

# INFORME DE GESTIÓN BIC

2023

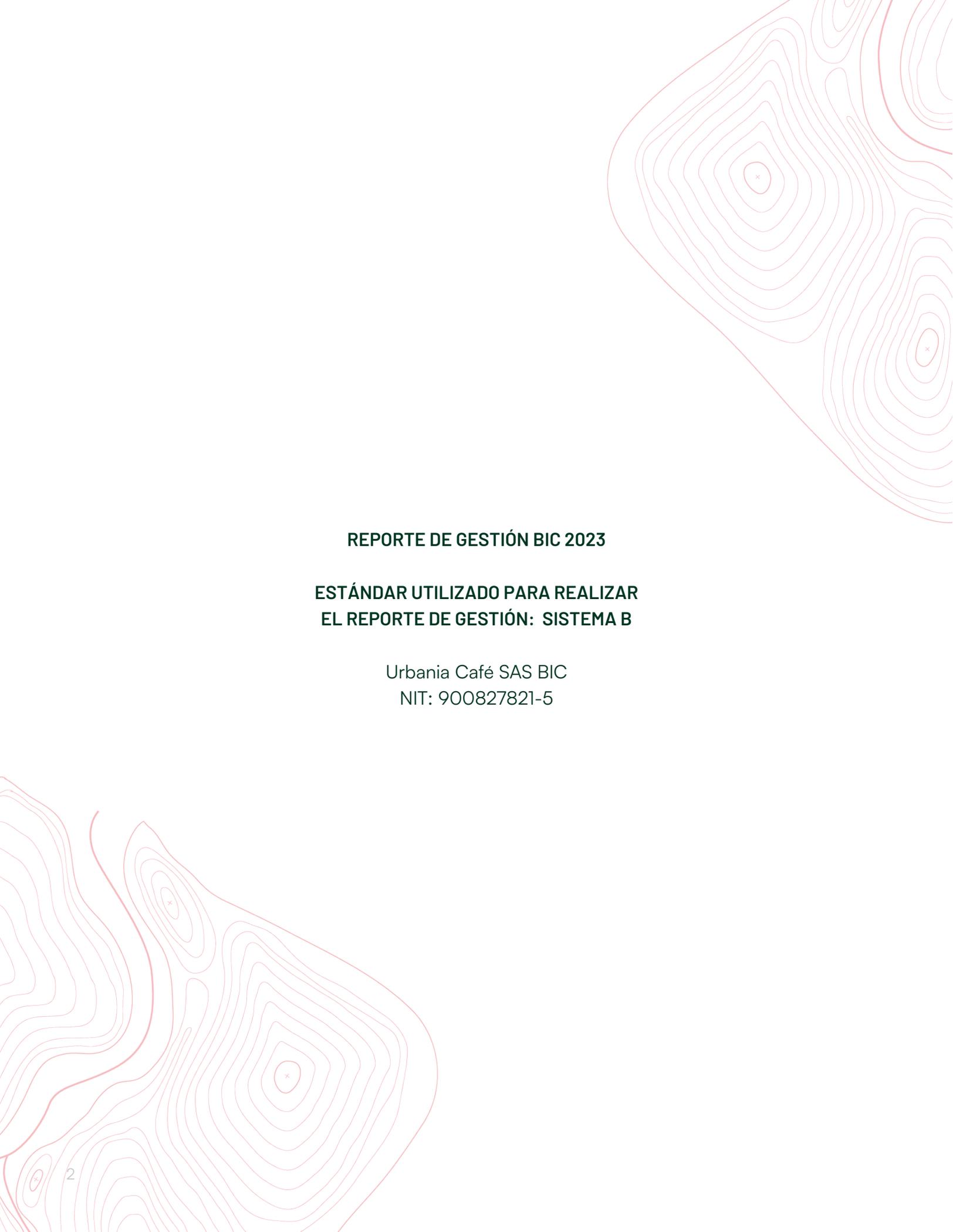
Empresa



Certificada



*urbanía*  
CAFÉ



**REPORTE DE GESTIÓN BIC 2023**

**ESTÁNDAR UTILIZADO PARA REALIZAR  
EL REPORTE DE GESTIÓN: SISTEMA B**

Urbania Café SAS BIC  
NIT: 900827821-5

# CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 5

## REPORTE POR DIMENSIONES

- Modelo de Negocio 6

- Gobierno Corporativo 19

- Prácticas laborales 25

- Prácticas ambientales 37

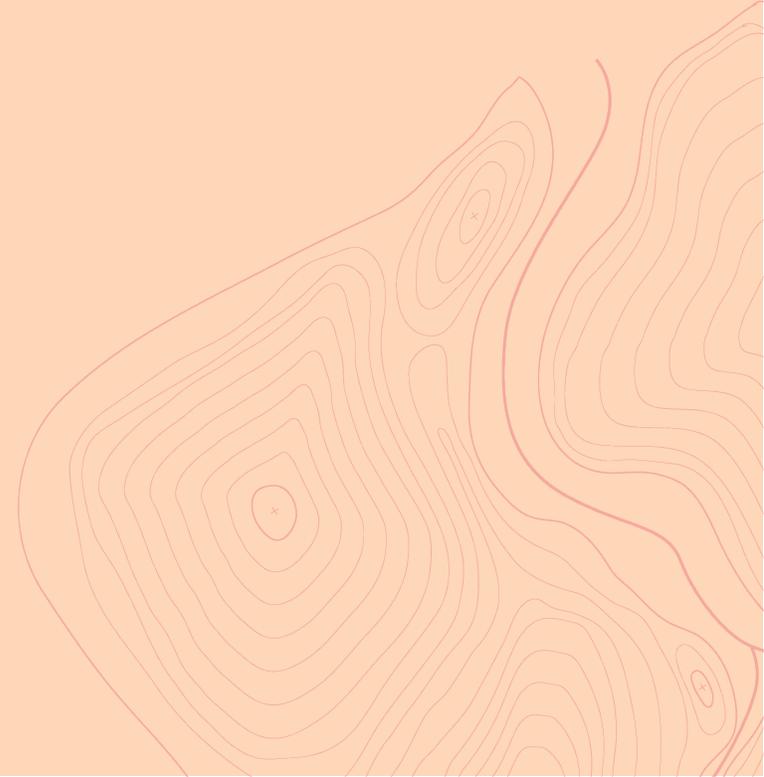
- Prácticas con la comunidad 48

CONCLUSIONES 56



# INTRODUCCIÓN

01



## Objetivo del informe

---

Comunicar e informar las actividades de la empresa durante el año 2023 relativas al impacto social, ambiental y económico, así como el modelo de gobernanza establecido para dicho fin.

## Estándar utilizado para la presentación del informe

---

**Para realizar este informe se utilizó el estándar de Sistema B**, realizando la evaluación de impacto disponible en la página web de ellos y tomando los resultados como base para la elaboración de este informe.

## Observaciones generales

---

Este 2023 ha sido nuestro tercer año completo como empresa BIC y como empresa seguimos completamente alineados con los valores de triple impacto de este modelo. Esta condición nos guía y permite reafirmar este enfoque con nuestros inversionistas, aliados, potenciales aliados, colaboradores, clientes y demás grupos de interés. Este reporte es presentado por el Gerente General de la empresa junto con el Gerente de Impacto quien es la persona encargada de crecer y velar por nuestro modelo de impacto. Nuestra operación continúa alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (especialmente 10, 12, 15 y 17) y creemos firmemente que hacemos parte de una industria que debe comprometerse con dichos objetivos. Somos una empresa certificada por Sistema B.



# REPORTE POR DIMENSIONES

Modelo de Negocio

02



## Compromisos adquiridos

El modelo de negocio de Urbania continúa afianzándose sobre la base de la venta de café tostado a través de varios canales especialmente tiendas propias y franquicias (cafeterías) en la ciudad de Medellín, canal HORECA, así como también exportaciones de café verde. Este modelo de negocio soporta lo que es el modelo de impacto de la empresa, el cual está enfocado en generar triple impacto a través de la compra de café de especialidad a comunidades, caficultores y asociaciones que consideramos estratégicas, quienes en su mayoría hacen parte de proyectos de construcción de paz, conservación de ecosistemas, mejoramiento de ingresos, empalme generacional y otro tipo de proyectos socio-ambientales. También en algunos casos se compra a productores independientes que cuentan con modelos productivos sostenibles como caficultura bajo sombra, orgánica y procesos de poscosecha que previenen la contaminación de cuencas. Como soporte de este modelo de compra siempre se da un acompañamiento y asistencia técnica para mejoramiento de calidades, ya que la base principal del modelo es compra de café a mejores precios, siempre y cuando el café cumpla con ciertos estándares de calidad.

Además de esto en nuestra operación diaria abogamos por mitigar nuestros impactos negativos y magnificar nuestros impactos positivos en todos los puntos de venta y en la planta de producción. También tenemos un esquema de contratación inclusivo, diverso y que brinda oportunidades a quienes más lo necesitan.

La empresa cuenta para finales del 2023 con 9 tiendas en la ciudad de Medellín de las cuales 7 operan bajo un modelo de franquicia. Cuenta también con un canal de exportaciones de café verde al mercado europeo y los EEUU, y un canal comercial en la línea HORECA.

## Indicadores principales

---

**En Urbania monitoreamos nuestra gestión del impacto a través de los indicadores principales que hemos diseñado para ajustar nuestro modelo de negocio para generar impacto:**

- Ingresos extras recibidos por los caficultores al venderle a Urbania y no a precio del mercado COP \$ 243,874,465
- Se pagó en promedio un 42% más por el café a comparación de los precios del mercado.
- El 24.2% del café comprado proviene de cultivos bajo sombra
- Se ahorraron aproximadamente 32490 litros de agua gracias a procesos de post-cosecha diferenciados.

El 29% del café que se compró a lo largo del año es orgánico  
Se apoyó en la conservación de 260 hectáreas en zonas de alta importancia

Porcentaje de café sostenible (orgánico, bajo sombra, ahorro de agua) 52.5%

## Implementación de las actividades

El año 2023 fue un año de continuidad y afianzamiento de proyectos de impacto ambiental y social, en los cuales viene aportando la empresa desde hace varios años como aliada privada en asistencia técnica, relacionamiento con las comunidades y comercialización de cafés de especialidad en diferentes territorios del país. Aquí profundizamos en los aspectos generales de nuestra participación en dichos proyectos:



**PEQUE (ANTIOQUIA):** Se ha convertido en uno de los proyectos más importantes para la empresa en el cual se viene trabajando desde el año 2018 y está dentro de nuestro portafolio de cafés edición PAZ. Está ubicado en el municipio de Peque, Antioquia. Este proyecto se enfoca en la colaboración con un productor y su familia (víctimas del conflicto armado) quienes mantienen sus cultivos bajo sombra (100% de cultivos bajo sombra), implementan prácticas agroecológicas y hacen algunos procesos de poscosecha que ahorran agua (“naturales”). Esta zona del municipio es área de amortiguación del parque nacional Paramillo y parte del corredor de oso de anteojos del occidente y suroeste antioqueño.

En línea con el diagnóstico realizado por la fundación Gaia el año pasado, en donde la finca de Rubén Higueta (líder productor de la familia) arrojó el mayor puntaje en prácticas agroecológicas. En aras de continuar afianzando relaciones con los productores de alto compromiso con el proyecto y darles la oportunidad de conocer las dinámicas de otras instancias de la cadena de valor así como otros actores, desde Urbania se becaron a dos productores (Edgar Mendoza y Arcadio Barajas) para venir a Plaza Mayor en Medellín al PRF (Producers Roasters Forum) durante 3 días. Este evento es el más importante en la ciudad para la industria del café al cual asisten exportadores, importadores, tostadores, productores y tiendas de café. Durante el evento Edgar y Arcadio pudieron asistir a charlas, mesas de catación, relacionarse con otros productores de otras zonas del país, ver productos y servicios pioneros en la industria y familiarizarse más con el segmento de cafés especiales del cual hacen parte. También tuvieron la oportunidad de conocer la planta de tostión y algunas de las tiendas de Urbania.

Entre los productores diagnosticados, se vienen realizando algunas mejoras en la producción acorde a los indicadores resultado del análisis. Los indicadores más bajos fueron productividad y diversidad genética, por lo cual este año se realizaron renovación y montaje de dos lotes de café con otras variedades Bourbon rosado y Chiroso. Esto genera diversidad genética y tiene el potencial de aumentar tanto los volúmenes productivos como el puntaje en taza, lo cual se traduce en mejores ingresos para la familia productora. Igualmente la diversidad genética genera resiliencia ante el inminente cambio climático. También se continuaron haciendo pruebas de procesos de poscosecha que generan ahorro de agua como son honey y naturales con el fin de mejorar calidad del café en taza y prevenir contaminación de cuencas.

**Imagen 1. Ensayos de procesos “Naturales”** para mejoramiento de calidad y ahorro de agua en la finca El Chocho de Rubén Higuita en Peque, Antioquia.



En este origen se compraron 5 toneladas de café todo bonificado en con un promedio de **20% de bonificación en el transcurso del año**, con lo cual se generaron ingresos extras para los productores por **COP \$16,140,478** en comparación con precios del mercado “commodity”.

**Imagen 2 y 3.** Almácigos de **variedad Chiroso y Bourbon Rosado** para establecimiento de nuevos lotes de variedad en la finca El Chocho en Peque, Antioquia, finca de Rubén Higuita.





### SERRANÍA DE SAN LUCAS (Jaguares), BOLÍVAR:

El proyecto “Jaguares”, ubicado en la Serranía de San Lucas en el departamento de Bolívar, continúa como uno de los focos principales de impacto de la empresa. Le seguimos dando continuidad a este proyecto de la mano de la ONG aliada WebConserva. Durante el 2023 trabajamos con 7 familias de la zona haciendo nuestra labor como aliado comercial de mejoramiento de calidades de café y compra bonificada a modo de apoyo en prevención de deforestación, educación ambiental y monitoreo de fauna. A 4 de estas familias se les realizaron compras de cafés especiales por 4048 kilos de café pergamino seco, pagando estos cafés un promedio de **15%** por encima del precio del mercado de acuerdo a calidad y conservación, generando así ingresos adicionales para los productores de **COP \$ 9,869,212**. Sumado a esto, uno de los componentes de sostenibilidad ambiental adicionales que tienen estos cafés es que el 84% del café que se compra en este origen proviene de cultivos bajo sombra.

En aras de continuar afianzando relaciones con los productores de alto compromiso con el proyecto y darles la oportunidad de conocer las dinámicas de otras instancias de la cadena de valor así como otros actores, desde Urbania se becaron a dos productores (Edgar Mendoza y Arcadio Barajas) para venir a Plaza Mayor en Medellín al PRF (Producers Roasters Forum) durante 3 días. Este evento es el más importante en la ciudad para la industria del café al cual asisten exportadores, importadores, tostadores, productores y tiendas de café. Durante el evento Edgar y Arcadio pudieron asistir a charlas, mesas de catación, relacionarse con otros productores de otras zonas del país, ver productos y servicios pioneros en la industria y familiarizarse más con el segmento de cafés especiales del cual hacen parte. También tuvieron la oportunidad de conocer la planta de tostión y algunas de las tiendas de Urbania.

Imágenes 4, 5, 6 y 7 de los caficultores aliados acompañando a Urbania en el evento PRF:

Otra de las formas de continuar consolidando la relación del proyecto (no solo Urbania) con la comunidad de la región fue a través del proyecto EL JAGUAR ES COMO TU LO PINTES, proyecto en el cual trabajó WebConserva de la mano del Ministerio de Cultura. La fundación de la mano de varios artistas realizaron actividades artísticas, lúdicas y educativas con los niños de las escuelas y algunos padres de familia, enfocadas en conocer al jaguar y otros animales que habitan su territorio, la importancia, comportamiento, hábitat y relación con los humanos. Las actividades se realizaron en todas las escuelas del municipio y son un mecanismo para relacionarse con la comunidad de manera más cercana así como sensibilizar a las familias con respecto al ecosistema tan estratégicamente importante que habitan. Para dicho proyecto Urbania realizó una donación por la cual el Ministerio de Cultura nos otorgará un certificado de donación (CID) al cierre del primer trimestre del año 2024.





- Imágenes 8, 9, 10 y 11 del proyecto El Jaguar es como tu lo Pintes el cual apoyó Urbania con donación.

Otras de las actividades de impacto en la zona fue el asesoramiento en el manejo de un lote de café variedad “Moka”, el cual es una variedad exótica de manejo agronómico diferente y para el cual también se asesoró a la productora en el proceso de poscosecha de este. También hemos apoyado a la fundación WebConserva en el proceso de exportación de su primer lote de café, la grabación de un documental sobre el proyecto y el entrenamiento de un agrónomo extensionista para el apoyo en futuros proyectos de conservación que utilicen café como herramienta de sostenibilidad.



### CAICEDO Y URRAO (ANTIOQUIA):

En estos dos municipios hemos continuado trabajando con dos productores jóvenes como continuidad a fases anteriores del proyecto PEC (Programa para la Especialidad del Café) que buscaban apoyar el empalme generacional de la caficultura en Antioquia. Estos productores son Duvan René Higueta y Franklin Moreno. En cuanto a Duvan René el impacto es triple ya que su producción es orgánica y bajo sombra. A Duvan se le pagó en promedio durante el año un 83% de precio por encima del precio del mercado, bonificando su producto tanto por calidad como por sostenibilidad ambiental. Igualmente se le continuó apoyando con la venta de su cáscara de café (pulpa) a una empresa aliada que comercializa bebidas de cáscara de café lo cual genera mayores ingresos para el productor.

A Duvan (municipio de Caicedo) también se le ha apoyado financieramente con adelantos de compra de cosecha. En el caso de Franklin (Urrao) el impacto es social y económico debido a la calidad de su café lo cual debido a la bonificación que se le paga le generó COP \$20.8 millones adicionales al venderlos 1637 kilos en comparación a si hubiera vendido a precios del mercado. Con Franklin trabajamos permanentemente para el continuo mejoramiento de la calidad. En Urrao, también hemos continuado trabajando con Luis Montoya quien tiene una zona de conservación de 60 hectáreas en su finca y quien está empezando a implementar cultivos bajo sombra y algunas otras prácticas regenerativas de cultivo.



Imágenes 15 y 16 de Franklin y el Director de calidad de Urbania

**TOLIMA (Planadas, Alvarado y Rioblanco):** En el Tolima venimos trabajando con una asociación conformada en su mayoría por víctimas del conflicto armado, quienes producen café de especialidad, en su mayoría lotes “regionales” de alta calidad. Estos se alinean no solo con nuestros valores de contribuir a proyectos de construcción de paz en zonas afectadas por conflicto, sino que también cumplen con los estándares de calidad, volumen y “perfil de taza” que buscamos para nuestra edición de café PAZ, tanto a nivel local como para el mercado de exportación. Adicionalmente a esto, la asociación cuenta con una cantidad importante de productores de café orgánico los cuales están certificados y con otros que están en transición a producir de esta manera. Nuestro apoyo en este proyecto es principalmente como aliados comerciales y asesores de calidad.

Es la región de donde más se compra café a lo largo del año ya que son quienes tienen la capacidad de proveer lotes de gran volumen, calidad y orgánicos muy alineados con nuestro enfoque de mercado para exportación. La bonificación promedio a lo largo del año fue de 17% con la cual se generaron COP \$67 millones adicionales a comparación de vender en mercado commodity para la asociación y los productores. En lo respectivo al café orgánico, la bonificación promedio fue de 21%, se compraron 13,413 kg lo que corresponde al 41% del café comprado en la zona. También continuamos apoyando a la asociación a través de retroalimentaciones en base a calidad del café en taza, físico y humedad, así como adelantos de compra por COP \$16,000,000.

**OTROS PROYECTOS:****PROYECTO PEC -(ANTIOQUIA: Briceño, Támesis y Urrao):**

Somos uno de los aliados privados de este proyecto liderado por la Cámara de Comercio de Medellín desde hace 3 años, brindando acompañamiento en mejoramiento de calidades a diferentes productores en varios municipios del departamento. Para esta fase, la cual es implementada con recursos de Swiss Contact, el acompañamiento va ligado no solo a mejoramiento de calidades, también tiene un componente de reducción de gases de efecto invernadero y contaminación de aguas. El acompañamiento de Urbania se ha centrado en 27 productores de los 3 municipios (9 Briceño, 11 Támesis y 7 Urrao), de los cuales 5 de los 9 del municipio de Briceño han sido sugeridos por Urbania para darle continuidad al acompañamiento que se venía haciendo bajo el programa de Territorios de Oportunidad enfocado en sustitución de cultivos ilícitos. La producción de cafés especiales está en los tres municipios en niveles muy diferentes ya que Urrao está muy avanzado debido a la variedad Chiroso, Támesis ya tiene una cultura de producción de variedades y procesos de poscosecha alternativos gracias en parte al acompañamiento de varios años del proyecto PEC, y Briceño está apenas empezando con unos pocos productores sembrando y procesando con métodos alternativos.

# REPORTE POR DIMENSIONES

Gobierno corporativo

03



### Compromisos adquiridos

---

Comunicar el manifiesto de la empresa en las tiendas, franquicias, medios digitales y a profundidad con todos los colaboradores de la empresa. Toda persona que ingresa a la empresa tiene una capacitación enfocada en el manifiesto y en el modelo de impacto de la compañía. Además, se hacen capacitaciones periódicas de los dos temas con el fin de reforzar los valores y conocimiento.

Implementación de las actividades

### Nivel de compromiso con el impacto:

---

El nivel de compromiso es muy alto, el modelo de negocio de la empresa está soportado sobre el impacto económico a productores de cafés y atado a este se generan los complementos de impacto social y ambiental que valoramos. También la operación de la empresa se desarrolla buscando mitigar los impactos negativos de las actividades diarias y buscando generar bienestar para todos los grupos de interés asociados a la organización. Acorde a estos principios seguimos siendo una Empresa B certificada y constituida como BIC, así como las demás empresas franquicia que utilizan nuestra marca están igualmente constituidas bajo el modelo BIC, este ha sido un requerimiento para el otorgamiento de uso de marca.

### Declaración de la misión:

#### La empresa cuenta con un manifiesto:

---

La bondad sólo se define a través de sus expresiones. Bondadoso es quien es bueno cada día, pues el simple deseo de serlo no es suficiente para transformar el mundo.

La bondad es la forma humana de la justicia, pero también es el suelo fértil de la amistad y la raíz de la vida.

Un buen café es el café que es bueno con otros, con quienes cuidan el grano que cuidará de su propia familia, un café que da voz a quien no la tiene, a quienes no han sido escuchados. La bondad está en la sencilla decisión de escoger una taza de café, en la decisión consciente de todos los días.

En urbania queremos un café para hacer el bien, para caminar hacia un mundo tejido con la bondad en el que todos vivimos por encima del egoísmo. Un café que sea el camino hacia nosotros mismos, pues solo buscando el bien de otros encontramos el nuestro.

La vida, como la bondad, es un todo indivisible, por eso creemos en la existencia digna de nuestros iguales: personas, jaguares, osos y la tierra misma. Qué el mismo café que nos abraza en el comienzo del día, nos dé la comprensión del alcance de nuestras acciones cuando llegue la noche.

Que nuestro café sea más que historias; que la bondad sea la letra misma con la cual se escribe nuestra historia. Que del café quede más que el aroma, que la bondad no sea un trofeo sino la fuerza que nos moviliza. Que el café sea siempre un bálsamo para el espíritu, que nos conecte con otros, que paralice el tiempo, que la experiencia sea infinita, que la sensación no se acabe y la taza nunca esté vacía.

## Integración de desempeño social y ambiental en la toma de decisiones:

Las decisiones de la empresa están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, específicamente el 10 (Reducción de las desigualdades), 12 (Producción y consumo responsables), 15 (Vida de ecosistemas terrestres) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos) para lo cual desde hace 4 años esta gestión se monitorea con indicadores. También se cuenta con un cargo directivo específico para esto, la Gerencia de Impacto y además venimos creando un ecosistema de alianzas que nos permite gestionar, mantener e incentivar estos objetivos, ya que las organizaciones aliadas con las cuales se trabaja son especialistas en áreas ambientales y sociales, lo cual complementa y genera sinergias con nuestro rol como especialistas de café en varios proyectos.

## Extracto del objeto social:

Las competencias que buscaremos impactar son las siguientes:

- 1) Modelo de negocio:
  - a. Adquieren bienes o contratan servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres y minorías. Además, dan preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementen normas equitativas y ambientales.
- 2) Gobierno Corporativo:
  - a. Expresan la misión de la sociedad en los diversos documentos de la empresa.
- 3) Prácticas laborales:
  - a. Establecen una remuneración salarial razonable para sus trabajadores y analizan las diferencias salariales entre sus empleados mejor y peor

*Página: 3 de 13*

remunerados para establecer estándares de equidad.

- 4) Prácticas ambientales:
  - a. Supervisan las emisiones de gases efecto invernadero generadas a causa de la actividad empresarial; implementan programas de reciclaje o de reutilización de desperdicios; aumentan progresivamente las fuentes de energía renovable utilizadas por la sociedad, y motivan a sus proveedores a realizar sus propias evaluaciones y auditorías ambientales en relación con el uso de electricidad y agua, generación de desechos, emisiones de gases de efecto invernadero y empleo de energías renovables
- 5) Prácticas con la comunidad:
  - a. Incentivan las actividades de voluntariado y crean alianzas con fundaciones que apoyen obras sociales en interés de la comunidad.

### Estructura de gobernanza:

---

Urbania se gobierna bajo el nivel de supervisión corporativa de una Junta Directiva compuesta de 5 miembros principales, siendo 4 de estos externos a la empresa con altos niveles de conocimiento en diferentes áreas de negocio y sostenibilidad y 1 miembro socio de la empresa representando a Fundación Bancolombia/Fondo Acción. Esta junta apoya el direccionamiento estratégico de la empresa y exige planes de acción concretos tanto a corto como a mediano y largo plazo.

A esta junta se le presenta cada 3 meses un reporte de desempeño en el ámbito social y ambiental en donde se muestran los avances trimestrales de los indicadores: Incremento de ingresos de los caficultores, incremento de utilidades de los caficultores, # de familias impactadas, # de personas impactadas, % de café orgánico, bajo sombra y que ahorra agua, litros de agua ahorrados y número de hectáreas de bosque que se apoyaron a conservar.

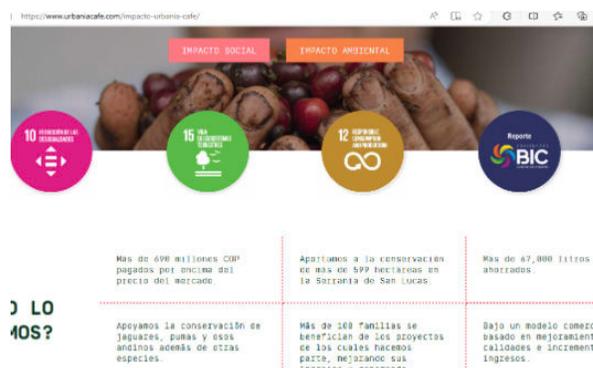
La gestión interna y operación diaria se desarrolla bajo la dirección de Gerente General quien a su vez es el representante legal de la empresa. Este se encarga de cumplir y hacer cumplir las decisiones de la Asamblea General de Accionistas.

Normas de información financiera y transparencia: Utilizamos las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS) a través del Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). Estos los revisa un contador público certificado, el desempeño financiero se comunica de manera transparente con los empleados (no de manera formal), así como con la junta directiva y la titularidad de la empresa.

## Divulgación del impacto de la empresa:

Divulgamos nuestros logros de impacto a través de estos reportes anuales de manera formal y directa a nuestros socios y empleados así como a otros grupos de interés como ONGs, asociaciones, caficultores, clientes HORECA, clientes de exportación, distribuidores y aliados comerciales. Al interior de la empresa se comunica también de manera permanente los impactos que se logran con la comercialización de cada tipo de café. Igualmente el personal de servicio recibe capacitación permanente para comunicar a los clientes interesados el cómo logramos el impacto a través del café en Urbania. También es importante destacar que gran parte de nuestra línea de comunicación y mercadeo como marca gira alrededor del impacto, ya que lo consideramos uno de nuestros factores diferenciales lo cual también nos ayuda a fomentar cierta cultura organizacional. Comunicamos a través de redes sociales, otros medios digitales, elementos comunicativos como empaques y habladores así como tableros de impacto en las tiendas.

Imágenes 15, 16, 17 y 18 como ejemplo de nuestra comunicación de impacto:



Reporte BIC del impacto del año 2022 publicado en nuestra página web:  
Informe de gestion BIC - Urbania Café (urbaniacafe.com)



# REPORTE POR DIMENSIONES

Prácticas laborales

04



## Nuestra página web: Compromisos adquiridos

---

Establecen una remuneración salarial razonable para sus trabajadores y analizan las diferencias salariales entre sus empleados mejor y peor remunerados para establecer estándares de equidad.

Implementación de las actividades

Tipos de contrato y salarios: Todos los trabajadores vinculados a la empresa a lo largo del 2023 (82 al cierre del año 2023) tuvieron contratos a término indefinido con salario fijo y de tiempo completo, solo en casos excepcionales y debido a las dinámicas operativas de la empresa, fué necesario en algunas ocasiones contratar personal de reemplazo por prestación de servicios por unos pocos días. La empresa no contrata servicios con contratistas independientes.

Desde el 2022 se definió como política de la empresa que ningún trabajador ganaría el salario mínimo, todos los empleados ganan al menos 50 mil pesos por encima del salario mínimo, ganando este mínimo establecido por Urbania solo el 27% de los empleados. Los ajustes salariales anuales se hacen acorde al IPC, la inflación y el salario mínimo. Todos los colaboradores en posiciones de liderazgo, comerciales y algunos operativos, 40% del total, reciben bonificaciones de acuerdo a su desempeño con indicadores claramente definidos. Es importante destacar que también quienes trabajan en las barras y cocinas en las tiendas tienen acceso a propinas, lo cual complementa sus sueldos sustancialmente. Todo esto se ha establecido como política aún cuando la empresa no está generando utilidades.

En cuanto a la política de servicios financieros que la empresa tiene para empleados, esta se modificó en 2023, la empresa ya no presta directamente ya que se establecieron convenios para dicho propósito con dos entidades que son: Comfama y Presta Gente.

### Prácticas de seguridad laboral:

---

Todos los empleados que manipulan equipos reciben capacitación sobre el manejo de los equipos (máquina tostadora de café, trilladora, máquinas de espresso, molinos e implementos de cocina), utilizan los uniformes correspondientes con elementos de seguridad y se realizan revisiones periódicas. Igualmente se le hacen a los equipos mantenimientos preventivos periódicos, se lleva un seguimiento con formatos para esto y se ubican letreros sobre los peligros del entorno. Aquellos que manipulan alimentos son capacitados de manera permanente y tienen sus certificados vigentes de manipulación de alimentos.

### Desarrollo profesional:

---

La empresa tiene como política promover el desarrollo de carrera dentro de la organización. Siempre que existe una vacante se publica y promueve al interior de la empresa como primera medida antes de emprender la búsqueda externamente. Al ingresar a la empresa todo el personal recibe capacitación sobre la operatividad de la empresa, sobre servicio al cliente si es relevante para su rol y capacitación específica sobre su rol con tareas y deberes detallados. Seguido a esto el personal operativo de tiendas tiene seguimiento por parte de su líder directo durante un mes. A todo el personal operativo se les hace capacitación permanente en calidades de café y comida así como capacitación cruzada para que la formación sea integral. Los baristas reciben capacitación en cocina y servicio, los de servicio en café y cocina y los de cocina en servicio y barismo. Además de esto, ya que la empresa cuenta con un foco especial en el café, se cuenta con un programa de formación en cavidades y becas para concursos de competencias de café a nivel nacional. También, las instalaciones de la empresa están siempre a disposición de los empleados que quieren practicar y aprender sobre temas relacionados al café.

Imágenes 19, 20, 21 y 22 de talleres de formación de líderes y Ciclo de vida del Ser:



## 1. PROPÓSITO - *Narrativa interna*

1. Poner a las personas en primer lugar, preocupándose profunda y apasionadamente por su desarrollo integral y su éxito.
2. Crear productos y servicios excelentes que aporten nada menos que alegría a nuestras vidas.
3. Prestar atención permanente a los detalles, sabiendo que las pequeñas y continuas mejoras incrementales pueden suponer momentos de cambio.
4. Reconocer el poder de la inteligencia emocional y la evolución de consciencia de todos los integrantes de Urbania (darnos cuenta y hacernos cargo).
5. Cultivar unas palabras impecables, no se habla mal del otro, ni de su cuerpo, ni de su identidad. No fomentamos círculos tóxicos de comunicación (Ley de los 5 segundos).
6. No permitimos el maltrato en ninguna de sus formas.
7. Nuestro tono de voz es dulce, firme y cercano.

### Bondad manifestada por medio e la excelencia



*Lider:*

*No descargues en tu equipo*

- Tus emociones no transitadas
- Tus miedos no abrazados,
- Tus dolores no aceptados,
- Tus rabias atascadas,
- Tus rencores no soltados,
- Tus envidias no comprendidas,
- Tu ego no descubierto,
- Tu rol de víctima no reconocido,
- No descargues en tu equipo tu falta de autoconocimiento y autoobservación.

# Liderazgo

**LIDERAZGO CONSCIENTE** - una mirada desde la excelencia

- Darse cuenta y hacerse cargo

**NECESIDADES DEL LIDERAZGO ACTUAL**

- Elevar el nivel de madurez emocional.
- Elevar el nivel de comunicación y la capacidad argumentativa.
- Capacitaciones y evaluaciones sobre conceptos básicos y propios de la tienda permanente.
- Ejemplo, ejemplo, ejemplo — permanente —
- **RECOMENDACIÓN: Los 4 acuerdos:**
  - Se impecable con tus palabras
  - No te tomes nada personal
  - No hagas suposiciones
  - Haz siempre lo mejor que puedas — excelencia —

### **Evaluación de empleados:**

---

La empresa cuenta con una política de retroalimentaciones con propósito y de descargos para empleados que se basa en el cumplimiento del Reglamento Interno de Trabajo. Las evaluaciones con propósito se hacen por parte del líder de área en base al criterio formado por el desempeño percibido en la operación diaria. Igualmente se documentan los procesos de descargos y retroalimentaciones en aras de hacer seguimiento continuo a la cultura de excelencia que promovemos.

### **Promoción interna de empleados y programas de desarrollo profesional externo:**

---

En el año 2023 realizamos 6 ascensos a posiciones de liderazgo, un plan de formación en liderazgo de la mano de una consultora (Bloom) con quienes también desarrollamos el “Ciclo de vida del ser” para todas las personas que sean vinculadas a Urbania.

### Programas de desarrollo profesional externo:

---

El equipo de líderes ha recibido formación en liderazgo con la consultora Bloom. El equipo de cocina recibe capacitación permanente y más intensiva cuando hay platos nuevos por parte del consultor externo Ante-Cocina. El equipo operativo recibe capacitación por parte de proveedores externos con respecto a sus productos. El Gerente de la empresa también tuvo un viaje de formación en tendencias de café a Corea con el apoyo del Cluster de Café de Antioquia.

Desde la empresa se ha apoyado el desarrollo profesional con la participación en concursos de barismo por parte de varios de los integrantes del equipo haciendo primero eliminatorias internas entre los interesados, para luego enviar a los ganadores a concursar a nivel regional y nacional. Se estimula el conocimiento y exigencia en torno a nuestro producto insignia mientras se posiciona la marca como un referente en temas de café de especialidad a nivel nacional.

Imágenes 23, 24, 25, 26 y 27: Ganadores de concursos internos y externos de barismo, jueces externos de alto perfil profesional y concursantes internos.



**Reglamento interno de trabajo que contiene el manual para los empleados:**

El RIT de la empresa contiene: políticas sobre acoso con sus debidos procesos disciplinarios y proceso de denuncia, declaración sobre horarios de trabajo, declaración de no discriminación (raza, edad, genero, orientación sexual, discapacidad, identidad de género, nacionalidad, edad, religión), políticas de pago, resolución de reclamos, escala de faltas (lees y graves), sanciones disciplinarias y procedimientos. En este también se aclara el derecho a asociación de los trabajadores y se especifica claramente la prohibición del trabajo infantil.

**Licencia parental remunerada para cuidador secundario:**

2 semanas de acuerdo a lo que establece la ley.

**Beneficios adicionales:**

A los empleados tanto administrativos como operativos se les ofrece con descuento todos los productos de las cafeterías de la empresa, además de bebidas de café negro gratis. También, una vez a la semana como parte de capacitación y beneficio se les otorga el plato de la semana para estudiar y compartir en equipo. Además de esto se les da el subsidio de transporte establecido por ley y se organizan horarios de acuerdo a prioridades como cuidado de familia y estudio. También se tienen convenios para préstamos con Comfama.

### **Empoderamiento de trabajadores:**

---

Se incluyen a los empleados en la toma de decisiones a través de mecanismos para la presentación de comentarios y sugerencias que buscan mejorar las prácticas de la empresa. Para dicho propósito existe un documento formal. También, los líderes de cada tienda tienen canal de comunicación abierta permanente con todos los gerentes y cuando es necesario se solicitan reuniones de equipo. Se fomenta que los líderes estén empoderados en el manejo de personal de sus equipos y es una de las habilidades blandas que se viene fortaleciendo continuamente.

### **Satisfacción y compromiso de los trabajadores:**

---

Durante el 2023 se priorizó realizar las baterías de ERP (Evaluación del riesgo psicosocial) de la mano de COMFAMA, para con estas determinar el estado de satisfacción, compromiso y estrés de los trabajadores. En base a los resultados se puede concluir que el estrés intralaboral está en un nivel MEDIO y el extralaboral en un nivel ALTO, siendo más alto el intralaboral para aquellos que desempeñan cargos de liderazgo como lo corrobora los resultados de las dimensiones de Exigencias de responsabilidad del cargo y Relación con los colaboradores.

## Resultado RPS - 2023

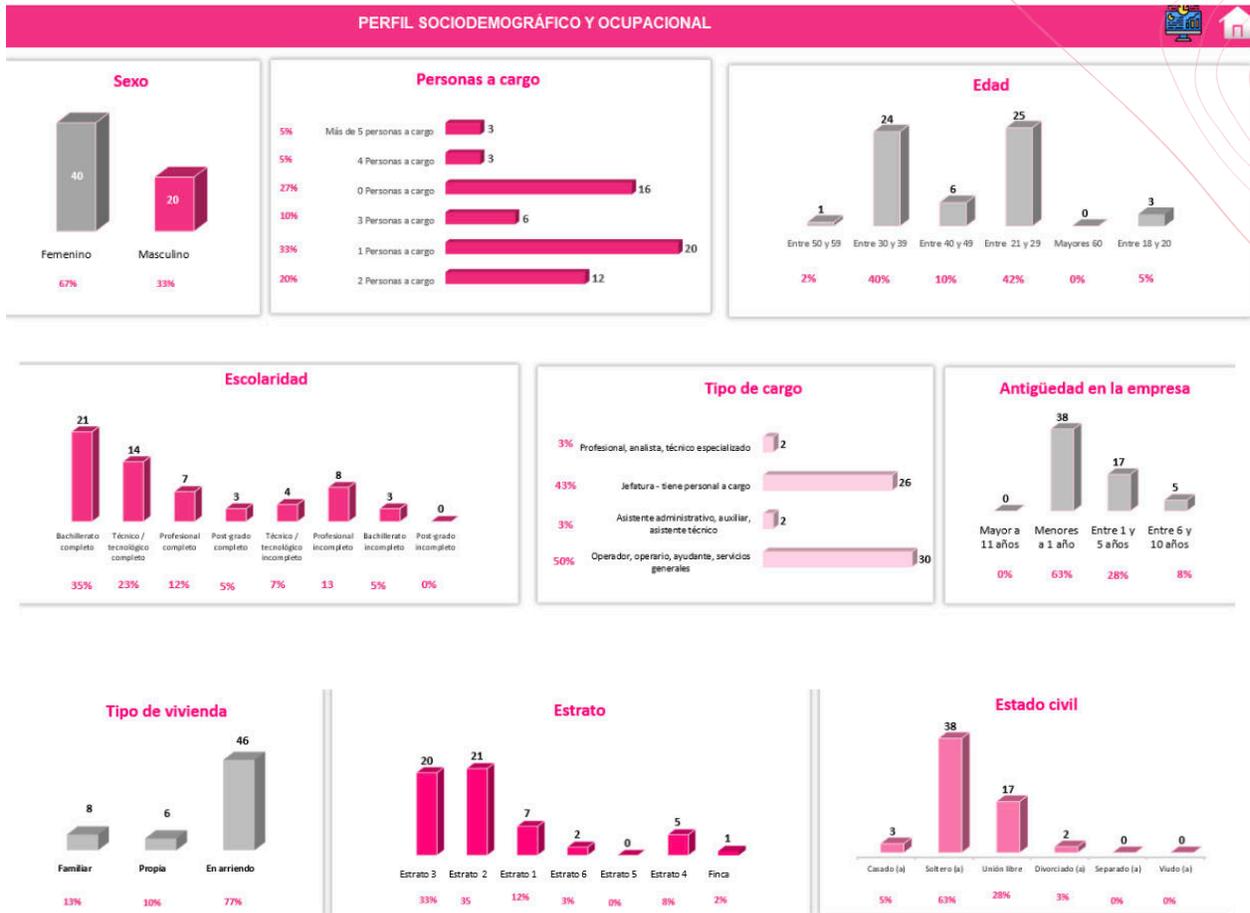
DIAGNÓSTICO GENERAL INTRALABORAL/ EXTRALABORAL/ ESTRÉS	Formas A=29 (Jefes=26) + Formas B=31 Total Personas=60		Formas A=29 (Jefes=26) + Formas B=31 Total Personas=60		Formas A=29 (Jefes=26) + Formas B=31 Total Personas=60		TOTAL	
TOTAL INTRALABORAL	27	45%	10	17%	23	38%	MEDIO	100%
TOTAL EXTRALABORAL	17	28%	17	28%	26	43%	ALTO	100%
TOTAL ESTRÉS	18	30%	7	12%	35	58%	ALTO	100%

DIMENSIONES	PRIORIDAD DE INTERVENCIÓN GENERAL					
	Bajo		Medio		Alto	
Desplazamiento vivienda trabajo vivienda	8	13%	8	13%	44	73%
Exigencias de responsabilidad del cargo: SOLO FORMA A	3	10%	6	21%	20	69%
PUNTAJE TOTAL EVALUACIÓN DE ESTRÉS	18	30%	7	12%	35	58%
Tiempo fuera del trabajo	20	33%	10	17%	30	50%
Relación con los colaboradores: SOLO FORMA A - JEFES	9	35%	4	15%	13	50%
Influencia trabajo sobre entorno extralaboral	19	32%	12	20%	29	48%
Características de la vivienda y entorno	24	40%	7	12%	29	48%
PUNTAJE TOTAL FACTORES RIESGO PSICOSOCIAL EXTRALABORAL	17	28%	17	28%	26	43%
Relaciones sociales en el trabajo	23	38%	13	22%	24	40%
LIDERAZGO Y RELACIONES SOCIALES EN EL TRABAJO	25	42%	11	18%	24	40%

### Días libres pagos:

Los que ordena la ley, 15 días hábiles al año de vacaciones más el día de la familia, el día del cumpleaños y los medios días libres por ejercer el derecho al voto. En cuanto a la licencia de maternidad y paternidad también nos acogemos a lo que establece la ley.

**Diversidad, equidad e inclusión:** La empresa tiene metas específicas de diversidad, equidad e inclusión. Anualmente realizamos una encuesta demográfica en base a la cual se toman decisiones para mejorar este aspecto al momento de contratar nuevo personal en tema de género, raza/etnia, edad, orientación sexual e identidad de género. Igualmente se hace un análisis de nivel salarial por género y se tiene en cuenta para los ascensos que se realizan. Del 2022 al 2023 pasamos de tener un 65% de hombres en la nómina a un 33% como se puede observar en las gráficas abajo:



### Medición:

Durante el 2023 nos basamos en las mediciones hechas por COMFAMA las cuales se relacionan en las gráficas de arriba.

80% del personal vive en estratos 1, 2 y 3.

**Diversidad etaria:** El 47% de los empleados son menores de 30 años y el 2% mayores de 50.

**Niveles educativos:** El 35% de los empleados es únicamente bachiller. La remuneración más alta es 5 veces más alta que la más baja.

**Cargos gerenciales ejercidos por mujeres:** Pasamos de ninguno en el 2022 a 2 (40%) cargos gerenciales.

Ninguno de los gerentes se identifica con grupos subrepresentados. El 50% de los integrantes de la junta directiva son mujeres, ninguno hace parte de grupos subrepresentados.

### Impacto económico:

---

#### **Puestos incorporados el año pasado:**

21 (todo el grupo empresarial)

**Tasa de crecimiento de empleo:** 28% (todo el grupo empresarial)

Más del 90% de las compras de la empresa (costos) se realizan a proveedores locales (Colombianos).

En cuanto a los gastos de la empresa, estos se hacen en su totalidad con proveedores locales independientes (mensajería, página web, redes sociales, mantenimiento equipos, remodelación, mobiliario). Los clientes de nuestras tiendas son tanto de la comunidad local del área metropolitana así como turistas y extranjeros radicados en la ciudad. En cuanto a los clientes de exportación estos se ubican en Europa y EEUU.

The background of the entire page is a light orange color with a subtle topographic map pattern. The map consists of thin, light red contour lines that form irregular, concentric shapes, suggesting a landscape with hills and valleys. The lines are more densely packed in some areas and more spread out in others, creating a sense of depth and texture.

# REPORTE POR DIMENSIONES

Prácticas ambientales

05

### Compromisos adquiridos

---

Supervisan las emisiones de gases efecto invernadero generadas a causa de la actividad empresarial; implementan programas de reciclaje o de reutilización de desperdicios; aumentan progresivamente las fuentes de energía renovable utilizadas por la sociedad, y motivan a sus proveedores a realizar sus propias evaluaciones y auditorías ambientales en relación con el uso de electricidad y agua, generación de desechos, emisiones de gases de efecto invernadero y empleo de energías renovables.

### Implementación de las actividades

---

Se cuenta con una declaración formal que establece el compromiso de la empresa con la protección del medio ambiente. Se mantienen procesos de recolección y manejo de residuos para mitigar huella ambiental y se obtiene una certificación ambiental por parte de la empresa de manejo de residuos orgánicos: GDA, empresa de recolección de residuos orgánicos, certifica que Urbania emite 66.07% menos CO<sub>2</sub> por cada kg de residuos orgánicos que genera al ser recolectado y compostado por ellos. A lo largo del año 2023 Urbania envió 1700 kg de residuos orgánicos a la planta de compostaje del proveedor únicamente de la planta de producción y tienda propia de la Calle 14 en Medellín. Abajo muestra de uno de los certificados emitidos mensualmente:



**GESTIÓN Y DESARROLLO AMBIENTAL S.A.S**

**CERTIFICA QUE**

La empresa URBANIA CAFE S.A.S. BIC sucursal URBANIA CAFE generó 6.80 Kg CO2-eq correspondiente a 32.40 Kg de residuos orgánicos entregados a GDA para ser tratados y aprovechados en la planta de Organomezclas S.A.S. durante el mes de diciembre de 2023.

En un relleno sanitario se generan 0.561 Kg de CO2 por cada Kg de residuo orgánico, el proceso de compostaje en Organomezclas SAS genera 0,192 kg CO2-eq por cada kg de residuo tratado; esto es una reducción en emisiones de 66,07 % por nuestro proceso.



Jose Patro Restrepo Salazar  
Gerente

### Gestión ambiental:

Buscando la reducción del consumo energético 8 de las tiendas de la empresa utilizan algunas de las máquinas de espresso más eficientes energéticamente que existen en el mercado en la actualidad, la Victoria Arduino Eagle One y las Simonelli Appia. Las Victoria Arduino además tienen funcionalidades que reducen el consumo de agua (estas máquinas están diseñadas para reducir el impacto ambiental tanto en su operación como en su fabricación con una tecnología patentada). También buscando la reducción del consumo energético toda la bombillería de las tiendas, planta de producción y oficinas es led. Las tiendas que operan en algunos centros comerciales (Viva Envigado - certificado LEED), y en el edificio de oficinas de Bancolombia Dirección General (Leed Oro) cuentan con mecanismos de ahorro energético, separación de residuos y ahorro de agua.

En cuanto a la emisión de gases de efecto invernadero por el momento únicamente se está monitoreando por el momento la reducción de emisiones por residuos orgánicos de la planta de producción y tienda de Calle 14. Las demás actividades no se monitorean ya que se han realizado cotizaciones para realizar mediciones y por el momento no es viable para la empresa pagar dichos servicios debido a temas presupuestales.

### Compras locales:

Nuestra materia prima principal es el café, el cual todo es de producción nacional y el 18% del total de compras del 2023 se realizó dentro del mismo departamento de Antioquia. El restante se compra en otras zonas del país ya que se priorizan proyectos de impacto ambiental o social por encima de cercanía al punto de producción. En lo respectivo a proveedores de otros productos, siempre buscamos proveedores locales (el 97% de los proveedores son locales), lo cual no implica que trabajen 100% con materias primas locales, algunas pueden ser importadas. En la medida de lo posible trabajamos con emprendedores o PYMES. En cuanto a los envíos desde centro de producción a tiendas propias, franquicias y clientes, estos todos se hacen en motocicleta, y los que son a nivel nacional se hacen en transportadora terrestre.

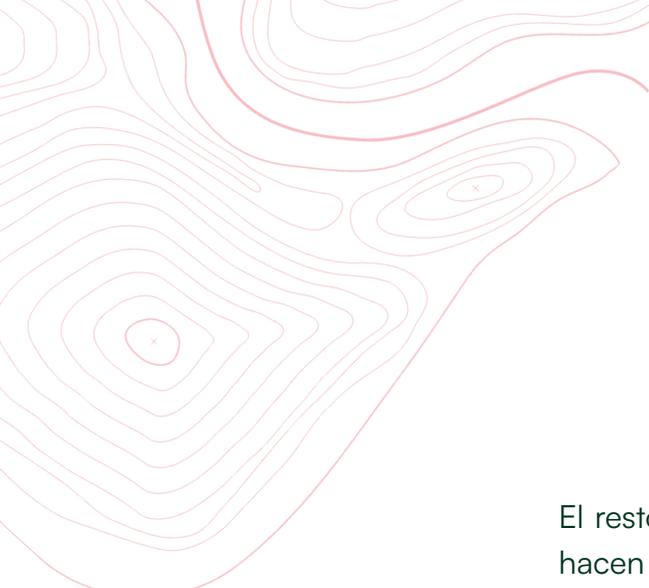
Utilización de agua y prácticas de conservación de agua: El enfoque de la empresa en manejo de aguas se ha centrado principalmente en trabajar con los caficultores aliados para reducir la contaminación orgánica de fuentes hídricas en el proceso de poscosecha. A esto se le hace un seguimiento permanente con uno de los indicadores principales de impacto. Para el año 2023 se dejaron de contaminar aproximadamente 32490 litros con procesos de poscosecha que no utilizan agua.

## Tierra y vida:

Monitoreo y generación de desechos: Bajo nuestro modelo de utilización de empaques reutilizables para entrega en tiendas propias, a lo largo del año 2023 ahorramos 68 kg de plástico. Las bolsas que se utilizan tradicionalmente para el café tienen un muy bajo índice de reciclabilidad por lo cual ha sido una preocupación permanente en la empresa. Adicionalmente a lo largo del año seguimos impulsando nuestro modelo de venta de café a granel en tiendas, vendiendo empaques reutilizables para que los clientes lo rellenen en las tiendas y solo paguen por el café, no por un nuevo empaque que generará más residuos. A lo largo del año tuvimos 4 ediciones de café en empaque reutilizables (100% reciclables) y se vendieron 137 kg de café a granel, lo cual equivale a un ahorro de 550 bolsas de 250 gramos (6.3kg de material con muy bajo índice de reciclabilidad). Desde Urbania estamos comprometidos a continuar impulsando este modelo de reutilización de empaques lo cual genera una reducción sustancial en desperdicios y es parte de un modelo de economía circular en el cual creemos. El cambio cultural es uno de los grandes retos que afrontamos en este sentido además de la conservación del café en empaques de este estilo.

Imágenes 30 y 31 de nuestros empaques reutilizables:



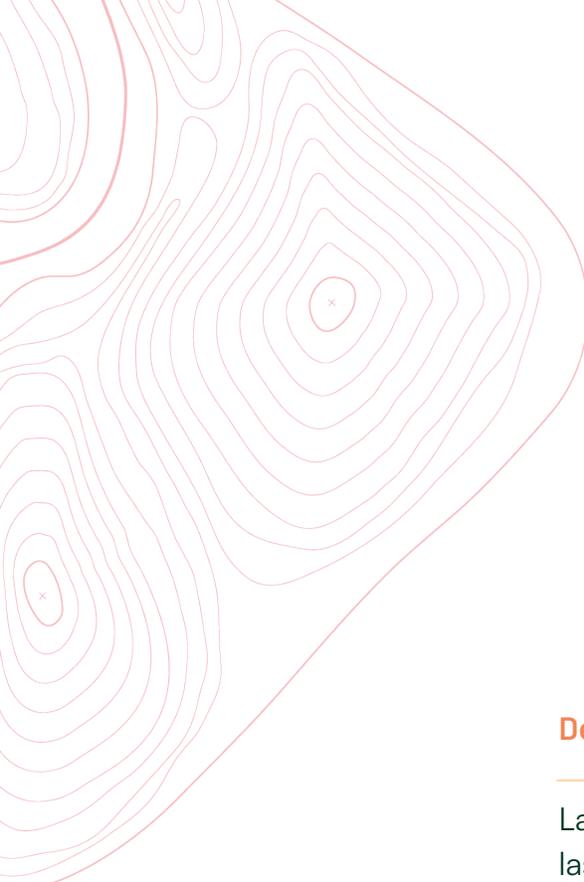


El resto de residuos ordinarios y reciclables no se miden, pero si se hacen revisiones aleatorias con respecto a la buena separación de residuos en la fuente. Los desechos reciclables son debidamente separados en todas las instalaciones, todas disponen de canecas para dicho propósito y en el caso de los centros comerciales estos son quienes recogen y disponen de ellos. En el caso de las tiendas en locales normales de borde de espacio público, los residuos se sacan por separado los días de recolección de EMVARIAS y en algunos casos los recicladores independientes son quienes recogen el material reciclable ya que no existe un esquema formal por parte de EMVARIAS.

### **Impacto ambiental de los envases:**

---

Además de los empaques de café detallados arriba, la empresa tiene como política no vender ninguna bebida (incluido agua) en envases plásticos, todos los envases de nuestras bebidas RTD son de lata o vidrio (cerveza y bebida de cáscara de café), no trabajamos con proveedores que utilicen plástico para dicho propósito. Como complemento a esto, en todos los locales regalamos el agua de la llave y está a libre disposición de los clientes para tomar la cantidad que deseen, también para llevar en sus termos personales. Adicionalmente, promovemos los termos reutilizables que vendemos y también los que traen los clientes en pro de reducir los empaques desechables que se utilizan para llevar, a quienes llevan sus termos se les otorga descuentos del 10 o 15% dependiendo de si el termo es marca Urbania.



### Desechos peligrosos:

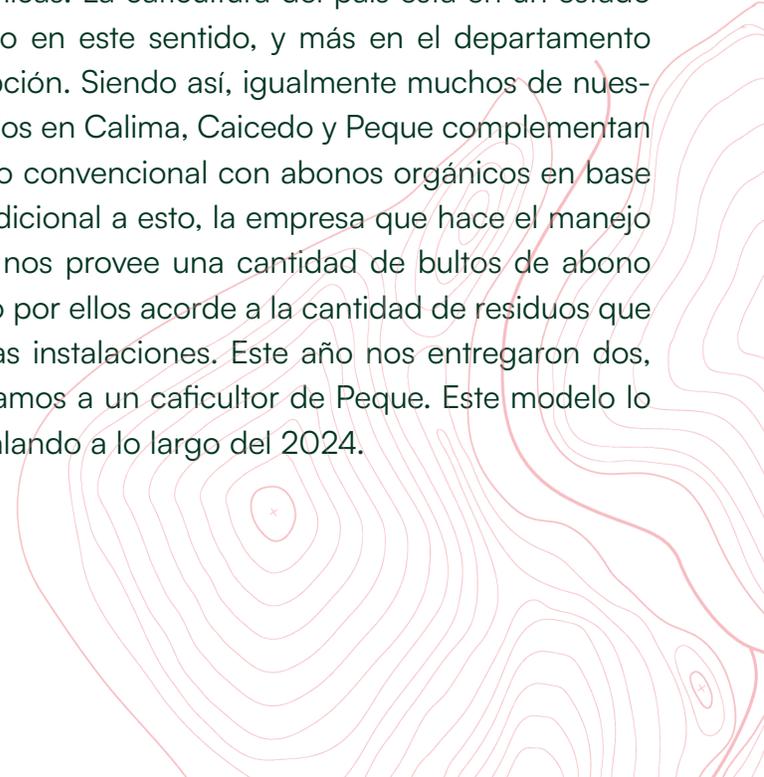
---

La empresa genera muy pocos desechos peligrosos. Las baterías de las grameras que se utilizan se han cambiado todas por recargables, y cualquier otro desecho electrónico generado se entrega en los puntos de recolección de las empresas recolectoras dispuestos dicho propósito.

### Fertilizante orgánico:

---

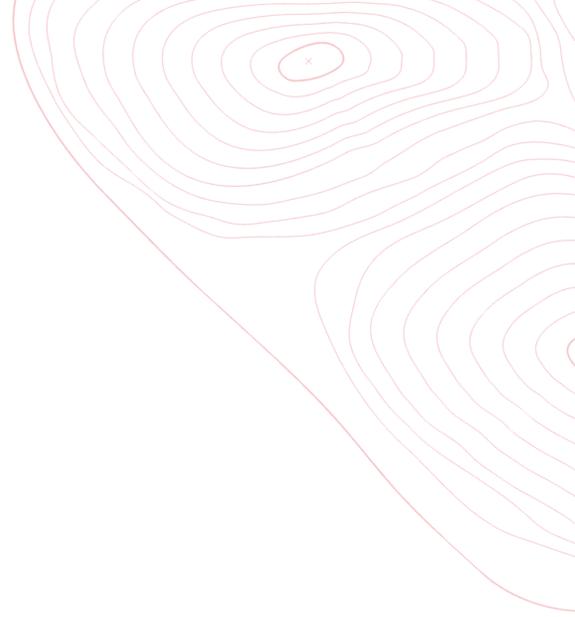
El 29% del café que compras a lo largo del 2023 fue café orgánico en comparación a un 1% en el 2022. Varios de los productores con quienes trabajamos en el Tolima y uno de Antioquia implementan prácticas 100% orgánicas. La caficultura del país está en un estado relativamente atrasado en este sentido, y más en el departamento según nuestra percepción. Siendo así, igualmente muchos de nuestros productores aliados en Calima, Caicedo y Peque complementan el manejo agronómico convencional con abonos orgánicos en base a la pulpa del café. Adicional a esto, la empresa que hace el manejo del residuo orgánico nos provee una cantidad de bultos de abono orgánico compostado por ellos acorde a la cantidad de residuos que recolectan de nuestras instalaciones. Este año nos entregaron dos, los cuales se los donamos a un caficultor de Peque. Este modelo lo queremos seguir escalando a lo largo del 2024.



### Control de plagas:

---

La organización no es productora de café ni de alimentos directamente por lo cual no tiene control sobre el tipo de productos que se utilizan. Lo que se procura es trabajar con productores orgánicos, que implementen algunas prácticas orgánicas y agroecológicas y en muchos casos que estén utilizando variedades resistentes a la roya. En los casos en donde se utilizan fungicidas promovemos la utilización de oxiclورو de cobre de manera preventiva, el cual es permitido en agricultura ecológica, sin embargo esto no garantiza que los productores realicen este control necesariamente. Igualmente se les dan recomendaciones de manejo para la prevención de roya en las visitas técnicas, las cuales en muchas ocasiones implican el uso de fertilizante sintético. En cuanto a la broca trabajamos en su mayoría con quienes están ubicados en alturas en donde esta tiene un nivel de incidencia mínimo. Igualmente incentivamos el uso de técnicas manuales de control como el “re-re” y la utilización de control biológico con *Beauveria bassiana* en reemplazo del control químico. En cuanto al uso de pesticidas promovemos la no utilización, pero si es requerido utilizarlos propendemos por que los que utilicen sean clase III o superiores y que se respeten los tiempos de carencia.



### Manejo sostenible de la tierra:

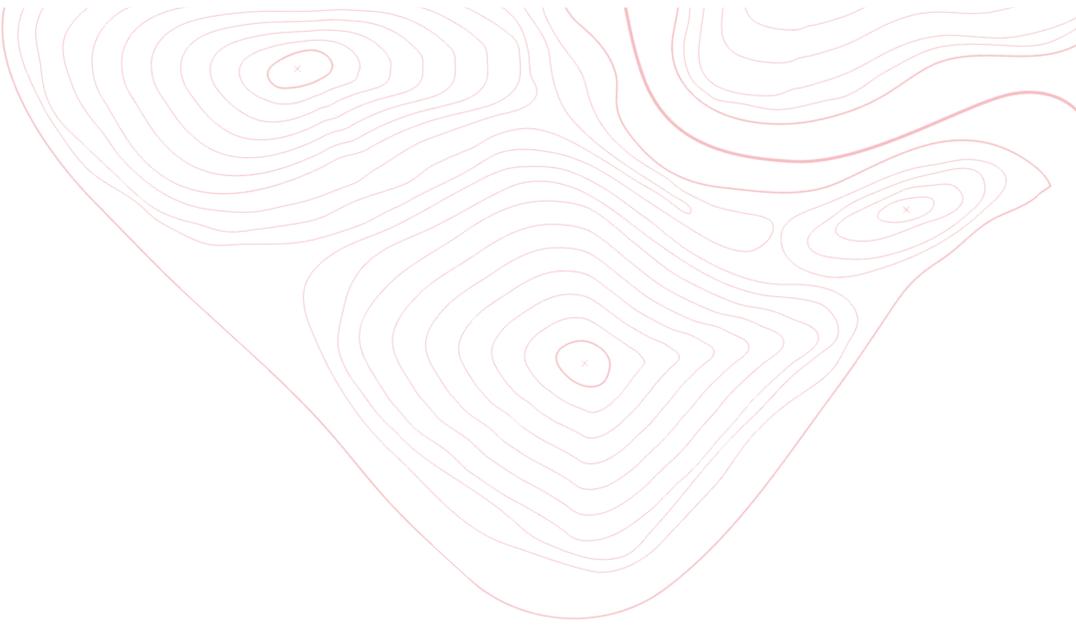
---

Nuestro foco principal en pro de apoyar el manejo sostenible de la tierra son los cultivos de café bajo sombra. Este tipo de cultivo tiende a ser muchísimo más sostenible en cuanto a captura de carbono, retención de humedad, prevención de erosión, regeneración del suelo, generación de materia orgánica y hábitat para las especies que habitan estos territorios. También sirven como barreras vivas y pueden generar resiliencia en el cultivo en tiempos de sequía o lluvia extrema. Este año el 24% del café que compramos provino de cultivos bajo sombra y esperamos seguir creciendo este número. Igualmente promovemos la no utilización de herbicidas y fomentamos el control manual de arvenses con el fin de mantener una cobertura del suelo con materia orgánica y una salud del suelo provechosa para la producción a largo plazo. También recomendamos el compostaje para reciclaje de nutrientes y mayor aporte de materia orgánica al suelo. Es necesario resaltar que los proveedores son independientes y solo tenemos la potestad de sugerir más no es obligación la implementación de estas prácticas. En los casos de los proyectos de conservación de bosques también vemos un aporte grande a la conservación de suelos debido a la cantidad de materia orgánica y prevención de erosión, en estos casos debido a los acuerdos de conservación si contamos con una capacidad de exigencia mayor. El café, al ser un cultivo perenne, no se le suele hacer rotación. También buscamos trabajar con proveedores locales que den manejo sostenible a la tierra como es el caso de chocolates Cletto, aliado cercano quien promueve los cultivos de cacao sostenibles.

### Uso de semillas:

---

Nuestro modelo de comercialización de café estimula la diversidad de variedades de café ya que siempre buscamos la diversidad y no la homogeneidad de sabores y procesos. Siendo así, los productores aliados son libres de escoger con qué semilla trabajar, y en su gran mayoría trabajan con semillas certificadas de la Federación Nacional de Cafeteros lo cual es bueno en cuanto son más resistentes a la roya. Algunos trabajan con semillas que encuentran en la región y en el caso de variedades exóticas se buscan en diferentes regiones del país por su calidad en taza. Desde Urbania solemos aconsejar la utilización de semillas de la misma finca si vemos que se está comportando bien en calidad y productividad, sembrar variedades diferentes, en algunos casos resistentes a la roya (Castillo, Cenicafé 1, Tabi) y escoger la o las variedades a sembrar de acuerdo a la visión de producción que tiene para su finca el productor. También promovemos la variedad de variedades en finca por razones de sostenibilidad, calidad y adaptabilidad. La escogencia de esa semilla se ve reflejada en el impacto que se puede generar a nivel económico, ya que hay ciertas variedades que tienden a generar una calidad muy superior, lo cual le da más valor en el mercado al café del productor aunque no necesariamente más volumen de producción.



### Monitoreo de biodiversidad:

Uno de los proyectos de los cuales hacemos parte realizan monitoreo de fauna en los predios y alrededores de los cultivos, esto hace parte fundamental del proyecto de conservación. Un 9% del café que compramos a lo largo del 2023 cuenta con monitoreo de biodiversidad. Se monitorean principalmente en búsqueda de especies sombrilla como jaguar y oso andino, pero también otras especies indicadoras de la salud del ecosistema. Los aliados en monitoreo para estos proyectos son WebConserva. Este monitoreo además sido una pieza clave de sensibilización de la comunidad, especialmente los niños quienes se enorgullecen de habitar los mismos territorios de estas magnificas especies que aparecen en las cámaras trampa.





Imágenes 32 y 33 de un Jaguarundi (*Herpailurus yagouaroundi*) y una Tayra (*Eira barbara*) en la Serranía de San Lucas cerca a los cafetales de productores aliados (monitoreado por WebConserva).



# REPORTE POR DIMENSIONES

Prácticas con  
la comunidad

06



## Compromisos adquiridos

---

Incentivan las actividades de voluntariado y crean alianzas con fundaciones que apoyen obras sociales en interés de la comunidad.

## Implementación de las actividades

---

El acercamiento de la empresa hacia las comunidades se hace en mayor medida a través del café así como en alianza con la ONGs aliadas acorde a las dinámicas de cada proyecto. A lo largo de los años hemos tejido alianzas con múltiples y diversas fundaciones, algunas para proyectos puntuales con fechas establecidas y recursos asignados por el proyecto específico, otras a mediano y largo plazo que gestionamos directamente entre Urbania y las fundaciones. Con dichas fundaciones y algunas asociaciones de campesinos las actividades de voluntariado se han centrado principalmente en dejar capacidades instaladas en las comunidades y fundaciones en pro de que mejoren sus habilidades y conocimientos con respecto a los cafés de especialidad. Durante el 2023 formamos a un extensionista agrónomo en catación de café y procesos de poscosecha para cafés especiales que trabaja con la organización WebConserva.

Otra actividad de voluntariado a destacar fue la que se realizó en las instalaciones de la planta de producción de la empresa con la fundación Juguemos en el Bosque (organización especializada en formar jóvenes privados de la libertad en barismo y conocimiento de cafés especiales para mejorar sus opciones de empleabilidad) en la cual hicimos un taller de formación para 40 jóvenes con cuatro estaciones de formación: Una en barismo, una en catación, una en tostión y otra en cultivo y procesamiento de cafés.

Imágenes 34, 35 y 36: Actividad educativa voluntaria con los jóvenes privados de la libertad de la fundación Juguemos en el Bosque.



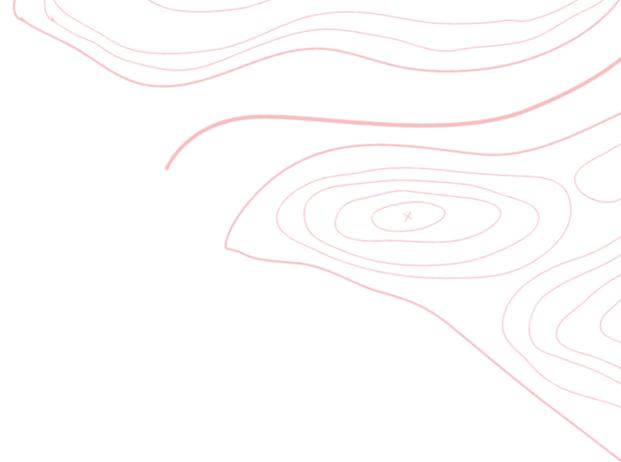
Con la fundación Juguemos en el Bosque también hemos empezado un proceso de asistencia técnica voluntaria para el establecimiento de un cultivo de café en la finca del aliado Corporación Social PAN en el barrio San Cristóbal de Medellín.

Imágenes 37 y 38 de las visitas al cultivo de la fundación Juguemos en el Bosque:



Es de resaltar nuestro compromiso en comprar todo nuestro café a comunidades en situación de vulnerabilidad como víctimas del conflicto armado, familias de escasos recursos, firmantes de paz, campesinos que sustituyen cultivos ilícitos, familias en zonas de conflicto y posconflicto, todo esto de la mano de organizaciones aliadas y en el marco de proyectos o bajo alianzas forjadas en dichos proyectos que se han proyectado a mediano plazo. Esas que se extienden posterior a los proyectos es justamente lo que buscan los proyectos al involucrar aliados privados como Urbania quienes pueden dar continuidad a las relaciones comerciales. Las compras se hacen en municipios que han sufrido o sufren de altos índices de violencia, el 50% de estos municipios son PDET, ZOMAC y PNIS.

Políticas y programas para la diversidad en proveedores: La política de compras de la empresa se direcciona a trabajar con grupos subrepresentados en el caso del café (víctimas, desmovilizados, escasos recursos, mujeres, indígenas) y en otro productos priorizamos proveedores de empresas pequeñas y locales (Cletto, Sierra Blanca, Tres Trigos, Bebidas Inéditas, Hakuna, Cosmo Cookies, Tarta Tartería, Tea World), en muchos casos lideradas por mujeres (Padam, Generarser, Verderina, Cinco Avellanas), con proyectos enfocados en conservación (Miel Samaná, Cletto), proyectos sociales (WAYU) y certificadas como Empresa B (Alquería).



### Capacitación para productores agrícolas:

---

Uno de los componentes base de nuestro modelo tanto de impacto como comercial, es la capacitación a productores de manera directa presencial como también remota. De manera presencial el director de calidades de la empresa visita las fincas donde hace un análisis respectivo del cultivo, la infraestructura y la capacidades del los y las productoras para posteriormente realizar una retroalimentación propositiva de mejoramiento de calidades con enfoque en procesos de poscosecha y recolección, manejo agronómico orgánico y convencional así como cultural, también sugiriendo posibles mejoramientos de infraestructura. Muchas de estas visitas se hacen en el marco de proyectos y con el acompañamiento de organizaciones aliadas, pero también algunas se realizan gestionadas directamente desde Urbania. De manera remota se hacen retroalimentaciones permanentes a todos los productores con quienes trabajamos en base a pruebas de taza, factores de rendimiento y análisis de calidad física de sus cafés. La empresa cuenta con una posición de Director de Calidad quien está a cargo de estos procesos de acompañamiento con los productores aliados y de apoyar los proyectos de impacto. La calidad para Urbania siempre estará ligada al impacto, es un complemento básico del modelo por lo cual se maneja este intercambio de conocimiento permanente.



### **Programas de ciudadanía corporativa, asociaciones y participación cívica, política y práctica de servicio comunitario:**

---

La empresa genera sinergias con ONGs aliadas así como apoyos compartidos como en los casos de WebConserva y Juguemos en el Bosque que expusimos arriba. Este modelo aporta a nuestra ciudadanía corporativa y participación cívica. Además de esto, la empresa realiza donaciones a fundaciones como O2 Reserve y Fundación Renault-Sofasa (Programa Adopta un Árbol) para programas de restauración ecológica en el Magdalena Medio y Santa Elena (Medellín).

### **Fomento de un mejor desempeño social y ambiental:**

---

Los indicadores de impacto nos generan una guía para medir nuestro desempeño ambiental y social. Buscamos tener un mejoramiento continuo de nuestro desempeño ambiental con campañas como las expuestas arriba de empaques reutilizables, reducción de uso de plásticos y reducción de consumo energético. Todos nuestros proyectos de café deben tener un componente de impacto social o ambiental como condición para involucrarnos (el proyecto PEC en la fase que inició en el 2022 tiene un enfoque de reducción de huella de carbono en la producción de café de sus beneficiarios). Al interior de la empresa hacemos capacitaciones permanentes con respecto al impacto y resaltamos dentro de estas las pequeñas acciones que cada uno puede realizar en pro de mitigar los impactos negativos del día a día de la operación y aumentar los positivos.

### Gestión de la cadena de suministro:

---

Nuestros principales proveedores de materia prima son los caficultores (productores agrícolas), de quienes se hace una evaluación de impacto ambiental y social buscando que tengan prácticas positivas que excedan los requisitos normativos como: café bajo sombra (24%), café orgánico (29%), hectáreas apoyadas en conservación (260) y procesos con ahorro de agua (32490 litros ahorrados). Para evaluar el impacto social o ambiental de los proveedores trabajamos de la mano de ONG's y proyectos quienes definen los proveedores acorde al impacto que se genera.

### Mitigación de la pobreza en la cadena de suministro:

---

El modelo de negocio e impacto de Urbania se basa en gran medida en contribuir a las ODS 10 y 12, ya que vemos en el café de especialidad la oportunidad y herramienta idónea para lograrlo (Reducción de las desigualdades y Producción y consumo responsables). Como ya lo expusimos arriba, la gran mayoría de nuestras compras se hacen a proveedores en situación de vulnerabilidad debido a que están en un mercado de bajas utilidades, pequeñas unidades productivas y en algunos casos en situación de pobreza. Adicional a esto, muchos están ubicados en territorios con problemáticas sociales debido a los índices de violencia y control territorial por parte de grupos al margen de la ley, falta de infraestructura, bajos niveles educativos, oportunidades de empleo y subsistencia limitados y lejanía de centros urbanos principales. A estos proveedores se les pagan precios por encima del precio del mercado habiendo pagado un 42% más en promedio durante el año 2023, precio que se determina de manera colaborativa con ellos.

### Certificación externa: Sistema B.

### Transparencia en la cadena de suministro:

---

Los clientes tienen acceso a información sobre los proveedores de la empresa incluyendo ubicación, procesos en finca, variedades, tiempo de cosecha y proyectos de los cuales hacen parte. Incentivamos y promovemos la conexión entre consumidor y proveedor(caficultores) como parte de nuestro modelo de promoción y mercadeo. Creemos firmemente en que los consumidores deben saber de donde viene lo que consumen, quien lo produce, cómo se compensa a los productores y en qué condiciones este se produce.

### Operaciones en zonas de conflicto y en ecosistemas sensibles:

---

Es parte central de nuestro modelo de negocio de triple impacto trabajar de la mano de proveedores que se encuentran en zonas de conflicto, post-conflicto y/o en zonas colindantes de ecosistemas sensibles y estratégicos. Se trabaja con estas comunidades en pro de aportar desde nuestro quehacer en la prevención del reclutamiento forzado, la sustitución de cultivos ilícitos, prevención de conflicto, apoyo a la reconciliación de víctimas y victimarios, prevención de deforestación, restauración ecológica, monitoreo fauna y educación en temas ambientales. Para esto trabajamos de la mano de aliados especializados en manejo ambiental y monitoreo, ONG 's que hacen parte de proyectos de implementación de acuerdo de paz y postconflicto, asociaciones y cooperativas locales que conocen las dinámicas y cultura local, y las entidades implementadoras en territorio según el proyecto. Las organizaciones realizan un monitoreo periódico que permite definir que los ecosistemas sensibles están siendo respetados y que los proyectos están aportando a la conservación y no generando efectos contraproducentes.

### Clientes:

La empresa monitorea la satisfacción de sus clientes a través de una revisión permanente de las reseñas, comentarios y sugerencias que se reciben a través de encuestas, redes sociales y plataformas cautivas, así como retroalimentaciones que los clientes le hacen al personal de servicios de las tiendas propias y franquicias. En el canal HORECA y de exportaciones mantenemos una comunicación permanente con nuestros clientes por parte de los comerciales y/o distribuidores.

A decorative graphic in the top-left corner consisting of several concentric, irregular contour lines in a light red color, resembling a topographic map. The lines are more densely packed in some areas and more spread out in others, creating a sense of depth and movement.

# CONCLUSIONES

El año 2023, en lo respectivo al impacto, fue un año enfocado en continuar afianzando los proyectos que venimos trabajando desde hace varios años como es el caso de los proyectos de Jaguares y PAZ (en Peque y Tolima), así como el trabajo como productores independientes que aportan al modelo de impacto por sus prácticas sostenibles como el caso de Cesar Ledesma en Calima y el de Duvan René Higueta en Caicedo. El darle foco y continuidad a estos proyectos y relaciones consideramos que es muy valioso ya que muchos proyectos agrícolas y de impacto fallan por la falta de continuidad a largo plazo. Esta continuidad nos reafirma que bajo este modelo de impacto estamos aportando al mejoramiento de calidad de vida de los productores mientras apoyamos modelos de producción conscientes y sostenibles en territorios que tienen estas necesidades.

En varios de los indicadores se presentaron incrementos positivos como en el caso de incremento de ingresos de productores en el cual pasamos de COP \$140 millones a COP \$244 millones, lo cual demuestra la validez de modelo y como el impacto puede crecer a medida que el negocio se expande. El incremento porcentual de lo que se pagó a los productores en comparación a los precios del mercado también subió al 42% del 28%, esto es un indicio de cómo nuestro modelo de pago bonificado es muy buena opción para mejorar la rentabilidad de los productores en los momentos en donde el precio del mercado es bajo. En el porcentaje de café orgánico que compramos se dió una mejora sustancial pasando del 1% al 29% gracias a la gestión de uno de nuestros aliados en el departamento del Tolima y la capacidad de compra que tuvo la empresa gracias al canal de exportación. Ese crecimiento de venta de café verde en exportación nos permite crecer en este tipo de indicadores, ya que este tipo de cafés son más valorados en otros mercados diferentes al nacional. En los otros tres indicadores se presentó decrecimiento por varios factores.

En el caso de hectáreas que apoyamos a conservar disminuimos de 599 a 260, esto ya que este año no se realizaron compras a dos aliados, uno debido a que su capacidad comercial es muy alta y tiene la capacidad de vender todo su café en otros canales, es decir que no es de alta importancia vender a nosotros y su modelo de conservación no está ligado a nuestras compras. El otro, que hace parte de un proyecto de conservación en el Valle del Cauca, tuvo un enfoque en comercializar su café tostado a lo largo del año. Con ellos seguimos relacionándonos de buena manera, los continuamos retroalimentando sobre sus calidades y continuaremos trabajando de manera cercana. En cuanto al decrecimiento de compra de cafés que provienen de cultivos bajo sombra esto se dió debido a la priorización de compra de cafés orgánicos, de los cuales muchos de los productores del Tolima no tienen sombrero en sus cafetales pero si son orgánicos. En lo respectivo a la prevención de contaminación de aguas logramos triplicar los litros de ahorro pasando de 12 mil a 34 mil gracias a las capacitaciones e incentivos para productores que realizaron procesos de poscosecha alternativos.

La expansión de la empresa en el canal de tiendas de café plantea nuevos retos de impacto tanto positivos como negativos. Es un canal que nos permite comunicarnos de manera muy cercana a nuestros clientes y a su vez es un gran generador de empleo. Nos permite crear cultura de consumo de café de especialidad, promover otros emprendimientos afines y promover el consumo consciente. También es un canal que nos plantea retos de reducción de residuos, consumo energético, ahorro de agua, y gestión de la huella ambiental en general. Igualmente es un canal que nos permite formar líderes, generar oportunidades de carrera para diversos perfiles y continuar creciendo nuestros impactos en diversos territorios. Seguiremos apostando por una economía circular y solidaria en todas las instancias de nuestra operación, a medida que crecemos seremos plenamente conscientes de nuestro compromiso.