente del Valle (Valle del Cauca).

581.059 unidades de café empacado con la imagen de Mujeres Cafeteras se vendieron en el 2025, alcanzando un volumen acumulado de 1.319.503 unidades desde el año 2021.



MUJERES CAFETERAS VALLE DEL CAUCA (2023 - 2025)

En 2025, Procafécol S.A. cerró con éxito la primera fase de este proyecto que desde 2023 ha visibilizado y **fortalecido el rol de las mujeres dentro de la cadena de valor del café en esta región.** Se centró en tres pilares: **productividad, liderazgo y bienestar integral de las caficultoras y sus familias.**



Alcance geográfico:

12 municipios estratégicos, generando impacto directo en comunidades locales:

- Buga
- Cali
- Dagua
- El Cerrito
- Florida
- Guacarí
- La Cumbre
- Palmira
- Pradera
- Restrepo
- San Pedro
- Yotoco





RESULTADOS DE IMPACTO A 2025

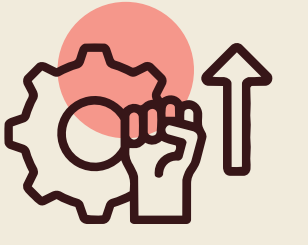
A



Comercialización

- 35 mujeres caficultoras fueron beneficiadas mediante el modelo de compra de café a un precio superior.
- Se compraron 11.600 kg de café verde.
- Se alcanzó una tasa de fidelidad del 63,6%, reflejando que la mayoría de las caficultoras han mantenido un vínculo comercial constante desde 2023.

B



Fortalecimiento multidimensional

- 93 personas beneficiadas con procesos de formación y acompañamiento técnico, social y ambiental.
- Se impartieron 1.144 horas de fortalecimiento, enfocadas en mejorar capacidades técnicas, sociales y de sostenibilidad.

Se desarrollaron acciones concretas para fortalecer la productividad de las mujeres participantes:

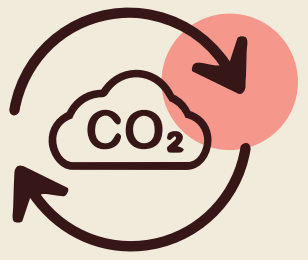
Gestión del suelo

- **46 análisis de suelos realizados**, que permitieron a las familias diseñar y aplicar planes de nutrición precisos para sus cafetales.

Renovación y siembra

- **41 mujeres lideraron procesos** de ordenamiento predial en sus fincas.
- **9.000 colinos y 57.325 chapolas** de variedades resistentes a la roya entregó la compañía para apoyar los procesos de renovación.
- **Se entregaron insumos** destinados a la construcción de almácigos en finca.
- **Con 8.879 árboles sembrados** se logró la renovación efectiva de **18,53 hectáreas de café** bajo estándares de resistencia y calidad.

C



Reconversión tecnológica y reducción de emisiones

Este componente del proyecto se enfocó en disminuir los impactos ambientales y la generación de emisiones en la cadena de abastecimiento del café, mediante esquemas de reconversión tecnológica en el beneficio húmedo y seco. La intervención se desarrolló bajo un modelo de corresponsabilidad, en el que el proyecto aportó materiales y asistencia técnica y las productoras contribuyeron con la mano de obra para la construcción y reparación de infraestructura clave.

Como resultado, se realizaron acciones de instalación y mejora de equipos para el procesamiento del café, cuyos avances se presentan a continuación:

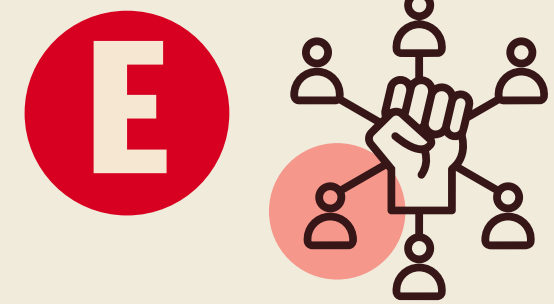
Proceso	Nuevas	Reparadas
Despulpadoras	3	17
Tanques de fermentación	9	15
Procesadoras de pulpa	8	19

Estas intervenciones, centradas principalmente en la optimización de equipos de despulpado, fortalecen la eficiencia operativa y la responsabilidad ambiental en origen, al reducir la demanda de recursos naturales, optimizar la gestión de residuos y contribuir a la mitigación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).



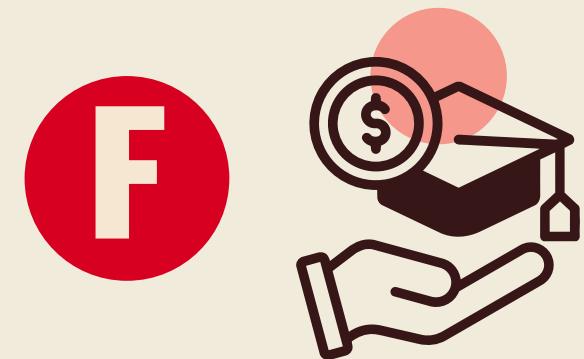
Restauración ecológica y manejo del paisaje

Se avanzó en la restauración de **12 hectáreas** mediante herramientas de manejo del paisaje y la siembra de **5.285 árboles de 34 especies nativas**, promoviendo la biodiversidad y la resiliencia climática en las zonas de influencia del proyecto.



Equidad de género y empoderamiento familiar

- El proyecto implementó una ruta de equidad de género que impactó a 93 beneficiarios, integrando a las mujeres y sus núcleos familiares mediante metodologías transformadoras en tres encuentros presenciales (de dos jornadas de trabajo cada uno), facilitando la adopción de las siguientes herramientas:
- **Diagnóstico familiar (metodología GALS):** se utilizó la herramienta "árbol de género" para identificar y balancear roles y responsabilidades dentro del hogar y la finca, asegurando una distribución equitativa del trabajo.
- **Autoliderazgo (metodología "Depende de mí"):** talleres enfocados en el empoderamiento personal y la capacidad de gestión de los participantes para liderar sus planes de mejora.
- **Asistencia técnica inclusiva (ATI):** se aplicó un modelo de capacitación adaptado a la diversidad rural y que cuestiona normas culturales para crear espacios de aprendizaje inclusivos y participativos.



Formación en educación financiera

- Un total de **38 mujeres**, junto con sus unidades familiares, se beneficiaron de una ruta de aprendizaje híbrida de 5 módulos, diseñados para transformar la visión del negocio cafetero desde el hogar.
- **Ejes temáticos abordados:**
 - **Gestión de ingresos y egresos:** fortalecimiento en la identificación de ingresos y el control detallado de gastos y costos, permitiendo la creación de flujos de caja para decisiones informadas.
 - **Conocimiento del sector y herramientas digitales:** formación sobre el ecosistema financiero y adopción de plataformas digitales para facilitar transacciones seguras y reducir la brecha tecnológica.
 - **Acceso a financiación:** explicación de las rutas para acceder a servicios de crédito, potenciando la escalabilidad y rentabilidad de las unidades productivas.



Dinámica de los encuentros y transformación familiar

- Se organizaron cuatro encuentros presenciales que incluyeron estadía de una o dos noches. Estos espacios permitieron la transferencia de conocimiento y la consolidación de lazos de sororidad y apoyo mutuo entre las participantes.
- **Como resultado, se evidenciaron cambios profundos en el entorno familiar:**
 - **Evolución de la asistencia:** mientras que al primer encuentro las mujeres asistieron de manera individual, para la cuarta jornada se logró una conexión significativa con sus núcleos familiares.
 - **Integración:** en la etapa final, esposos e hijos participaron activamente en las formaciones, demostrando que el empoderamiento de la mujer actúa como un catalizador para el bienestar de toda la familia cafetera.



“Estoy muy agradecida por ver todo lo que se puede hacer unidos y que Juan Valdez® ayude a fortalecer a la mujer cafetera. Cada vez que regreso de las capacitaciones, llego con nuevos proyectos y mucho ánimo de seguir avanzando con el café. ¡Gracias, Juan Valdez®, por tenernos en cuenta!”.

Nubia Neira, Valle del Cauca, 2025





PRÓXIMOS PASOS: MUJERES CAFETERAS VALLE FASE II

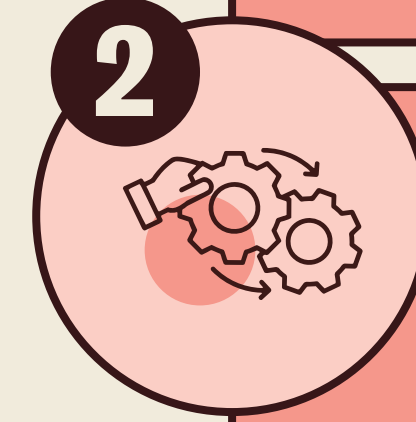
Para el año 2026 se planea el lanzamiento de la segunda fase de este proyecto, orientada a consolidar los aprendizajes del piloto y escalar su impacto.



1

Expansión de capilaridad y alcance territorial

- La organización se ha propuesto extender el impacto a **100 mujeres caficultoras**, integrando a las 41 participantes de la fase inicial y sumando nuevas productoras a esta red de liderazgo.
- Se incluirá al municipio de Ginebra, para un total de **13 municipios**: San Pedro, Buga, Guacarí, Ginebra, El Cerrito, Palmira, Pradera, Florida, Cali, La Cumbre, Dagua, Restrepo y Yotoco.

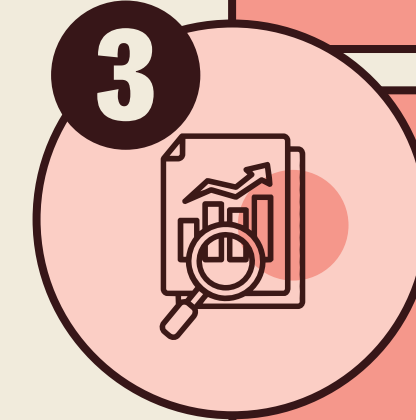


2

Profundización del modelo de intervención integral

Esta fase fortalecerá los cuatro pilares desarrollados en la etapa piloto, asegurando que la sostenibilidad sea el eje central de cada finca:

- Productividad y clima:** se mantendrá el enfoque de mejorar los sistemas productivos mediante análisis de suelos, planes de nutrición y renovación con variedades resistentes, asegurando la resiliencia de la cosecha frente al cambio climático.
- Infraestructura y reconversión:** continuará el modelo de corresponsabilidad para la dotación y reparación de infraestructura de beneficio húmedo y seco, optimizando recursos y reduciendo el impacto ambiental.
- Restauración y paisaje:** se fortalecerán las herramientas de manejo del paisaje para avanzar en metas de restauración ecológica y promover la biodiversidad.
- Equidad e inclusión financiera:** se profundizará en la ruta de empoderamiento mediante las metodologías GALS (árbol de género) y ATI (asistencia técnica inclusiva), y en la ruta híbrida de educación financiera para consolidar la autonomía económica familiar.



3

Capacidades instaladas y replicabilidad

Un hito relevante de esta fase será la implementación de herramientas para la medición de impacto. La alianza dotará al programa de capacidades para monitorear indicadores sociales y ambientales con mayor precisión.

Esto fortalecerá la transparencia y convertirá al modelo del Valle del Cauca en un estándar técnico replicable en otras regiones de Colombia y en futuros proyectos de la compañía.

Alianzas estratégicas para la fase II

ResponsAbility



Fondo de inversión suizo de triple impacto, que el cual aporta la contrapartida monetaria necesaria para la escalabilidad del modelo.

Federación Nacional de Cafeteros (FNC):



Aliado estratégico, financiador y experto en el territorio, encargado de la ejecución técnica y operativa en campo.

Cooperativa de Cafeteros del Suroccidente del Valle del Cauca



Socio financiador y articulador comercial, quien garantiza la eficiencia en el primer eslabón de la cadena y el mejoramiento de la calidad.

Solidaridad Network

Solidaridad

Fundación holandesa y aliada técnica desde 2021 en la implementación de las intervenciones especializadas de equidad de género.



PROYECTO SEMILLAS DE EQUIDAD: MUJERES QUE CREAN A TRAVÉS DEL CAFÉ

Tras la decisión de USAID de cesar sus operaciones en Colombia, la alianza del proyecto reestructuró las fuentes de financiación, luego de una revisión exhaustiva y un replanteamiento estratégico en la orientación de las inversiones y la gestión de los recursos remanentes.

Pese a este desafío, la prioridad fundamental se mantiene inalterable: **garantizar la continuidad y la calidad de la atención a las beneficiarias directas, procurando preservar el alcance original de la intervención.**

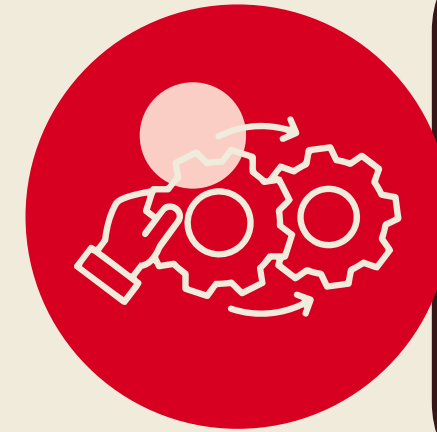
Reactivación estratégica 2026

Bajo este contexto de ajuste presupuestario, **se confirmó la decisión de retomar y fortalecer la ejecución del proyecto para el año 2026** en dos municipios clave del departamento de Antioquia: Briceño e Ituango.



PROYECTO FORTALECIENDO TERRITORIOS CAFETEROS CON EQUIDAD DE GÉNERO Y AUTONOMÍA ECONÓMICA

Desde septiembre de 2025, Procafecol S.A. participa en una alianza estratégica liderada por la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) en conjunto con la Fundación WWB Colombia. Esta iniciativa busca transformar las dinámicas sociales y económicas en las zonas rurales, con el propósito central de cerrar brechas de género y empoderar a las caficultoras como agentes de cambio.



Ejes de intervención estratégica

El modelo de acompañamiento integral aborda tres dimensiones críticas para el bienestar de la mujer rural:

- **Prevención de violencias basadas en género (VBG):** implementación de rutas de atención y estrategias de sensibilización para construir entornos protectores en el tejido cafetero.
- **Autonomía económica:** desarrollo de habilidades financieras y de gestión que permitan a las mujeres liderar la administración de recursos y la toma de decisiones en el hogar.
- **Sostenibilidad del negocio cafetero:** fortalecimiento de las capacidades empresariales para asegurar que las unidades productivas sean rentables y resilientes a largo plazo.



Metodologías innovadoras y presencia territorial

El proyecto implementa estrategias experienciales para facilitar el aprendizaje colectivo, logrando una cobertura en **5 departamentos** (Quindío, Risaralda, Caldas, Valle del Cauca y Cauca) y **20 municipios**.

Las herramientas desplegadas incluyen:

Cine taller Ofelia (presencial y móvil): herramienta de transformación social basada en el audiovisual Al final tú decides. Se realizó presencialmente en municipios como Armenia, Popayán y Salamina, y mediante una unidad móvil en localidades como Bugalagrande, El Cairo y Sevilla.

Reflexiones de Ofelia: espacios de profundización y diálogo comunitario ejecutados en Armenia, Balboa, Manizales, Popayán y Vijos.



Impacto y resultados al cierre de 2025

Al finalizar el primer ciclo de implementación en diciembre de 2025, se reportaron los siguientes hitos:

- **Población beneficiada: 672 personas** impactadas, 90% mujeres y 10% hombres, reconociendo que la equidad es una construcción familiar.
- **Articulación interna:** 17 participantes de esta iniciativa integran activamente el programa **Mujeres Cafeteras**, consolidando un histórico de **8.189 kg de café verde** comprados desde 2017.

La iniciativa continúa en ejecución y mantendrá su vigencia hasta mayo de 2026, asegurando el cumplimiento de las metas de formación en los territorios priorizados.



JÓVENES RENACER

Desde 2017 Procafecol S.A. desarrolla el programa de valor compartido Jóvenes Renacer, **una iniciativa orientada a visibilizar y fortalecer el liderazgo de los nuevos caficultores, fomentando su permanencia y la integración generacional en el campo.**



Impacto histórico acumulado

Más de
160

Jóvenes beneficiados directamente a través del modelo de compra de café.

Más de
90

Beneficiarios accedieron a procesos de formación integral, con más de **10.800 horas de capacitación** en áreas críticas como mercadeo, comunicación, habilidades técnicas, liderazgo personal y competencias digitales.

La compañía ha
adquirido un total de
148.450
kg

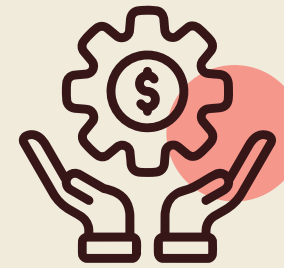
De café verde, pagando un precio superior que reconoce la calidad del grano y el compromiso de los jóvenes.





AVANCES Y LOGROS EN 2025

A



**Gestión
comercial**

Compra de **23.635 kg de café verde a 57 jóvenes** bajo condiciones de precio preferencial.

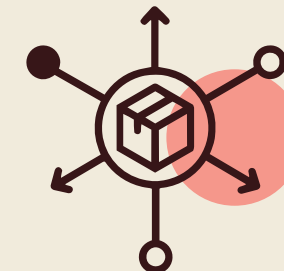
B



**Edición especial
de Navidad**

La marca Juan Valdez® lanzó esa edición de temporada producida exclusivamente con café de los 57 jóvenes participantes. Esta plataforma **visibilizó su trabajo** y les permitió recibir un incentivo económico adicional por la calidad.

C



**Impacto
en canales**

Esta edición permitió la comercialización de **65.098 unidades** de café empacado y **206.397 bebidas** preparadas en tiendas, conectando el esfuerzo del joven caficultor con el consumidor final.

PRÓXIMOS PASOS: JÓVENES RENACER CUNDINAMARCA 2025-2027

Durante el 2025 la gestión se enfocó en la estructuración y firma del convenio para el proyecto **Renacer – Nueva generación de cafeteros de Cundinamarca**, el cual iniciará su ejecución plena en 2026.

Aunque el componente de fortalecimiento multidimensional no se adelantó en este periodo, se logró un hito de preparación: un grupo de **38 jóvenes** integró sus cosechas al programa y entregaron **16.495 kg de café verde** con precio superior.

El nuevo proyecto tiene como propósito apoyar a **60 jóvenes** de los municipios de **Chaguaní, Vianí y San Juan de Rioseco** en el establecimiento de emprendimientos cafeteros escalables, productivos y sostenibles.



PILARES FUNDAMENTALES DE LA INTERVENCIÓN

1 Dimensión social: liderazgo y asociatividad



Busca transformar a los jóvenes en actores clave de sus comunidades mediante:

- **Liderazgo y participación:** formación en liderazgo gremial y comunitario para fomentar la participación en la toma de decisiones del sector.
- **Cultura asociativa:** fortalecimiento de la asociatividad como estrategia principal para garantizar la sostenibilidad y el poder de negociación.

2 Dimensión económica: productividad y emprendimiento



Para asegurar que el café sea una opción de vida rentable, se implementará:

- **Fortalecimiento técnico:** talleres en agronomía, gestión de la calidad y administración empresarial de la finca.
- **Incentivos a la siembra:** entrega de 2.000 colinos de café por joven (distribuidos en 1.000 unidades por año) para cultivos tecnificados.
- **Ruta de innovación:** acompañamiento en modelos de negocio escalables, respaldados por el compromiso de compra de la marca.

3 Dimensión ambiental: sostenibilidad y bioeconomía



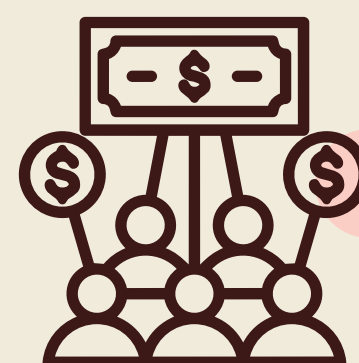
En alineación con los compromisos climáticos se formará a los participantes en:

- **Gestión de recursos:** capacitación en uso eficiente del agua, tratamiento de aguas residuales y conservación natural.
- **Economía circular:** introducción a conceptos de bioeconomía para optimizar subproductos del café, promoviendo una caficultura en armonía con los ecosistemas de Cundinamarca.



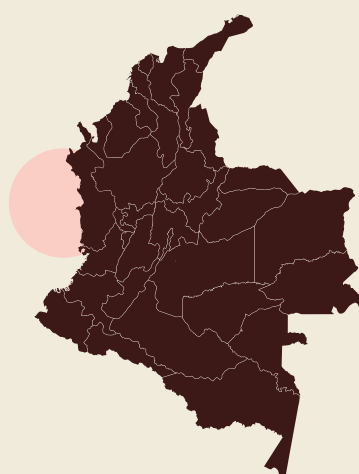
PLAN AMIGO INVERSIONISTA

Procafécol S.A. reconoce y visibiliza a los caficultores accionistas a través de este programa **diseñado para generar valor mediante la compra de su café a un precio superior**, premiando la calidad del producto y su aporte a la compañía.



Actualmente,
el programa cuenta
con más de

1.670 **accionistas
inscritos**



Distribuidos en

17
**Departamentos
del país**

Antioquia, Caldas, Caquetá,
Cauca, Cesar, Cundinamarca,
Huila, La Guajira, Magdalena,
Meta, Nariño, Norte
de Santander, Quindío,
Risaralda, Santander, Tolima y
Valle del Cauca.

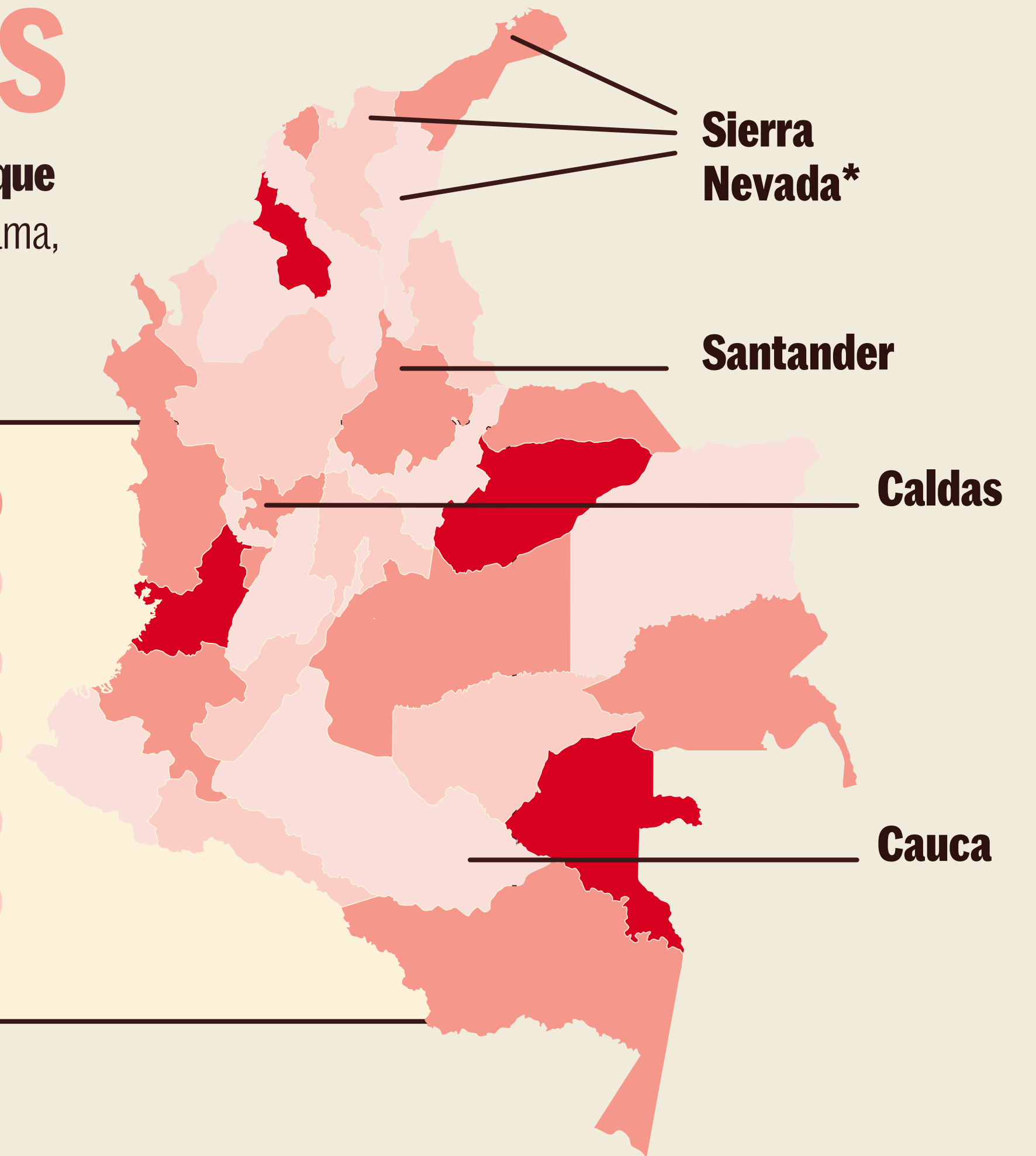


REGIONES DE COMPRA DESTACADAS

Dentro del top de **departamentos en los que se compró en el 2025 café** para el programa, se encuentran:

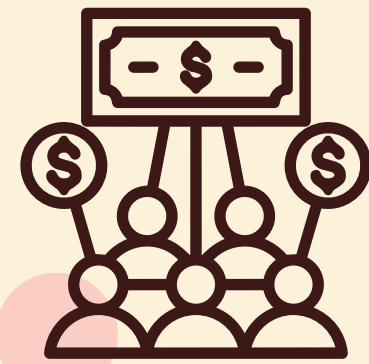
Región	Alcance 1
Sierra Nevada*	7.196
Caldas	6.910
Santander	3.423
Cauca	770
Total	18.299

*Incluye los departamentos de Magdalena, Cesar y La Guajira.





Avances y logros en 2025



Incremento de accionistas inscritos

700

lo que permitió incrementar la cifra de participación y difusión frente a los accionistas registrados el año anterior (154).



Compra de Café Verde

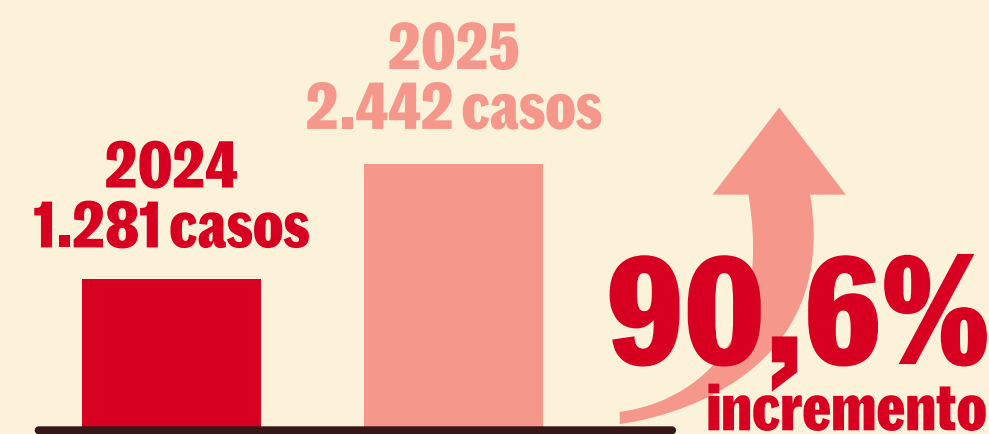
18.299 kg

Comprados a 49 caficultores accionistas.

Oficina de Atención al Accionista e Inversionista

Con el propósito de **fortalecer los lazos de confianza y garantizar una gestión transparente**, Procafecol S.A. dispone de la Oficina de Atención al Accionista e Inversionista, un **espacio estratégico para un contacto cercano y directo, brindar soporte integral en trámites clave como compra, venta, sucesión y donación de acciones y asegurar el ejercicio pleno de los derechos de los inversionistas**. La oficina registró un crecimiento relevante en sus niveles de servicio, duplicando la capacidad de respuesta frente al periodo anterior:

Evolución de la atención



Efectividad por canales (consultas rápidas y trámites)

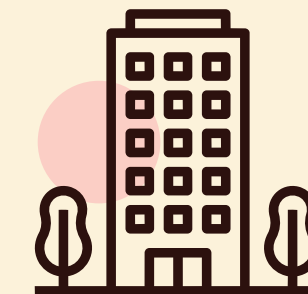
1.603
solicitudes resueltas

La estrategia se centró en la agilidad digital, consolidando a WhatsApp como el canal más efectivo y el preferido.

Canales de contacto y servicio

Para garantizar la accesibilidad, la compañía mantiene un ecosistema multicanal de atención:

Atención presencial (Cita previa)



Oficina central en
Bogotá: Calle 73 # 8-13
Torre A, piso 3.

Canales digitales



Correo electrónico:

acciones.procafecol@juanvaldezcafe.com



WhatsApp corporativo:

320 865 0077.

Línea exclusiva: (601) 482 4892.

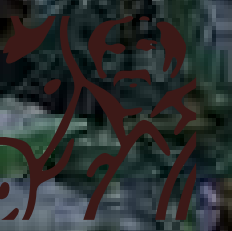


Horarios de servicio:

Lunes a jueves: 8:00 a.m. a 1:00 p.m.

y 2:00 p.m. a 5:30 p.m.

Viernes (jornada continua): 7:00 a.m. a 2:00 p.m.



DONACIONES Y ALIANZAS

PARA EL DESARROLLO



COMPROMISO DE PROCAFECOL S.A. CON EL BIENESTAR SOCIAL DE COLOMBIA DURANTE EL 2025

Mediante una estrategia de inversión social basada en donaciones en especie y dinero. **Estas acciones, ejecutadas a través de alianzas con organizaciones de trayectoria nacional, permitieron fortalecer el impacto positivo de la marca en las comunidades y el sector cafetero.**

La inversión total en donaciones ascendió a
1.375.414.364 COP
distribuida en tres ejes de impacto:

Seguridad alimentaria y apoyo social

La compañía mantiene una alianza con la **Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO)**, orientada a impactar positivamente a las comunidades vulnerables mediante la donación de productos de la marca y alimentos.



Más de
8.300 kg

de productos entregados, con un impacto mayor concentrado en Bogotá, Zipaquirá y Villavicencio.

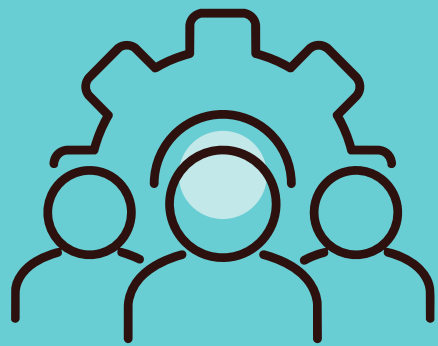
Atendimos a más de
1.400.000
personas a través de la red de apoyo

La compañía realizó un aporte monetario, reafirmando su compromiso con la erradicación del hambre y el bienestar de la niñez.

Concierto Todos Juntos: en un hito de movilización social, Procafécol S.A. se unió el 23 de noviembre de 2025 al concierto Todos Juntos, celebrado en el Movistar Arena de Bogotá con el objetivo de recaudar fondos para fortalecer los proyectos de nutrición infantil de la red ABACO.

La compañía realizó un aporte monetario, reafirmando su compromiso con la erradicación del hambre y el bienestar de la niñez.

Desarrollo cooperativo



Para robustecer el ecosistema que soporta a las familias caficultoras, en 2025 Procafécol S.A. donó dinero a la Fundación para el Desarrollo Cooperativo. **Con estos recursos se contribuyó a financiar su operación administrativa y fortalecer sus acciones misionales,** asegurando que el sistema cooperativo cuente con la capacidad necesaria para el acompañamiento técnico y comercial de los productores.

Fertirespaldo

Impulso a la productividad cafetera



En línea con la estrategia de sostenibilidad y apoyo al origen, **la organización se unió al programa Fertirespaldo, una iniciativa liderada por la Federación Nacional de Cafeteros para financiar la fertilización de áreas de café** en etapa de levante, fase crucial para el futuro de la producción nacional.



ACCIÓN **CLIMÁTICA**



RUTA HACIA LA META A 2030

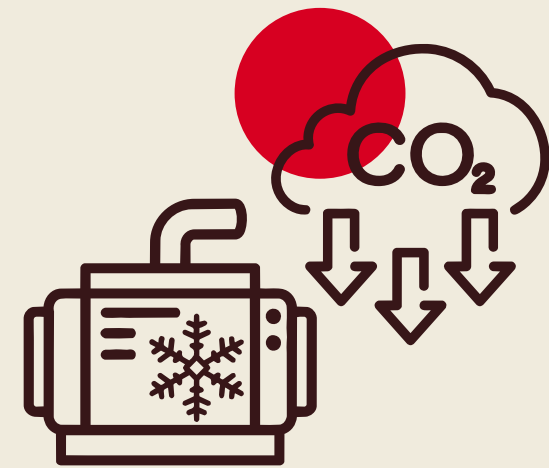
En línea con el propósito de generar valor sostenible, Procafécol S.A. **reafirmó en 2025 su adhesión al compromiso global Race to Zero de las Naciones Unidas**, ratificando así su objetivo de **alcanzar cero emisiones netas de carbono para el año 2050.**

Durante este año se materializó la estrategia de acción climática a través de un plan de reducción robusto, enfocado en la implementación de buenas prácticas operativas, la optimización en el uso de los recursos y la mitigación de gases de efecto invernadero (GEI) en toda la cadena de valor.



Para avanzar en la hoja de ruta climática, en la compañía se priorizaron estos proyectos estratégicos:

Gestión y eficiencia energética



Se fortaleció la gestión energética con sensibilización interna, gestión de incentivos tributarios, auditoría de facturación eléctrica y optimización en la contratación de comercializadores de energía.



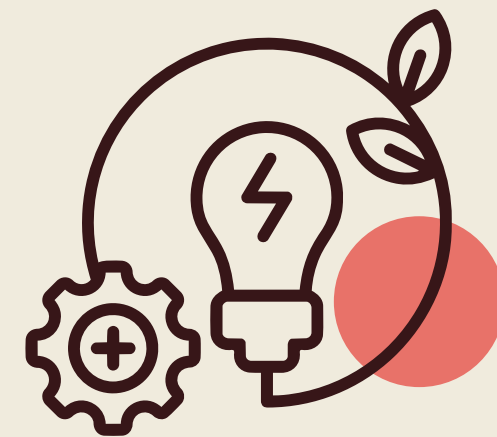
Actualización del Plan de Descarbonización

Se actualizó el Plan de Descarbonización de la compañía. Este ejercicio permitió refinar su hoja de ruta, al ajustar las proyecciones y acciones necesarias para garantizar el cumplimiento de las metas de reducción a mediano y largo plazo.



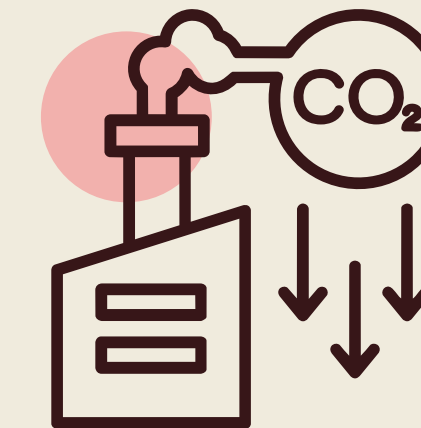
Reconversión tecnológica

Se estructuró un proyecto de renovación de equipos refrigerantes mediante el recambio de activos críticos por tecnologías con mayor eficiencia energética y gases de menor Potencial de Calentamiento Global (GWP), reduciendo así el impacto de las emisiones fugitivas. Esta planeación sienta la base para la implementación de 2026, cuyo objetivo es mejorar el desempeño energético y climático de la compañía.



Cultura de eficiencia en tiendas

Se diseñaron e implementaron lineamientos para las tiendas Juan Valdez®, incluyendo guías de eficiencia energética y uso responsable del agua, promoviendo una gestión ambiental transversal a la experiencia de servicio.



Adhesión a Exponential Roadmap Initiative (ERI)

Procafecol S.A. se unió a esta plataforma global que impulsa para el año 2030 la reducción de las emisiones a la mitad y cero emisiones netas para el 2050. Con esta adhesión la compañía busca acelerar las metas de Race to Zero, alineando la estrategia corporativa con los límites planetarios a través de metodologías basadas en ciencia climática.



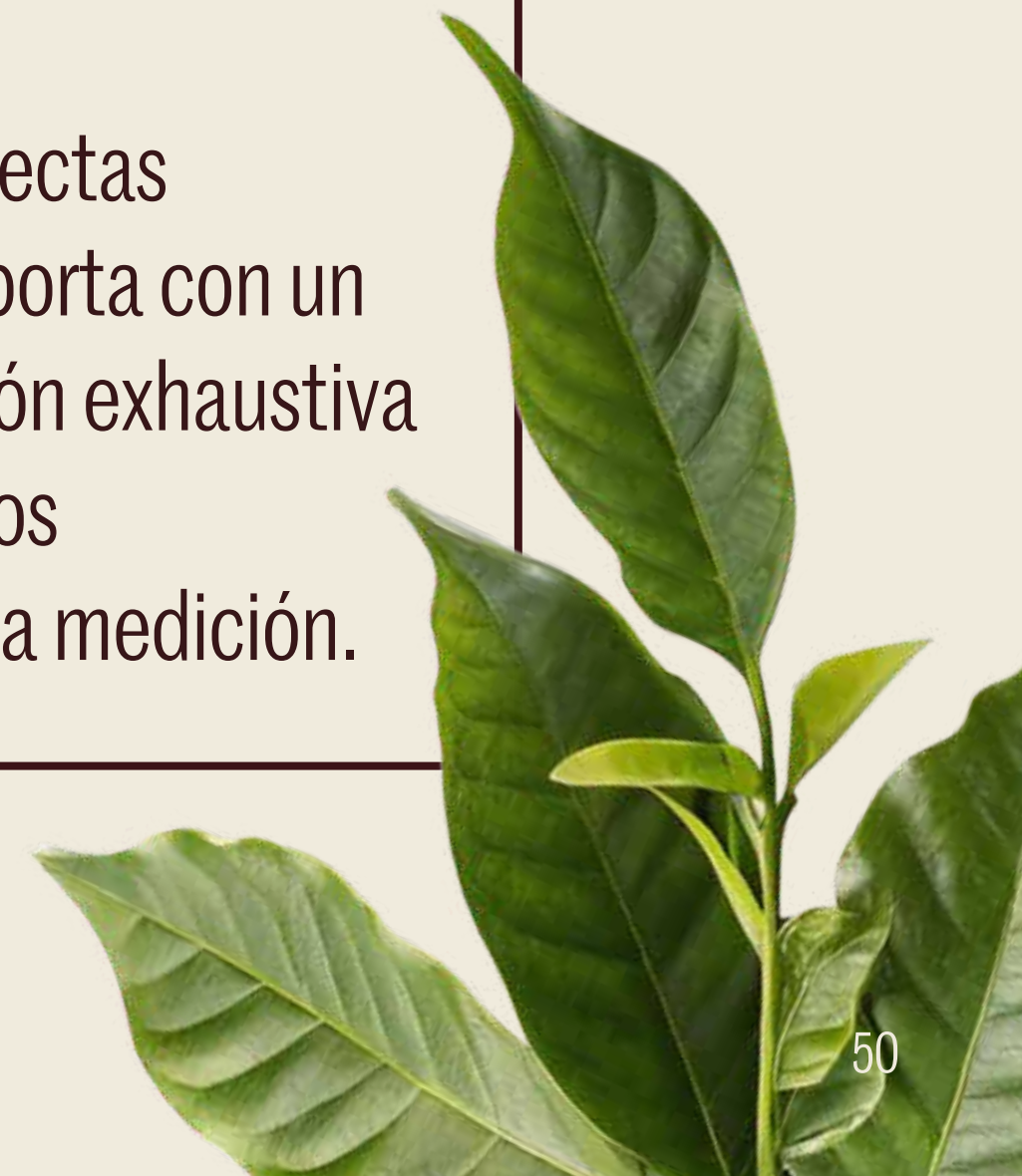
MEDICIÓN Y REPORTE DE EMISIONES DE GEI

Nota aclaratoria sobre el ciclo de reporte

En línea con su compromiso con el rigor técnico y la transparencia, Procafécol S.A. aplica un ciclo de reporte diferenciado para los distintos alcances de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

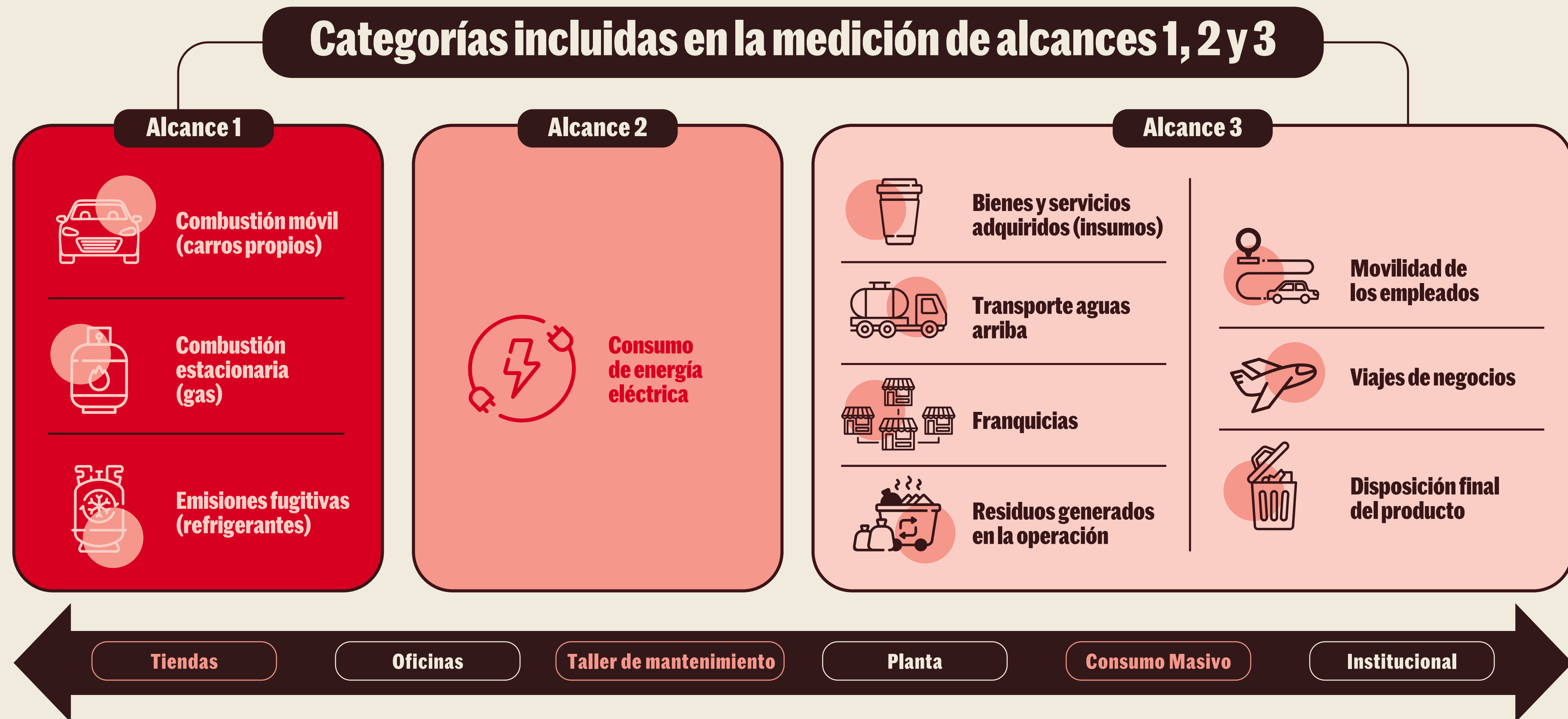
El inventario correspondiente a **alcance 1 y alcance 2**, relacionado con las emisiones directas de la operación y el consumo de energía eléctrica, se calcula y reporta sobre una base de **año vencido**, (el mismo año del informe). Esto permite reflejar los resultados de gestión más recientes.

Por su parte, el **alcance 3**, que incluye las emisiones indirectas asociadas a la **cadena de suministro extendida**, se reporta con un **desfase de un año**. Esta metodología permite una revisión exhaustiva y la incorporación de información verificada por parte de los proveedores, garantizando así precisión y trazabilidad en la medición.





Con el compromiso de asegurar la trazabilidad, transparencia y comparabilidad de su gestión climática, Procafecol S.A. realiza la medición de su inventario de gases de efecto invernadero (GEI) bajo los estándares internacionales más reconocidos. Desde 2019, la compañía **aplica los lineamientos del Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) y la norma ISO 14064-1**, garantizando así un reporte alineado con la ciencia climática global.



Alcance 1. Incluye las emisiones directas generadas por fuentes que son propiedad o están controladas por la organización, como el uso de gas para calefacción, equipos de refrigeración o vehículos corporativos.

Alcance 2. Corresponde a las emisiones indirectas asociadas al consumo de electricidad, vapor o calor adquiridos.

Alcance 3. Comprende las demás emisiones indirectas que se generan a lo largo de la cadena de valor de la organización, tanto aguas arriba como aguas abajo, y que no están incluidas en los alcances 1 y 2.



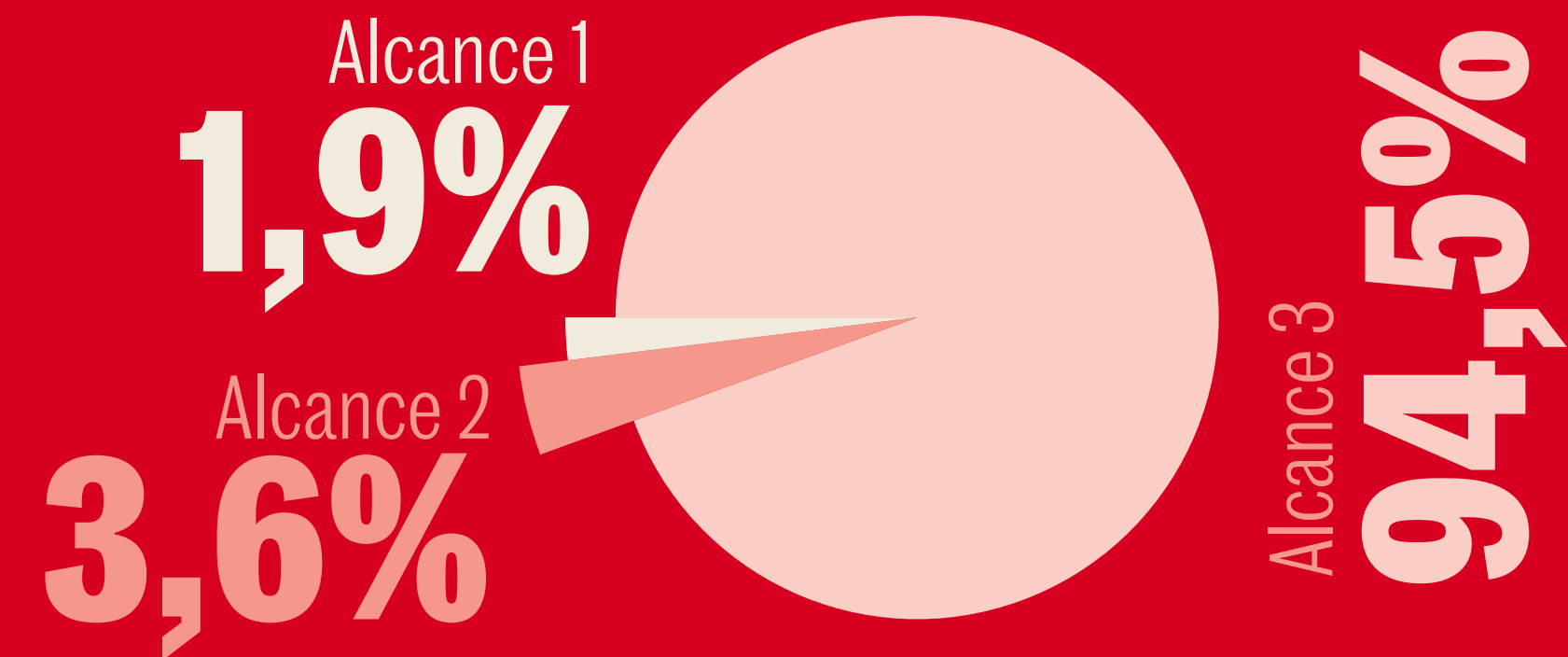
HUELLA DE CARBONO PROCAFECOL S.A.

Evolución de las emisiones de alcance 1, 2 y 3

Valores en tCO₂e

Año	Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3	Total
2022	540	1.218	33.176	34.953
2023	590	1.407	38.457	40.454
2024	1.153	2.205	57.395	60.753
2025	693	1.177	-	1.870

Distribución por tipo de alcance (Año 2024)





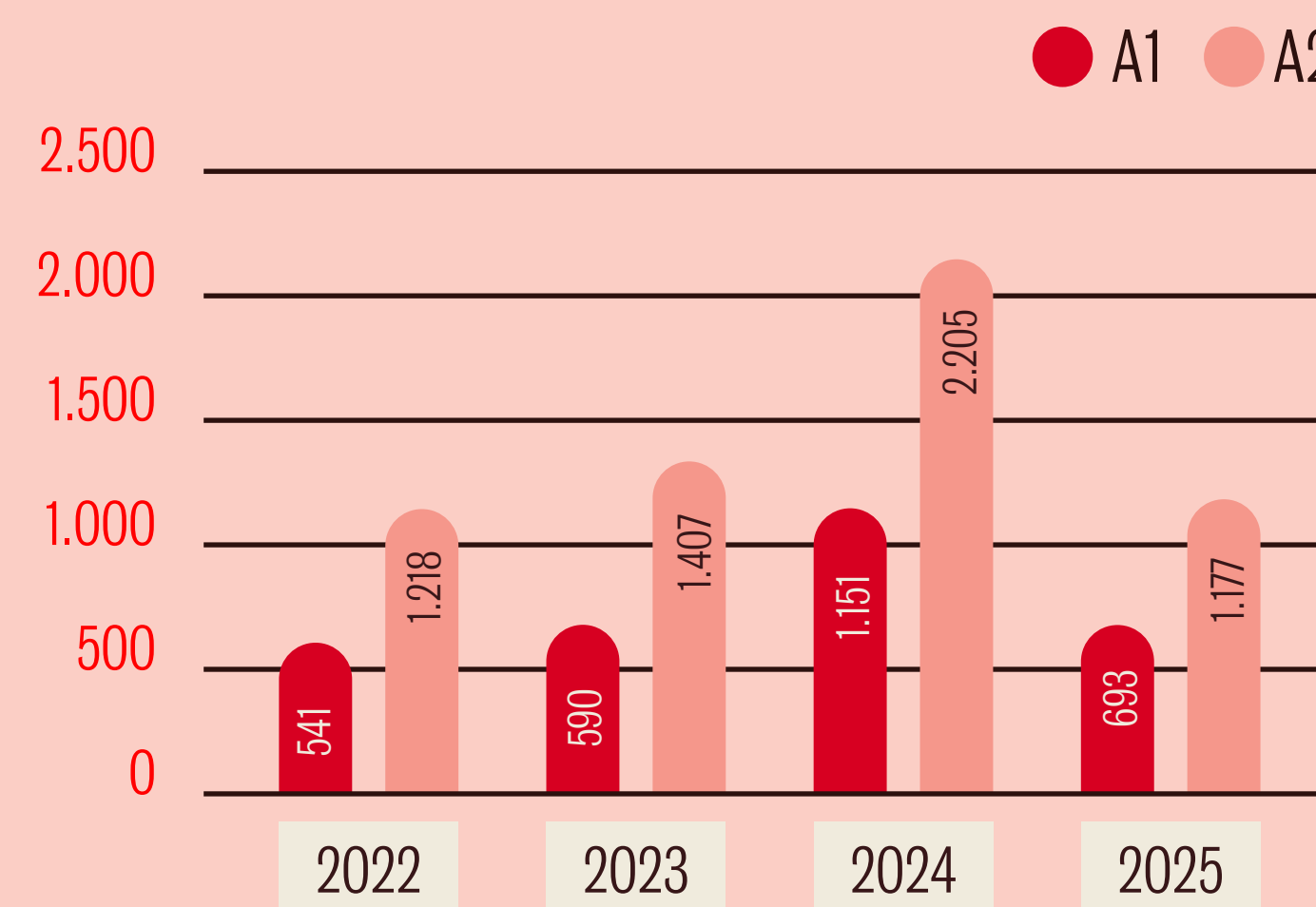
ALCANCE 1 Y ALCANCE 2

Para el periodo 2025, el inventario de emisiones derivadas de la operación directa de Procafecol S.A. totalizó 1.870 tCO₂e.

Emisiones directas de la organización (tCO₂e)

Este resultado se desagrega en:

- Alcance 1: 693 tCO₂e
- Alcance 2 (emisiones indirectas por consumo de energía eléctrica): 1.177 tCO₂e



Bajo el compromiso de transparencia de la compañía, se aclara que el resultado de Alcance 2 es idéntico tanto en la medición basada en la ubicación (Location-based) como en la basada en el mercado (Market-based).

Durante el 2025, la compañía mantuvo su enfoque en la gestión responsable de los activos críticos. El comportamiento de las emisiones directas refleja la continuidad en el plan de mantenimiento de los sistemas de refrigeración y climatización en tiendas.

En 2025, Procafecol S.A logró una reducción del **39,79%** en sus emisiones de Alcance 1, pasando de **1.151,39 Ton CO₂eq** en 2024 a **693,24 Ton CO₂eq**. Este resultado positivo se fundamenta en dos hitos operativos:

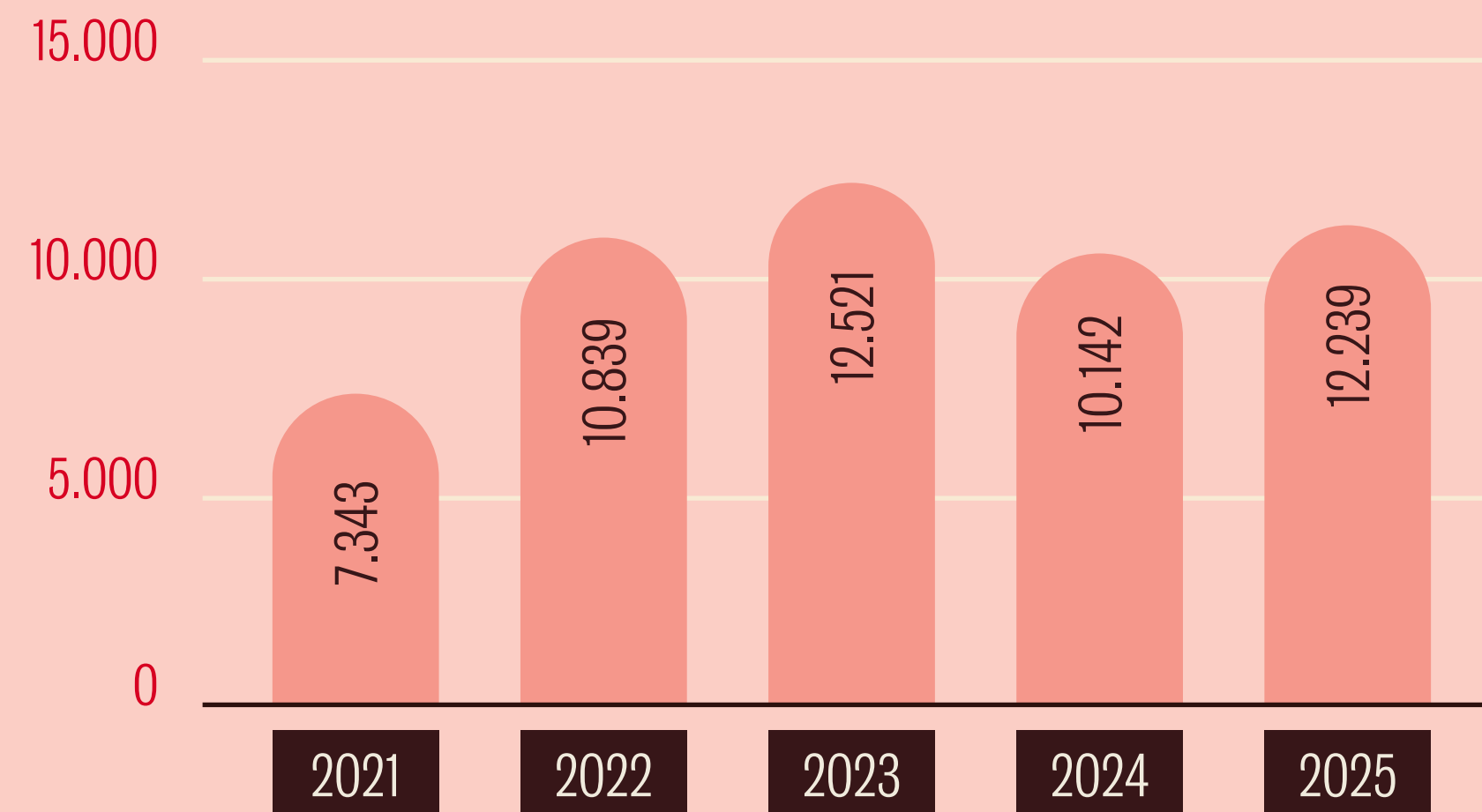
- **Transición a Gas Natural:** La compañía disminuyó el uso de combustibles fósiles en su planta de producción mediante la transición de GLP a gas natural, una fuente de energía más eficiente y con mejor desempeño climático.
- **Control de Emisiones Fugitivas:** Se registró una caída del 42,57% en esta categoría, gracias a la implementación de recambios tecnológicos en equipos de refrigeración y a la estandarización de los planes de mantenimiento preventivo, lo que permitió mitigar de forma efectiva la pérdida de gases refrigerantes.

**Espacio para debatir si hubo aumento, disminución o se mantienen las emisiones de alcance 1.



Para el periodo 2025, el consumo total de energía eléctrica de Procafecol S.A. ascendió a 12.239 MWh.

Consumo de energía (MWh)



La energía, suministrada a través del Sistema Interconectado Nacional (SIN), abastece de manera transversal la operación de la compañía y garantiza el funcionamiento de las tiendas en sus formatos exprés, barra y terraza, así como de las sedes administrativas en Barranquilla, Medellín y Bogotá y la planta de producción ubicada en Funza, Cundinamarca.

En 2025, Procafecol S.A. registró un incremento del 20% en su consumo de energía (kWh), impulsado por el crecimiento en ventas y la expansión de la operación. No obstante, las emisiones generadas presentaron una tendencia opuesta, disminuyendo notablemente debido a que el factor de emisión del sistema eléctrico colombiano (XM) se redujo en un 59%, permitiendo que la operación tuviera un impacto climático menor por cada unidad de energía utilizada.

Ajuste Huella 2024

En un ejercicio de transparencia y rigor técnico, **se aplicó un ajuste metodológico** al cálculo de la huella de carbono reportada en 2024 para el alcance 2. La cifra inicialmente estimada en **1.135 tCO₂e** fue corregida a **2.205 tCO₂e**, como resultado de la actualización del **factor de emisión** utilizado.

Este ajuste se debe a la adopción del indicador reportado por el operador **XM (0.21742 tCO₂e/MWh)**, que refleja con mayor

precisión la realidad climática del país. Durante 2024, **el Fenómeno de El Niño** redujo drásticamente los aportes hídricos al sistema, lo que obligó a una mayor participación de fuentes térmicas y provocó un **incremento del 22,83 %** en la intensidad de carbono de la red eléctrica nacional.

Este aumento en las emisiones reportadas **no debe interpretarse como un retroceso en el desempeño operativo**. Por el contrario, la compañía demostró una gestión energética eficiente, al **reducir un 19% el consumo real de energía (kWh)** frente a escenarios base anteriores. **Este logro fue posible gracias a la implementación de tecnologías más eficientes, incluyendo el recambio de equipos.**

En síntesis:

- **Factor externo (red eléctrica):** el incremento del factor de emisión nacional se traduce en un aumento en la huella de carbono reportada.
- **Gestión interna (operación de Procafecol):** la reducción efectiva del consumo energético refleja una mejora operativa tangible y una gestión eficiente de los recursos.

Procafecol S.A. reafirma su compromiso con la optimización del uso de recursos, actuando proactivamente ante variables climáticas externas que escapan de su control operativo.



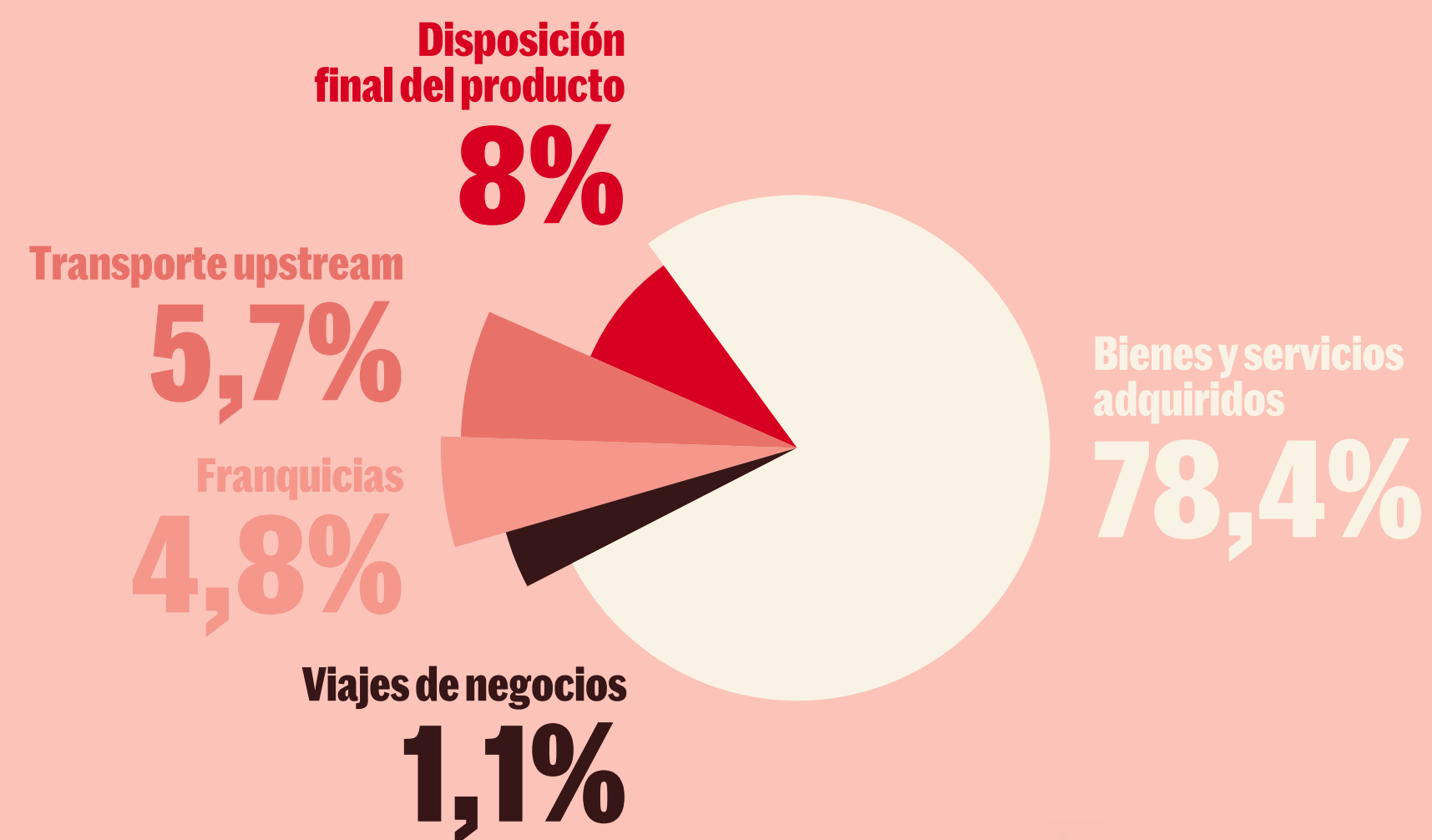
ALCANCE 3

Categorías de la medición del alcance 3

Categorías de la medición del alcance 3

- Bienes y servicios adquiridos para uso en tiendas, áreas administrativas y de 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.

Distribución por categorías significativas de alcance 3



Para el periodo 2024, la huella de carbono de alcance 3 ascendió a 57.395 tCO₂e.

Este valor representó el 94,5% de las emisiones totales de la compañía, lo que reafirma que el mayor impacto climático se da más en la cadena de valor que en la operación directa.

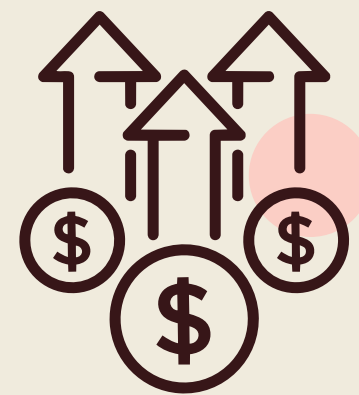




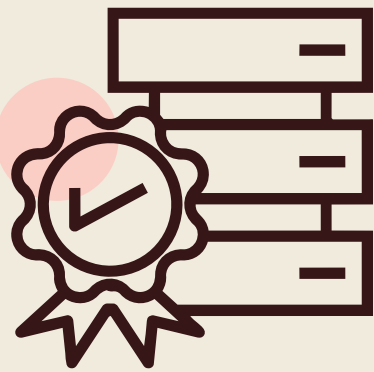
En comparación con 2023,
se registró una variación del

50,2%

debido a la combinación de tres factores
clave identificados durante la medición:



Crecimiento del negocio: el aumento en ventas y la expansión de la operación generaron una mayor demanda de insumos y una intensificación de la logística, lo que elevó la huella de carbono.



Mejora en la calidad del dato: se actualizaron los factores de emisión para insumos críticos como café, lácteos y mezclas en polvo, priorizando fuentes más consolidadas y comparables internacionalmente.



Mayor cobertura: se fortaleció la captura de información en categorías como transporte upstream y residuos, reduciendo la incertidumbre asociada a estos datos.

Huella de carbono (tCO₂e)

Categorías	2023	2024	Variación
Bienes y servicios adquiridos	31.449	44.986	43%
Disposición final del producto	2.282	4.593	101%
Transporte upstream (tercerizado)	1.200	3.246	170%
Franquicias	1.654	2.738	66%
Movilidad de los empleados	738	849	15%
Viajes de negocios	387	632	63%
Generación de residuos	746	350	-53%
Total	38.456	57.395	49%



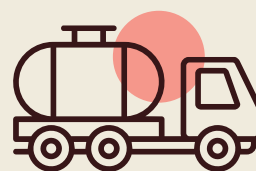
El perfil de las emisiones de alcance 3 se concentra mayoritariamente en la adquisición de bienes y servicios, en línea con la naturaleza comercial de la compañía. Sin embargo, todas las categorías presentaron cambios importantes para la medición:

1  **Bienes y servicios adquiridos**

(78,4%): 44.986 tCO₂e

2  **Disposición final de producto**

(8,0%): 4.593 tCO₂e

3  **Transporte aguas arriba**

(5,7%): 3.246 tCO₂e

El aumento del 43% frente al periodo anterior se debe principalmente a:

- Mayor volumen de compras, asociado al crecimiento del negocio.
- Actualización de factores de emisión, en especial los correspondientes a la cadena de valor del café.
- El análisis detallado de las categorías de insumos le ha permitido a Procafécol S.A. enfocar sus estrategias de descarbonización en los rubros con mayor impacto dentro de la cadena de suministro.
- Durante 2024, las categorías más significativas de Procafécol S.A. son el café, los lácteos y los materiales de envases y empaques, representando un 59,9% de la huella de carbono total.

Esta categoría presentó un incremento del 101% respecto a 2023 (2.282 tCO₂e). La variación responde a:

- Ajustes en la metodología de cálculo, incorporando tasas de reciclaje nacionales.
- Revisión de supuestos de disposición final, especialmente para tiendas grandes y exprés.

Aumentó un 170% frente al año anterior debido a:

- Apertura de nuevos puntos de venta que incrementaron la demanda logística.
- Mejora en la captura de datos con un reporte más preciso del transporte tercerizado.





4 **Franquicias**

(4,8%): 2.738 tCO₂e

Las emisiones de esta categoría crecieron un 66% frente a 2023 por:

- Mayor actividad comercial, lo que impulsa directamente esta categoría por su relación directa con las ventas.

5 **Movilidad de los empleados**

(1,5%): 849 tCO₂e

▪ **Se tuvo un incremento con respecto al año pasado en un 15%**

- Este resultado obedeció al aumento del uso de transporte de vehículos a gasolina por parte de los colaboradores, cómo motocicletas, vehículos propios, uso de plataformas y transporte público.

6 **Viajes de negocios**

(1,1%): 632 tCO₂e

▪ **Se evidenció un incremento del 63% frente al periodo anterior (387 tCO₂e), impulsado por:**

- Ejecución del Plan de Expansión Internacional, que requirió una mayor movilidad de los equipos de trabajo para la apertura, supervisión y consolidación de nuevos mercados. Este sin duda es parte de las apuestas de la marca para los próximos años, así que seguirá siendo un impacto material.

7 **Generación de residuos**

(0,6%): 350 tCO₂e

▪ **Se redujo la huella de carbono de esta categoría en un 53%**

- En 2024, Procafecol S.A. generó menos residuos en la operación, principalmente de aquellos No Aprovechables, al pasar de 1.477 toneladas en 2023 a 639 en 2024. Esto demuestra el compromiso de avanzar en la transición hacia materiales rveciclables.





UNA HUELLA QUE SE TRANSFORMA EN EL CAMINO HACIA 2050

Procafécol S.A. se ha propuesto un ambicioso compromiso para 2030: reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero en un 42 % para los Alcances 1 y 2, lo que se traduce en un tope anual de 1.055 tCO₂e, y en un 25 % para el Alcance 3, estableciendo un límite de 24.882 tCO₂e.

Si bien la compañía tiene un control directo sobre los alcances 1 y 2, el verdadero desafío reside en el alcance 3, que representa cerca del 95% de su huella total y abarca principalmente la cadena de valor.

Por ello, la estrategia de reducción **se enfoca en trabajar de manera articulada con los proveedores estratégicos**, optimizando procesos y promoviendo una comunicación efectiva para disminuir las emisiones asociadas.

En línea con esto, en 2025 se dio continuidad al diagnóstico ASG con proveedores, que incluye un capítulo específico sobre acción climática dentro del diagnóstico. Esta herramienta le permite a la compañía hacer seguimiento a las políticas, estrategias y acciones de nuestros proveedores estratégicos orientadas a la reducción de emisiones en conjunto.

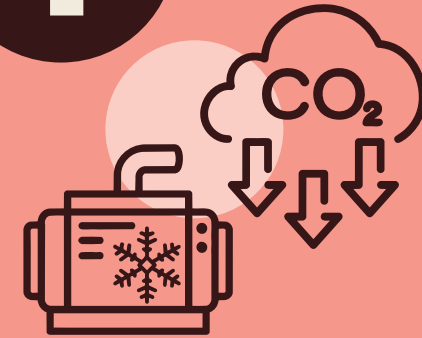
Además, Procafécol S.A. contribuyó al ejercicio de medición de huella de carbono liderado por la Federación Nacional de Cafeteros, reafirmando su compromiso con la institucionalidad cafetera. A la par, continúa con la implementación de estrategias de economía circular en envases y empaques primarios y secundarios con el objetivo de reducir su impacto ambiental.



Estrategia de descarbonización

A través de proyectos concretos y alianzas estratégicas, en 2025 Procafecol S.A. consolidó iniciativas que contribuyen a reducir emisiones y cumplir sus metas climáticas.

1

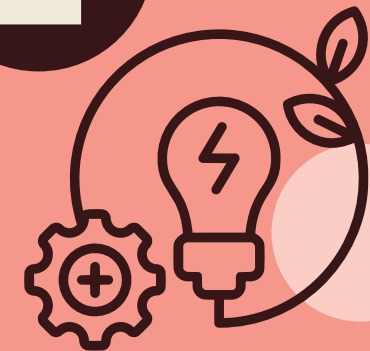


Reconversión tecnológica

En 2025, Procafecol estructuró el Proyecto de Reconversión Tecnológica, actualmente en fase de validación corporativa para su implementación escalonada en 2026. Esta iniciativa le permitirá a la compañía:

- Reemplazar equipos de refrigeración por tecnologías de alta eficiencia que operan con refrigerantes de mayor desempeño ambiental como el R290.
- Disminuir sustancialmente el consumo energético y las emisiones directas, gracias al uso de gases con bajo Potencial de Calentamiento Global (PCG).
- Generar beneficios adicionales derivados de la reducción de costos por consumo energético, tasas preferenciales y beneficios tributarios.

2



Eficiencia energética

Con controles operativos rigurosos, incluyendo auditorías de facturación y protocolos de cultura de consumo en tiendas, en 2025 Procafecol S.A. fortaleció la gestión energética. Esto le permitió:

- Materializar eficiencias y recuperar recursos que optimizan el gasto operativo.
- Generar retornos financieros significativos, con un beneficio tributario de COP 481.176.608 por la inversión en reconversión tecnológica.
- Realizar la evaluación estratégica para cambiar el comercializador de energía. Esto le permitirá implementar la medición inteligente y optimizar tarifas a partir de 2026.

3



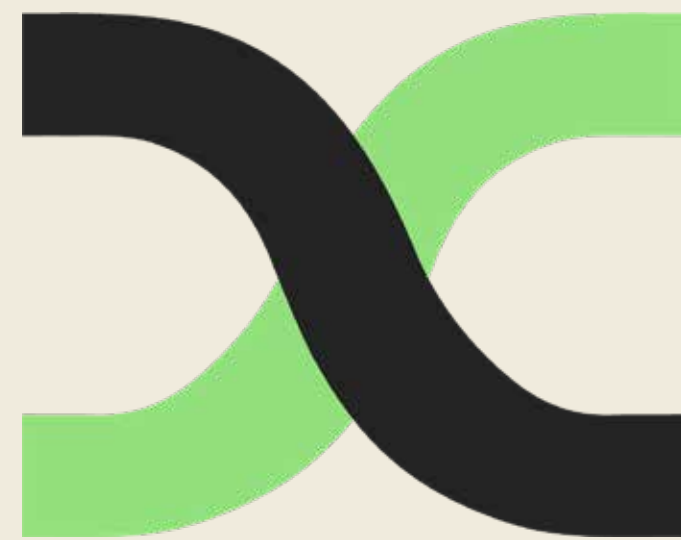
Exponential Roadmap Initiative (ERI)

En abril de 2024, Procafecol S.A. reorientó su estrategia de validación de metas climáticas ante las actualizaciones metodológicas del marco Science Based Targets Initiative (SBTi) para el sector de tierras y agricultura (FLAG). Como resultado:

- La compañía migró hacia estándares que ofrecen mayor agilidad y mejor alineación con su realidad operativa, sin sacrificar la rigurosidad científica.
- En agosto de 2025 se formalizó la adhesión a la Exponential Roadmap Initiative (ERI), como nuevo marco técnico para robustecer el Plan de Descarbonización.
- Esta integración refuerza la permanencia de Procafecol S.A. en la campaña global Race to Zero, lo cual le facilita el acceso a herramientas especializadas y espacios de relacionamiento internacional.
- Gracias al ecosistema ERI, la compañía fortalece la credibilidad de su hoja de ruta hacia la meta de cero neto en 2050 y potencia la adopción de soluciones innovadoras, especialmente para mitigar emisiones de alcance 3.



SOBRE ERI



**EXPONENTIAL
ROADMAP** Initiative

La Exponential Roadmap Initiative (ERI) es una plataforma global de colaboración y aliada de la campaña Race to Zero de las Naciones Unidas, que reúne a empresas, ciudades y organizaciones comprometidas con la acción climática.

Su objetivo es impulsar la meta de reducir a la mitad las emisiones de gases de efecto invernadero al 2030 y alcanzar cero neto en el año 2050. La iniciativa promueve metodologías científicas rigurosas que alinean la estrategia corporativa con los límites planetarios y aceleran la transformación hacia modelos de negocio sostenibles. Gracias a las orientaciones de esta iniciativa, durante el 2025 Procafecol S.A. actualizó su hoja de ruta climática con base en cinco fases metodológicas, diseñadas para garantizar la solidez técnica y la viabilidad operativa de las metas trazadas.



PLAN DE DESCARBONIZACIÓN 2025 - 2030

En 2025, Procafécol S.A. actualizó su Plan de Descarbonización 2025–2030 con el fin de alinear la estrategia corporativa con la ambición climática global, mediante una metodología que permitió definir una hoja de ruta clara hacia las metas de reducción. Este proceso, basado en la integración de variables técnicas y de negocio, permitió establecer prioridades para una transición efectiva y medible, como se detalla a continuación.



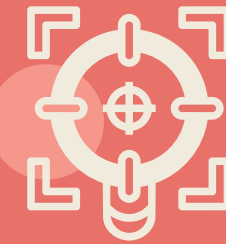


Revisión y mapeo



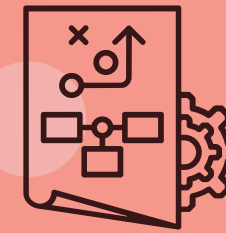
Se realizó un diagnóstico integral que partió del análisis de las iniciativas de sostenibilidad previas y de la evaluación rigurosa de la huella de carbono actualizada a 2024, estableciendo una línea base precisa para la toma de decisiones.

Identificación de enfoques



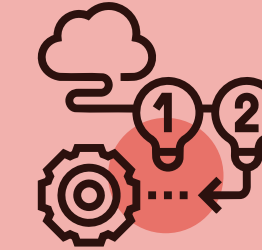
A partir del diagnóstico, se identificaron las categorías de emisión más relevantes, permitiendo focalizar los esfuerzos en las áreas con mayor potencial de abatimiento.

Alineación estratégica



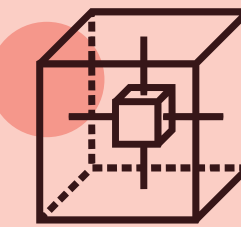
Se integraron las proyecciones de crecimiento en ventas hasta el 2030, asegurando que la Estrategia de Descarbonización sea coherente con la expansión del negocio y acompañe el desarrollo comercial de la compañía.

Priorización



Se desarrolló una matriz de priorización de proyectos que evaluó criterios como la complejidad técnica, la inversión requerida, el impacto en la reducción de emisiones y los plazos de implementación.

Modelación



El proceso culminó con la modelación técnica de las curvas de reducción, definiendo la trayectoria proyectada de emisiones para la organización y asegurando el cumplimiento de los compromisos adquiridos.

La consolidación de esta hoja de ruta técnica, respaldada por la metodología de la Exponential Roadmap Initiative (ERI), materializa la determinación de Procafécol S.A. para cumplir con los compromisos globales adquiridos bajo la campaña Race to Zero. **De esta manera, la compañía alinea su crecimiento comercial con los límites planetarios y asegura la trazabilidad y el rigor necesarios para avanzar hacia cero emisiones netas de carbono en 2050.** Así reafirma que la acción climática es un habilitador indispensable de su competitividad y la generación de valor compartido.



Líneas de acción prioritarias

UN CAMINO HACIA EL CERO NETO

Como resultado de la actualización del Plan de Descarbonización, y tomando como base los hallazgos de la huella de carbono 2024, **la compañía identificó que la ruta efectiva hacia la descarbonización exige trascender la gestión operativa tradicional.** El diagnóstico confirmó que el mayor desafío y oportunidad reside en la cadena de valor extendida, lo que llevó a Procafecol S.A. a estructurar un portafolio de iniciativas focalizadas que buscan reducir emisiones y transformar la manera en que la marca se relaciona con sus recursos y proveedores, priorizando aquellos frentes con mayor potencial de abatimiento y retorno sostenible.

Transformación de la cadena de valor (alcance 3)

Dada la relevancia del alcance 3 de la huella de carbono corporativa, la estrategia vuelca sus esfuerzos principales hacia el origen y la proveeduría:

Agricultura baja en carbono: se prioriza la gestión con la cadena de abastecimiento de café —la fuente de emisiones más significativa— mediante programas de compra de café certificado y el fomento de prácticas de agricultura regenerativa en las familias caficultoras. Esta aproximación se realizará como parte de una apuesta gremial.

Proveduría sostenible: fortalecimiento de alianzas con proveedores estratégicos de lácteos y otros insumos para reducir la intensidad de emisiones y mejorar la trazabilidad.

Circularidad: consolidación de la transición hacia materiales de menor impacto en envases y empaques, así como el fortalecimiento de iniciativas posconsumo como **Vaso Reúso y No Rompas el Ciclo**, que permiten desviar residuos de los rellenos sanitarios.

Eficiencia operativa y tecnológica (alcances 1 y 2)

Para la operación directa en tiendas, planta y oficinas, Procafecol S.A. definió acciones técnicas concretas:

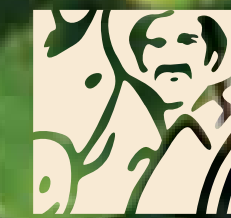
Gestión de refrigerantes (alcance 1): implementación de un plan de sustitución tecnológica y control de fugas para mitigar el impacto de los gases refrigerantes, principal componente de las emisiones directas.

Transición energética (alcance 2): adopción de guías de eficiencia energética para tiendas y evaluación de esquemas de compra de energía renovable (PPA/RECs) a mediano plazo.

Habilitadores y tendencias de mercado

El plan recomienda mantener un monitoreo activo de las tendencias en financiación sostenible para identificar oportunamente instrumentos o beneficios externos que puedan apalancar la renovación tecnológica y la eficiencia operativa, asegurando que la compañía aproveche las oportunidades del entorno para optimizar la implementación de su estrategia.





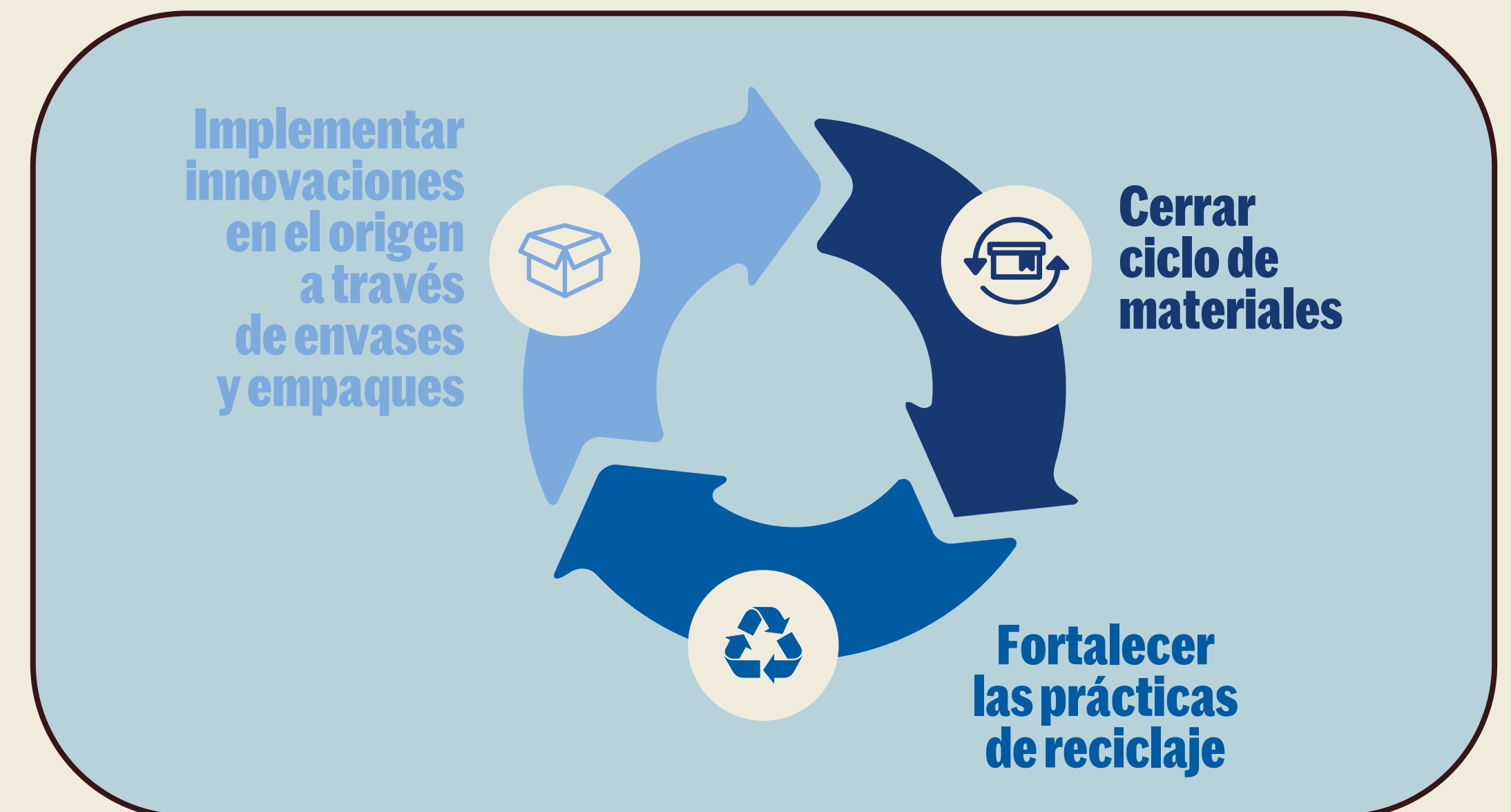
ECONOMÍA CIRCULAR



LA META A 2030, UN OBJETIVO EN DESARROLLO

En Procafecol S.A., la economía circular se consolida como un pilar estratégico para la construcción de un modelo de negocio resiliente y sostenible a largo plazo. En línea con los compromisos corporativos, la organización ha establecido una meta clara para el año 2030: **lograr que el 100% de sus envases y empaques sean reciclables o estén fabricados a partir de materiales compostables.**

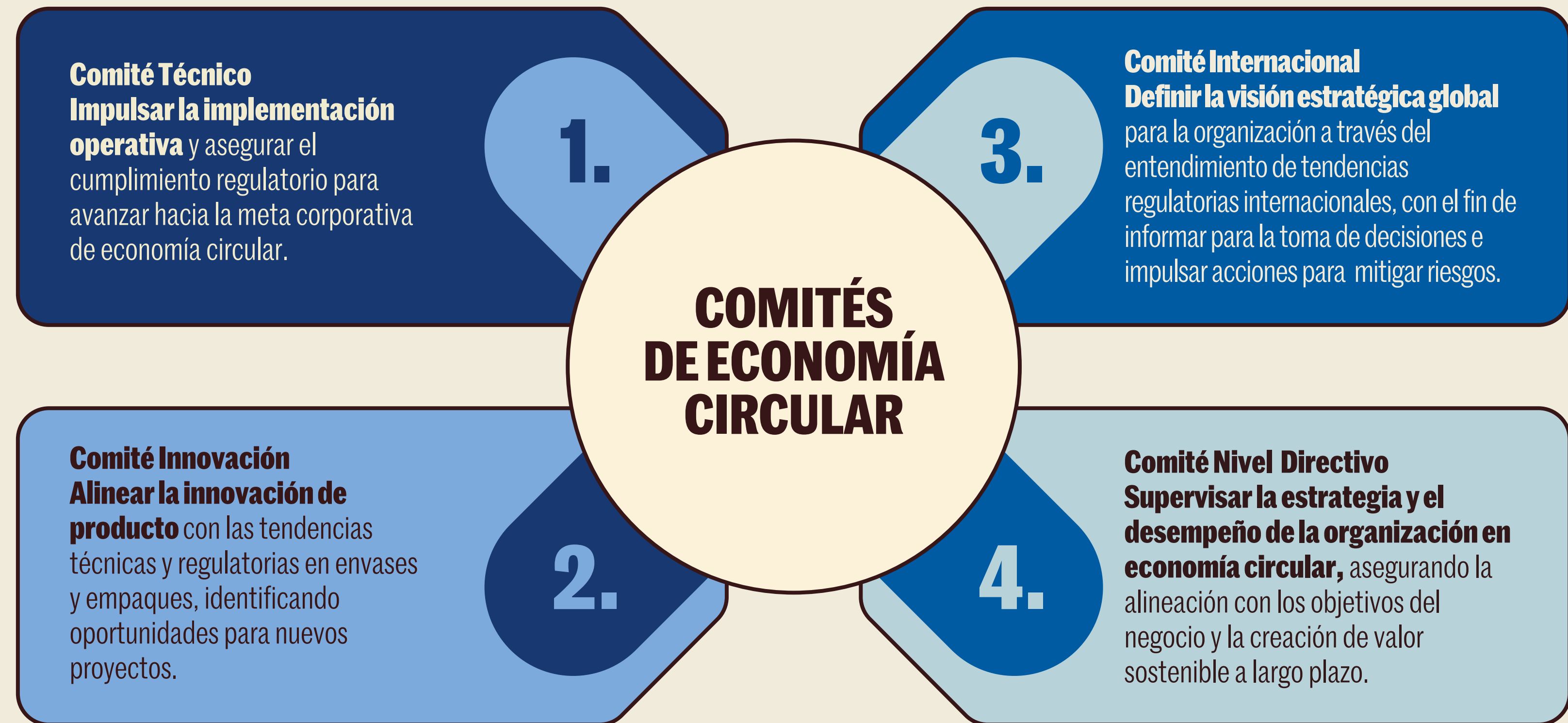
Para garantizar el cumplimiento de este objetivo, el **Comité de Economía Circular** lidera la articulación y el seguimiento de los proyectos transversales entre las diferentes áreas, promoviendo transformaciones que orienten la operación hacia estándares de mayor sostenibilidad. Durante el 2025 la compañía materializó diversas acciones clave:





COMITÉS DE ECONOMÍA CIRCULAR

En 2025, **Procafecol S.A.** impulsó una evolución estratégica del Comité de Economía Circular, redefiniendo su estructura de equipos de trabajo para responder de manera más efectiva a las necesidades del mercado, los desarrollos regulatorios, la innovación de producto y la expansión internacional de la marca Juan Valdez®. Esta nueva configuración se materializó en la definición de cuatro comités especializados:



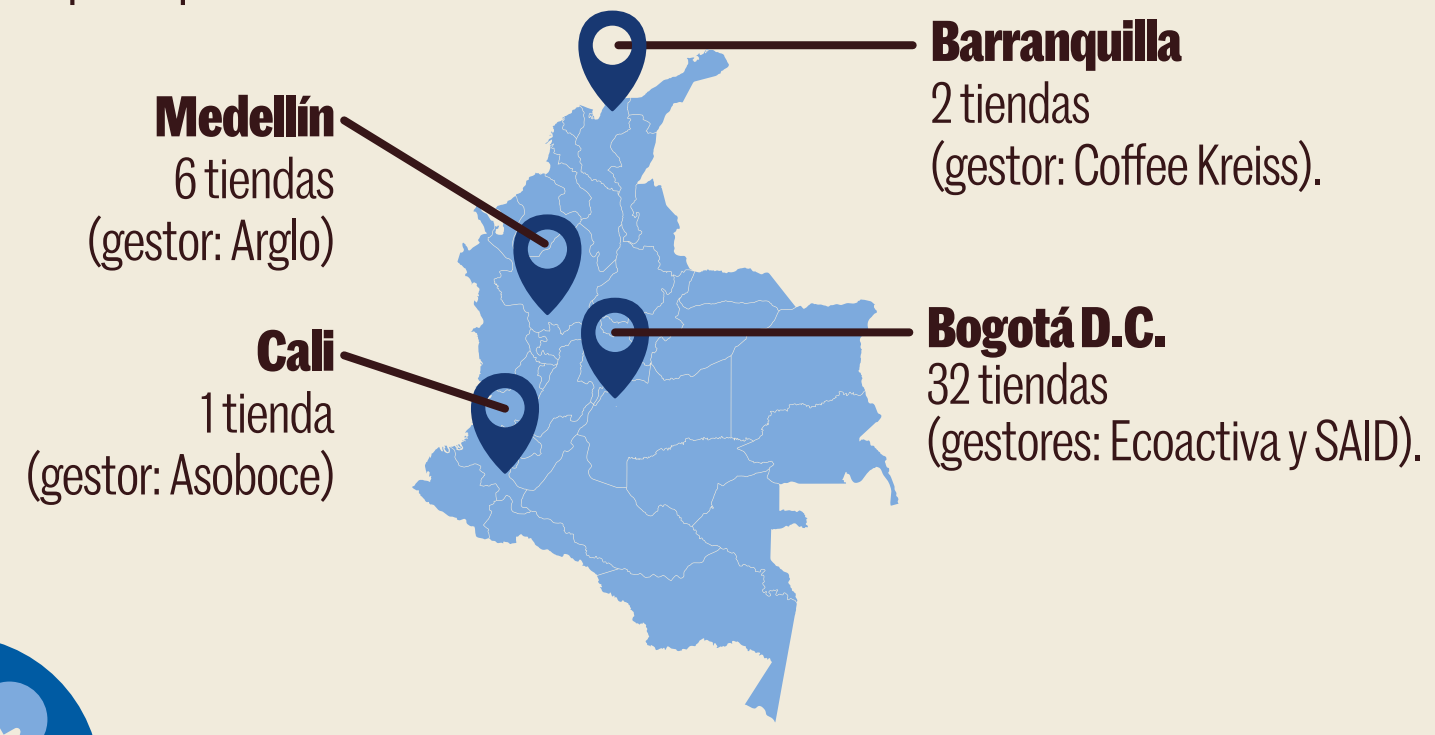


RESUMEN DE INDICADORES DE GESTIÓN 2025



Gestión de residuos

La optimización de los procesos de separación, reciclaje y valorización, le permitió a la compañía consolidar en 2025 la recolección selectiva de residuos en **41 tiendas** de 4 ciudades principales:

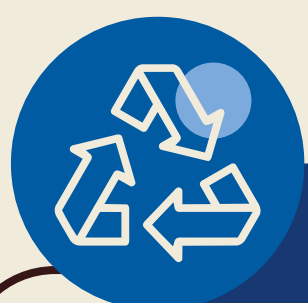
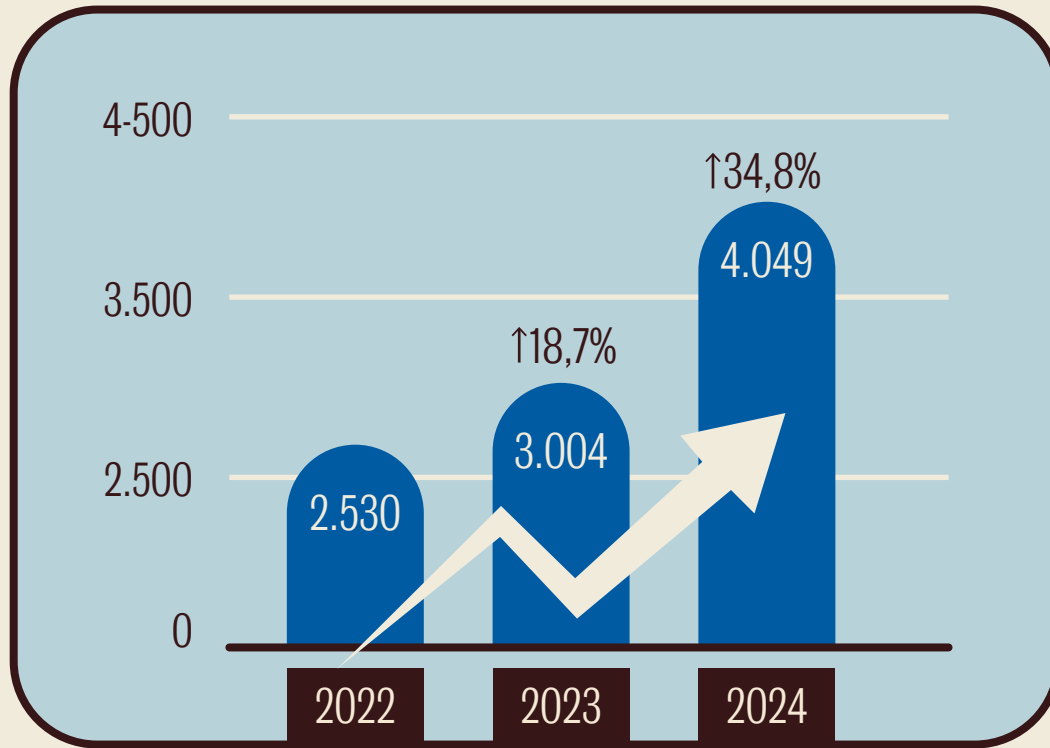


Cerca del **84%** de los residuos generados corresponde a materiales aprovechables.
(orgánicos, papel, plástico, chatarra, vidrio y electrónicos).



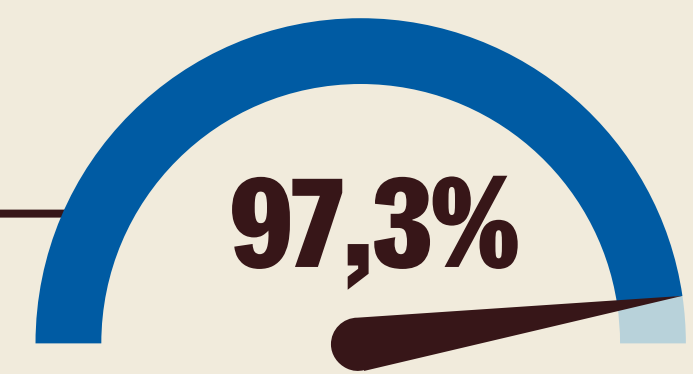
Histórico de toneladas totales de envases y empaques (E&E)

Puestos en el mercado durante los periodos en los que se ha auditado la línea base de la compañía, en conjunto con el Colectivo Visión Circular de la ANDI.



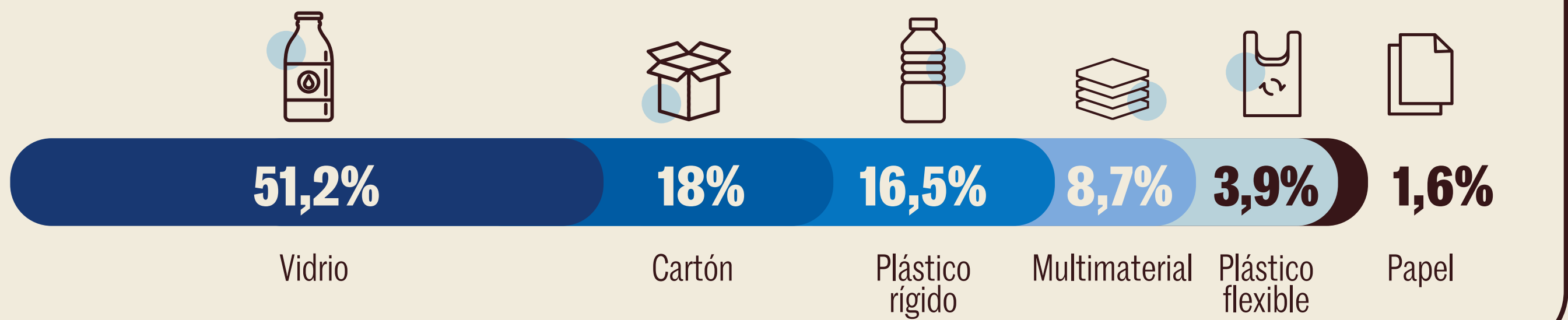
Porcentaje de reciclabilidad de los insumos (E&E)

Procafecol S.A. mantiene el compromiso de asegurar que el 100% de los envases y empaques puestos en el mercado sean reciclables o compostables.



En este contexto, la compañía registró un avance significativo en 2024, con el **97,3% del volumen comercializado cumpliendo ya con esta condición de reciclabilidad**. Este resultado subraya el progreso constante de la organización hacia la meta final de circularidad y la reducción del impacto ambiental de sus productos.

Distribución de empaques y envases según material





PROGRAMAS DE ECONOMÍA CIRCULAR

Gestión de residuos y eficiencia operativa: No Rompas el Ciclo de la Sostenibilidad

Este programa prioriza la eficiencia tanto en tiendas como en la planta de producción, con el doble objetivo de reducir la generación de residuos y potenciar el aprovechamiento de subproductos.

A continuación se relacionan los resultados de distintas iniciativas que aportan a la gestión de residuos en la operación general de la compañía:





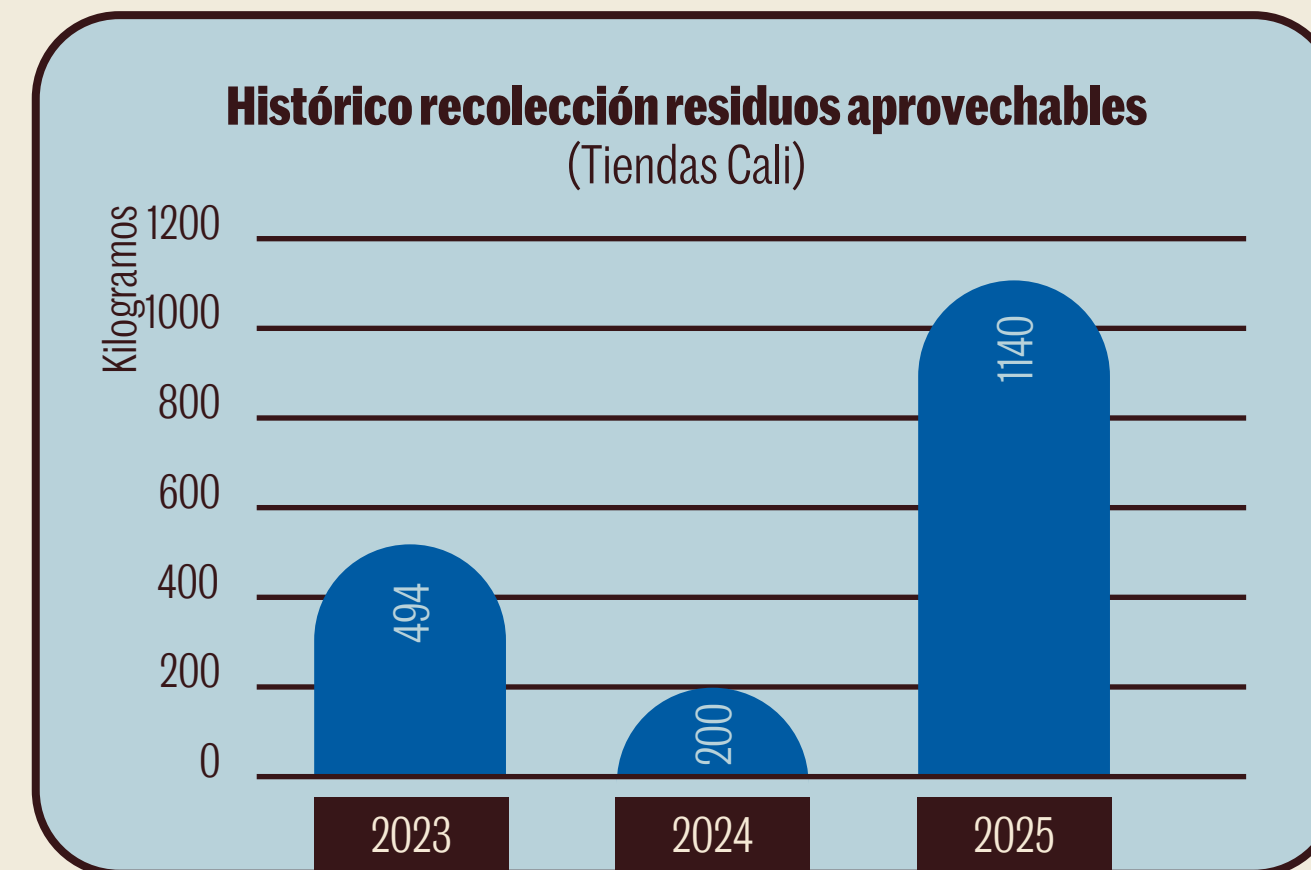
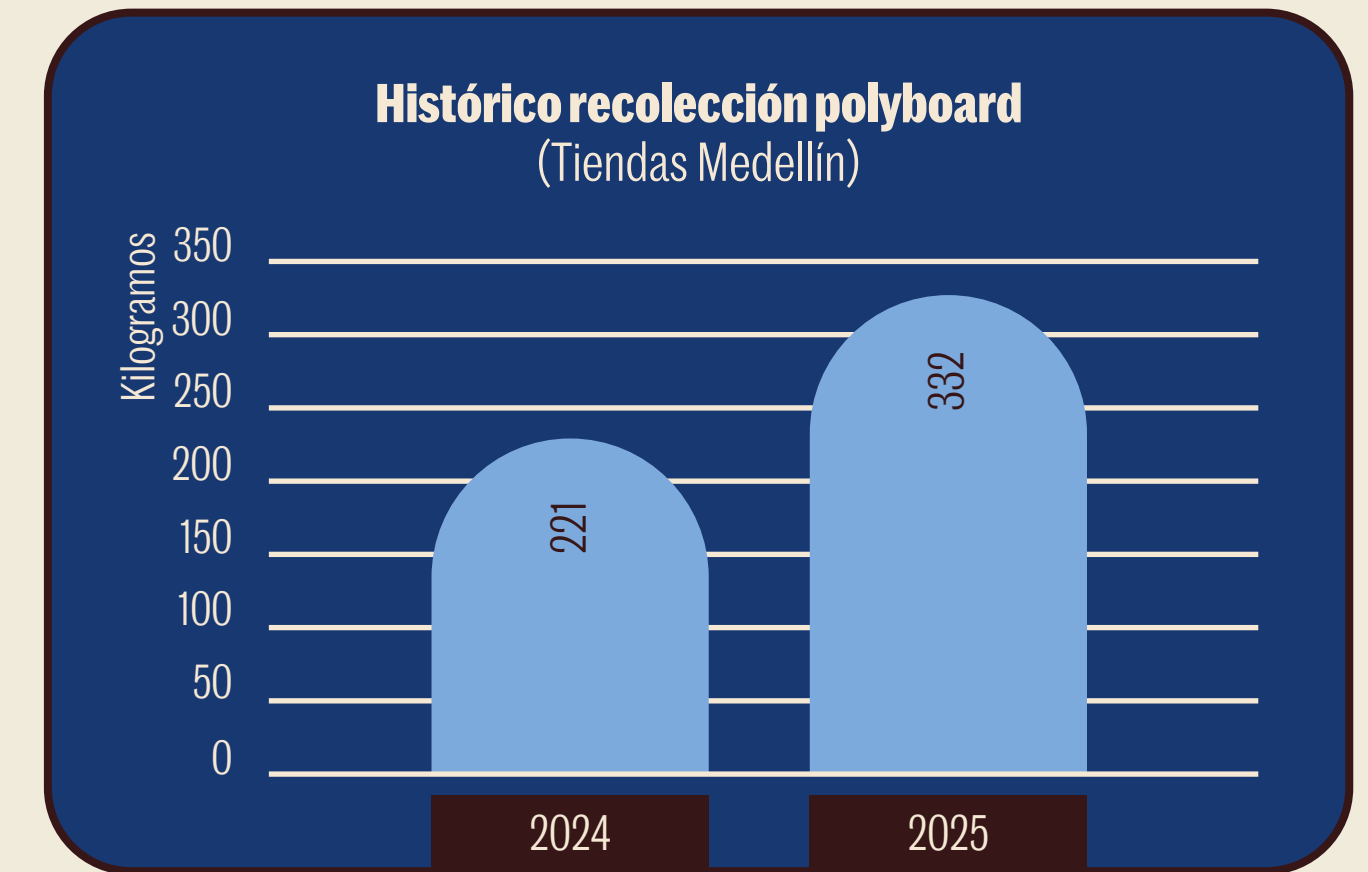
Cobertura nacional de gestión de residuos sólidos en tiendas: con la implementación de procesos de recolección selectiva en **41 tiendas**, se optimizó la gestión en canales de reciclaje y aprovechamiento.

- **Residuos orgánicos:** se recolectaron **276 toneladas**, gestionadas mayoritariamente mediante procesos de compostaje para la producción de mejoradores de suelo.
- **Materiales reciclables:** se recuperaron **135,23 toneladas** de cartón, polyboard, plástico, mobiliario, chatarra y componentes eléctricos.

Bogotá: 274 toneladas de residuos orgánicos con SAID e Interaseo (Opain) y 98,19 toneladas de aprovechables con Empacor e Interaseo.



Medellín: 3,6 toneladas de materiales aprovechables con el programa de Tork / Arglo (0,35 toneladas de polyboard y 2,71 toneladas de cartón).



Cali: 1,14 toneladas de materiales aprovechables con Asoboce.



Barranquilla: 1,27 toneladas de residuos orgánicos (borra) gestionadas con Coffee Kreiss para la elaboración de tazas y platos.

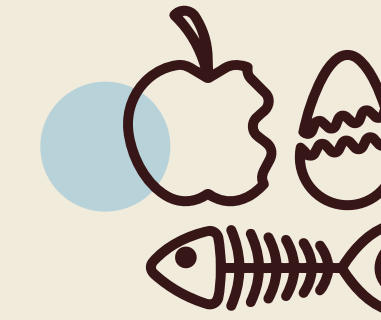


Cobertura de gestión de residuos sólidos en planta de producción:

- **Residuos orgánicos:** se gestionó el **100%** del material generado, equivalente a **141 toneladas**.
- **Material aprovechable:** se recuperaron **22,5 toneladas** de materiales valorizables, incluyendo cartón, plástico, chatarra y componentes electrónicos.

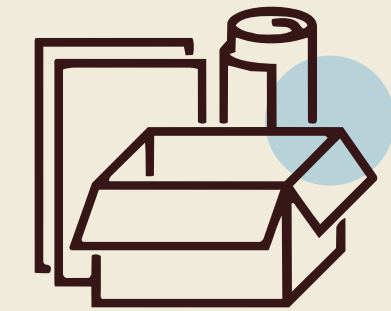
Optimización de RESPEL (residuos peligrosos): mediante la alianza con Lasea y un riguroso proceso de clasificación y despiece, **la generación de residuos peligrosos se redujo un 97%**, pasando de 9,2 toneladas en 2024 a solo **0,25 toneladas** en 2025.

Residuos orgánicos



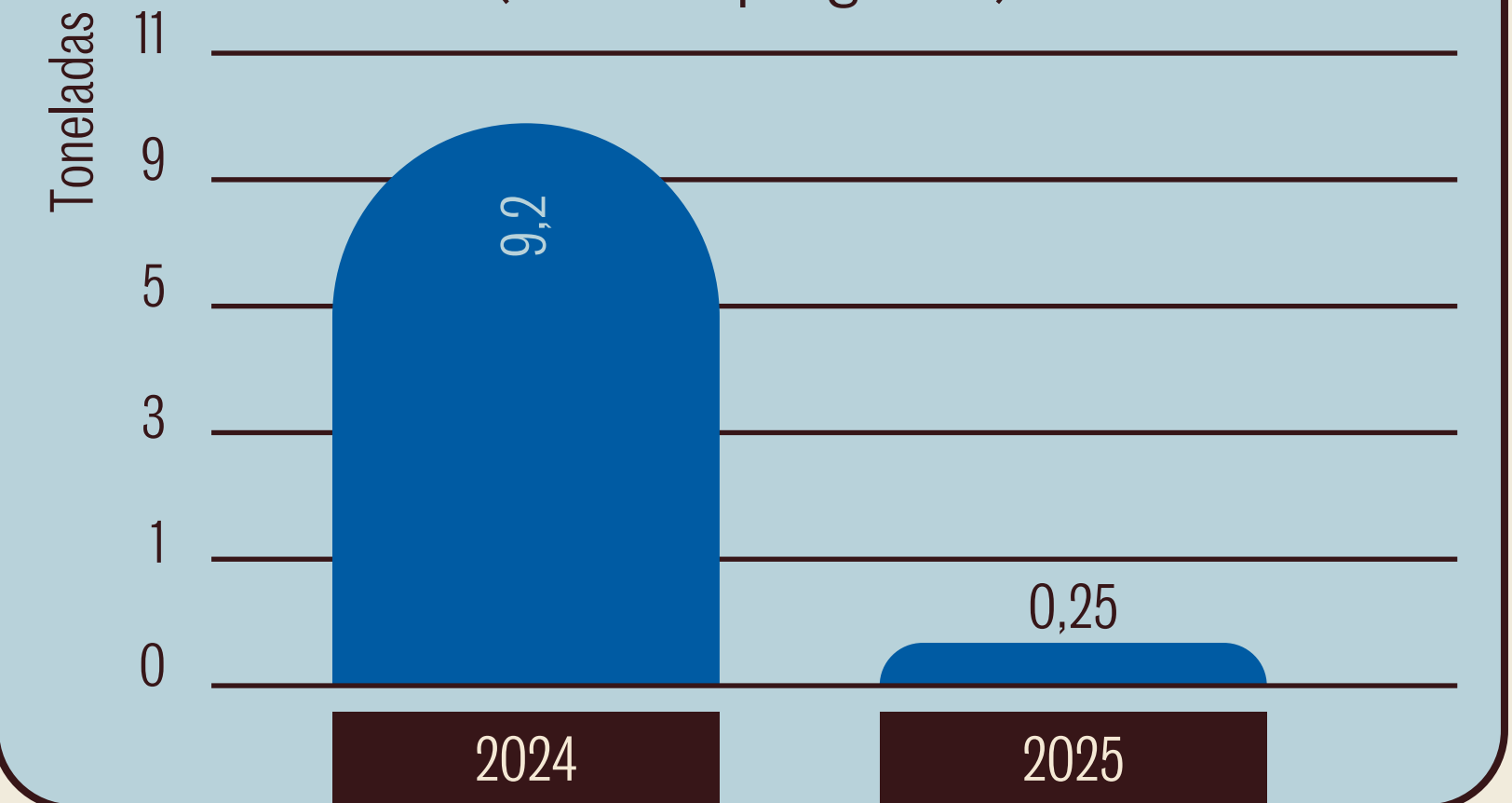
141 toneladas generadas

Material aprovechable



22,5 toneladas recuperadas

Optimización de RESPEL (residuos peligrosos)



3



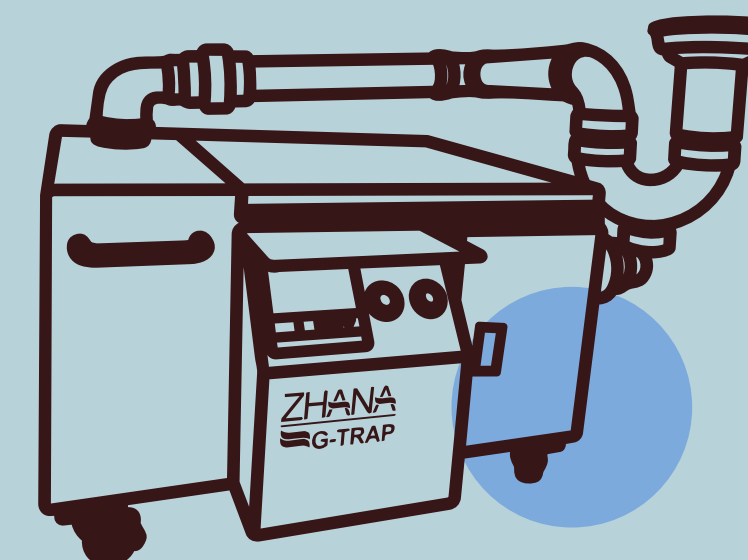
A través del programa, y en colaboración con aliados estratégicos clave como Coffee Kreiss, Zhana y Tork, Procafecol S.A. ha logrado transformar residuos sólidos -como la borra de café, la grasa y los vasos de polyboard- en recursos para nuevos productos y biocombustibles. Esta gestión demuestra el compromiso de la marca Juan Valdez® con el cierre de ciclos y la minimización del impacto ambiental en su cadena de valor.

4



Mediante inspecciones, se aseguró el **100% de cumplimiento legal de la gestión integral de residuos sólidos** (ecopuntos de separación en la fuente y canales de aprovechamiento / disposición final de residuos) y residuos líquidos (disposición de trampas de grasa para el tratamiento primario de aguas servidas).

5



La compañía amplió el uso de trampas automáticas de grasas a 6 tiendas con el aliado Zhana Solutions, asegurando la **recolección de 225,66 kg de grasa y su posterior transformación en biocombustible** de segunda generación.





Gestión de residuos líquidos

La estrategia se centra en devolver el agua utilizada a su ciclo natural generando el menor impacto posible. También se prioriza el tratamiento primario de las aguas servidas (producto de la preparación de bebidas y lavado de menaje) para asegurar que el vertimiento cumpla rigurosamente con los estándares de calidad ambiental. A continuación se listan los resultados de la gestión:



Tiendas

- **Trampas de grasa:** el **100%** de las tiendas cuenta con sistemas de retención, así se garantiza una mejor calidad de las aguas servidas derivadas de la preparación de bebidas y el lavado de menaje.
- **Biotratamiento:** en 2025 se implementó el uso de pastillas de biotratamiento en **57 tiendas para reducir** la carga grasa del vertimiento y optimizar sus condiciones físicas (olor y color).
- **Tecnología automatizada:** se instalaron **4 nuevas trampas de grasa automáticas (G-Trap)**, completando un total de **8 equipos especializados** destinados al fortalecimiento del tratamiento primario en la operación.



Planta

- **Tecnología de ahorro:** se dio continuidad al uso de lavadores industriales de alta tasa, para reducir el consumo de agua en los procesos de limpieza de utensilios de cocina.
- **Mantenimiento preventivo:** se ejecutaron **11 mantenimientos** a la trampa de grasa externa (previa a la red de alcantarillado), evacuando más de **2,5 toneladas** de residuos líquidos y sedimentos. Esta gestión aseguró la operatividad del sistema de tratamiento en la planta de producción.
- **Valorización energética:** mediante la recolección consolidada en trampas automáticas (tiendas y planta), se recuperaron **225,66 kg de grasa**, material que fue destinado a su transformación final en **biocombustibles de segunda generación**.



VISIÓN CIRCULAR

Procafecol S.A. integra Visión Circular, iniciativa de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) dedicada a impulsar modelos de economía circular en envases y empaques. A través de este colectivo, se gestiona el soporte documental necesario para garantizar el cumplimiento normativo de los afiliados.



TRANSICIÓN DE MATERIALES, ALTERNATIVAS MÁS SOSTENIBLES

La compañía ha priorizado la innovación y el reemplazo progresivo de materiales en sus puntos de contacto más relevantes. Esta estrategia se materializó en 2025 con metas concretas de incorporación de material reciclado (rPET) y la búsqueda de alternativas circulares:

Botellas de agua



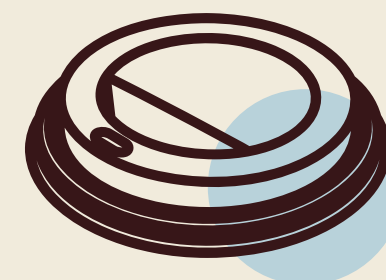
Se cumplió con el objetivo de incorporar el 50% de PET reciclado (rPET) en la fabricación.

Botellas de jugo de naranja



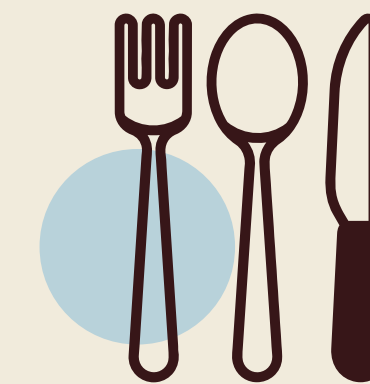
Se alcanzó la meta de transición fijada en la incorporación del 20% de rPET.

Tapas de bebidas calientes



Se inició la transición de tapas de bebidas calientes a materiales libres de plástico con foco en las operaciones en Santa Marta y San Andrés, considerando las disposiciones regulatorias.

Menaje



Se avanzó en la implementación de la migración a material de madera, proyecto iniciado en enero de 2024, reforzando la sostenibilidad en la experiencia de servicio en tienda.

Proceso de laminados



La compañía continuó con la iteración para la transición del laminado del empaque café, buscando reducir su estructura de tres a dos capas.



PROGRAMA VASO REÚSO



En las tiendas se mantuvo la promoción activa del programa **Vaso Reúso**, estrategia central para desincentivar los materiales de un solo uso y consolidar una cultura de consumo circular en la experiencia de servicio.

Xiclo

Se implementó un piloto a escala institucional para el reúso de vasos, **bajo el modelo de economía circular de la start-up colombiana Xiclo**. Con una duración de 8 semanas en la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), este piloto permitió lograr

8.231 reúsos
y evitar la generación de 54,32 kg de residuos

Este piloto es una oportunidad para entender nuevos patrones de consumo, **la adopción de prácticas sostenibles en el ecosistema empresarial y abrir nuevos caminos de relacionamiento con clientes institucionales** para la mitigación conjunta de impactos ambientales.



CULTURA DE REUTILIZACIÓN Y SEGUNDA VIDA

La compañía promovió una cultura de reutilización y segunda vida mediante iniciativas que transforman materiales inicialmente considerados residuos en nuevas oportunidades de valor, fomentando la economía circular y reduciendo el impacto ambiental a lo largo de sus operaciones.



Recuperación de mobiliario (LASEA)

Se gestionó el aprovechamiento de **3,68 toneladas** de mobiliario mediante procesos de refacción. Recuperamos: **15 archivadores, 15 mesas, 22 sillas y 2 muebles condimenteros.**

Para extender su vida útil, se donaron a la Fundación Silfos Teatro en el Viento de Palabra (San Cristóbal Sur, Bogotá).



Iniciativa Coffee Running

En el marco de la carrera para colaboradores de Procafecol S.A, se fabricaron **150 medallas** con materiales recuperados de la operación. Para su elaboración, se transformaron **2.000 cápsulas y 400 bolsas metalizadas**, logrando la reincorporación efectiva de 8 kg de residuos.



Piloto de innovación con la empresa Residuo Biocircular

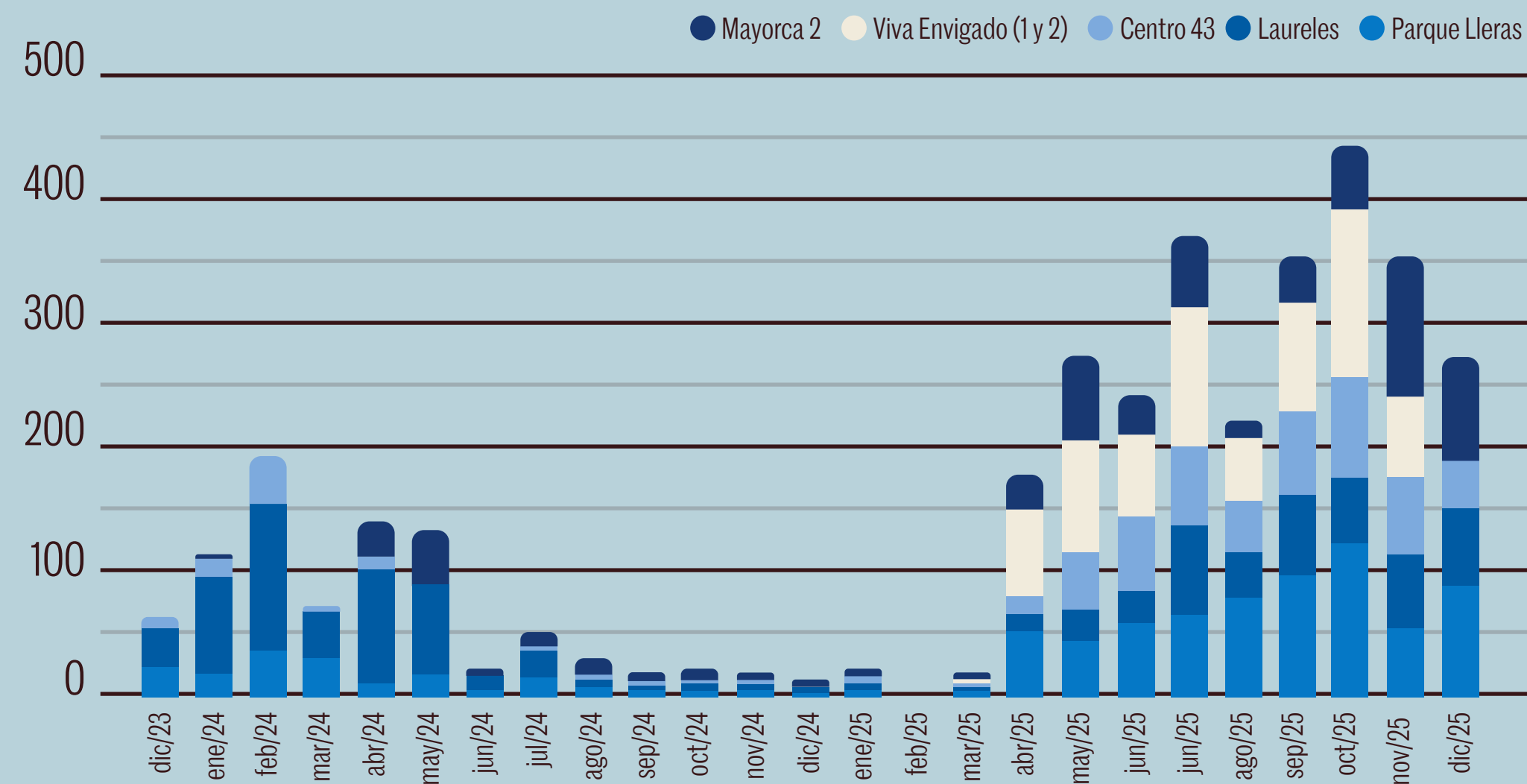
En 6 tiendas de Bucaramanga se realizó un piloto para evaluar el potencial de la borra de café en cadenas productivas. **Tras procesar 325 kg de residuos**, se determinó la viabilidad técnica para **fabricar fertilizantes** (con un 20% de aprovechamiento en la mezcla final) y se descartó su viabilidad para nutrición animal en esta etapa.



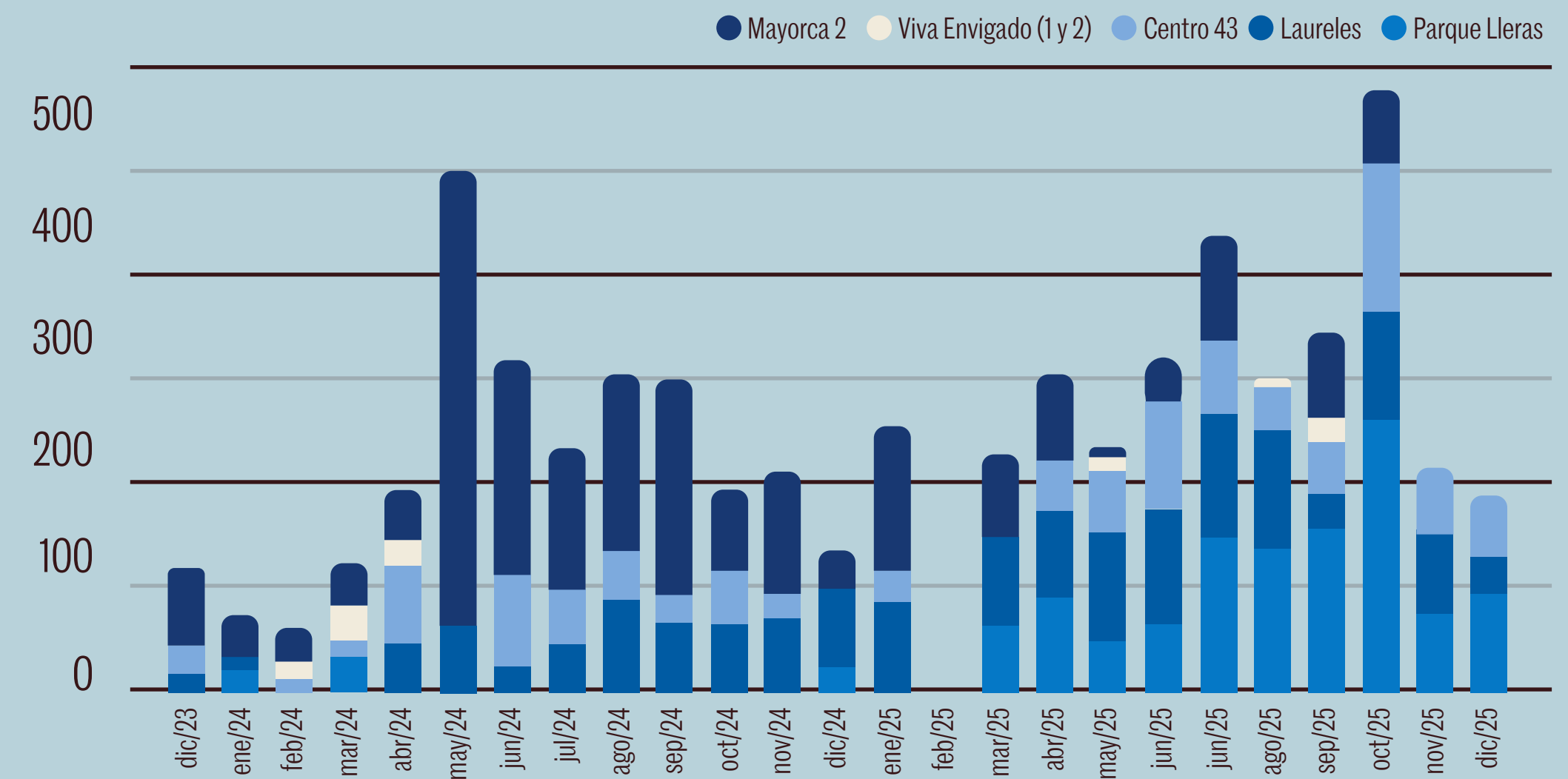
Alianza Arglo & Tork

Se dio continuidad al proyecto iniciado en 2023 de recolección de cartón y polyboard en **6 tiendas de Medellín**. Gracias al refuerzo en capacitación y seguimiento operativo, se triplicó la recuperación de material, pasando de **1,06 toneladas en 2024 a 2,97 toneladas en 2025**.

Cantidad de cartón recolectado (Kg)



Cantidad de polyboard recolectado (Kg)



Valorización de la borra de café (alianza con Coffee Kreiss)

Se reactivó la alianza estratégica con Coffee Kreiss para la recolección selectiva de borra en **2 tiendas de Barranquilla**. En 2025 se han **recuperado más de 1,2 toneladas** de este subproducto, destinadas a la fabricación de vasos y platos reutilizables. Los artículos producidos ya se comercializan en las operaciones de Juan Valdez® en **Estados Unidos**, cerrando un ciclo de economía circular a nivel internacional.



Comunicación del programa Capacitaciones operativas a la Tiendas Juan Valdez®: En el marco de la capacitación que se imparte antes de la temporada navideña (oct-nov), **se formaron 690 supervisores, administradores y auxiliares administrativos** de tiendas, sobre la correcta clasificación de residuos sólidos y como este modelo se integra a la evolución de nuestro programa No Rompas el Ciclo que **se relanzará a inicios del 2026.**

Visitas: se hicieron 357 visitas a 209 tiendas y a la planta de producción, validando así la ejecución de la Estrategia de Sostenibilidad de la empresa. En estos espacios se dictaron charlas y capacitaciones rápidas sobre el correcto manejo de residuos sólidos.



Gestión de textil y dotación (alianza con Lasea)
Se recolectaron **326 kg** de dotación en desuso. Con el apoyo del aliado Lasea se procesó este material. Cerca de **250 kg de fibras recuperadas** fueron entregadas por nuestro gestor a la Fundación Silfos Teatro en el Viento de Palabra (San Cristóbal Sur en Bogotá), quienes lo utilizan para la confección artesanal de monederos, mochilas y cortinas.



Recolección de vasos de polyboard
Mediante el gestor Arglo, se recolectaron 350 kg de vasos rojos durante el 2025. Este material fue entregado a nuestro aliado Tork para incorporarlo como fuente de fibra reciclada para la producción de papeles de línea institucional. Esta iniciativa ya lleva cerca de 2 años en operación.



Recolección y recuperación de cápsulas
Procafecol S.A. recolectó más de 250 kg de cápsulas, lo que equivale a 23.160 unidades.



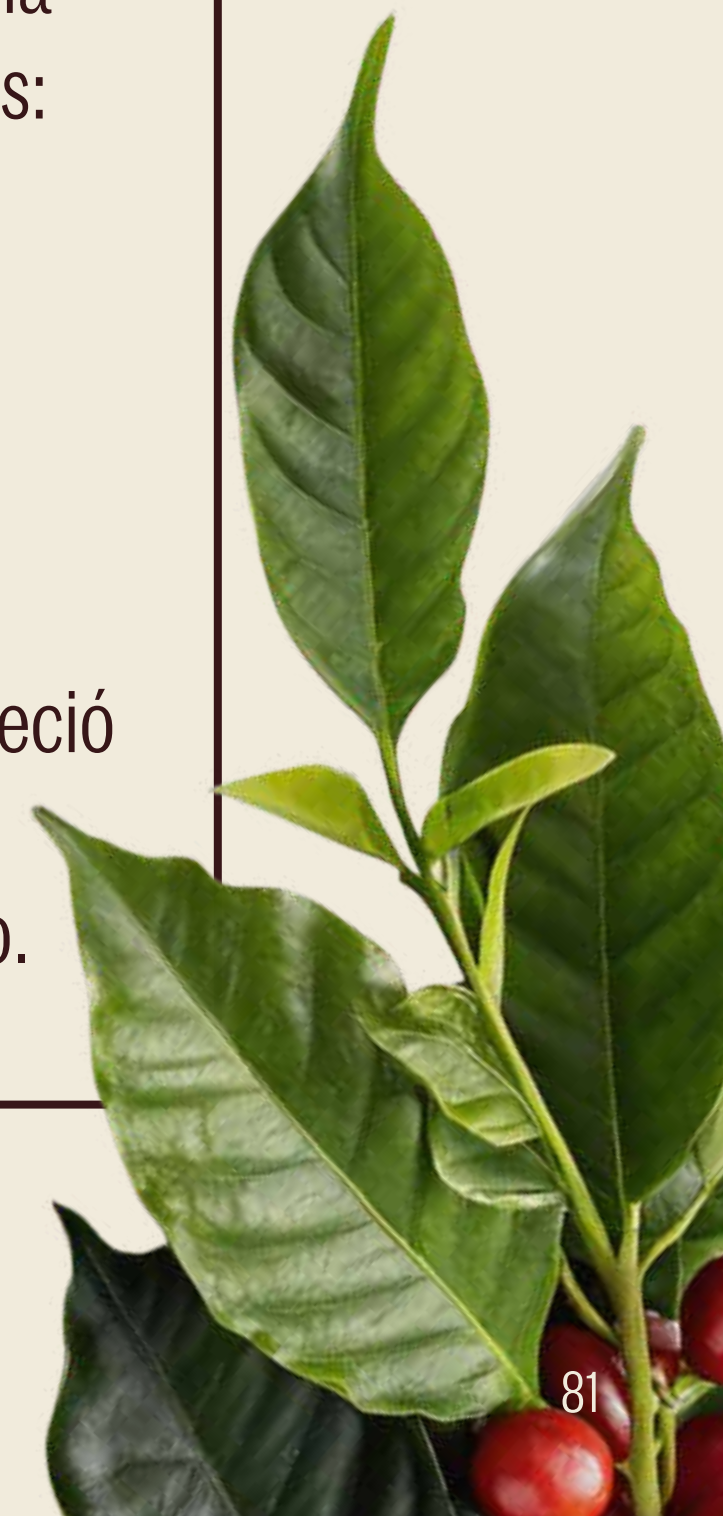
INTERNACIONALIZACIÓN:
**UN COMPROMISO
CON LA GOBERNANZA
DE LA SOSTENIBILIDAD**



AVANCES DE LA META A 2030

La internacionalización de la Estrategia de Sostenibilidad se consolidó durante el 2025, evidenciando logros importantes en el desarrollo de los componentes ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en los diversos mercados donde opera la marca Juan Valdez®. Este esfuerzo se articula directamente con la **meta fundamental de la compañía para 2030**, orientada a garantizar que la totalidad de socios y franquiciados cumplan y apliquen los lineamientos de sostenibilidad ya definidos. Para avanzar hacia este objetivo, la gestión de 2025 se ejecutó desde dos frentes estratégicos:

- **Acompañamiento a países foco del Plan de Expansión:** se proporcionó soporte directo y adaptado a cada geografía para la implementación efectiva de las iniciativas ASG.
- **Lineamientos internacionales de sostenibilidad 2030:** se estableció el marco y las directrices globales que deben cumplir los socios y franquiciados para asegurar el impacto positivo de la marca en el mundo.





ACOMPañAMIENTO A PAÍSES FOCO POR EL PLAN DE EXPANSIÓN



Con el propósito de fortalecer la propuesta de valor de nuestra marca a nivel internacional, el área de Sostenibilidad lideró un proceso de acompañamiento estratégico adaptado a la realidad de cada mercado. Esta gestión partió de un entendimiento del contexto local, sumado a las visitas del equipo de sostenibilidad y la generación de espacios de cocreación con socios y franquiciados que permitieron la implementación efectiva de iniciativas con impactos tangibles en los ejes ambiental, social y de gobernanza (ASG).

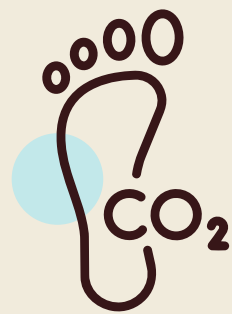
De manera complementaria, este despliegue se articuló con estrategias de comunicación diseñadas para visibilizar el esfuerzo corporativo, transmitiendo con claridad cómo estos proyectos generan valor y benefician a los distintos grupos de interés.



Estados Unidos

gestión sostenible y eficiencia operativa

La compañía ha implementado en las tiendas prácticas enfocadas en generar eficiencias de recursos operativos que reduzcan el impacto ambiental.



Huella de carbono

Se inició el proceso de medición en tiendas para establecer la línea base para futuros proyectos de mitigación ambiental.

Eficiencia energética

En tres tiendas del estado de Florida, se completó un diagnóstico con el objetivo de desarrollar en 2026 un piloto para generar eficiencias energéticas a través de la transformación o ajuste de prácticas operativas.

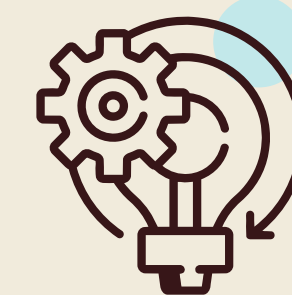


Reducción de plásticos

El 100% de los pitillos y cubiertos utilizados en las tiendas fueron de materiales renovables, biodegradables y libres de plásticos. Además se promovió el programa Vaso Reúso con 128 bebidas servidas en vaso reutilizable, y el consumo en tienda de 111 bebidas servidas en vajilla.

Innovación circular

En alianza con Coffee Kreis se comercializaron vasos reutilizables y compostables fabricados a partir de borra de café y biorresina, producto libre de plásticos provenientes del petróleo.



Alianza estratégica

Acuerdo con Best Buddies para la inclusión laboral de personas con neurodiversidad. Este proyecto se apalanca en los 18 años experiencia que la compañía ha tenido con el programa **Amigos del Alma** implementado en Colombia desde 2007. Se espera tener a los primeros colaboradores de esta nueva alianza a inicios de 2026.



Chile

ruta hacia la certificación y la gestión integral



La Estrategia de Sostenibilidad en Chile se ha fortalecido en los últimos años, evidenciando avances significativos en los componentes social, ambiental y de gobernanza.

Certificación como Empresa B



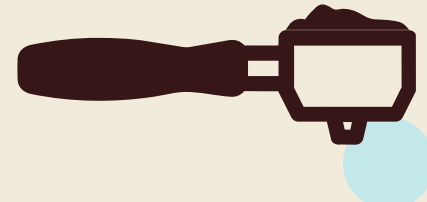
Se realizó un diagnóstico inicial que permitió identificar oportunidades de mejora. Actualmente la compañía está implementando programas, iniciativas y políticas **que buscan mejorar el impacto de la operación.**

Programa Vaso Reúso



- **Se aumentó el porcentaje** de descuento para los clientes a un 15%.
- **Se sirvieron 1.110 bebidas** en vaso reutilizable durante el año.

Entrega de borra de café



Se promovió la reutilización de residuos orgánicos a partir de la entrega a sus clientes de bolsas de borra de café para su reutilización como fertilizante natural.

Gestión de residuos y agua (tiendas Providencia y Rosario Norte)



- **Se gestionó el 100%** de los residuos generados.
- El consumo de agua mensual **disminuyó un 40%.**

Tienda Mercado Urbano Tobaraba



Fue diseñada bajo un enfoque sostenible y **envía a valorización el 100% de sus residuos.**

Alianza con el aeropuerto Internacional de Nueva Pudahuel



Enfocada en **segregar y valorizar residuos en las 2 tiendas** ubicadas allí.

Uso de huevos libres de jaula



Se avanzó un 52% en esta meta que se espera alcanzar al 100% en 2027.

Programa Café con Sentido



Estrategia transversal diseñada para impactar positivamente a las comunidades y grupos de interés mediante alianzas clave:

- **Campamento El Peñoncito:** experiencias recreativas y de desarrollo integral de familias, niños y niñas provenientes de poblaciones en situación de vulnerabilidad.
- **Fundación SoyMás:** reinserción social y laboral de madres adolescentes.
- **Fundación Best Buddies:** inclusión de personas con discapacidad intelectual.
- **Fundación Amparos:** acompañamiento a padres en duelo gestacional/neonatal.

Transparencia Digital

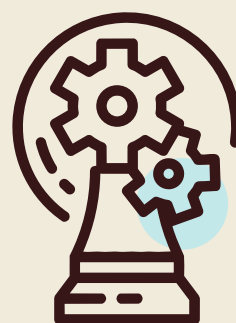


Estrategia de comunicación efectiva y constante que culminó con el micrositio de sostenibilidad Juan Valdez® Chile para la rendición de cuentas.



España

reconocimiento y proyección estratégica



Definición estratégica

Se comenzó a implementar la hoja de ruta de la compañía alineada con los estándares de sostenibilidad para Europa.

Ganadores del premio Hot Concept:

Este galardón en la categoría de Sostenibilidad y RSE por el impacto del programa **Mujeres Cafeteras** reconoce a la marca como plataforma de equidad de género y valor compartido.



Proyección y ejes de trabajo 2026. Fortalecimiento de la propuesta de valor diferencial en el mercado español



Economía circular

- Implementación del programa Vaso Reúso.
- Fomento del consumo en vajilla dentro de las tiendas.
- Alianza estratégica con Too Good To Go para la reducción de desperdicios de alimentos.
- Transición de envases y empaques para implementar el uso de materiales reciclables o reciclados.

Inicio del programa de vinculación laboral para personas con neurodiversidad.

Diversidad, equidad e inclusión





México

proveeduría inclusiva y gestión ambiental

Alianza y comercio justo



- **Fortalecimiento de alianzas:** se consolidó la colaboración estratégica con Taller Maya, una Empresa B enfocada en el comercio justo con comunidades de artesanos de la península de Yucatán, culminando en la apertura de un canal comercial para la venta de sus productos artesanales en las tiendas Juan Valdez®.
- **Posicionamiento cultural:** participación conjunta en la Noche Blanca de Mérida, uno de los eventos culturales más relevantes de la ciudad.

Economía circular



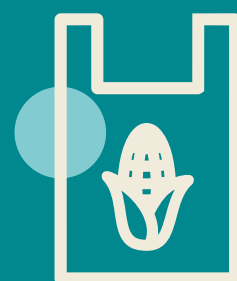
- **Valorización de residuos:** entrega gratuita de borra de café a clientes para su reutilización doméstica como fertilizante.
- **Impacto:** contribución directa a los objetivos de economía circular de la marca en el mercado internacional.



Turquía

innovación y construcción de cultura sostenible

Transición de materiales



Implementación de bolsas y empaques fabricados a base de almidón de maíz.

Gestión de residuos



Definición de procesos de separación en tienda para incentivar la cultura de reciclaje en los baristas.

Comunicación de producto



Fortalecimiento de la visibilidad del café orgánico, con énfasis en sus atributos ambientales.



ADN SOSTENIBLE LINEAMIENTOS INTERNACIONALES EN SOSTENIBILIDAD

Marco de gobernanza para la expansión global

Desde 2022, Procafecol S.A. ha integrado la sostenibilidad como un componente fundamental de su modelo de expansión, y una propuesta de valor que aporta competitividad en mercados exigentes.

El 2025 representó un hito clave en la estrategia de internacionalización, al consolidarse la adopción progresiva de lineamientos internacionales de sostenibilidad por parte de socios y franquiciados.

Este avance responde al compromiso de alcanzar la meta estratégica 2030:

Lograr que el 100% de las operaciones de Juan Valdez® alrededor del mundo cumplan con la totalidad de los lineamientos de sostenibilidad, asegurando que el crecimiento del negocio esté alineado con la generación de valor compartido para las personas, las comunidades y el planeta.



LA GESTIÓN SE ESTRUCTURÓ EN TRES FASES ESTRATÉGICAS



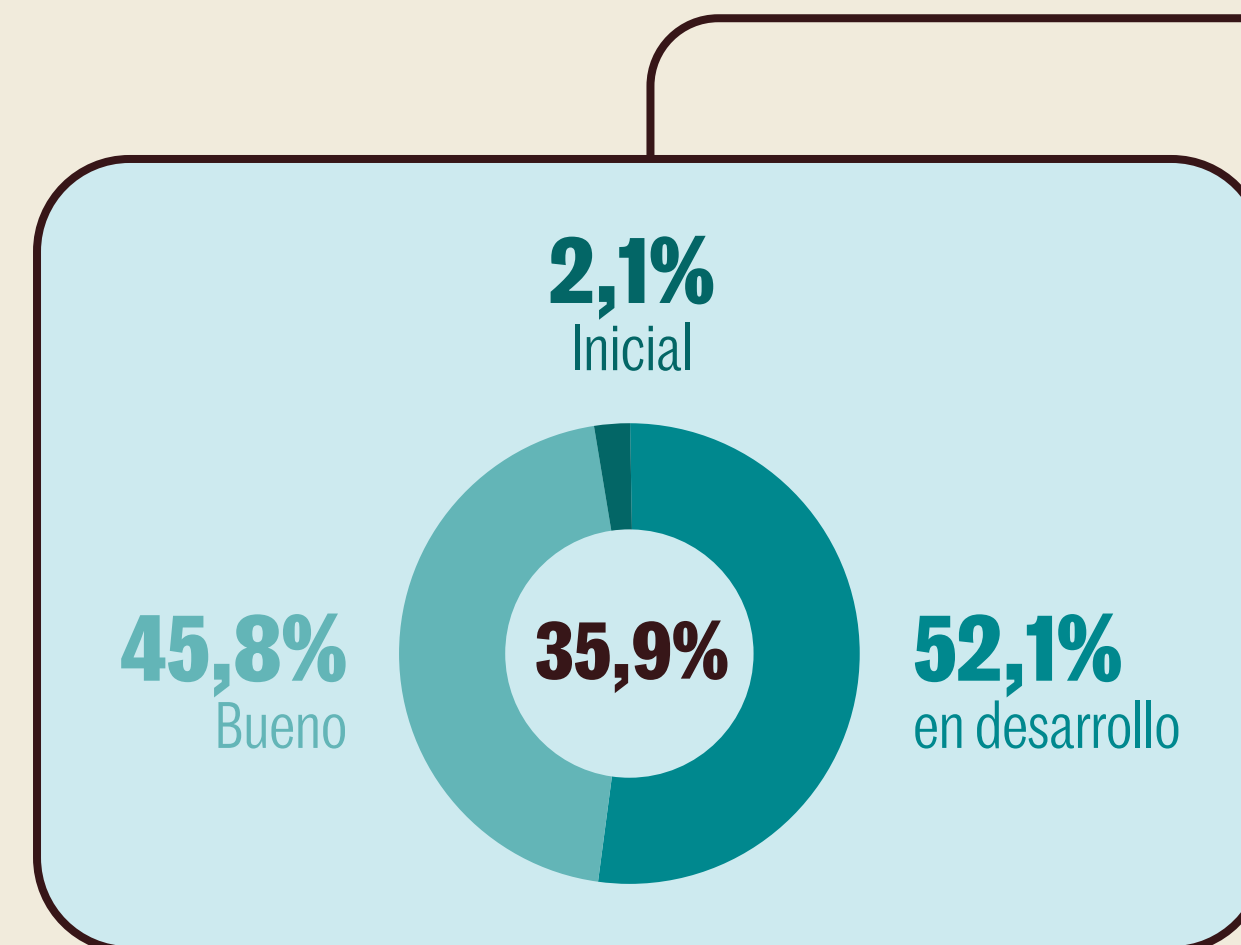


DIAGNÓSTICO DE LÍNEA BASE

En 2025, la aplicación de la Herramienta de Evaluación ASG permitió vincular el desempeño local de los aliados con los objetivos globales de sostenibilidad de la marca.

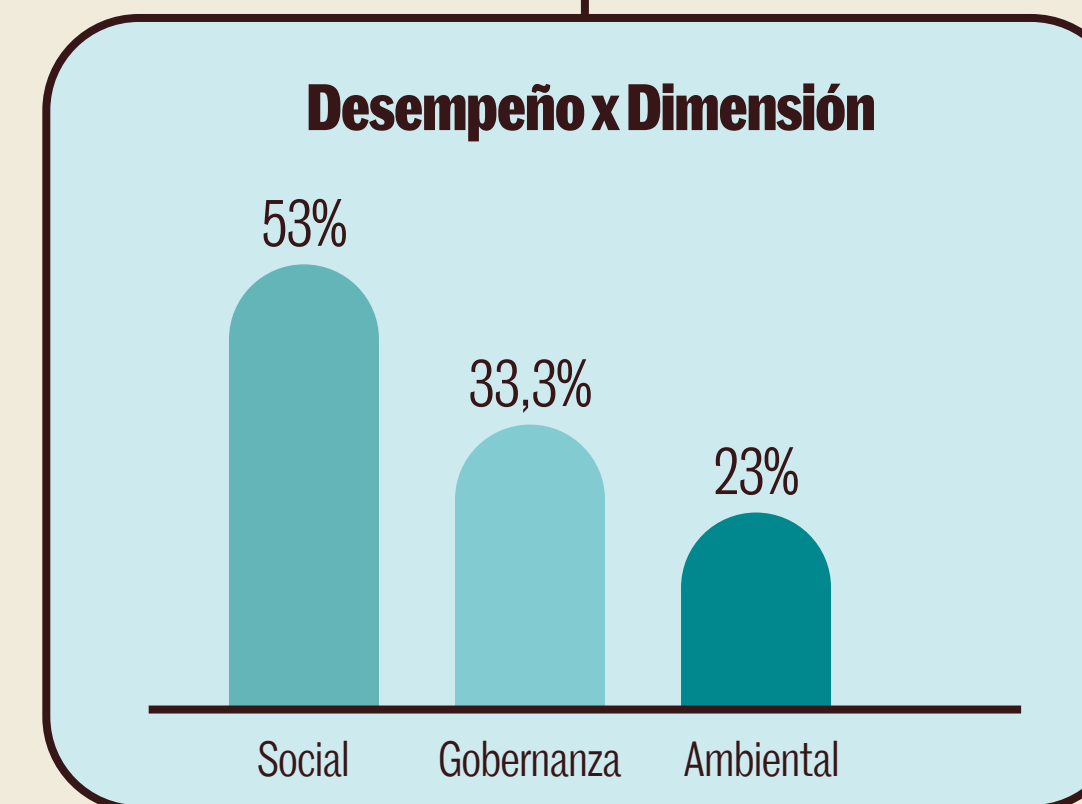
Este ejercicio abarcó a 22 socios y franquiciados en 20 países, organizados en cuatro regiones estratégicas:

- **América Latina y el Caribe (LATAM):** Argentina, Aruba, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Curazao, Ecuador, El Salvador, Panamá, Paraguay, Perú y República Dominicana.
- **Norteamérica:** México.
- **Europa:** España.
- **Medio Oriente y Norte de África (MENA):** Turquía, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar.



El promedio general del nivel de desempeño por parte de los socios y franquiciado es del **35,9%**

- **El 52,1%** de países se encuentra en la categoría “En Desarrollo”
- **El 45,8%** de países se encuentra en la categoría “Bueno”
- **El 2,1%** de países se encuentra en la categoría “Inicial”



- Se registró el mayor nivel de cumplimiento en los lineamientos sociales, **superando el 50%.**
- Se identificó la brecha más crítica en la dimensión ambiental, donde se alcanza un **23% de implementación.**



Para garantizar la operatividad de la estrategia al 2030 y la transferencia de conocimiento de programas exitosos en Colombia, **Procafecol S.A. entregó a sus socios internacionales Manuales Técnicos de Sostenibilidad** que tiene como objetivo:



Estandarizar la gestión entre los aliados.



Detallar la ruta operativa para implementar los lineamientos.

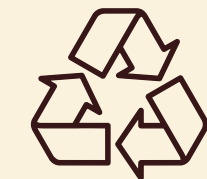


Incluir los indicadores necesarios para el seguimiento de la gestión.

Cada socio y franquiciado podrá desarrollar **planes de trabajo efectivos en línea** con los siguientes componentes:



Acción climática: estrategias de descarbonización y medición de emisiones.



Circularidad: gestión de residuos y materiales posconsumo.



Compras sostenibles: integración de criterios ASG en la cadena de valor.



Desarrollo de la comunidad: fomento al empleo local y apoyo a pequeñas y medianas empresas.



Diversidad, equidad e inclusión (DEI): igualdad de oportunidades y liderazgo femenino.



Derechos Humanos: prevención del trabajo infantil y forzoso.



Ética y conducta: transparencia y políticas anticorrupción.



PROYECCIÓN 2026

PLAN DE ACOMPAÑAMIENTO

Para el 2026, Procafécol S.A. activará un Plan de Acompañamiento Integral fundamentado en el entendimiento del contexto local y el nivel de madurez en sostenibilidad de cada mercado. Este plan tiene un doble propósito:

- Apoyar a los aliados en la priorización de componentes estratégicos ASG.
- Establecer la ruta para la implementación efectiva de los lineamientos, asegurando el cumplimiento de la meta organizacional a 2030.





DEBIDA DILIGENCIA EN DERECHOS HUMANOS



En 2025, Procafecol S.A. lanzó su **Política de Derechos Humanos**, como resultado del proceso de diagnóstico y planeación estratégica desarrollado durante 2024.

Este hito estuvo acompañado de acciones de **socialización y capacitación**, dirigidas a fortalecer la comprensión del enfoque de derechos humanos en la gestión corporativa, tanto para **equipos operativos (front) como administrativos (back)**.



La capacitación y **participación activa de la junta directiva y del comité directivo fue fundamental** para consolidar este proceso, posicionando el tema como una prioridad transversal que guiará la acción de todas las áreas de la organización.



En 2026, la compañía **llevará a cabo una evaluación de los impactos reales, potenciales y percibidos en materia de derechos humanos** asociados a su operación.





REGLAMENTO DE CADENAS LIBRES DE DEFORESTACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA

Con el propósito de garantizar cadenas de suministro libres de deforestación, la Unión Europea promulgó el Reglamento (UE) 2023/1115 del Parlamento Europeo y del Consejo, también conocido como EUDR. Esta normativa establece que materias primas como madera, soya, caucho, ganado bovino, palma aceitera, cacao y café no pueden provenir de zonas deforestadas después del 31 de diciembre de 2020.

Modelo de cumplimiento de Procafecol

Ante esta normativa, Procafecol S.A. ha estructurado un modelo de cumplimiento robusto, respaldado por

la exclusividad de su abastecimiento: **café premium 100% colombiano gestionado a través de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC)**, organización gremial sin ánimo de lucro que representa a los productores de café del país.

Esta alianza estratégica es fundamental, ya que la FNC, como gremio representante de los productores, posee la capacidad técnica para proveer las coordenadas exactas de las fincas, facilitando la trazabilidad desde el origen.

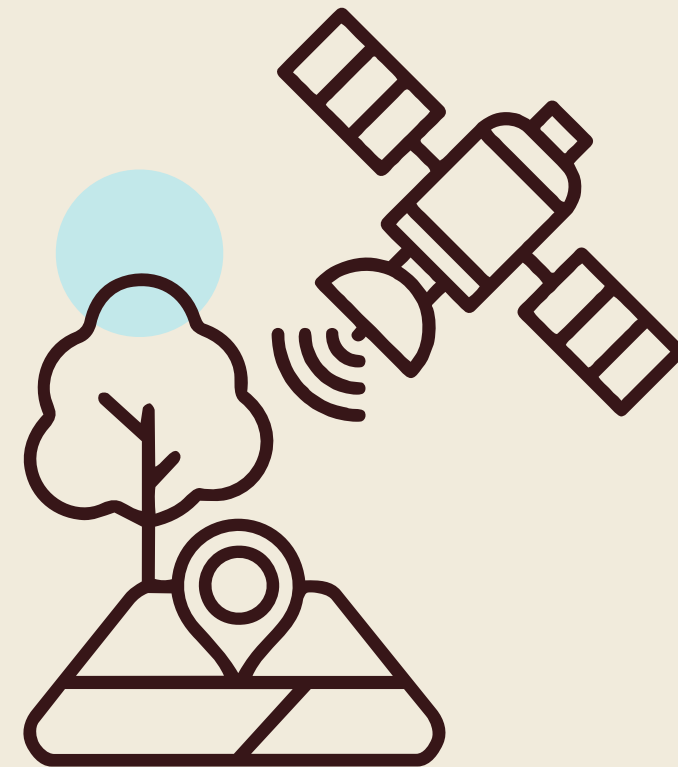




HERRAMIENTAS CLAVE PARA EL CUMPLIMIENTO DEL EUDR

Verificación satelital y georreferenciación

Se emplea tecnología avanzada para **cruzar las coordenadas de las unidades productivas, suministradas por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC), con imágenes satelitales.** Este cruce permite certificar la ausencia de deforestación en los predios de origen del café.



Plan de debida diligencia

Procafecol S.A. ha estructurado una estrategia integral para **identificar y mitigar riesgos en la cadena de valor**, garantizando el cumplimiento de:

- La **legislación ambiental** colombiana.
- Los derechos de **uso del suelo**.
- La protección de los **ecosistemas**.
- El respeto a los **derechos humanos**.

Esta **combinación de tecnología, trazabilidad gremial y gobernanza robusta posiciona a Procafecol S.A.** como una organización preparada para responder de manera proactiva a las exigencias del EUDR.



- Aunque en diciembre de 2025 las instituciones de la Unión Europea decidieron posponer la entrada en vigor del EUDR para grandes operadores hasta el 30 de diciembre de 2026, **Procafecol S.A. ha mantenido el ritmo de implementación del modelo de cumplimiento.**
- Este período adicional se ha convertido en **una oportunidad estratégica para robustecer los sistemas de trazabilidad y garantizar la integridad de los datos.**

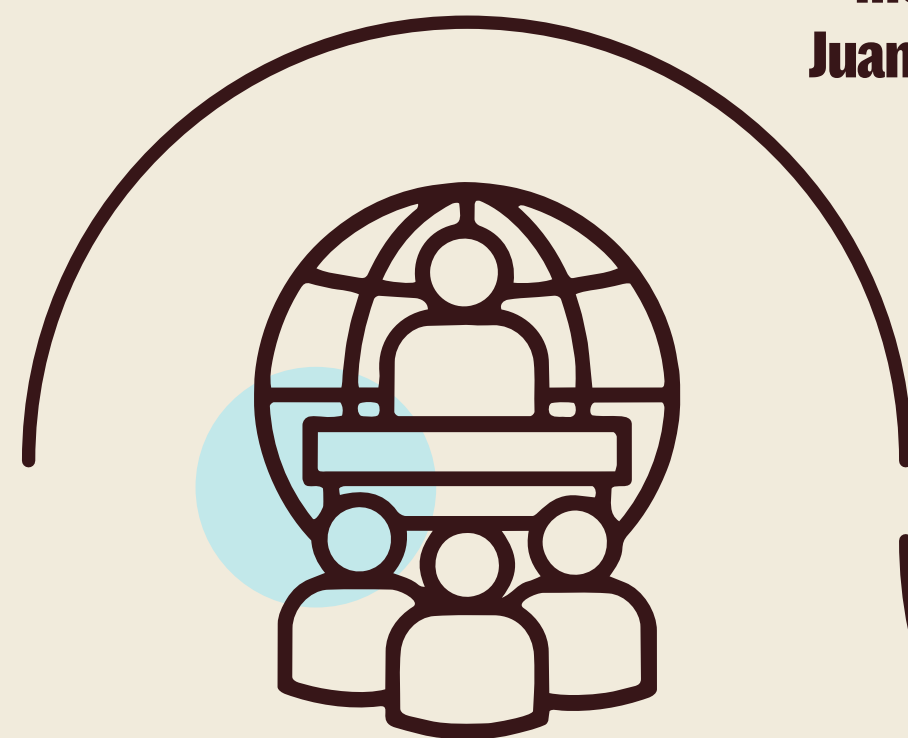
Con esta decisión, la compañía reafirma que su estrategia de abastecimientos sostenible es un compromiso de largo plazo que trasciende la coyuntura regulatoria y fortalece la expansión de la marca Juan Valdez® en el mercado europeo.



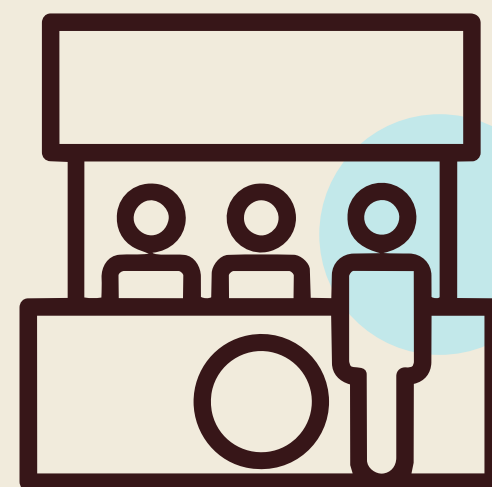
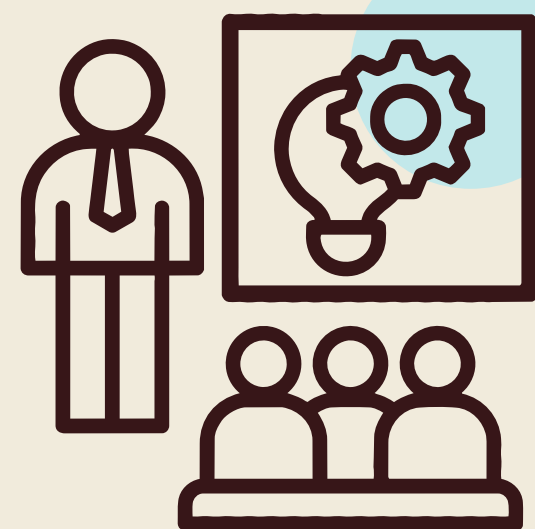
MOMENTOS CLAVE EN LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

Encuentro +B (Belém, Pará, Brasil)

Además de ratificar su recertificación como Empresa B, la compañía tuvo la oportunidad de **compartir el modelo de impacto comunitario de la marca Juan Valdez®**, consolidando su posicionamiento en el ecosistema de negocios con propósito.



Procafecol S.A. reafirmó su compromiso con la acción colectiva y la solución de retos sociales y ambientales globales mediante su participación en el **Encuentro +B Amazonía 2025, la cumbre mundial del Movimiento B.**



El stand de la marca se convirtió en un **punto de encuentro estratégico con stakeholders globales**, donde se sirvieron más de **1.400 bebidas frías y calientes** a asistentes de diversos países, fomentando espacios de diálogo e inspiración en torno a la sostenibilidad y el valor compartido.





ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN SOSTENIBILIDAD

En 2025, la implementación de la estrategia de comunicación en sostenibilidad fue clave para **dar visibilidad a los avances ambientales, sociales y de gobernanza** de la compañía.

Esta estrategia permitió **fortalecer los vínculos con los grupos de interés** y resaltar el valor de las iniciativas desarrolladas bajo un enfoque de sostenibilidad integral. A través de acciones dirigidas, se logró posicionar el compromiso de Procafecol S.A. con la sostenibilidad como un eje transversal de su operación y crecimiento.



Redes sociales

Se realizaron 108 publicaciones en torno a los ejes social y ambiental:

- **Social:** Compras inclusivas, Mujeres Cafeteras y Jóvenes Renacer.
- **Ambiental:** Vaso Reúso, Race to Zero y No Rompas el Ciclo de la Sostenibilidad.

A partir de la recertificación como Empresa B, se desarrolló una campaña integral para visibilizar los principales logros en sostenibilidad, con despliegue en redes sociales, alianzas con influenciadores y cobertura en medios.



Programas

Edición especial de Navidad Jóvenes Caficultores: lanzamiento de una edición conmemorativa de café producida por caficultores del programa Jóvenes Renacer, destacando su papel en el relevo generacional y el desarrollo de las comunidades cafeteras



Medios de comunicación

- 75 publicaciones sobre iniciativas de sostenibilidad, incluyendo:
- La colaboración con Tork para transformar vasos de polyboard en artículos de aseo.
- El lanzamiento de la edición especial de Mujeres Cafeteras.
- 14 publicaciones sobre la recertificación como Empresa B.



Medios corporativos

- Lanzamiento de cápsulas de 30 segundos sostenibles en intranet y canales internos, enfocadas en difundir y enseñar la Estrategia de Sostenibilidad entre los equipos.
- Desarrollo de la campaña del Mes de Empresas B, con actividades participativas para colaboradores, centradas en la recertificación obtenida por la compañía.



Índice Estándar GRI

(Global Reporting Initiative)

Declaración de usos. Juan Valdez® (Procafecol S.A.) ha elaborado el informe conforme al uso de referencia de los estándares GRI, para el periodo comprendido entre el 01 de enero de 2025 y 31 de diciembre de 2025.

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
Indicadores propios	3-3 Innovación		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	3-3 Calidad e inocuidad				
	3-3 Transformación digital y tecnología				
	3-3 Plan Amigo Caficultor	27			
	3-3 Acción climática	48			
	3-3 Economía circular	66			



GRI 2: Contenidos Generales 2021

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
La organización y sus prácticas de presentación de informes	2-1 Detalles organizacionales				
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2			
	2-4 Actualización de la información				
	2-5 Verificación externa		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	15			
	2-7 Empleados				
	2-8 Trabajadores que no son empleados		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento



GRI 2: Contenidos Generales 2021

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
Gobernanza	2-9 Estructura de gobernanza y composición				
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno				
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno				
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos				
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos				
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	2-15 Conflictos de interés				
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas				
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno				
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno				
	2-19 Políticas de remuneración				
	2-20 Proceso para determinar la remuneración				
	2-21 Ratio de compensación total anual				



GRI 2: Contenidos Generales 2021

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
Estrategia, políticas y prácticas	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	2-23 Compromisos y políticas	12, 81, 88, 93			
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	88, 93			
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos				
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas				
	2- 28 Afiliación a asociaciones	4, 96, 97			
Participación de los grupos de interés		10, 82, 88, 93, 96, 97			
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés				
	GRI 2-30: Convenios de negociación colectiva		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento



GRI 3: Temas Materiales

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
Temas materiales	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	10			
	3-2 Lista de temas materiales	10			
	3-3 Gestión de los temas materiales	10			

Serie 200: Temas Económicos

GRI 201: Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación				
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	46			
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	46			
GRI 204: Prácticas de abastecimiento indirectos	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento



Serie 200: Temas Económicos

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
GRI 205: Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción				
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas				

Serie 300: Temas Ambientales

GRI 301: Materiales	301-2 Insumos reciclados utilizados	69
	301-3 Productos y materiales de envasado recuperados	69, 70
GRI 302: Energía	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	51, 54
	302-4 Reducción del consumo energético	51, 54
GRI 303: Agua y efluente		
	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	70



Serie 300: Temas Ambientales

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
GRI 305: Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	51, 53, 54			
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	51, 53, 54			
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	51, 53, 56, 62			
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	51, 53			
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	51, 53, 60			
GRI 306: Residuos	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	70			
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	70			
	306-3 Residuos generados	69, 70			
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	70			
	306-5 Residuos destinados a eliminación	70			
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	15, 24			
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	15			



Serie 400: Temas Sociales

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
GRI 401: Empleo	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal				
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales				
	401-3 Permiso parental				
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo				
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	403-3 Servicios de salud en el trabajo				
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo				
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo				
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores				



Serie 400: Temas Sociales

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo				
	403-9 Lesiones por accidente laboral				
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales				
GRI 404: Formación y enseñanza	404-1 Media de horas de formación al año por empleado				
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados				
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera				
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados				
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres				



Serie 400: Temas Sociales

Estándar	Contenido	Pág	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
GRI 413: Comunidades locales	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	20, 27			
	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	15			
GRI 414: Evaluación social de los proveedores	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	15			
	416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad				
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		No Procede	No se cuenta con este elemento	No se requiere que la organización aplique el elemento