

urbania

REPORTE BIC 2023

**INFORME DE GESTIÓN BIC
URBANIA TIENDAS SAS BIC
2023**

Urbania Tiendas SAS BIC

NIT: 901605734-3

REPORTE DE GESTIÓN BIC 2023

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

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
a. Objetivo del informe	2
b. Estándar utilizado para la presentación del informe	2
c. Observaciones generales	2
REPORTE POR DIMENSIONES	
1. Modelo de negocio	
2. Gobierno corporativo	4
3. Prácticas laborales	6
4. Prácticas ambientales	10
5. Prácticas con la comunidad	13
CONCLUSIONES	16

INTRODUCCIÓN

a. 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.

b. Estándar utilizado para la presentación del informe

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

C. Observaciones generales

La operación de nuestras tiendas, a o largo del 2023, demostró ser parte fundamental del modelo de impacto de la marca Urbania como grupo empresarial. Es en ellas en donde se vive la experiencia que la marca quiere brindar a sus cliente y con la cual se logra transmitir el impacto que se genera en “origen”. Son un espacio experiencial en donde se desarrolla gran parte de la comunicación y se busca generar una cultura de consumo de cafés especiales, especiales no solo por su calidad sino también por su triple impacto. Es donde se promueve el consumo interno de nuestro producto nacional insignia y son también el motor de empleabilidad diversa e inclusiva por el cual propende el grupo empresarial. Es en ellas que se genera la fidelización de los clientes. Gracias a Urbania Tiendas se viene logrando la implementación de algunos componentes de un modelo de economía circular que el grupo quiere continuar afianzando y es con estas como cimiento que se logrará la escalabilidad de este modelo.

REPORTE POR DIMENSIONES

1. Modelo de negocio

- **Compromisos adquiridos**

El modelo de negocio de Urbania Tiendas SAS BIC se basa en tiendas de café (cafeterías) franquicia de una empresa franquiciante, Urbania Café SAS BIC. Dicha empresa franquiciante dirige su operación en base a un modelo de triple impacto bajo el cual busca impactar de manera positiva a través de la compra de café a las comunidades, caficultores y ecosistemas con los cuales teje una relación que va más allá de lo comercial. El compromiso de esa empresa es adquirir su principal materia prima (café pergamino seco) de caficultores en situación de vulnerabilidad que habitan zonas de conflicto o posconflicto (víctimas, pequeños productores, ex-combatientes, mujeres productoras), así como de caficultores que se han comprometido a hacer parte de proyectos de conservación ambiental (prevención de deforestación, cultivos bajo sombra, reforestación, educación ambiental, monitoreo de fauna, ubicación en corredores de fauna estratégicos). La base principal de este modelo es la compra bonificada de café, por ello para el correcto funcionamiento de este modelo es fundamental el apoyo técnico en procesamiento de cafés especiales a dichos productores. Esto en aras de un mejoramiento de calidades del café, para en base a esta calidad posibilitar comprarles el café a mejores precios, para nosotros, en las franquicias a su vez comercializarlo a mejor precio. Nosotros como franquicias de dicha empresa, apoyamos el crecimiento de los impactos económicos, sociales y ambientales que se logran desde la empresa matriz. Somos quienes a través de nuestros esfuerzos comerciales logramos crecer dichos impactos en los diferentes territorios de incidencia. Además de esto, en nuestra operación diaria abogamos por mitigar nuestros impactos negativos y magnificar nuestros impactos positivos en todos los puntos de venta, así como tenemos un esquema de contratación inclusivo, diverso y que brinda oportunidades a quienes más lo necesitan.

- **Indicadores principales**

En Urbania Tiendas nos enfocamos desde nuestra labor comercial en aportar a la gestión de impacto de la empresa franquiciante, la cual nos provee los siguientes indicadores principales globales a todo el grupo empresarial:

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 ahorran 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**

Durante el 2023 nos consolidamos como empresa cerrando el año con 5 tiendas franquicia en la ciudad de Medellín. El crecimiento en ventas, especialmente de café, es lo que permite que los impactos de la empresa franquiciante crezcan en diversos territorios. A lo largo de este año de operación compramos y comercializamos cafés provenientes de diversos proyecto de impacto:

- **PAZ:** Construcción de paz en los municipios de Peque (Antioquia), Planadas, Alvarado y Rioblanco (Tolima)
- **Jaguares:** Conservación de jaguares en la Serranía de San Lucas
- **Calima:** Cultivos bajo sombra e incremento de ingresos de los caficultores en el Valle del Cauca
- **Caicedo orgánico:** Cultivos orgánicos bajo sombra
- **Urrao:** Cultivos de café variedad chorizo con pagos de bonificación elevada, impacto económico

El impacto de dichos proyectos se puede leer en el siguiente fragmento del reporte de impacto de la empresas franquiciante:

“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. Acá 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 Higuita (líder productor de la familia) arrojó el mayor puntaje en prácticas agroecológicas 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.



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



- **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.

- Imágenes 12, 13 y 14 de la grabación del documental y la variedad “Moka”:



CAICEDO Y URAO (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 (Urao) 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 vendernos 1637 kilos en comparación a si hubiera vendido a precios del mercado. Con Franklin trabajamos permanentemente para el continuo mejoramiento de la calidad. En Urao, 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. Adicional 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 donde más compras de café se hicieron 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.**¹

2. Gobierno corporativo

- **Compromisos adquiridos**

Comunicar el manifiesto de la empresa en las franquicias, medios digitales y a profundidad con todos los colaboradores de las franquicias. Está alineados con el gobierno corporativo de la empresa franquiciante quien es la administradora de las tiendas de la empresa franquiciada.

- **Implementación de las actividades**

Nivel de compromiso con el impacto: Las franquicias de Urbania se conciben desde el compromiso con el triple impacto económico, social y ambiental. Estos tres aspectos son a los cuales se busca aportar con la operación y capacidad comercial. Los estatutos se han estructurado con este enfoque lo cual lo hace de carácter obligatorio.

Declaración de la misión: La empresa cuenta con un manifiesto de la empresa franquiciante:

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 quién 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

¹ Fragmento de reporte BIC de la empresa franquiciante Urbania Café SAS BIC, disponible en su página web www.urbaniacafe.com

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: La empresa está alineada y su operación es administrada por la empresa franquiciante, ajustando todos sus procesos, productos, maquinaria y contrataciones con los objetivos de impacto del franquiciante, este es el compromiso adquirido como franquicia:

- *“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.”²*

Estructura de gobernanza: La empresa se gobierna de acuerdo a las pautas estipuladas por la sociedad franquiciante Urbania Café SAS BIC, quien es el administrador de las tiendas de la franquicia. En la operación diaria asume la responsabilidad el Representante Legal y este a su vez es quien reporta a 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.

Divulgación del impacto de la empresa: La empresa se comunica a través de los mismo canales de la empresa franquiciante ya que somos una misma marca. Divulgamos permanentemente nuestros logros de impacto, nuestra línea de comunicación y mercadeo como marca gira alrededor del impacto, consideramos este unos de nuestros factores diferenciales. Esto también nos ayuda a

² Fragmento de reporte BIC de la empresa franquiciante Urbania Café SAS BIC, disponible en su página web www.urbaniacafe.com

fomentar cierta cultura organizacional y promover el consumo consciente. Comunicamos a través de las mismas cuentas de redes sociales, una misma página web, elementos comunicativos comunes para toda la marca como empaques, habladores, menú y tableros de impacto en las tiendas. Nuestro personal de servicio también cumple una función fundamental en la comunicación y relacionamiento con nuestros clientes.

3. Prácticas laborales

- **Compromisos adquiridos**

Establecemos una remuneración salarial razonable para nuestros trabajadores y analizamos 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 que colaboran con la empresa son contratados y administrados por la empresa franquiciante bajo **contratos a término indefinido con salario fijo y de tiempo completo**. Dichos empleados son asignados a las diferentes tiendas de la empresa franquiciante, teniendo un puesto fijo de trabajo en la mayoría de casos pero rotando acorde a las necesidades y fortalezas tanto de la empresa como de los empleados.

Desde Urbania se definió desde el 2022 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, lo cual garantiza que ninguna persona que colabore en las tiendas de Urbania Tiendas SAS BIC gana el mínimo. El mínimo establecido por Urbania lo ganan el 27% de las personas vinculadas**. Los ajustes salariales anuales se hacen acorde al IPC, la inflación y el salario mínimo. Todos quienes trabajan en las barras y cocinas en las tiendas tienen acceso a sus propinas, lo cual complementa sus sueldos sustancialmente.

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: Al ser vinculados y administrados desde la empresa franquiciante estos tienen la posibilidad de desarrollar sus habilidades al interior de una empresa más grande la cual:

“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.”³

Evaluación de empleados: Las empresas (Urbania Café y Urbania Tiendas) cuentan 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: Al hacer parte de la familia de empresas Urbania y todos los empleados estar vinculados a la razón social principal, estos pueden aplicar a las convocatorias internas de cualquier área se aperturan. Varios de los empleados que trabajan en las instalaciones de Urbania Tiendas han tenido la oportunidad de ascender a cargos de mayor jerarquía tanto operativos como administrativos, habiendo desarrollado sus habilidades en las tiendas de la empresa franquiciante. Se han formado líderes importantes para Urbania en la operación de Urbania Tiendas SAS BIC.

Programas de desarrollo profesional externo: Todos los colaboradores que trabajan en las tiendas de la empresa tienen acceso a los programas de capacitaciones que se brindan desde la empresa franquiciante y quienes se forman en la empresa franquiciadora prestan servicios a la empresa franquiciada. A lo largo del año 2023 estos planes de formación se presentan en el informe de Urbania Café:

“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.

³ Fragmento de reporte BIC de la empresa franquiciante Urbania Café SAS BIC, disponible en su página web www.urbaniacafe.com

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.**



4

Reglamento interno de trabajo que contiene el manual para los empleados: Los colaboradores se rigen bajo un mismo RIT para todas las empresas del grupo. 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

⁴ Fragmento de reporte BIC de la empresa franquiciante Urbania Café SAS BIC, disponible en su página web www.urbaniacafe.com

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

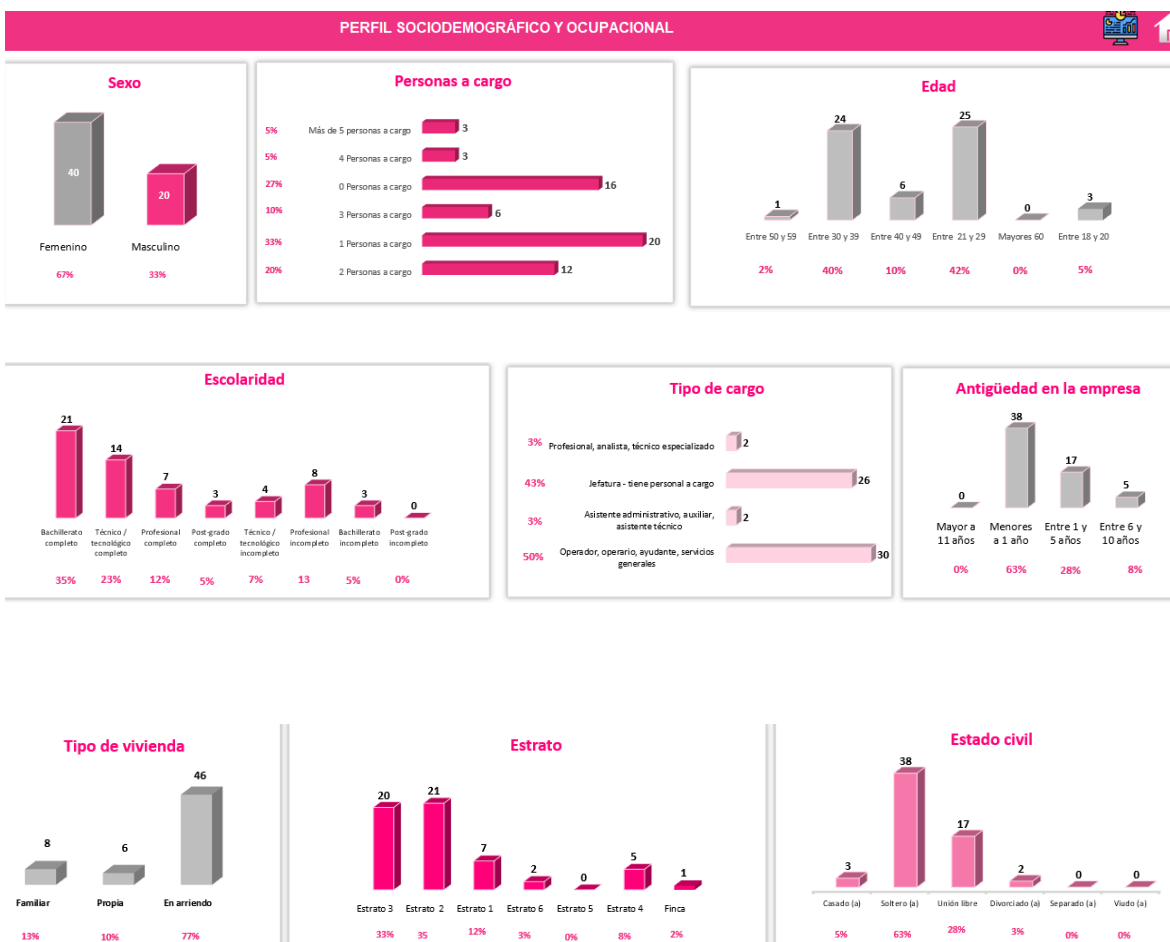
DIAGNÓSTICO GENERAL INTRALABORAL/ EXTRALABORAL/ ESTRÉS	Formas A=29 (Jefes=26) + Formas B=31 Total Personas=60		Formas A=29 (Jefes=26) + Formas B=31 Total Personas=60		Formas A=29 (Jefes=26) + Formas B=31 Total Personas=60		TOTAL	
TOTAL INTRALABORAL	27	45%	10	17%	23	38%	MEDIO	100%
TOTAL EXTRALABORAL	17	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%	INMEDIATA
Exigencias de responsabilidad del cargo: SOLO FORMA A	3	10%	6	21%	20	69%	INMEDIATA
PUNTAJE TOTAL EVALUACIÓN DE ESTRÉS	18	30%	7	12%	35	58%	INMEDIATA
Tiempo fuera del trabajo	20	33%	10	17%	30	50%	INMEDIATA
Relación con los colaboradores: SOLO FORMA A - JEFES	9	35%	4	15%	13	50%	INMEDIATA
Influencia trabajo sobre entorno extralaboral	19	32%	12	20%	29	48%	INMEDIATA
Características de la vivienda y entorno	24	40%	7	12%	29	48%	INMEDIATA
PUNTAJE TOTAL FACTORES RIESGO PSICOSOCIAL EXTRALABORAL	17	28%	17	28%	26	43%	INMEDIATA
Relaciones sociales en el trabajo	23	38%	13	22%	24	40%	INMEDIATA
LIDERAZGO Y RELACIONES SOCIALES EN EL TRABAJO	25	42%	11	18%	24	40%	INMEDIATA

⁵ Fragmento de reporte BIC Urbania Café SAS: La ERP se realizó para todos los colaboradores del grupo.

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.”⁶*

Impacto económico:

- Puestos incorporados el año pasado: **17 de un total de 21 puestos nuevos en el grupo empresarial se generaron gracias a la operación de Urbania Tiendas.**
- Tasa de crecimiento de empleo: **48% relativo a la operación de Urbania Tiendas.**
- Más del 97% 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.

4. Prácticas ambientales

● **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.

Gestión ambiental: En pro de reducir el consumo energético, toda la bombillería de las tiendas cuenta con luz led y a la grifería se le han instalado adaptadores de ahorro de agua. Buscando la reducción del consumo energético, las tiendas utilizan algunas de las máquinas de espresso más eficientes energéticamente que existen en el mercado en la actualidad, la Victoria Arduino Eagle

⁶ *Fragmento de reporte BIC Urbania Café SAS: Información demográfica de todo el grupo empresarial realizada por COMFAMA.*

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). El edificio de oficinas de Bancolombia Dirección General en donde se ubica una de nuestras tiendas es certificado Leed Oro. En los centros comerciales en donde operan las tiendas se hace un debido manejo de residuos y desde las tiendas de la empresa cumplimos con hacer una debida separación de residuos en la fuente. Por el momento para la empresa no es viable hacer medición de huella de carbono debido a los costos del servicio.

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.

Utilización de agua y prácticas de conservación de agua: El enfoque del grupo empresarial en el 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**. En las tiendas el enfoque en la reducción de la utilización de agua se ha hecho con ahorradores de agua en las llaves y máquinas eficientes.

- **Tierra y vida:**

Monitoreo y generación de desechos: Bajo el modelo de utilización de empaques reutilizables para entrega en tiendas implementado por la empresa matriz, a lo largo del año 2023 el grupo generó un ahorro de **68kg 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.

A lo largo del año se promovió el impulso del modelo de venta de café a granel, vendiendo empaques reutilizables para que los clientes los 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 empaques reutilizables (100% reciclables) y se vendieron **137kg 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). 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 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 al tener nuestras tiendas dentro de centros comerciales y edificios de oficinas, estos son quienes recogen y disponen de ellos de manera adecuada.

Impacto ambiental de los envases: Aparte de lo ya expuesto arriba, el grupo empresarial 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 esta 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 lo 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: Se generan muy pocos desechos peligrosos, las baterías de las grameras que se utilizan se han cambiado todas por recargable, cualquier otro desecho electrónico generado se entrega en los puntos de recolección de las empresas recolectoras dispuestos dicho propósito.

Fertilizante orgánico y control de plagas: La relación con los productores se lleva a cabo desde la empresa franquiciantes, son quienes hacen seguimiento a este tipo de prácticas en campo. Este año se logró un incremento sustancial en el café orgánico comercializado, ascendiendo este a un 29% del total, habiendo sido únicamente un 1% durante el 2022.

Manejo sostenible de la tierra: Desde la empresa franquiciante se prioriza trabajar con productores que tienen sombrero en sus cultivos, esto con el fin de que aporten material orgánico al suelo para su conservación, también sirven como barreras vivas y para mantener las zonas de retiro. Igualmente promueven la no utilización de herbicidas y fomentan el control manual de

arvenses con el fin de mantener una cobertura del suelo con materia orgánica. También recomiendan el compostaje para reciclaje de nutrientes y mayor aporte de materia orgánica al suelo. Es necesario resaltar que los proveedores son independientes y solo es posible sugerir, más no es obligación la implementación de estas prácticas. En los casos de los proyectos de conservación de bosques también vemos un aporte significativo a la conservación de suelos debido a la cantidad de materia orgánica y prevención de erosión, en estos casos debido a los acuerdos si cuentan con una posición de exigencia mayor. 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: El modelo comercial de café que se propone desde la matriz del grupo empresarial, tiende a estimular la diversidad de variedades de café ya que siempre se busca 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, Cenicafe 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: Como grupo aportamos a proyectos que implementan estas prácticas:

*“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 es 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 (*Herpilurus yagouaroundi*) y una Tayra (*Eira barbara*)

en la Serranía de San Lucas cerca a los cafetales de productores aliados (monitoreado por WebConserva).⁷

5. Prácticas con la comunidad

- **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 modelo de negocio de la empresa franquiciante está diseñado para generar con su potencial comercial impacto social, ambiental y económico positivo en las comunidades con las cuales nos relacionamos como franquicia, así como con los ecosistemas. A través de la empresa franquiciante se han tejido múltiples alianzas con ONGs, asociaciones, fundaciones, cooperativas y algunos proyectos puntuales con múltiples actores y fechas de finalización definidas. Con varias de estas 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 del especialidad. Durante el 2023 se formó a un extensionista agrónomo en catación de café y procesos de poscosecha para cafés especiales que trabaja con la organización **WebConserva**.

Otras de las actividades de voluntariado en las cuales se involucraron varios de los colaboradores de Urbania Tiendas 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 tostiión 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.**

⁷ Fragmento de reporte BIC de la empresa franquiciante Urbania Café SAS BIC, disponible en su página web www.urbaniacafe.com



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 Cristobal 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.”⁸

Políticas y programas para la diversidad en proveedores: La política de compras de la empresa se direcciona desde la empresa franquiciante. quien se enfoca en 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, Hakkuna, 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: La relación de la franquicia con los productores es a través de la empresa franquiciante, quien brinda asistencia técnica directa a los caficultores proveedores visitando sus fincas y de manera remota a través de análisis de calidades, enfocando está más que todo a procesos de poscosecha para mejoramiento de calidades. Existe un cargo dentro de dicha empresa para realizar la asistencia técnica a los caficultores con quienes trabajamos. Las visitas se hacen en su gran mayoría acompañados de organizaciones aliadas acorde a cada proyecto y también en algunos casos de manera independiente. Hacen parte también de proyectos como el PEC el cual se centra específicamente en asistencia técnica en finca.

La empresa franquiciante realiza cláusulas de compra anticipada con productores de confianza a quienes se les hacen pagos por anticipado a modo de préstamo sin intereses y con quienes se negocia el precio de acuerdo al precio del mercado en el momento de la entrega de café siendo este siempre pagado con bonificación por encima del precio del día con un promedio de 42% por encima durante el 2023.

Programas de ciudadanía corporativa, asociaciones y participación cívica, política y práctica de servicio comunitario: La empresa matriz genera sinergias con ESAL-es 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 corporativas y participación cívica. Además de esto, la empresa realiza donaciones a fundaciones como 02 Reserve y Fundación Renault-Sofasa (Programa Adopta un Arbol) 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 establecidos desde la empresa franquiciante generan una guía para medir nuestro desempeño ambiental y social. Buscamos tener un mejoramiento continuo de nuestro desempeño ambiental aportando desde nuestra operación e impulsando desde nuestras tiendas las campañas expuestas arriba de empaques reutilizables, reducción de uso de plásticos y reducción de consumo energético. Todos nuestro colaboradore son parte de programas de capacitacion permanentes con respecto al

⁸ *Fragmento de reporte BIC de la empresa franquiciante Urbania Café SAS BIC, disponible en su página web www.urbaniacafe.com*

impacto y el manifiesto de la empresa, 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: Nuestra cadena de suministro es manejada por la empresa franquiciante. Los principales proveedores de materia prima para esta son los caficultores, a quienes se les 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 la marca 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 limitadas 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: La empresa franquiciante está certificada por Sistema B.

Transparencia en la cadena de suministro: Los clientes de todas nuestras tiendas tienen acceso a información de nuestros proveedores, en el caso del café incluyendo ubicación, procesos en finca 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, y nuestras tiendas son el espacio ideal para entablar estas relaciones y generar una experiencia en torno a esas conexiones. También hacemos pública nuestra lista de proveedores de otros productos en pro de fomentar el consumo de productos locales y artesanales.

Operaciones en zonas de conflicto y en ecosistemas sensibles: Es parte central del modelo de negocio de triple impacto del grupo empresarial y marca 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: Es en las tiendas de nuestra empresa en donde más contacto se realiza con clientes, ya que somos la vitrina comercial más grande del grupo empresarial. Es en nuestras tiendas en donde se monitorea la satisfacción de los clientes a través de una revisión permanente de las reseñas, comentarios y sugerencias que se reciben. En ella tenemos un sistema permanente de encuestas. Además, como grupo, también se monitorea de manera permanente las redes sociales y plataformas cautivas.

CONCLUSIONES

Es muy grato observar como la operación de Urbania Tiendas aporta de manera muy significativa al crecimiento del triple impacto que se genera desde la empresa franquiciante. Es en esta operación del día a día de las tiendas en donde en realidad se vive la experiencia Urbania y se promueve un consumo consciente y la conexión de nuestros consumidores con el “origen” en donde se genera el impacto. Es también con la articulación de nuestras tiendas al modelo de impacto de Urbania con las cuales se está implementando los modelos de economía circular que son el futuro tanto de la marca, como de la industria y de nuestro modelo económico. Seguiremos innovando enfocados en disminuir nuestros impactos negativos y en pro de crecer nuestros impactos positivos de nuestra operación. El crecimiento en ventas que proyectamos también seguirá aportando al bienestar de todos nuestros grupos de opinión con un especial énfasis en los productores de café y el medio ambiente. Continuaremos alineados con los valores de las empresas BIC que buscan apalancarse en el potencial del modelo económico para generar bienestar e interés colectivo.

Firman atentamente,

Representante legal

Ricardo Restrepo Echavarría

CC: 80.198.137

Gerente de Impacto

Julián Felipe Gamboa

CC: 80.197.855