

# urbania

Empresa



Certificada

## REPORTE BIC 2024

INFORME DE GESTIÓN BIC

URBANIA CAFÉ SAS BIC

2024

**Urbania Café SAS BIC**

**NIT: 900827821-5**

**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	3
2. Gobierno corporativo	8
3. Prácticas laborales	12
4. Prácticas ambientales	21
5. Prácticas con la comunidad	25
CONCLUSIONES	29

## INTRODUCCIÓN

### **a. Objetivo del informe**

Comunicar e informar las actividades de la empresa durante el año 2024 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**

El año 2024 marca nuestro cuarto año completo como empresa BIC, consolidando nuestro compromiso con el modelo de triple impacto que guía nuestra operación y estrategia. Este enfoque nos permite reafirmar nuestra responsabilidad con los grupos de interés, incluyendo inversionistas, aliados, colaboradores, clientes y la comunidad en general. Este informe es presentado por el Gerente General de la empresa, en conjunto con el Gerente de Impacto, quien lidera la estrategia para fortalecer y expandir nuestro modelo de impacto. Durante este año, hemos avanzado en la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en nuestra operación, con especial énfasis en los ODS 10 (Reducción de las desigualdades), 12 (Producción y consumo responsables), 15 (Vida de ecosistemas terrestres) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos). Como empresa certificada por Sistema B, reafirmamos nuestro compromiso con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad. Creemos firmemente que nuestra industria tiene un rol clave en la construcción de un futuro más sostenible y equitativo, y seguimos trabajando para ser un referente en este camino.

# REPORTE POR DIMENSIONES

## 1. Modelo de negocio

- **Compromisos adquiridos**

El modelo de negocio de Urbania continuó consolidándose sobre la base de la ventas de café tostado a través de múltiples canales, incluyendo tiendas propias, franquicias (cafeterías) en la ciudad de Medellín y el canal HORECA así como en las exportaciones de café verde principalmente al mercado de EEUU y Europa. Este modelo de negocio es el que sustenta nuestro modelo de impacto, el cual está enfocado en generar triple impacto a través de la compra de café de especialidad a comunidades, caficultores y asociaciones estratégicas. Estas comunidades, en su mayoría, participan en proyectos de construcción de paz, conservación de ecosistemas, mejoramiento de ingresos, empalme generacional y otras iniciativas socio-ambientales. Adicionalmente, en muchos casos, trabajamos con productores independientes que cuentan con modelos productivos sostenibles, priorizamos aquellos que manejan caficultura bajo sombra, producción orgánica o en transición a esta y procesos de poscosecha que previenen la contaminación de cuencas hídricas. Siempre buscando fortalecer este modelo de compra, brindamos acompañamiento y asistencia técnica con especial énfasis en el mejoramiento de calidades, ya que nuestro enfoque principal es la compra de café a precios superiores acorde a que se cumplan con los estándares de calidad establecidos, también bonificando en muchos casos al cumplimiento de acuerdo de conservación ambiental y prácticas ambientalmente amigables.

En el día a día de nuestra operación, trabajamos activamente para reducir al mínimo nuestros impactos negativos y potenciar al máximo nuestros impactos positivos, tanto en nuestros puntos de venta propios y franquicias así como en la planta de producción. Asimismo, optamos por un esquema de contratación inclusivo y enfocado en la diversidad, enfocado en ofrecer oportunidades a personas en situaciones de vulnerabilidad y fomentar la equidad y la justicia social en el ámbito laboral.

Urbania cerró el año 2024 con 10 tiendas en la ciudad de Medellín, de las cuales 9 operaron bajo un modelo de franquicia. Además, hemos fortalecido nuestro canal de exportaciones de café verde hacia mercados clave como Europa y Estados Unidos, y continuamos expandiendo nuestra presencia en el canal HORECA a nivel nacional. Estos logros reflejan nuestro compromiso con el crecimiento sostenible y la generación de valor compartido para todos nuestros grupos de interés.

- **Indicadores principales**

Continuamos monitoreando nuestro impacto a través de los siguientes indicadores principales:

<b>Ingresos extras recibidos por los caficultores al venderle a Urbania y no a precio del mercado COP \$ \$ 171,421,626</b>
---

<b>Se pagó en promedio un 32% más por el café a comparación de los precios del mercado.</b>
<b>El 28% del café comprado proviene de cultivos bajo sombra</b>
<b>Se ahorraron aproximadamente 30583 litros de agua gracias a procesos de post-cosecha diferenciados.</b>
<b>El 13% del café que se compró a lo largo del año es orgánico</b>
<b>Se apoyó en la conservación de 360 hectáreas en zonas de alta importancia</b>
<b>Porcentaje de café sostenible (orgánico, bajo sombra, ahorro de agua) 36%</b>

- **Implementación de las actividades**

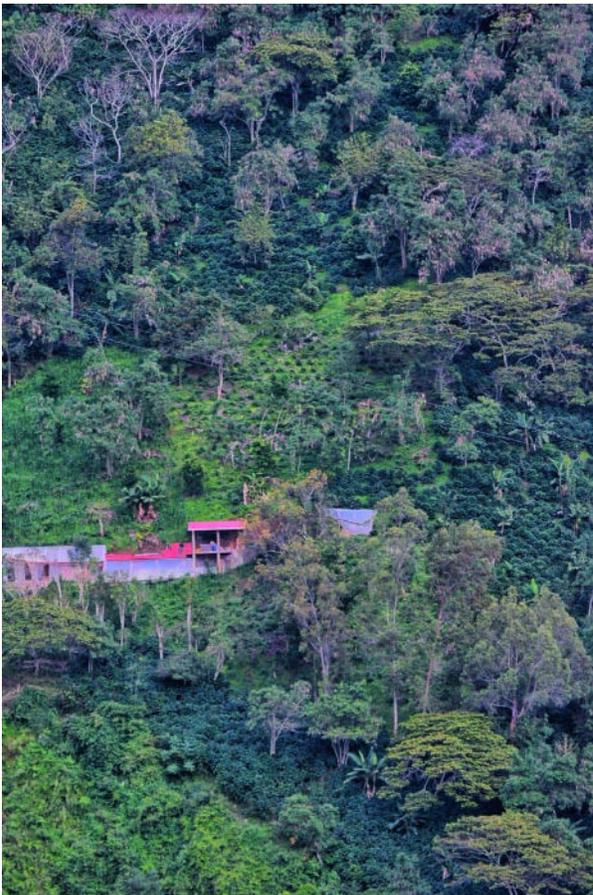
El año 2024 representó un periodo de muchos retos en nuestro modelo de impacto debido a la volatilidad del precio del café así como de consolidación y depuración de los proyectos de impacto ambiental y social que Urbania ha venido apoyando como aliado estratégico, en su mayoría desde hace ya varios años. A través de nuestra participación, hemos fortalecido iniciativas clave en mejoramiento de ingresos enfocados en mejoramiento de calidad de vida, conservación de ecosistemas, producción responsable y sostenible, asistencia técnica, relacionamiento con comunidades y comercialización de cafés de especialidad en diversas regiones del país. A continuación, profundizamos en los aspectos más relevantes de nuestra contribución a estos proyectos:

**SERRANÍA DE SAN LUCAS (BOLÍVAR), proyecto JAGUARES:**

El proyecto “Jaguares”, ubicado en la Serranía de San Lucas (Bolívar), sigue siendo uno de los pilares centrales del impacto ambiental de Urbania. Durante el 2024, continuamos trabajando de la mano de nuestro aliado estratégico, la ONG WebConserva, para fortalecer este proyecto que combina conservación y producción de café de especialidad. A lo largo del 2024 continuamos colaborando con 7 familias de la región, enfocándonos en el mejoramiento de la calidad del café y la compra bonificada como mecanismo para apoyar la prevención de la deforestación, la educación ambiental y el monitoreo de fauna. De estas familias, 3 nos suministraron 4,281 kilos de café pergamino seco, con un pago promedio de 15% por encima del precio de mercado, así como 87 kilos de café natural en pulpa bonificada en promedio un 117% por encima de precios de mercado. Las bonificaciones de estos cafés se otorgaron acorde a la calidad del café en taza y el compromiso con la conservación de los bosques en finca de cada familia. Esto generó ingresos adicionales para los productores por un valor de \$9,084,929 COP. Además, este año el 90% del café comprado en esta región provino de cultivos bajo sombra, lo que refuerza su sostenibilidad ambiental y mejora las zonas de amortiguación de los bosques en reserva.

### **PEQUE (ANTIOQUIA) - proyecto PAZ:**

Desde el año 2018, el proyecto en el municipio de Peque, Antioquia, se ha consolidado como uno de los más importantes dentro de nuestro portafolio de cafés edición PAZ. Este proyecto trabaja a modo de alianza con una familia productora a través de quienes se ha expandido a trabajar cafés especiales con otros productores de la zona. Esta familia ha sido víctima del conflicto armado y han implementado prácticas sostenibles y resilientes en su finca, siendo referente en la zona. Sus cultivos, ubicados en un área de amortiguación del Parque Nacional Paramillo y dentro del corredor del oso de anteojos del occidente y suroeste antioqueño, son 100% bajo sombra, con procesos agroecológicos y desde 2023 con continuidad en 2024 con una implementación de nuevas y diversas variedades de café como Castillo, Bourbon Rosado y Chiroso. Durante el 2024, compramos 2785 kilos de café de este origen, aplicando una bonificación promedio del 10% sobre el precio de mercado, decreciendo porcentualmente pero incrementando el valor real, esto debido a la volatilidad de los precios del café a finales del año 2024. Esto generó ingresos adicionales para la familia productora por un valor de \$4,604,340 COP, en comparación con los precios convencionales del café commodity. Este apoyo económico refuerza nuestro compromiso con la equidad y el desarrollo sostenible en las comunidades cafeteras de la zona de Peque.





#### **CAICEDO (ANTIOQUIA) - proyectos PAZ y producción orgánica:**

Este proyecto ha demostrado un avance significativo durante el 2024, convirtiéndose en la continuación del Programa para la Especialidad del Café (PEC), que desarrollamos en alianza con la Cámara de Comercio de Medellín y que culminó este año. Urbania ha decidido darle continuidad de manera independiente, trabajando directamente con los productores de este municipio. Como parte del PEC, apoyamos la creación y consolidación de la Asociación de Productores de Cafés Especiales de Caicedo (ASOCAEC), una organización liderada por mujeres y compuesta en su mayoría por productoras. Durante el 2024, Urbania compró a ASOCAEC 2,149 kilos de café pergamino seco, con una bonificación promedio del 10% por encima de los precios del mercado commodity. Esto generó ingresos adicionales para los productores por un valor de \$3,474,115 COP, fortaleciendo su economía y promoviendo la equidad de género en la región. Para el año 2025, Urbania tiene como prioridad afianzar la relación con ASOCAEC, apoyando proyectos de impacto

social y ambiental que beneficien a sus asociados y contribuyan a la conservación del medio ambiente en Caicedo.

Además del trabajo con ASOCAEC, Urbania continúa colaborando con el joven productor Duvan René Higueta, quien cultiva café orgánico bajo sombra de altísima calidad. En el 2024, le compramos 305 kilos de café pergamino seco, aplicando una bonificación promedio del 95% sobre los precios del mercado, en reconocimiento a la excelencia de su café y su compromiso con la producción sostenible. Esta bonificación representó un incremento en sus ingresos de \$3,378,824 COP en comparación con los precios commodity, reforzando nuestro apoyo a prácticas agrícolas responsables y de alto impacto.



**TOLIMA Y HUILA (Planadas, Alvarado, Rioblanco, Pitalito, Acevedo, Timaná) - Proyecto PAZ y agricultura orgánica:** En estos dos departamentos nos hemos enfocado en trabajar en alianza con dos organizaciones que tienen un enfoque de impacto ambiental y social. Una de ellas es una asociación conformada en su mayoría por víctimas del conflicto armado (Asepropaz), quienes producen café de especialidad así como también producción orgánica certificada, la otra cuenta con varios productores de café orgánico así como bajo sombra (TerraCoffee). Estas organizaciones y alianzas se alinean no solo con nuestros valores de contribuir a proyectos de construcción de paz en zonas afectadas por conflicto, sino también con nuestros objetivos de impacto ambiental. Además, 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. Se le compró un total de 18478 kilos de café pergamino seco con una bonificación promedio a lo largo del año de 19%, bonificaciones otorgadas tanto por calidad como por producción orgánica, con estas bonificaciones se generaron COP \$50,660,332 millones adicionales a comparación de vender en mercado commodity para las organizaciones y los productores.

**URRAO (ANTIOQUIA), proyecto cafés de alta especialidad:**

Al igual que en el municipio de Caicedo, en el municipio de Urrao Urbania viene trabajando con varios productores desde el proyecto PEC, en este caso con un enfoque de empalme generacional y mejoramiento de ingresos. Para el año 2024 Urbania trabajo con 3 productores de la zona, realizando compras de 1126 kilos de café pergamino seco, con bonificaciones en promedio del 151% por encima del precio del mercado commodity lo cual equivale a un incremento en ingresos para los productores de COP \$19,203,132.

**EL AGUILA (VALLE DEL CAUCA) PROYECTO OSO ANDINO:** En base a una alianza de la Fundación Argos para el financiamiento y la implementación técnica de la Wildlife Conservation Society (WCS), Urbania apoya un proyecto de conservación del oso andino (*Tremarctos ornatus*) en El Águila, Valle del Cauca. Este modelo combina producción sostenible de café con protección de biodiversidad. El proyecto incluye capacitación a caficultores en prácticas sostenibles, monitoreo científico de especies sombrilla (como el oso andino) y sus hábitats, manejo forestal para conservar corredores biológicos y compra preferencial y bonificada de café a productores que protegen los bosques a través de acuerdos de conservación y proveen una calidad superior de café. Durante el 2024 Urbania compró 495 kilos de café pergamino seco provenientes de dicho proyecto, con una bonificación promedio de 27% por encima del precio del mercado, lo que significa un incremento en ingresos de COP \$1,997,500 por dicha cantidad de café. Este modelo integral beneficia tanto a la biodiversidad como a las comunidades locales, reforzando nuestro compromiso con el desarrollo sostenible del territorio.

#### **OTROS PROYECTOS:**

- **PROYECTO PEC (ANTIOQUIA: Briceño, Támesis y Urrao):** El Proyecto PEC, una iniciativa liderada por la Cámara de Comercio de Medellín, culminó en el 2024 después de seis años de ejecución, durante los cuales Urbania participó como aliado privado a lo largo de 4 de ellos. Nuestro rol consistió en brindar acompañamiento técnico para el mejoramiento de calidad a productores de café en varios municipios de Antioquia. Durante su última fase en 2024, el proyecto contó con el apoyo financiero de Swisscontact y se enfocó en dos pilares principales: el empoderamiento de jóvenes y mujeres y la implementación de prácticas de agricultura climáticamente inteligente, sin descuidar el objetivo central de mejorar la calidad del café y mejorar los ingresos de familias productoras. Urbania en esta fase, por su parte, se centró en dar continuidad a la asesoría técnica a 27 productores de tres municipios: Briceño, Támesis y Urrao. Este acompañamiento ha sido clave para consolidar los avances logrados durante los años de ejecución del proyecto y asegurar su sostenibilidad a largo plazo

## **2. Gobierno corporativo**

- **Compromisos adquiridos (acorde a estándar Sistema B)**

Se comunicó el manifiesto de la empresa en la planta de producción, todas las tiendas, franquicias, medios digitales y a profundidad con todos los colaboradores de la empresa. Toda persona que ingresó a la empresa tuvo una capacitación enfocada en el manifiesto y en el modelo de impacto

de la compañía. Además, se hicieron capacitaciones periódicas de los dos temas con el fin de reforzar los valores, conocimiento y despejar las dudas.

- **Implementación de las actividades**

**Nivel de compromiso con el impacto:**

Nuestro compromiso con el impacto es muy alto y está profundamente arraigado en el modelo de negocio de la empresa. Este modelo se sustenta en generar un impacto económico positivo para los productores de café, el cual, a su vez, impulsa los impactos sociales y ambientales que priorizamos. Además, en nuestra operación diaria, nos esforzamos por minimizar los impactos negativos y maximizar el bienestar de todos los grupos de interés vinculados a la organización. Este compromiso se refleja en nuestra condición de Empresa B certificada y en nuestra constitución como empresa BIC (Beneficio e Interés Colectivo). Asimismo, establecimos como requisito para el 2024 para el otorgamiento de nuestra marca que todas las franquicias asociadas también se constituyan bajo el modelo BIC, asegurando así que toda nuestra red opere bajo los mismos principios de sostenibilidad y responsabilidad.

**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 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 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 estratégicas de la empresa están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con especial énfasis en los ODS 10 (Reducción de las desigualdades), 12 (Producción y consumo responsables), 15 (Vida de ecosistemas terrestres) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos). Desde hace cinco años, monitoreamos nuestro progreso en estas áreas a través de indicadores específicos, lo que nos permite medir y mejorar continuamente nuestro impacto. Para fortalecer este compromiso, contamos con un cargo directivo dedicado: la Gerencia de Impacto, que lidera la integración de estos objetivos en todas las áreas de la organización. Además, hemos construido un ecosistema de alianzas con organizaciones especializadas en temas ambientales y sociales. Estas colaboraciones no solo complementan nuestro expertise en café, sino que también generan sinergias que potencian el alcance y la efectividad de nuestros 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 opera bajo un modelo de gobernanza corporativa liderado por una Junta Directiva compuesta por 5 miembros, de los cuales 4 son externos a la empresa, todos

con amplia experiencia en áreas de mercadeo, finanzas y sostenibilidad. El quinto miembro representa a la Fundación Bancolombia/Fondo Acción, quienes son socios de la empresa. Esta junta tiene un rol clave en el direccionamiento estratégico de Urbania, asegurando que se establezcan y ejecuten planes de acción concretos a corto, mediano y largo plazo.

Cada trimestre, la Junta Directiva recibe un reporte de desempeño que detalla los avances en los ámbitos social y ambiental. Este reporte incluye indicadores clave como:

- Incremento de ingresos y utilidades de los caficultores.
- Número de familias y personas impactadas.
- Porcentaje de café orgánico, bajo sombra y con procesos que ahorran agua.
- Litros de agua ahorrados.
- Hectáreas de bosque apoyadas para su conservación.

A nivel operativo, la gestión diaria de Urbania está a cargo del Gerente General, quien también actúa como representante legal de la empresa. Su rol incluye la implementación y supervisión de las decisiones tomadas por la Asamblea General de Accionistas, asegurando que la operación esté alineada con los objetivos estratégicos y los principios de la organización.

**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:** En Urbania, compartimos nuestros logros de impacto de manera formal y directa a través de informes anuales, dirigidos a socios, empleados y otros grupos de interés clave, como ONGs, asociaciones, caficultores, clientes HORECA, clientes de exportación, distribuidores y aliados comerciales. Además, dentro de la empresa, comunicamos de manera constante los impactos generados por la comercialización de cada tipo de café, asegurando que todo el equipo esté alineado y consciente de los resultados alcanzados. Para fortalecer esta comunicación, brindamos capacitación permanente al personal de servicio, equipándolos con las herramientas necesarias para transmitir a los clientes cómo Urbania genera impacto a través del café. Este enfoque no solo informa, sino que también inspira y conecta con nuestros consumidores.

El impacto es uno de los pilares centrales de nuestra estrategia de comunicación y mercadeo, ya que lo consideramos un factor diferencial clave. Esto se refleja en nuestras campañas, que fomentan una cultura organizacional alineada con nuestros valores. Utilizamos diversos canales para comunicar nuestro impacto, incluyendo redes sociales y otros medios digitales así como elementos comunicativos como nuestros empaques, habladores y tableros de impacto en las tiendas.

- Reporte BIC del impacto del año 2023 publicado en: [Informe de gestion BIC - Urbania Café \(urbaniacafe.com\)](https://urbaniacafe.com)

### 3. Prácticas laborales

#### - Compromisos adquiridos (acorde a estándar Sistema B)

Establecemos una remuneración salarial razonable para nuestros trabajadores, analizamos las diferencias salariales entre empleados mejor y peor remunerados, buscando establecer estándares de equidad.

#### ● Implementación de las actividades

**Tipos de contrato y salarios:** Durante el 2024, todos los trabajadores vinculados a Urbania (68 al cierre del año) contaron con contratos a término indefinido, salarios fijos y jornadas de tiempo completo. Solo en situaciones excepcionales, derivadas de las dinámicas operativas, se recurrió a contrataciones temporales por prestación de servicios por pocos días. Cabe destacar que la empresa no utiliza contratistas independientes para sus operaciones. Desde 2022, Urbania estableció como política que ningún trabajador reciba el salario mínimo legal vigente. Todos los empleados ganan al menos \$50,000 pesos por encima del salario mínimo, y solo el 20% de ellos recibe este monto base establecido por la empresa. Los ajustes salariales anuales se realizan considerando el IPC, la inflación y el incremento del salario mínimo. Además, el 40% de los colaboradores, incluyendo aquellos en posiciones de liderazgo, comerciales y algunos operativos, reciben bonificaciones basadas en su desempeño, evaluado mediante indicadores claramente definidos. Un aspecto importante es que los empleados que trabajan en las barras y cocinas de las tiendas tienen acceso a propinas, las cuales complementan significativamente sus ingresos. Estas políticas se han mantenido firmes, incluso en periodos en los que la empresa no ha generado utilidades.

**Política de servicios financieros para empleados:** Desde el año 2023, Urbania modificó su política de servicios financieros para empleados. En lugar de otorgar préstamos directamente, la empresa estableció convenios con dos entidades: Comfama y Presta Gente, las cuales ahora brindan este tipo de servicios a los colaboradores. Este cambio ha permitido optimizar los recursos y ofrecer opciones más robustas y especializadas a los empleados.

**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:** En Urbania, fomentamos el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros colaboradores como parte fundamental de nuestra cultura organizacional. Cuando surge

una vacante, nuestra política prioriza la promoción interna, publicando la oportunidad dentro de la empresa antes de considerar candidatos externos. Al ingresar a la empresa, todos los empleados reciben una capacitación integral que incluye: Conocimiento general sobre la operatividad de la empresa, formación en servicio al cliente (cuando es relevante para su rol), instrucción específica sobre sus funciones, con tareas y responsabilidades claramente definidas. Para el personal operativo de tiendas, implementamos un seguimiento de un mes por parte de su líder directo, asegurando una adaptación efectiva al puesto. Además, ofrecemos capacitación permanente en temas como calidad de café y comida, así como formación cruzada para garantizar un conocimiento integral. Por ejemplo, los baristas reciben entrenamiento en cocina y servicio, el personal de servicio se capacita en café y cocina y los colaboradores de cocina aprenden sobre servicio y barismo. Dado nuestro enfoque especializado en el café, contamos con un programa de formación en calidades y otorgamos becas para participar en competencias nacionales de café. Además, nuestras instalaciones están siempre disponibles para que los empleados practiquen y profundicen sus conocimientos sobre temas relacionados con el café. Hacemos salidas anuales a fincas cafeteras donde se recibe capacitación acerca de los cultivos, los procesos de poscosecha y los proyectos de impacto de la empresa:

- Salida pedagógica a cultivos de café con el equipo de líderes de tienda y administrativos:







**Evaluación de empleados:** En Urbania, priorizamos la retroalimentación continua como una herramienta clave para el desarrollo de nuestros colaboradores. Cada líder directo mantiene un diálogo constante con su equipo, fomentando un ambiente de mejora continua. Adicionalmente, contamos con una política formal de retroalimentación con propósito y descargos, que se lleva a cabo con el acompañamiento del departamento de Gestión Humana y se rige por el cumplimiento del Reglamento Interno de Trabajo. Todos los procesos de retroalimentación y descargos son documentados, lo que nos permite realizar un seguimiento continuo, tomar decisiones en base a dicha información y fortalecer la cultura de excelencia que promovemos en la organización.

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

- Ascensos durante el año: 15
- 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.
- Un beneficio de desarrollo profesional externo donde se subsidia un parcial del pago de pregrado de uno de los empleados.

- Una de los colaboradores de Urbania tiene su propia franquicia marca Urbania.
- Patrocinamos la participación en concursos de barismo a nivel nacional y/o regional: Regional de Aeropress Surcafest, (Andes, Antioquia), Regional de Aeropress capítulo Caldas (Manizales, Caldas) y 4to Festival Bolívar Sabe a Café (Ciudad Bolívar, Antioquia).



**Reglamento interno de trabajo - manual para empleados:** El Reglamento Interno de Trabajo (RIT) de Urbania establece las normas y políticas que rigen la relación laboral dentro de la empresa. Este documento incluye: Políticas contra el acoso laboral, con procesos disciplinarios y mecanismos de denuncia claramente definidos. Declaración de horarios de trabajo y compromiso con la no discriminación por motivos de raza, edad, género, orientación sexual, discapacidad, identidad de género, nacionalidad, religión u otros. Políticas de pago, procedimientos para la resolución de

reclamos y una escala de faltas (leves y graves) con sus respectivas sanciones disciplinarias. Derecho a la asociación de los trabajadores, garantizando la libertad de organización. Prohibición explícita del trabajo infantil. Estas pautas reafirman nuestro compromiso con los derechos humanos y laborales. El RIT es una herramienta fundamental para promover un ambiente laboral justo, seguro y respetuoso, alineado con los valores de Urbania.

**Licencia parental remunerada para cuidador secundario:** 2 semanas de acuerdo a lo que establece la ley.

**Beneficios adicionales:** En Urbania, ofrecemos una serie de beneficios adicionales diseñados para mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, tanto administrativos como operativos. Estos incluyen: Descuentos en todos los productos de nuestras cafeterías, junto con café negro gratuito para el personal. Una vez a la semana, como parte de la capacitación y el bienestar, se le proporciona el plato de la semana para que lo prueben, analicen y compartan en equipo al personal de las cafeterías. El subsidio de transporte establecido por ley, garantizando un apoyo económico para los desplazamientos. Flexibilidad horaria, buscando organizar turnos que priorizan necesidades personales como el cuidado de familiares o el estudio. Contamos con convenios con la caja de compensación Comfama para cursos de inglés y entrenamiento físico en el gimnasio Smart Fit lo cual permite a los empleados acceder a estos servicios a unos precios más favorables que los del mercado. También con Comfama se facilita el acceso a préstamos y otros servicios financieros. Estos beneficios reflejan nuestro compromiso con el bienestar integral de nuestros empleados, promoviendo un ambiente laboral inclusivo y motivador así como fomentando ambientes recreativos fuera del trabajo.

**Empoderamiento de trabajadores:** En Urbania, promovemos la participación activa de nuestros empleados en la toma de decisiones mediante mecanismos establecidos para recibir comentarios y sugerencias, los cuales buscan mejorar continuamente las prácticas y procesos de la empresa. Para este propósito, contamos con un documento formal que garantiza que todas las voces sean escuchadas y consideradas, también se cuenta con un comité de convivencia en actividad permanente con integrantes tanto del equipo directivo como de los empleados de diferentes rangos. Además, los líderes de cada tienda mantienen un canal de comunicación abierto y permanente con todos los gerentes, y cuando es necesario, se convocan reuniones de equipo para abordar temas específicos. Fomentamos que los líderes estén empoderados en la gestión de sus equipos, una habilidad blanda que hemos venido fortaleciendo de manera continua a través de capacitaciones y acompañamiento. Este enfoque no solo mejora la operación diaria, sino que también contribuye a un ambiente laboral más colaborativo y motivador.







**Satisfacción y compromiso de los trabajadores:** Se hicieron a lo largo del último semestre del 2024 evaluaciones 270° en las cuales se aborda de manera directa y específica la satisfacción y compromiso de cada uno de los empleados así como la percepción de este por parte de sus líderes y compañeros. Este ejercicio se hace de manera anual y acorde a los resultados el departamento de gestión humana ejecuta acciones que busquen el bienestar, compromiso y mejor desempeño de todo el equipo.

**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 así como para las contrataciones.

**Medición:**

Al cierre del año 2024:

- El 54% de los colaboradores eran de género femenino.
- El 55% eran de 30 años o menores y el 2% mayores de 50.
- el 90% de los empleados vivían en estratos 3, 2 y 1.
- La remuneración más alta es 5 veces más alta que la más baja.
- El 40% (2) de los cargos gerenciales ejercidos por mujeres
- Ninguno de los gerentes se identifica con grupos subrepresentados
- El 40% de los integrantes de la junta directiva son mujeres, ninguno hace parte de grupos

subrepresentados.

#### **Impacto económico:**

- Puestos adicionales creados: 3
- Tasa de crecimiento de empleo: 4.5%
- 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, consultoría).
- 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.

## **4. Prácticas ambientales**

### **● Implementación de las actividades**

Se cuenta con una declaración formal que establece el compromiso de la empresa con la protección del medio ambiente. Se mantuvo un procesos de recolección y manejo de residuos para mitigar huella ambiental de la planta de producción debido a la generación de residuos orgánicos 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 CO2 por cada kg de residuos orgánicos que genera al ser recolectado y compostado por ellos.

**Gestión ambiental:** En Urbania, estamos comprometidos con la reducción del consumo energético y la minimización de nuestro impacto ambiental. Para ello, 8 de nuestras tiendas utilizan algunas de las máquinas de espresso más eficientes del mercado: la Victoria Arduino Eagle One y las Simonelli Appia. Estas máquinas, especialmente la Victoria Arduino, incorporan tecnologías patentadas que no solo reducen el consumo de energía, sino también el uso de agua, tanto en su operación como en su fabricación. Además, hemos implementado iluminación LED en todas nuestras tiendas, planta de producción y oficinas, lo que contribuye a un menor consumo de electricidad. En nuestras tiendas ubicadas en centros comerciales como Viva Envigado (certificado LEED) y en el edificio de oficinas de Bancolombia Dirección General (certificado LEED Oro), aprovechamos los sistemas de ahorro energético, separación de residuos y reducción del consumo de agua que ofrecen estas instalaciones. Complementamos estas prácticas con programas de reciclaje y manejo de desperdicios orgánicos, enfocados en la recolección de residuos en los centros comerciales donde operamos. Estas iniciativas reflejan nuestro compromiso con la sostenibilidad y la reducción de nuestro impacto ambiental. No obstante, enfrentamos desafíos significativos. Debido a los costos elevados, aún no hemos podido monitorear las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por nuestra actividad empresarial. Asimismo, el avance hacia el uso de fuentes de energía renovable en nuestras operaciones ha sido limitado, ya que el

sistema energético estatal del que dependemos se abastece principalmente de energía hidroeléctrica, una fuente renovable. A pesar de estas limitaciones, seguimos explorando alternativas viables para fortalecer nuestra gestión ambiental en el futuro.

**Compras locales:** Nuestra principal materia prima es el café, el cual es 100% de producción nacional. Durante el 2024, el 23% de nuestras compras de café se realizaron dentro del departamento de Antioquia, mientras que el resto se adquirió en otras regiones del país, priorizando proyectos con impacto ambiental o social por encima de la cercanía geográfica. En cuanto a otros productos, trabajamos principalmente con proveedores locales, que representan el 97% de nuestra cadena de suministro. Sin embargo, es importante destacar que no todos estos proveedores utilizan materias primas locales, ya que algunas pueden ser importadas. Siempre que es posible, preferimos colaborar con emprendedores y PYMES, apoyando así el desarrollo económico local. Para la distribución de nuestros productos, utilizamos motocicletas para los envíos dentro de la ciudad, mientras que los pedidos a nivel nacional se gestionan a través de transportadoras terrestres, asegurando un servicio eficiente y sostenible.

**Utilización de agua y prácticas de conservación de agua:** Nuestra estrategia en el manejo del agua se ha enfocado principalmente en colaborar con los caficultores aliados para reducir la contaminación orgánica de las fuentes hídricas durante los procesos de poscosecha. Este esfuerzo es monitoreado de manera permanente a través de uno de nuestros indicadores clave de impacto. Durante el año 2023, logramos evitar la contaminación de aproximadamente 30,538 litros de agua, gracias a la implementación de procesos de poscosecha que no requieren el uso de agua. Este logro refleja nuestro compromiso con la conservación de los recursos hídricos y la sostenibilidad en toda nuestra cadena de suministro.

- **Tierra y vida:**

**Monitoreo y generación de desechos:** En Urbania hemos implementado un sistema de empaques reutilizables para nuestras entregas en tiendas propias, logrando reducir en 89.6 kg el consumo de plástico de un solo uso durante 2024. Esta iniciativa forma parte de nuestro compromiso con la economía circular y la minimización de residuos. Complementamos este esfuerzo con nuestro modelo de venta a granel, donde incentivamos a los clientes a utilizar sus propios recipientes reutilizables o adquirir los nuestros, pagando únicamente por el café y evitando así la generación de nuevos desechos de empaques. Si bien reconocemos los desafíos que implica este modelo - especialmente en cuanto a cambio de hábitos de consumo y mantenimiento de la calidad del café en estos empaques - mantenemos nuestro firme compromiso con esta alternativa sostenible. Cada empaque reutilizado representa un paso hacia nuestra meta de reducir significativamente nuestro impacto ambiental y promover un consumo más responsable. Este enfoque no solo disminuye nuestra huella ecológica, sino que también educa a nuestra comunidad de clientes sobre la importancia de adoptar prácticas circulares en su vida cotidiana.

Aunque no medimos cuantitativamente los demás residuos ordinarios y reciclables, realizamos controles periódicos para verificar la correcta separación en la fuente. Todas nuestras instalaciones cuentan con estaciones de clasificación (canecas diferenciadas) para garantizar una disposición adecuada de los materiales. En los centros comerciales, el manejo final de los residuos reciclables está a cargo de sus administraciones. Para las tiendas ubicadas en locales independientes, los desechos se separan y disponen según los horarios de recolección de EMVARIAS. Sin embargo, en muchos casos son los recicladores de oficio quienes retiran el material aprovechable, ya que el servicio público no ofrece un esquema formal de recolección selectiva. Esta estructura nos permite mantener un sistema funcional de reciclaje, aunque reconocemos la oportunidad de mejorar en el monitoreo cuantitativo y la formalización de alianzas con gestores de residuos. Actualmente trabajamos para optimizar estos procesos y fortalecer nuestra gestión ambiental.

**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 (agua, 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 Urbana.

**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 13.4% del café que compras a lo largo del 2024 fue café orgánico certificado, además, varios de los productores con quienes trabajamos en el Tolima, Huila 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.

**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 o que implementen algunas prácticas orgánicas y agroecológicas y en muchos casos que estén utilizando variedades resistentes a la roya y bajos índices o ningún uso de pesticidas. 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:** En Urbania, nuestro compromiso con el manejo sostenible de la tierra se centra en promover y apoyar activamente los cultivos de café bajo sombra. Consideramos que este sistema es significativamente más sostenible, ya que genera mayor materia orgánica, favorece la captura de carbono, mejora la retención de humedad, previene la erosión del suelo, promueve su regeneración y proporciona un hábitat vital para diversas especies. Además, estos cultivos actúan como barreras vivas y han demostrado ser resilientes frente a condiciones climáticas extremas, como sequías o lluvias intensas, como las ocurridas a principios de este año. En el 2024, el 28% del café que compramos provino de cultivos bajo sombra, lo que representó un incremento del 4% respecto al año anterior. Complementamos esta práctica fomentando el control manual de arvenses, lo que permite mantener una cobertura del suelo rica en materia orgánica y garantizar su salud para una producción sostenible a largo plazo. Sin embargo, es importante destacar que nuestros proveedores son independientes, por lo que solo podemos sugerir estas prácticas, sin imponerlas como obligación. En el caso de los proyectos de conservación de bosques, nuestro impacto es aún mayor, ya que estos contribuyen significativamente a la conservación de suelos mediante la generación de materia orgánica y la prevención de la erosión. En estos proyectos, gracias a los acuerdos de conservación, contamos con una mayor capacidad para exigir el cumplimiento de prácticas sostenibles. Vale la pena resaltar que el café un cultivo perenne, no suele requerir rotación. También colaboramos con proveedores locales que comparten nuestra visión de sostenibilidad, como Chocolates Cletto y miel Samaná, aliados que promueven manejo sostenibles de bosques y cultivos.

**Uso de semillas:** Nuestro modelo de comercialización de café promueve activamente la diversidad de variedades, ya que buscamos ofrecer una amplia gama de sabores y procesos de poscosecha, en lugar de homogeneizar nuestra oferta. Los productores aliados tienen la libertad de elegir las semillas con las que desean trabajar, y en su mayoría optan por semillas certificadas por la Federación Nacional de Cafeteros, las cuales son más resistentes a enfermedades como la roya. Algunos productores utilizan semillas locales, mientras que otros, en busca de variedades exóticas, las adquieren en diferentes regiones del país debido a su calidad en taza. Desde Urbania, recomendamos a los productores utilizar semillas de su propia finca cuando éstas demuestran un buen desempeño en calidad y productividad. También sugerimos la siembra de variedades resistentes a la roya, como Castillo, Cenicafé 1 y Tabi, así como la selección de variedades que se adapten a la visión de producción de cada finca y a las condiciones climáticas locales. Esta adaptabilidad es crucial para construir resiliencia frente al cambio climático, cuyos efectos se hicieron evidentes a principios de 2024 con un verano prolongado e intenso en varias zonas del país. Además, fomentamos la diversidad de variedades en las fincas por razones de sostenibilidad,

calidad y adaptabilidad climática, factores que consideramos fundamentales para garantizar la productividad a largo plazo. La elección de semillas no solo influye en la calidad del café, sino también en su valor económico, ya que ciertas variedades, aunque no siempre aumenten el volumen de producción, pueden alcanzar una calidad superior que les permite acceder a mercados más especializados y mejor remunerados.

**Monitoreo de biodiversidad:** Dos de los proyectos insignia de los cuales hacemos parte (Jaguares y Oso Andino) realizan monitoreo de fauna en los predios y alrededores de los cultivos, esto hace parte fundamental del proyecto de conservación. Como parte de estos proyectos, se puede establecer que un 13% del café que compramos a lo largo del 2024 cuenta con monitoreo de biodiversidad, aunque en 2024 se redujo la capacidad de monitoreo en la zona de Serranía de San Lucas debido a razones de orden público (proyecto Jaguares). El monitoreo se realiza principalmente con enfoque 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 y la WCS. Este monitoreo además ha sido una pieza clave de sensibilización de la comunidad, especialmente los niños quienes se enorgullecen de habitar los mismos territorios de estas magníficas especies que aparecen en las cámaras trampa.

## 5. Prácticas con la comunidad

- **Compromisos adquiridos (acorde a estándar Sistema B)**

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

- **Implementación de las actividades**

En Urbania, mantenemos un compromiso activo con las comunidades donde operamos, buscando apoyar iniciativas que generen un impacto social positivo. Seguimos trabajando con asociaciones de productores y organizaciones locales para promover proyectos que beneficien a caficultores y sus familias. Estas iniciativas se enfocan principalmente en capacitaciones y asistencia técnica, siempre con el objetivo de fomentar conocimiento a nivel local así como acceso a mercados más especializados. Es de resaltar nuestro compromiso en comprar gran parte del 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 locales y en muchos casos 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.

Durante el 2024, continuamos fortaleciendo nuestra colaboración con la Fundación Renault, contribuyendo a sus programas sociales a través de la instalación de estaciones de café en eventos

y una donación de \$2,284,000 COP. Este apoyo refleja nuestro interés por fomentar el bienestar y el desarrollo en las comunidades. Igualmente continuamos asesorando el cultivo de café de la Fundación Juguemos en El Bosque en San Cristóbal (Medellín) en el predio de la corporación PAN, con quienes también hicimos apoyo en voluntariados de siembra de árboles con otra empresas para el establecimiento del cultivo:



Además de esto aportamos en la grabación de un documental de RTVC de la serie “Héroes al Rescate Animal” enfocado en mostrar el proyecto de Jaguares en la Serranía de San Lucas desde el ángulo de la ONG WebConserva ([Jaguar, capítulo 1 - Somos héroes al rescate animal](#)).

**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 otros productos priorizamos proveedores de empresas pequeñas y locales (Cletto, Miel Samaná, Tres Trigos, Bebidas Inéditas, Hakuna, Cosmo Cookies, Tarta Tartería, Tea World), en muchos casos lideradas por mujeres (Generarser, Verderina, Padam, Cinco Avellanas), con proyectos enfocados en conservación (Miel Samaná, Cletto), proyectos sociales (WAYU) y certificadas como Empresa B (Alquería).

**Capacitación para productores agrícolas:** La capacitación a productores es uno de los pilares fundamentales de nuestro modelo, tanto de impacto como comercial. Este proceso se lleva a cabo de manera presencial y remota, asegurando un acompañamiento integral para los caficultores. De manera presencial, suele ser el director de calidades de Urbania quien visita las fincas para realizar un análisis detallado del cultivo, la infraestructura y las capacidades de los productores. A partir de esta evaluación, se brinda una retroalimentación propositiva enfocada en mejorar la calidad del café, con recomendaciones en áreas como procesos de poscosecha y recolección, manejo agronómico (orgánico y convencional), prácticas culturales, mejoras de infraestructura. Estas visitas se realizan tanto en el marco de proyectos colaborativos con organizaciones aliadas como de manera independiente, gestionadas directamente por Urbania. De forma remota, mantenemos un diálogo constante con los productores, basado en pruebas de taza, factores de rendimiento y análisis de calidad física de sus cafés. Este intercambio permanente de conocimiento permite ajustar procesos y fortalecer la calidad del producto. Para Urbania, la calidad y el impacto están intrínsecamente ligados. La capacitación no solo busca mejorar la producción, sino también empoderar a los productores, asegurando un modelo sostenible y beneficioso para todas las partes involucradas.

**Programas de ciudadanía corporativa, asociaciones y participación cívica, política y práctica de servicio comunitario:** Urbania fortalece su compromiso con la comunidad y el medio ambiente a través de sinergias con ONGs aliadas y apoyos compartidos, como los casos de WebConserva y Juguemos en el Bosque, mencionados anteriormente. Estas colaboraciones no solo enriquecen nuestro modelo de impacto, sino que también contribuyen a nuestra ciudadanía corporativa y participación cívica. Adicionalmente, la empresa realiza donaciones a organizaciones como la Fundación Renault-Sofasa, específicamente para su programa "Adopta un Árbol", el cual se enfoca en la restauración ecológica. Estas iniciativas reflejan nuestro compromiso con la sostenibilidad y el apoyo a proyectos que generan un impacto positivo en el entorno.

**Fomento de un mejor desempeño social y ambiental:** En Urbania nos guiamos por una serie de indicadores de impacto diseñados bajo el modelo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible los cuales se expusieron de manera previa en este documento. Su enfoque es social, ambiental y económico buscando un triple impacto y esto se monitorea de manera permanente a lo largo del año así como también se hacen comparativos de un año al otro. La empresa también hace de manera permanente campañas de capacitación para el personal y sus seguidores en redes sociales al respecto de temas sociales y ambientales con el fin de fomentar una cultura y sociedad

consciente al respecto de estos temas.

**Gestión de la cadena de suministro:** Nuestro enfoque principal de impactos positivos se centra en la cadena de suministro de nuestro producto principal, el café. Es con nuestros caficultores aliados con quienes se hace una evaluación de impacto ambiental y social buscando que tengan prácticas positivas que excedan los requisitos normativos como: café bajo sombra (28%), café orgánico (13.4%), hectáreas apoyadas en conservación (360) y procesos con ahorro de agua (30538 litros ahorrados). Para evaluar y garantizar impactos positivos trabajamos de la mano de ONG's y en el marco de proyectos con organizaciones y enfoques especializados.

**Mitigación de la pobreza en la cadena de suministro:** Urbania ha construido su modelo de negocio e impacto alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 10 (Reducción de las desigualdades) y 12 (Producción y consumo responsables), utilizando el café de especialidad como herramienta clave para generar transformación social. Nuestra cadena de suministro prioriza a proveedores en situación de vulnerabilidad, muchos ubicados en territorios afectados por conflictos sociales, limitada infraestructura, bajos niveles educativos y escasas oportunidades económicas. En 2024, implementamos una política de precios justos, pagando en promedio un 32% por encima del valor de mercado, establecido mediante acuerdos colaborativos con los productores. Este enfoque no solo mejora sus condiciones económicas, sino que promueve prácticas comerciales responsables, demostrando que es posible combinar rentabilidad con impacto social positivo en zonas tradicionalmente marginadas.

#### **Certificación externa: Sistema B.**

**Transparencia en la cadena de suministro:** Facilitamos a nuestros clientes información detallada sobre el origen de nuestros cafés, incluyendo: la ubicación exacta de las fincas, los procesos productivos, las variedades cultivadas, los periodos de cosecha y los proyectos sociales o ambientales en los que participan los productores. Esta política de transparencia radical es fundamental en nuestro modelo comercial, donde activamente fomentamos el vínculo directo entre consumidores y caficultores. Consideramos esencial que los compradores conozcan: El origen geográfico de lo que consumen, las personas detrás de cada taza, los mecanismos de compensación justa a los productores, las condiciones sociales y ambientales de producción. Esta filosofía no solo genera confianza con nuestros clientes, sino que agrega valor al producto final, buscando transformar cada compra en una experiencia consciente y con propósito.

**Operaciones en zonas de conflicto y en ecosistemas sensibles:** hemos construido un modelo de negocio que prioriza trabajar con comunidades ubicadas en zonas de conflicto, posconflicto y áreas aledañas a ecosistemas sensibles. Nuestra intervención busca generar impactos sociales y ambientales positivos, contribuyendo a: prevenir el reclutamiento forzado, sustituir cultivos ilícitos, fomentar la reconciliación, evitar la deforestación, restaurar ecosistemas, monitorear fauna y promover educación ambiental. Para lograr estos objetivos, establecemos alianzas con actores clave: organizaciones especializadas en gestión ambiental, ONGs vinculadas a la implementación de acuerdos de paz, asociaciones locales con conocimiento del territorio y entidades

implementadoras de proyectos. Estos aliados realizan un monitoreo constante que garantiza el respeto por los ecosistemas y verifica que nuestras iniciativas efectivamente contribuyan a la conservación, sin generar impactos negativos no deseados. Este enfoque integral nos permite crear valor compartido, donde la actividad comercial busca ser un vehículo para la transformación social y la protección ambiental en estas regiones vulnerables.

**Clientes:** En Urbania analizamos de forma constante las reseñas, comentarios y sugerencias que recibimos tanto en encuestas digitales como a través de interacciones en redes sociales y nuestras plataformas propias. Adicionalmente, recogemos valiosas percepciones mediante el diálogo directo que los clientes mantienen con nuestro personal en las tiendas propias y franquiciadas. Para nuestros clientes corporativos del canal HORECA y de exportaciones, hemos establecido un modelo de comunicación más personalizado. La comercial encargada mantiene un contacto permanente con estos clientes, permitiéndonos entender sus necesidades específicas y ajustar nuestros servicios en consecuencia. Buscamos con este enfoque integral tener una visión completa de la experiencia del cliente, desde el consumidor final hasta los compradores institucionales. La información recopilada nos permite identificar oportunidades de mejora, fortalecer la lealtad de nuestros clientes y asegurar que nuestras ofertas se alineen consistentemente con sus expectativas y necesidades. La combinación de datos cuantitativos y percepciones cualitativas forma la base de nuestra estrategia de mejora continua en el servicio al cliente.

## CONCLUSIONES

El año 2024 representó para Urbania avances y retos en nuestro modelo de generación de bienestar e interés colectivo, donde buscamos continuar avanzando en el mejoramiento de los indicadores de impacto que guían nuestra estrategia. Mantuvimos nuestro apoyo a proyectos de construcción de paz y conservación ambiental, muchos de los cuales, tras varios años de acompañamiento de organizaciones multilaterales de manera de recursos económicos, han alcanzado una fase de autogestión que nos llevará a un relacionamiento más austero y directo con los productores. Proyectos emblemáticos como el PEC, la iniciativa de paz en Dabeiba y el programa de sustitución de cultivos en Briceño, completaron sus ciclos de intervención institucional, lo que nos lleva a replantear nuevos modelos de trabajo con estas comunidades para mantener y continuar con el impacto alcanzado.

Al analizar comparativamente los resultados entre 2023 y 2024, observamos que el incremento en ingresos para los productores pasó de 244 millones en 2023 a 171 millones en 2024. Esta variación responde principalmente a dos factores: por un lado, en 2023 logramos mayores volúmenes de compra; por otro, durante 2024 el precio del café presentó un aumento significativo, escalando desde un millón cuatrocientos por carga hasta alcanzar cerca de dos millones ochocientos por carga. Si bien celebramos esta mejora en los precios que beneficia directamente a los productores, reconocemos que en este nuevo contexto nuestras bonificaciones porcentuales pueden reducir su relevancia relativa ante la apreciación generalizada del valor del café. Esta situación nos plantea el reto de reevaluar nuestros mecanismos de valor compartido para mantener

su significado e impacto en las actuales condiciones de mercado. El año nos dejó importantes aprendizajes sobre la evolución de nuestro modelo de impacto en un escenario cambiante. Los buenos precios del café, aunque positivos, modifican la percepción de valor de nuestras bonificaciones, mientras que la maduración de varios proyectos nos exige innovar en nuestras formas de acompañamiento. Estos insights serán fundamentales para adaptar nuestra estrategia en 2025, buscando siempre maximizar nuestro aporte al bienestar de las comunidades cafeteras y la sostenibilidad del sector.

También es importante resaltar que el crecimiento de Urbania a través de tiendas de café franquicia sigue representando una valiosa oportunidad para amplificar nuestro impacto, aunque ha demostrado plantear importantes retos que asumimos con responsabilidad. A través de estas buscamos cultivar una cultura de aprecio por el café de especialidad que sea promotor del consumo consciente y apoye el ecosistema de emprendimientos locales afines. Sin embargo, somos plenamente conscientes de los desafíos ambientales que implica esta expansión, particularmente en materia de gestión de residuos, eficiencia energética, conservación hídrica y reducción y mitigación de nuestra huella ambiental. Este modelo de crecimiento nos debe llevar a profundizar nuestro enfoque de economía circular y solidaria en todas las etapas operativas. Reconocemos que cada nueva apertura conlleva una mayor responsabilidad, por lo que mantenemos un estricto balance entre expansión comercial y sostenibilidad. Nuestro compromiso es seguir escalando el negocio sin perder de vista los principios de impacto positivo que nos definen, asegurando que el crecimiento cuantitativo vaya siempre acompañado de un fortalecimiento cualitativo de nuestros valores corporativos.

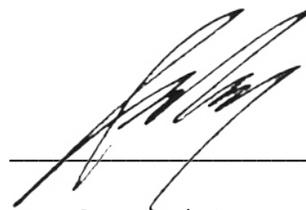
Firman atentamente,

---

Representante legal

Ricardo Restrepo Echavarría

CC: 80.198.137



Gerente de Impacto

Julián Felipe Gamboa

CC: 80.197.855

*urbania*

**REPORTE BIC 2024**

**INFORME DE GESTIÓN BIC**

**URBANIA TIENDAS SAS BIC**

**2024**

**Urbania Tiendas SAS BIC**

**NIT: 901605734-3**

**REPORTE DE GESTIÓN BIC 2024**

**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	3
2. Gobierno corporativo	4
3. Prácticas laborales	6
4. Prácticas ambientales	16
5. Prácticas con la comunidad	22
CONCLUSIONES	

# INTRODUCCIÓN

## **a. Objetivo del informe**

Comunicar e informar las actividades de la empresa durante el año 2024 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**

Durante 2024, nuestras tiendas se consolidaron como uno de los dos ejes centrales del modelo de impacto del grupo Urbania, transformándose en espacios vivos donde materializamos nuestra propuesta de valor. Estos establecimientos representan mucho más que puntos de venta: son el escenario donde los clientes experimentan de primera mano la esencia de nuestra marca y conectan emocionalmente con el origen y propósito detrás de cada taza de café. Estos espacios han demostrado ser fundamentales para tres dimensiones clave de nuestro modelo: En lo comercial, son el epicentro donde cultivamos una cultura de consumo de cafés especiales, destacando no solo su excelencia en taza sino también su triple impacto. Aquí promovemos activamente nuestro producto nacional insignia mientras construimos relaciones duraderas con los consumidores. En lo social, funcionan como motores de empleabilidad diversa e inclusiva, reflejando los valores de equidad que definen a nuestro grupo empresarial. Cada tienda se convierte en una plataforma de oportunidades para talentos diversos. En lo ambiental, han sido la base para implementar progresivamente componentes de economía circular, sentando las bases para escalar este modelo a toda nuestra operación. Las tiendas nos permiten testear, refinar y amplificar prácticas sostenibles que luego replicamos en otros ámbitos del negocio. Más que establecimientos comerciales, nuestras tiendas buscan ser espacios diferentes y promotores de una nueva ola de la industria cafetera, donde calidad, sostenibilidad y propósito se unen para crear experiencias que trascienden lo cotidiano y buscan construir comunidad en torno a valores compartidos. Las tiendas seguirán siendo nuestro laboratorio de innovación social y ambiental, el termómetro de nuestra conexión con los consumidores y el vehículo principal para democratizar el acceso a cafés con historia y significado.

# REPORTE POR DIMENSIONES

## 1. Modelo de negocio

- **Compromisos adquiridos**

Como franquicias de Urbania Café SAS BIC, operamos bajo un modelo de triple impacto que busca aportar a la transformación de la industria cafetera. Nuestra empresa matriz establece relaciones profundas con comunidades caficultoras en zonas vulnerables - víctimas del conflicto, pequeños productores, excombatientes y mujeres - y con aquellos comprometidos con la conservación ambiental (protección de bosques, cultivos sostenibles y monitoreo de fauna). El corazón de este modelo es la compra bonificada de café pergamino seco, acompañada de asistencia técnica para mejorar calidad y procesos. Esto permite a los productores recibir precios superiores por su cosecha, a nosotros como franquicia ofrecer cafés especiales con historias de impacto y a los consumidores acceder a productos de excelente calidad con propósito. En nuestra operación diaria, amplificamos este impacto mediante prácticas comerciales que expanden el alcance del modelo, la gestión ambiental responsable en todos los puntos de venta y la contratación inclusiva que genera oportunidades laborales. Más que cafeterías, buscamos ser embajadores de un movimiento que reconcilia rentabilidad con transformación social y ambiental, llevando el propósito de Urbania a nuevos consumidores a través de cada taza servida.

- **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:

<b>Ingresos extras recibidos por los caficultores al venderle a Urbania y no a precio del mercado COP \$ \$ 171,421,626</b>
<b>Se pagó en promedio un 32% más por el café a comparación de los precios del mercado.</b>
<b>El 28% del café comprado proviene de cultivos bajo sombra</b>
<b>Se ahorraron aproximadamente 30583 litros de agua gracias a procesos de post-cosecha diferenciados.</b>
<b>El 13% del café que se compró a lo largo del año es orgánico</b>
<b>Se apoyó en la conservación de 360 hectáreas en zonas de alta importancia</b>
<b>Porcentaje de café sostenible (orgánico, bajo sombra, ahorro de agua) 36%</b>

- **Implementación de las actividades**

Durante el 2024 nos consolidamos como empresa especializada en la operación de cafeterías bajo la marca Urbania, cerrando el año con 10 tiendas franquicia en la ciudad de Medellín. El crecimiento en ventas, especialmente de café en nuestras cafeterías, es lo que permite que los impactos de la empresa franquiciante crezcan en diversos territorios. Durante este año comercializamos y comunicamos al respecto de varios proyectos de café con impacto:

- **PAZ:** Construcción de paz en Antioquia, Tolima y Huila.
- **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, trabajando con comunidad indígena para mejoramiento de sus ingresos.
- **Caicedo orgánico:** Cultivos orgánicos bajo sombra.
- **Oso de anteojos:** Proyecto de conservación del corredor de oso de anteojos en el municipio de El Aguila, Valle del Cauca.
- **Urrao:** Cultivos de café variedad Chiroso con pagos de bonificación elevada, impacto económico y jóvenes productores

\* Los detalles de implementación de actividades de estos proyectos se pueden leer detalladamente en el informe BIC de la empresa franquiciante en el siguiente vínculo:

 [Reporte BIC \\_ Impacto 2024.docx \(1\).pdf](#)

## 2. Gobierno corporativo

- **Compromisos adquiridos (Acorde a estándar Sistema B)**

- Comunicar el manifiesto de la marca Urbania en las tiendas franquicia, medios digitales y a profundidad con todos los colaboradores de las tiendas franquicias.
- Estar 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 Urbania nacen desde su concepción con un firme compromiso con el modelo de triple impacto que define a la marca, integrando en su ADN los principios de sostenibilidad económica, responsabilidad social y conservación ambiental. Este enfoque no es opcional, sino un requisito fundamental establecido en los estatutos corporativos que rigen nuestra operación. A través de su capacidad comercial y operativa, cada tienda franquicia debe contribuir activamente a estos tres pilares, asegurando que el crecimiento del negocio vaya siempre acompañado de un impacto positivo medible, especialmente en las comunidades cafeteras, los ecosistemas y la economía local. La estructura jurídica y operativa de las franquicias está específicamente diseñada para garantizar este alineamiento permanente con

los valores fundacionales de Urbania.

Más que un simple modelo de negocio, las franquicias Urbania representan la materialización de una filosofía empresarial donde rentabilidad y propósito van en conjunto, transformando la tradicional relación franquiciante-franquiciado en una alianza estratégica para generar cambios positivos en la industria del café.

**Declaración de la misión:** La empresa cuenta con un manifiesto definido por 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 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:** Como parte integral y fundamental de la red Urbania, nuestra operación como franquicia se desarrolla en plena sintonía con el modelo de triple impacto establecido por la empresa franquiciante. Este alineamiento va más allá de lo contractual, constituyéndose en un compromiso fundamental que permea cada aspecto de nuestro negocio: desde la selección de productos y maquinaria hasta los procesos operativos y las políticas de contratación. Como franquicia, no solo implementamos estos principios, sino que somos la operación multiplicadora de este modelo, buscando siempre combinar rentabilidad con generación de impacto positivo en las comunidades y el medio

ambiente. Esta coherencia operativa es nuestro diferencial en el mercado y el fundamento de nuestra relación con los consumidores conscientes. En el informe BIC de la empresa matriz de la marca se puede apreciar:

- *“Las decisiones estratégicas de la empresa están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con especial énfasis en los ODS 10 (Reducción de las desigualdades), 12 (Producción y consumo responsables), 15 (Vida de ecosistemas terrestres) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos). Desde hace cinco años, monitoreamos nuestro progreso en estas áreas a través de indicadores específicos, lo que nos permite medir y mejorar continuamente nuestro impacto. Para fortalecer este compromiso, contamos con un cargo directivo dedicado: la Gerencia de Impacto, que lidera la integración de estos objetivos en todas las áreas de la organización. Además, hemos construido un ecosistema de alianzas con organizaciones especializadas en temas ambientales y sociales. Estas colaboraciones no solo complementan nuestro expertise en café, sino que también generan sinergias que potencian el alcance y la efectividad de nuestros proyectos.”*

**Estructura de gobernanza:** La empresa se gobierna de acuerdo a las pautas estipuladas por la sociedad franquiciante Urbania Café SAS BIC, quien durante el año 2024 fue 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:** Como parte integral de la marca Urbania se tiene una estrategia de comunicación unificada con enfoque en impacto, se comparten los mismos canales y estrategias de comunicación con la empresa franquiciante. Nuestra identidad se construye alrededor del triple impacto, elemento diferenciador que destacamos constantemente en muchos de nuestros mensajes y materiales. Utilizamos plataformas digitales compartidas (redes sociales y página web), así como elementos físicos unificados (empaques, menús, señalización y tableros de impacto en tiendas) para comunicar nuestros logros y valores. Nuestro equipo de servicio, formado en esta filosofía, actúa como embajador directo de este mensaje, fortaleciendo la cultura organizacional y promoviendo el consumo consciente a través de las interacciones con los clientes. Esta coherencia comunicativa busca reforzar nuestro posicionamiento en el mercado y consolidar la conexión emocional con consumidores que comparten nuestros valores.

### 3. Prácticas laborales

- **Compromisos adquiridos (según estándar sistema B)**

- Establecemos una remuneración salarial razonable para nuestros trabajadores.

- Analizamos las diferencias salariales entre los empleados mejor y peor remunerados para establecer estándares de equidad.

- **Implementación de las actividades**

**Tipos de contrato y salarios:** Todos los colaboradores son contratados directamente por la empresa franquiciante bajo condiciones laborales estables: contratos a término indefinido, salarios fijos y jornadas completas. El personal se asigna a las diferentes tiendas según las necesidades operativas y las competencias individuales, combinando puestos fijos con rotaciones estratégicas. Desde 2022, Urbania implementó una política salarial que supera el mínimo legal y todos los empleados reciben al menos \$50.000 adicionales al salario mínimo. El 29% del equipo percibe este piso salarial establecido por la empresa, los ajustes anuales consideran IPC, inflación y aumento del mínimo legal y todo el personal de barra, servicio a mesas y cocina complementa sus ingresos con propinas. En materia de beneficios, desde 2023 se reestructuró el sistema de servicios financieros, reemplazando los préstamos directos por convenios con Comfama y Presta Gente, ofreciendo así alternativas más especializadas a los colaboradores. Este modelo laboral refleja nuestro compromiso con la estabilidad económica y el desarrollo profesional de nuestro equipo, pilares fundamentales de nuestra cultura organizacional.

**Prácticas de seguridad laboral:** Todos los empleados que manipulan equipos reciben capacitación sobre el manejo de los equipos (máquinas de espresso, molinos, hornos y demás 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:** Desde la marca como grupo empresarial se promueve el desarrollo profesional del personal, siempre buscando apoyar el desarrollo de carrera cómo se lee en este fragmento del reporte BIC de la empresa franquiciante:

*“En Urbania, fomentamos el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros colaboradores como parte fundamental de nuestra cultura organizacional. Cuando surge una vacante, nuestra política prioriza la promoción interna, publicando la oportunidad dentro de la empresa antes de considerar candidatos externos. Al ingresar a la empresa, todos los empleados reciben una capacitación integral que incluye: Conocimiento general sobre la operatividad de la empresa, formación en servicio al cliente (cuando es relevante para su rol), instrucción específica sobre sus funciones, con tareas y responsabilidades claramente definidas. Para el personal operativo de tiendas, implementamos un seguimiento de un mes por parte de su líder directo, asegurando una adaptación efectiva al puesto. Además, ofrecemos capacitación permanente en temas como calidad de café y comida, así como formación cruzada para garantizar un conocimiento integral. Por ejemplo, los baristas reciben entrenamiento en cocina y servicio, el personal de servicio se capacita en café y cocina y los colaboradores de cocina aprenden sobre servicio y barismo. Dado nuestro enfoque especializado en el café, contamos con un programa de formación en calidades y*

*otorgamos becas para participar en competencias nacionales de café. Además, nuestras instalaciones están siempre disponibles para que los empleados practiquen y profundicen sus conocimientos sobre temas relacionados con el café. Hacemos salidas anuales a fincas cafeteras donde se recibe capacitación acerca de los cultivos, los procesos de poscosecha y los proyectos de impacto de la empresa:*

- *Salida pedagógica a cultivos de café con el equipo de líderes de tienda y administrativos:*







**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. Además de esto, a lo largo del último semestre el 2024 se realizó un proceso de evaluación 270° por parte del departamento de gestión humana, tomando en cuenta los puntos de vista de líderes y pares de los colaboradores con el fin de tener una visión más completa del desempeño.

**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 que se aperturan. Varios de los empleados que trabajaban 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 franquiciada. 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 2024 estos planes de formación se presentan en el informe de Urbania Café: [PDF Reporte BIC \\_ Impacto 2024.docx \(1\).pdf](#)

**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 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, acceso con descuento a gimnasio y clases de inglés.



**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 en capacitaciones recurrentes por parte de líderes de diferentes áreas:



**Satisfacción y compromiso de los trabajadores:** Durante el 2024 se realizaron evaluaciones y encuestas 270° por parte del departamento de Gestión Humana con todos los colaboradores de la empresa. Estas evaluaciones les proveen resultados para tomar acción en aquellos casos que no se percibe un compromiso elevado y ajustar políticas y acciones para seguir incrementando la satisfacción. Los resultados de dichas evaluaciones fueron positivos y confirman una buena gestión por parte de los equipos administrativos y operativos.

Ejemplos de las evaluaciones 270°:

## DIALOGOS QUE MOTIVAN. 270° AUX DE COCINA.

¡Hola! bienvenido 🤗 a este espacio de diálogos de motivar, ponte cómodo y toma una tacita de café ☕; hoy te invitamos a responder de manera consciente y objetiva el siguiente formulario que contribuirá a la mejora de nuestros procesos.

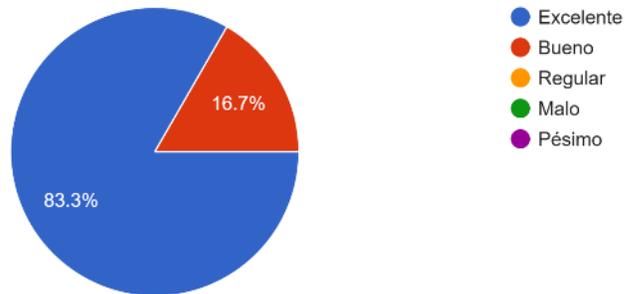
### Instrucciones:

Lea detenidamente las preguntas que se realizan en la evaluación.  
Procure ser objetivo

La calificación de la evaluación será así:

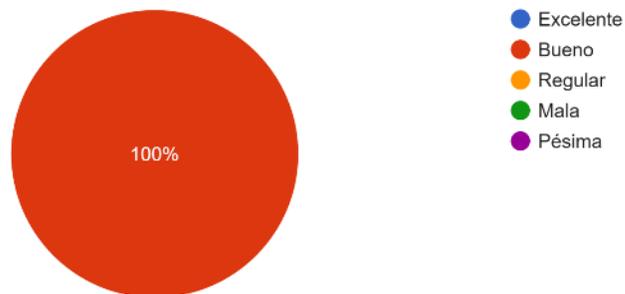
¿Conoce y empatiza con los procesos de impacto de la compañía?

6 responses



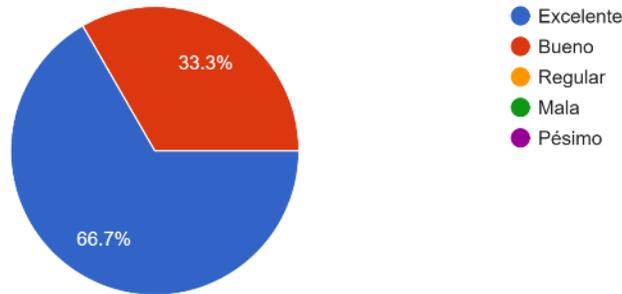
¿Expresa sus ideas con claridad y respeto a la otra persona?

3 responses



¿Se incluye de forma activa al equipo y apoya las áreas si es necesario?

3 responses



**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:** Acorde al reporte BIC de la empresa franquiciante:

*“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 así como para las contrataciones.*

**Medición:**

Al cierre del año 2024:

- El 54% de los colaboradores eran de género femenino.
- El 55% eran de 30 años o menores y el 2% mayores de 50.
- el 90% de los empleados vivían en estratos 3, 2 y 1.
- La remuneración más alta es 5 veces más alta que la más baja.
- El 40% (2) de los cargos gerenciales ejercidos por mujeres
- Ninguno de los gerentes se identifica con grupos subrepresentados
- El 40% de los integrantes de la junta directiva son mujeres, ninguno hace parte de grupos subrepresentados.

**Impacto económico:**

- Puestos adicionales creados: 3
- Tasa de crecimiento de empleo: 4.5%
- 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, consultoría).*
- *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. “*

## 4. Prácticas ambientales

- **Compromisos adquiridos (Acorde a estándar Sistema B)**

-Implementan programas de reciclaje o de reutilización de desperdicios.

- **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:** Si bien actualmente la medición de huella de carbono representa un desafío económico para la empresa, continuamos explorando alternativas para implementar este importante indicador de sostenibilidad en el futuro, manteniendo nuestro compromiso con la mejora continua de nuestro desempeño ambiental. Hemos implementado algunas medidas para optimizar el consumo de recursos en la operación: Nuestras tiendas utilizan exclusivamente iluminación LED y grifería con adaptadores de ahorro de agua, complementado con equipos de alta eficiencia como las máquinas de espresso Victoria Arduino Eagle One y Simonelli Appia, destacadas por su bajo consumo energético y tecnologías patentadas que reducen el uso de agua tanto en operación como en fabricación. La ubicación de una de nuestras tiendas en los edificios Bancolombia Dirección General y FIC 48 (certificados LEED) y nuestra presencia en centros comerciales con sistemas avanzados de gestión de residuos nos permiten alinearnos con estándares ambientales exigentes. En todas nuestras operaciones mantenemos un estricto protocolo de separación de residuos en la fuente.

**Compras locales:** Todo el café que comercializamos es de producción nacional, siendo este nuestro principal producto, además, a través de la edición de café PAZ apoyamos en su mayoría a productores de la región local de Antioquia en donde se basa nuestra operación. El restante del café 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 materia 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:** Nuestro grupo empresarial prioriza la protección de los recursos hídricos mediante dos enfoques complementarios: En origen

trabajamos directamente con caficultores aliados para implementar procesos de poscosecha que eliminan el uso de agua, evitando así la contaminación de fuentes hídricas. En 2024, este enfoque permitió preservar 30,583 litros de agua, un logro que monitoreamos como indicador clave de impacto. En tiendas implementamos tecnologías básicas de eficiencia hídrica, incluyendo ahorradores de agua en grifería y máquinas de espresso de bajo consumo (Victoria Arduino). Si bien actualmente no contamos con mediciones precisas del ahorro generado, estas implementaciones son un reflejo de nuestro compromiso con el uso responsable del agua en toda la cadena. Este modelo dual nos permite empezar a abordar el desafío hídrico tanto en la producción como en la comercialización.



- **Tierra y vida:**

**Monitoreo y generación de desechos:** Bajo el modelo de recepción de café para utilización en tiendas de empaques reutilizables hemos aportado a la reducción de 89.6 kg de consumo de plástico de un solo uso durante 2024. Esta iniciativa forma parte de nuestro compromiso con la economía circular y la minimización de residuos. Buscamos también impulsar un modelo de venta a granel, donde incentivamos a los clientes a utilizar sus propios recipientes reutilizables o adquirir los nuestros, pagando únicamente por el café y evitando así la generación de nuevos desechos de empaques. Este modelo implica desafíos de cambio de hábitos de consumo y mantenimiento de la calidad del café en estos empaques, aún así mantenemos nuestro firme compromiso con esta alternativa sostenible.

- **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:** Hemos establecido una política de no uso de plásticos en bebidas, ofreciendo exclusivamente envases sostenibles de lata o vidrio para nuestras bebidas listas para consumir (agua, cerveza y bebida de cáscara de café). Esta decisión va acompañada de una cuidadosa selección de proveedores que comparten nuestro compromiso ambiental, excluyendo a aquellos que utilicen plásticos en sus empaques. Complementamos esta iniciativa con varias acciones concretas en nuestros locales ya que ofrecemos agua de la llave gratuita, disponible para consumo inmediato o para llevar en recipientes personales, promovemos activamente el uso de termos reutilizables, ya sean los que comercializamos con nuestra marca o los que traen los clientes por medio de la aplicación de descuentos del 10% al 15% como incentivo para quienes utilizan sus propios recipientes, dependiendo de si el termo es de marca Urbania. También hemos decidido migrar nuestro empaque de café más vendido a una bolsa 100%

reciclable debido al bajo índice de reciclabilidad de las bolsas tradicionales de café:



**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.

**Manejo sostenible de la tierra:** La empresa franquiciante gestiona principalmente los proveedores de café, impulsando proyectos de sostenibilidad ambiental que incluyen producción orgánica, técnicas sostenibles y conservación de suelos, aunque los proveedores son independientes y las prácticas no son obligatorias. Se priorizan cultivos con sombrero para proteger el suelo, evitar herbicidas y fomentar el control manual de malezas, además de promover el compostaje para reciclar nutrientes. En proyectos de conservación de bosques y alianzas con proveedores locales, como Chocolates Cletto, se exigen prácticas más sostenibles para proteger el suelo y promover cultivos responsables.

**Uso de semillas:** El modelo comercial del grupo empresarial fomenta la diversidad de variedades de café, permitiendo a los productores elegir semillas—principalmente certificadas por la Federación Nacional de Cafeteros—o incluso variedades regionales y exóticas según su calidad. Urbania recomienda semillas adaptadas a cada finca, mezclando variedades resistentes a plagas como la roya y alineando la selección con la visión productiva del caficultor. Esta diversidad no solo mejora la sostenibilidad y adaptabilidad, sino que también eleva la calidad del café, incrementando su valor en el mercado aunque no siempre su volumen.

**Monitoreo de biodiversidad:** Como grupo aportamos a proyectos que implementan estas prácticas en los proyectos de conservación de Oso andino y el de Jaguares.

## 5. Prácticas con la comunidad

- **Compromisos adquiridos (según estándar Sistema B)**

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

- **Implementación de las actividades**

La empresa franquiciante ha establecido alianzas con ONGs, asociaciones y cooperativas para impulsar proyectos sociales, ambientales y económicos, incluyendo voluntariados que fortalecen habilidades en café especial. Su modelo de negocio busca generar un impacto positivo en comunidades y ecosistemas mediante iniciativas con fechas definidas y capacidades instaladas. Desde las tiendas apoyamos a través de nuestras cadenas de abastecimiento emprendimientos locales con enfoques de impacto social y ambiental, propendiendo por un ecosistema de emprendedores conscientes alineados con nuestros valores.

**Políticas y programas para la diversidad en proveedores:** La empresa franquiciante orienta su política de compras hacia grupos subrepresentados, priorizando en el café a víctimas del conflicto, desmovilizados, comunidades de escasos recursos, mujeres e indígenas. Para otros productos, favorece a pequeños proveedores locales como Cletto, Sierra Blanca, Bebidas Inéditas y Tres Trigos, muchos de ellos emprendimientos femeninos como Generarser, o iniciativas con impacto ambiental y social, como Miel Samaná (conservación) y WAYU (proyectos sociales). Además, se priorizan empresas con certificaciones de sostenibilidad, como Alquería (Empresa B).

**Capacitación para productores agrícolas:** La franquicia trabaja con los caficultores a través de la empresa franquiciante, la cual ofrece asistencia técnica presencial en fincas y remota mediante análisis de calidad, centrándose especialmente en mejorar los procesos de poscosecha. Esta labor es realizada por un equipo especializado, que suele colaborar con organizaciones aliadas según cada proyecto, aunque también actúa de forma independiente. Además, participan en iniciativas como el PEC, enfocado exclusivamente en brindar asistencia técnica directa en las fincas cafeteras.

**Programas de ciudadanía corporativa, asociaciones y participación cívica, política y práctica de servicio comunitario:** La empresa matriz establece alianzas estratégicas con ESAL-es como WebConserva y Juguemos en el Bosque, generando sinergias que fortalecen su ciudadanía corporativa y compromiso cívico. Complementa estas acciones con donaciones a programas de restauración ecológica, como el "Adopta un Árbol" de la Fundación Renault-Sofasa. Este modelo integral refleja su enfoque de responsabilidad social a través de colaboraciones concretas con impacto ambiental y comunitario.

**Fomento de un mejor desempeño social y ambiental:** En nuestra operación impulsamos un mejoramiento continuo del desempeño ambiental, implementando campañas activas en tiendas para promover empaques reutilizables, reducir el consumo de plásticos y optimizar el uso energético. Reconocemos que el cambio se construye desde lo colectivo hasta lo individual: por eso formamos a todos nuestros colaboradores mediante programas permanentes de capacitación,

donde reforzamos tanto el manifiesto empresarial como las acciones cotidianas que generan impacto. Así convertimos pequeñas decisiones operativas en grandes contribuciones ambientales, mitigando efectos negativos y potenciando aquellos positivos.

**Gestión de la cadena de suministro:** La empresa franquiciante gestiona nuestra cadena de suministro, priorizando proveedores de café con prácticas sostenibles que superan los estándares regulatorios. Trabajamos con caficultores que implementan cultivos bajo sombra (28%), producción orgánica (13%), conservación de 360 hectáreas y procesos eficientes en agua (ahorrando 30,538 litros). Para evaluar su impacto social y ambiental, colaboramos con ONGs y proyectos especializados que seleccionan proveedores según su contribución positiva.

**Mitigación de la pobreza en la cadena de suministro:** El modelo de negocio del grupo empresarial contribuye directamente a los ODS 10 (Reducción de desigualdades) y 12 (Producción y consumo responsables) mediante el café de especialidad como herramienta de impacto. Trabajamos principalmente con proveedores en situación de vulnerabilidad: pequeños productores con bajas utilidades, ubicados en zonas afectadas por violencia, falta de infraestructura, educación limitada y aislamiento geográfico. Para contrarrestar estas desigualdades, pagamos precios superiores al mercado (un 32% más en promedio durante 2024), fijados de manera colaborativa con los caficultores.

**Certificación externa:** La empresa franquiciante está certificada por **Sistema B**.

**Transparencia en la cadena de suministro:** En todas nuestras tiendas, los clientes pueden conocer detalles sobre nuestros proveedores: en el café, acceden a información sobre su ubicación, procesos de producción y proyectos asociados. Fomentamos activamente la conexión entre consumidores y caficultores, usando nuestros espacios para crear experiencias significativas que refuercen esta relación. Además, exhibimos productos de proveedores locales y artesanales, promoviendo así el consumo consciente y el apoyo a emprendedores locales.

**Operaciones en zonas de conflicto y en ecosistemas sensibles:** Integramos a nuestra cadena de valor a comunidades ubicadas en zonas de conflicto, posconflicto y áreas de alto valor ecológico, convirtiendo la actividad comercial en una herramienta para la transformación territorial y operando necesariamente en zonas de conflicto debido a esto. A través de alianzas con ONGs especializadas, cooperativas locales y entidades implementadoras de acuerdos de paz, impulsamos iniciativas que combaten el reclutamiento forzado, promueven la sustitución voluntaria de cultivos, facilitan procesos de reconciliación y protección de ecosistemas estratégicos mediante acciones concretas de mejoramiento de ingresos, educación ambiental y monitoreo de biodiversidad. Un sistema de evaluación continua, ejecutado por nuestros aliados técnicos, apoya a que cada intervención genere impactos positivos medibles en la conservación ambiental y el desarrollo comunitario, buscando evitar efectos adversos no deseados. Este enfoque busca que nuestras operaciones comerciales sean un motor para la construcción de paz y la protección de territorios vulnerables.

**Clientes:** Nuestras tiendas representan el principal punto de contacto con los clientes, ya que constituyen la vitrina comercial más importante del grupo empresarial. En estos espacios realizamos un seguimiento constante de la satisfacción de los clientes mediante la revisión periódica de reseñas, comentarios y sugerencias recibidas, un sistema permanente de encuestas de satisfacción y el monitoreo continuo de nuestras redes sociales y plataformas digitales. Este enfoque nos permite evaluar de manera integral la experiencia del cliente en todos nuestros canales de atención.

## CONCLUSIONES

Como empresa operadora de las tiendas de café Urbania, nos enorgullece contribuir a los impactos positivos del grupo empresarial y fortalecer la conexión emocional de nuestros clientes con la marca y sus valores. Sin embargo, nuestra operación enfrenta importantes retos de sostenibilidad ambiental, los cuales requieren mayor atención debido al crecimiento constante del negocio. En este contexto, vemos en la economía circular una oportunidad clave para mitigar impactos negativos y reforzar los valores de impacto positivo que definen a Urbania. Además, la industria del café presenta desafíos globales que no podemos ignorar, como la volatilidad de precios y los efectos del cambio climático, factores que ya inciden en nuestro día a día. Como operadores, asumimos un firme compromiso con nuestros empleados. Contamos con un equipo grande y diverso, que representa nuestra mayor fortaleza y, al mismo tiempo, un reto que abordamos con liderazgo estratégico y responsabilidad. Gran parte de nuestro impacto se centra en su bienestar y desarrollo. Mantenemos nuestro alineamiento con los principios de las Empresas BIC, aprovechando el potencial del modelo económico para generar bienestar colectivo y un legado sostenible.

Firman atentamente,



Representante legal

Ricardo Mesa

CC: 1.039.477.699



Gerente de Impacto

Julián Felipe Gamboa

CC: 80.197.855