21

MEMORIA DE SOSTEINIBILIDAD

SUPRACAFÉ®

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Capítulo 1: Identidad y valor

1.1. Carta del Director General
1.2. Supracafé
1.2.1. Cifras y datos clave
1.2.2. Composición de Supracafé
1.3. Historia de Supracafé
1.3.1. Misión, visión y valores
1.3.2. Historia de Supracafé y principales hitos
1.4. Estrategia y Gobernanza de Sostenibilidad
1.4.1. Estrategia y gobernanza de Sostenibilidad
1.4.2. Escenario de referencia y gestión de riesgos
1.5. Gobierno Corporativo
1.6. Administración y sistemas de certificación
1.7. Mapa de los grupos de interés y herramientas de comunicación
1.8. Proceso de compromiso y materialidad

2. Capítulo 2: Valor Social

2.1. La creación de valor social
2.2. Calidad y seguridad de los productos Supracafé
2.3. Clientes de Supracafé
2.3.1. Clientes y principales mercados
2.3.2. Creando valor y sostenibilidad para los clientes
2.3.3. Escuchando a los clientes y su satisfacción
2.3.4. Comunicaciones e información responsable
2.4. Las personas en Supracafé
2.4.1. Política de Recursos Humanos
2.4.2. Trabajadores
2.4.3. Formación y desarrollo de personal
2.4.4. Salud y bienestar del personal
2.4.5. Política de comunicación interna y política de bienestar
2.5. Proveedores de materias primas y servicios

2.6. Supracafé y la comunidad
2.6.1. Ciudadanía corporativa
2.6.2. Apoyo a comunidades locales y relaciones institucionales
2.6.2.1. Supracafé en España
2.6.2.2. Supracafé en Colombia
2.6.2.3. Relaciones Institucionales
2.6.2.4. Comunidad Internacional
2.7. Derechos Humanos

3. Capítulo 3: Valor Medioambiental

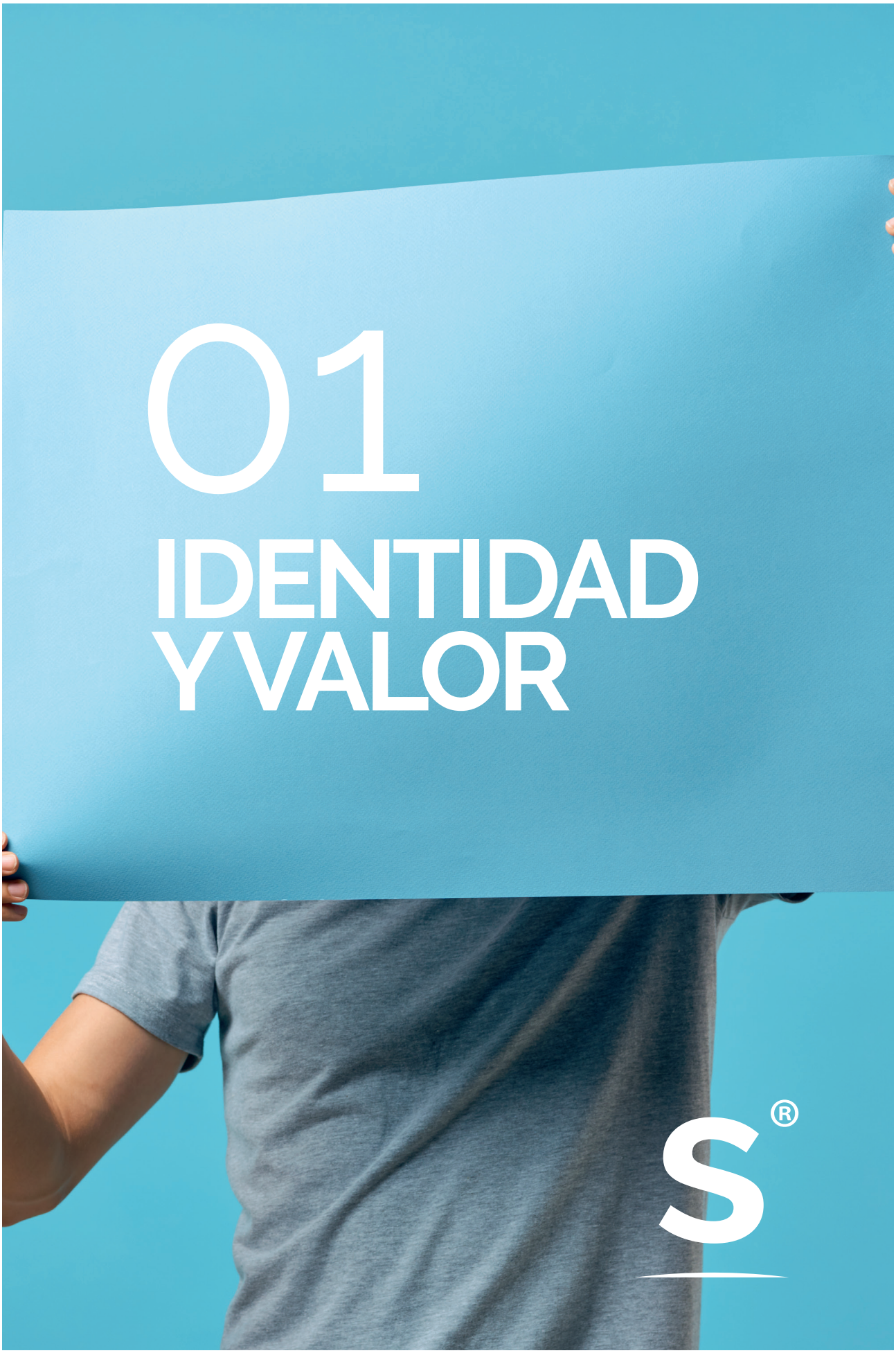
3.1. Construir el futuro partiendo del presente
3.2. Compromiso medioambiental
3.3. Emisiones de CO2
3.4. Materias primas
3.5. Administración energética
3.6. Administración del agua
3.7. Manejo de residuos y envases reciclables
3.8. Transporte y logística ecológicos
3.9. Agricultura sostenible y biodiversidad

4. Capítulo 4: Valor Económico

4.1. Equilibrio en el grano de café
4.2. Innovación y desarrollo
4.2.1. Aproximación de Supracafé en Innovación y Desarrollo
4.2.2. Investigación y Desarrollo Tecnológico
4.2.3. Innovación de producto
4.3. Cadena de Suministro
4.3.1. El modelo de Supracafé para un suministro de café sostenible
4.3.2. Cadena de suministro responsable
4.3.3. El papel de Supracafé en la cadena de suministro
4.3.4. Premios e incentivos a proveedores
4.4. Valor económico añadido
4.5. Inversiones en tecnologías de la información

5. Capítulo 5: Suprcafé y los Objetivos de desarrollo Sostenible (ODS)

6. Nota metodológica



01 IDENTIDAD Y VALOR

1.1. Carta del Director General

Como Director General de Supracafé, por medio de esta memoria de sostenibilidad correspondiente a los años 2019 y 2020, quiero manifestar la renovación de nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente, Anticorrupción y sus diez Principios Básicos.

En Supracafé somos conscientes del importante papel y la gran responsabilidad que las empresas debemos desempeñar en la sociedad. Hace mucho tiempo que, dentro nuestra estrategia de generación de valor, hemos definido la sostenibilidad como uno de nuestros ejes fundamentales.

La Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas ha celebrado su reunión anual de este año 2021 bajo el lema "Responsables y comprometidos", lema que compartimos con el resto del sector y con, cada vez, una mayor parte de la sociedad.

Desde nuestra perspectiva solo serán viables los negocios sostenibles, aquellos que busquen la generación de valor compartido y que generen impacto positivo en la sociedad. Son muchos los retos a los que nos enfrentamos, bien formulados por las Naciones Unidas a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Y son muchas las áreas y esferas donde la empresa tiene impacto, empezando por sus propios trabajadores, sus proveedores y clientes, las instituciones, el medio ambiente.

Esta memoria de sostenibilidad, además de compartir nuestros avances al respecto, nos permite hacer un autodiagnóstico que nos ayuda a detectar las áreas que se deben mejorar, a fortalecer aquellas en las que estamos cumpliendo satisfactoriamente y a formular nuestros compromisos hacia el futuro.

Ricardo Oteros
Director general

1.2. Supracafé

1.2.1. Cifras y datos clave

- Operaciones en dos países
- Exportaciones a 4 países europeos
- Más de 538 restaurantes ofrecen Supracafé
- Más de 115 hoteles ofrecen Supracafé
- Más de 354 cafeterías ofrecen Supracafé
- 34 trabajadores en España
- 18 trabajadores en Colombia
- Hacienda de producción propia en HaciendaSupracafé
- Reconocimientos y participación en plataformas
    - PYME Innovadora
    - PNUD - Business Call to Action
    - Sustainable Coffee Challenge
    - Global Coffee Platform
    - Specialty Coffee Association
    - Pacto Mundial
    - Fundación Seres
- 7'194.981 millones en ventas en 2019
- 3'969.485 millones en ventas en 2020
- Certificaciones:
    - Calidad ISO 9001
    - Medio Ambiente ISO 14000
    - Seguridad Alimentaria International Features Standards
    - FairTrade
    - Ecológico
    - Rain Forest Alliance (Colombia)
    - Madrid Excelente

UN GLOBAL COMPACT
APOYAMOS AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas.**

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

SUPRACAFÉ®

Somos una compañía líder en la producción de cafés de alto valor añadido debido a la aplicación de I+D+i en nuestros procesos, y por nuestra aportación a la mejora continua de la calidad de vida de las personas que participan en los procesos productivos y del medio ambiente. Somos la única empresa cafetera española con finca propia en Colombia, donde hemos invertido recursos en el primer Parque Tecnológico del café del mundo, y participamos en programas de formación de recolectores, así como en programas de selección de variedades de primera calidad.

En relación a nuestro canal, somos líderes en calidad del producto y servicio porque invertimos en I+D+i para lograr la excelencia de nuestros productos únicos y lo trasladamos a la cadena de valor para ofrecer al cliente.

Somos una empresa consolidada en el mercado gracias a nuestro equipo de profesionales, nuestra capacidad comercial y nuestra estrategia de diversificación de producto. Contamos con una cartera de clientes afianzada y en crecimiento, una elevada capacidad para establecer sinergias con diferentes grupos de interés, y con una línea de productos completa que se actualiza constantemente. Aseguramos de este modo la viabilidad de la compañía a medio y largo plazo.

1.2.2. Composición de Supracafé

Supracafé España es una empresa participada por la empresa colombiana Expocafé S.A, empresa exportadora de las Cooperativas de Caficultores de Colombia, por las empresas españolas La Madalena 2020 S.L y IoT Synergy Investments y por los socios Ricardo Oteros Sánchez-Pozuelo, Vicente Arregui García-Rovés y Raúl Gil Martín. Supracafé España se creó con el objetivo de atender la demanda de café de alta calidad en el sector gourmet del canal HoReCa de España. Su Director General ha sido Ricardo Oteros Sánchez-Pozuelo desde su fundación.

Supracafé Colombia, es una empresa participada en su mayoría por Supracafé España, con participaciones minoritarias del resto de accionistas de Supracafé España, su gerente César Augusto Echeverry Castaño, Florentino Gilaranz, Juan José Berlanga y Hernando Restrepo. Se creó con el propósito de desarrollar un centro de investigación especializado en el cultivo y validación de más de 200 variedades de café Arábica y comprobar su viabilidad económica para luego hacer una transferencia de conocimiento a las comunidades con las que la empresa trabaja. Supracafé Colombia ha tenido como gerente general a Cesar Echeverry.

Los mismos socios crearon en 2017 la sociedad Hotel Hacienda Supracafé S.A., para desarrollar el negocio de turismo gastronómico y experiencial utilizando la casa de la Hacienda situada en la finca Los Naranjos.

Cada empresa cuenta con su propia historia y su saber hacer, cuentan con su propia plantilla de personal y funcionan con independencia financiera. Desde sus inicios, siempre se ha procurado mantener una buena sinergia en términos de gestión, transferencia de conocimiento y también en sostenibilidad.

1.3. Historia de Supracafé

1.3.1. Misión, visión, valores

Misión: "Somos una organización de personas que trabaja para mejorar la calidad de vida de sus grupos de interés a través de la producción sostenible de café de la mejor calidad, generando valor y satisfacción para las personas y la sociedad"

Visión: En Supracafé queremos ser líderes y referentes en los procesos de producción responsable y comprometida de café de alta calidad, mediante el desarrollo de proyectos de investigación e innovación, que permitan ofrecer nuevos productos y garantizar la trazabilidad total de la cadena de valor.

Valores: Orientación al cliente. Transparencia. Fiabilidad. Sostenible y sustentable. Responsabilidad social y ambiental. Fomento del desarrollo de las personas. Búsqueda de la excelencia a través de I+D+i.

1.3.2. Historia de Supracafé y principales Hitos

Supracafé nace en 1.990. Somos la primera marca de cafés de alta calidad, 100% arábica, especializada en alta restauración. Orientación al cliente, transparencia, sostenibilidad, responsabilidad social y medioambiental, fomento del desarrollo de las personas y excelencia a través del I+D+i son nuestros principales valores. Un punto de vista experto y comprometido con la cultura del café que se pone de manifiesto en todas las fases de la cadena de valor de nuestro producto: cultivo, producción, elaboración y comercialización. Una empresa española de vocación global, en pleno proceso de crecimiento y en constante evolución.

En Supracafé somos líderes en procesos de producción sostenible. Al mismo tiempo fomentamos el desarrollo de las personas con programas de formación en Colombia.

Partimos de una filosofía natural, basada en la pureza, ecología, la innovación, la calidad y la autenticidad.

El valor social de Supracafé trasciende las miles de familias de productores que forman las cooperativas de caficultores, de las más de 400 familias de mujeres productoras con las que la empresa viene desarrollando proyectos económico-sociales desde hace más de 20 años y de los más de 300 trabajadores directos e indirectos involucrados en extraer del producto la mayor calidad y comprometidos empleados en las tres fincas / estaciones de validación tecnológica.

Somos una empresa responsable, con una proactiva trayectoria en el desarrollo de las comunidades locales y desplegamos una actitud transparente en los procesos de conocimiento y avance.

Estamos comprometidos y trabajamos por la construcción de un mundo sostenible y por ello, somos socios firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, hacemos parte del Consejo Asesor del Sustainable Coffee Challenge, así como de la plataforma Business Call to Action.

Los hitos más relevantes de Supracafé son:

• Desde el año 1999 Supracafé se compromete a apoyar a productoras de café en el departamento del Cauca en Colombia víctimas del conflicto armado, en la producción de cafés de alta calidad. Fruto de esta relación ha sido la conformación de la Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca (AMUCC) quienes hoy por hoy cuentan con la certificación de Fair Trade y a quienes le ompramos su producción para la venta en España.

• En el año 2005 Supracafé junto con otras 15 empresas del sector cafetero deciden constituir la Fundación CAFEMUNDI para apoyar proyectos como el de las Mujeres Caficultoras del Cauca en otros lugares del mundo.

• En el año 2007 Supracafé da un paso más en términos de Innovación y decide establecer en la región del Cauca estaciones de validación tecnológica para ada tar y apropiar las más adecuadas tecnologías de cultivo y procesamiento de café. Actualmente se validan más de 200 variedades de café, así como diferentes tecnologías para su procesamiento.

• En el año 2007 se crea Supracafé Colombia.

• En el año 2014 Supracafé recibe el Premio Seres por su proyecto social con la Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca (AMUCC).

• En el año 2015 Supracafé recibe el sello a la PYME innovadora otorgado por el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO).

• En el año 2016 Supracafé es mencionado en el reporte del Fondo de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas como un caso ejemplar en lo referente a la producción socialmente responsable.

• En el año 2016 la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) invita a Supracafé a ser el proveedor oficial de café en el Foro anual que se celebra en París como reconocimiento a su labor social en favor de las mujeres caficultoras.

• En el año 2016 Supracafé decide vincularse a la iniciativa global denominada Sustainable Coffee Challenge que lo que busca es convertir el café en la primera materia prima 100% Sostenible. Desde ese momento nuestro Director General Ricardo Oteros hace parte del Advisory Council.

• En el año 2016 Supracafé decide vincularse como socio y firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

• En el año 2016 Supracafé junto con otros 6 socios decide constituir la Corporación público privada "Parque Tecnológico de Agregación de Valor al Café y su Caficultura – TECNICAFÉ" en Colombia. Primer centro de investigación y desarrollo de modelo abierto a nivel mundial convirtiéndose en un referente de Innovación y Desarrollo.

• En el año 2016, fruto de un proceso de investigación junto con la Universidad Politécnica de Madrid lanza al mercado TABIFRUIT, una infusión elaborada con la cáscara de café. Un subproducto que, además de sus características, nos permite disminuir el impacto ambiental así como generar nuevas fuentes de ingresos a las mujeres caficultoras.

• En el año 2016, el IESE Business School escribió un caso de éxito poniendo a Supracafé una PYME como modelo de sostenibilidad.

• En el año 2016 Supracafé obtiene la certificación UTZ por sus buenas prácticas agrícolas y su producción responsable.

• En el año 2017, la Agencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) reconoce a la Compañía Española de Financiación al Desarrollo (COFIDES) por promover la inversión en los Objetivos de Desarrollo Sostenido (ODS), por el apoyo a Supracafé para la expansión y modernización de su proyecto de cultivo y procesado de café de Colombia, que empodera a cientos de mujeres agricultoras a través de primas de precio de compra y la difusión de prácticas de agricultura.

• En 2017 Ricardo Oteros CEO de Supracafé, recibe el reconocimiento como Héroe de la Caficultura por parte de la Federación Nacional de Cafeteros, en el marco del proceso de Paz en Colombia.

• En el año 2017 el Business Call to Action (BCtA) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) reconoce a Supracafé como empresa que desarrolla negocios inclusivos, siendo la primera empresa española que recibe este reconocimiento y la número 204 a nivel mundial.

• En el año 2018 Supracafé, junto con la Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo (AECID), CODESPA y TECNICAFÉ, establecen una Alianza Público Privada para el incremento de la base productiva de las Mujeres Caficultoras del Cauca y la medición de la Huella de la Pobreza bajo parámetros del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

• El 4 de abril de 2018 nuestro Director General Ricardo Oteros participó en el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC) en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York, para presentar el modelo de negocios inclusivos con perspectiva de género de Supracafé.

• En abril de 2018, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en su grupo de trabajo de Agroalimentación presenta la publicación de la Guía: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Industria Agroalimentaria, en la que Supracafé presenta su aportación en el tema.

• En febrero de 2019 Ricardo Oteros, recibe un reconocimiento por su labor en favor de la mujer caficultora en la I Edición de Premios Mujer Agro 2018, iniciativa desarrollada por Comunicación Siete Agromarketing y el medio e-Comercio Agrario.

• Durante los comienzos de la pandemia del COVID-19, los trabajadores de Supracafé iniciaron una campaña de apoyo a los médicos y enfermeras donando más de 1.000kg de café a los centros sanitarios. Esta campaña fue también apoyada por la empresa.

• Obtención de la certificación IFS - International Featured Standard para la seguridad alimentaria.

Desde el año 2017, Supracafé ha sido el partner oficial del Foro de la OECD celebrado en la ciudad de París. Supracafé fue elegida para llevar a cabo esta iniciativa como ejemplo de excelencia en el mundo del café y como reconocimiento a los más de 30 años que la empresa tiene de experiencia en la producción de cafés de la más alta calidad y los más de 20 años de experie cia generando valor compartido con mujeres caficultoras en Colombia víctimas del conflicto armado en este país.

La búsqueda de la excelencia por parte de Supracafé, su pasión, innovación y dedicación al desarrollo sostenible fueron el motor de la iniciativa. Este evento internacional giró en torno a debates sobre el presente y el futuro de la economía mundial y Supracafé tuvo la gran oportunidad, por tercer año consecutivo, de ofrecer a los participantes la oportunidad de conocer la historia de AMUCC a través de una taza de café.

La alta participación del público demostró la fórmula ganadora llegando a ofrecer más de 25.000 bebidas a base de café ofrecidos en los diferentes coffee corners a los visitantes del forum.

Además, Ricardo Oteros, como Director General de Supracafé, tuvo la oportunidad de participar en el panel "Entrepreneurship with a cause", junto con John Hope Bryant, Founder, Chairman & CEO Operation Hope, Inc; Owen Song, CEO Olive Union; Yenny Wahid, Co-Founder Wahid Foundation; Tatiana Glad, Co Founder & Director Impact Hub Amsterdam.

1.4. Estrategia y gobernanza de Sostenibilidad

1.4.1. Estrategia y gobernanza de Sostenibilidad

El proceso de obtención de una excelente taza de café comienza con los esfuerzos de cientos de miles de productores de café en sus fincas. Sin ellos, sería imposible obtener un producto de tan alta calidad.

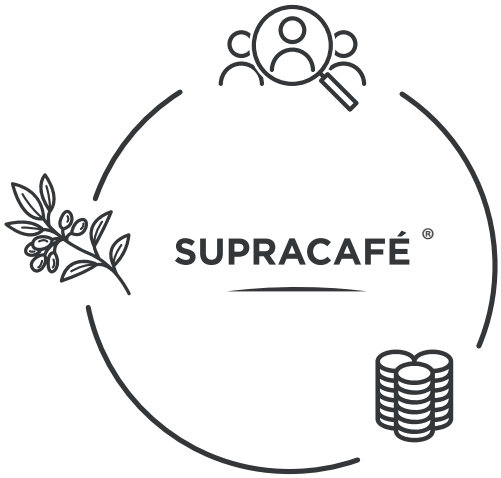
Durante más de 20 años, Supracafé ha trabajado directamente en el establecimiento de una relación sólida con los propios agricultores y las cooperativas de productores a los que pertenecen.

Somos reconocidos por Business Call to Action - PNUD por el desarrollo de negocios inclusivos con Caficultoras colombianas enfocadas en la producción de cafés arábica de alta calidad pero también, en procesos de innovación para mejorar la forma en la que el café se procesa así como en la implementación de nuevas tecnologías para apoyar a los agricultores y la calidad.

Supracafé es una empresa que persigue la mejora de la vida de las personas a través de la sostenibilidad económica, social y medioambiental, manteniendo una estrecha relación con sus grupos de interés.

Social

Cumpliendo con nuestra misión, SUPRACAFÉ persigue la sostenibilidad social mediante la transferencia de conocimietos y desarrollo compartido



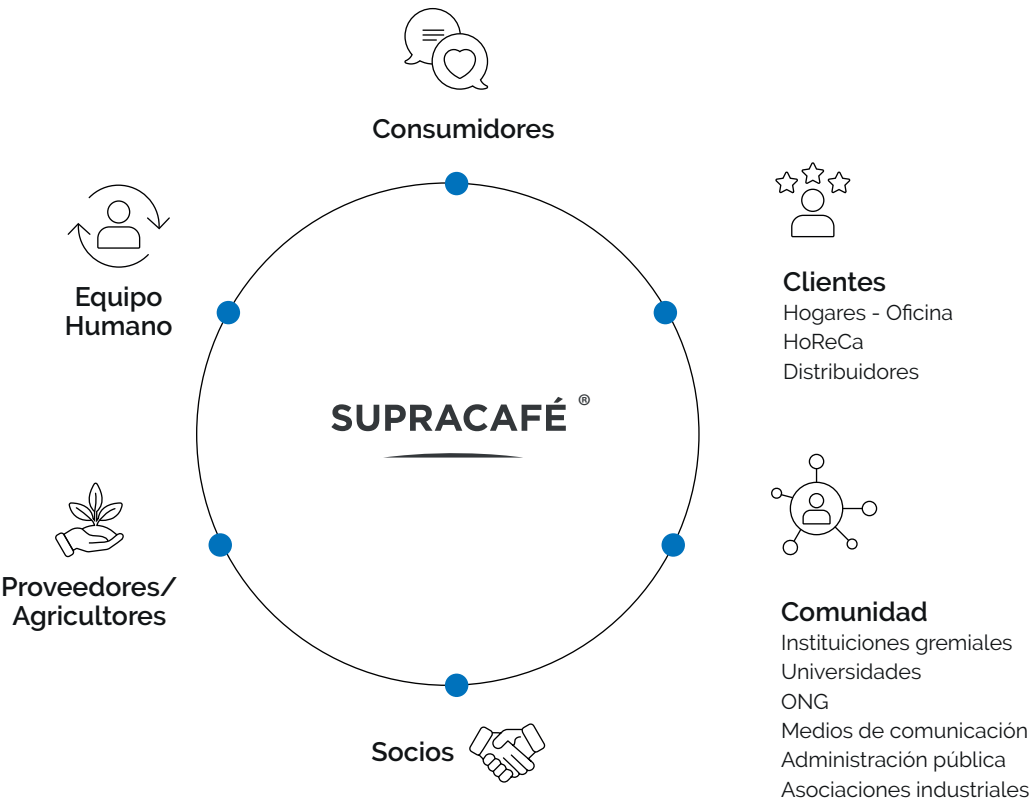
Medio Ambiente

SUPRACAFÉ persigue la sostenibilidad ambiental mediante políticas y esfuerzos de no contaminación, reducción en la generación de desechos y la utilización de recursos renovables. Del mismo modo bajo el concepto de bienestar de los cafetales.

Económico

SUPRACAFÉ persigue la sostenibilidad económica mediante la generación de valor compartido con sus grupos de interés

En la jerarquía de los grupos de interés, **los consumidores** se ubican en la parte superior, seguidos por los **clientes,** que a su vez son aliados importantes de la empresa para ofrecer los mejores productos y servicios a los consumidores. En tercer lugar se encuentra nuestro **equipo de trabajadores y colaboradores** ya que la excelencia de nuestros productos y servicios no podría conseguirse sin su dedicación, competencia y compromiso profesional con la empresa. **Los proveedores** también tienen un papel crucial para garantizar la entrega de nuestros productos, así como todas las comunidades de caficultores que comparten relaciones con Supracafé. Finalmente, **los accionistas** forman la base que sostiene la empresa definiendo la estrategia y apoyando decididamente los compromisos frente a la sostenibilidad.



Con el fin de asegurar una mejor participación de su estrategia comercial con todos los grupos de interés, la compañía formuló en 2019 el Código Ético de Conducta, el cual constituye el compromiso de Supracafé en el marco de la gestión empresarial responsable en las tres áreas principales de sostenibilidad.

Pacto Mundial

Esta iniciativa fue lanzada por las Naciones Unidas en el año 2000 con el objetivo de promover la participación del sector privado, en particular de la empresa privada, en diez principios éticos globales relevantes en temas importantes como los derechos humanos, la protección del medio ambiente, los derechos laborales y la lucha contra la corrupción. Estos principios son universalmente compartidos y suscritos, ya que se basan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la OIT, la Declaración de Río y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción. Supracafé está adherido al Pacto Mundial desde 2016 y desde entonces, viene presentando una memoria de resultados de los avances de la empresa relacionados con los diez principios.

Business Call to Action - PNUD

Iniciativa lanzada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el 2008, tiene por objetivo acelerar el progreso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), desafiando a las empresas a desarrollar modelos de negocios inclusivos que involucren a las personas en la base de la pirámide

económica (BoP): personas con menos de US $10 por día en poder adquisitivo. Supracafé es, de momento, la única empresa española reconocida por esta organización desde el año 2017. https://www.businesscalltoaction.org/member/supracafe

En 2016, Supracafé decide formar parte del Global Coffee Platform, así como del Sustainable Coffee Challenge y ha continuado su participación en programas e iniciativas específicas para implementar estrategias de sostenibilidad y mejorar su propio impacto, como con la Fundación Seres en España.
Sustainable Coffee Challenge:
https://www.sustaincoffee.org/partners/supracafe-s-a

Otras plataformas

Reporte del Global Coffee Platform:
https://www.globalcoffeeplatform.org/wp-content/uploads/2020/08/GCP-Snapshot-FINAL.pdf

1.4.2. Escenario de referencia y gestión de riesgos

Escenario económico

Supracafé opera en dos países, España y Colombia y adicionalmente compra materias primas de diversas regiones del mundo. Al ser el café una materia prima que regula sus precios por las fluctuaciones de la bolsa y, al ser el dólar la moneda principal por la que se compra el café verde, las fluctuaciones en precio como de la divisa son especialmente relevantes para mantener un suministro constante de café y poder atender la demanda de nuestros clientes.

Para 2019, las señales de crecimiento eran positivas, la confianza de las empresas y familias, apoyada por las señales positivas de empleo planteaban un escenario de recuperación económica.

Según cifras de la Asociación Española de Café, para 2019 se importaron cerca de 305 mil toneladas de café verde, se exportaron 60 mil toneladas de café tostado y el consumo de café per cápita rondaba los 3,6kg y el sector cafetero mantenía 6.320 empleos directos. La producción de café tostado y café soluble creció un 4,4%, las ventas de café para el sector de alimentación representaron un 60% del total teniendo un crecimiento del 2,1%, mientras que el canal Horeca tuvo un crecimiento del 7,1%.

De acuerdo con cifras del ICO, para 2019 la producción mundial de café alcanzó los 168.5 millones de sacos mientras que para 2020 fue de 175.4 millones de sacos. A diciembre de 2019 el precio del café fue de 108,68 centavos de dólar de EE UU por libra. En diciembre de 2020 el precio subió un 4,6% a 114,74 centavos. Los precios de los cafés arábicas suaves colombianos aumentaron un 5,7% a 170,44 centavos, precios superiores a los de 2019.

Supracafé y los retos del café verde

Según el Servicio Agrícola Exterior del Departamento de Agricultura de EE.UU., el café es uno de los cultivos más influenciados por las condiciones atmosféricas.

El cambio climático ha sido identificado como el principal factor de epidemias como la roya del café, una enfermedad que afecta a más del 50% de los cultivos de café en Centroamérica y aproximadamente al 30%-40% en Sudamérica. Además, las plantaciones también se han visto afectadas por olas de calor, sequías y lluvias superiores a la media.

Para hacer frente a estas emergencias y a escenarios similares en el futuro, Supracafé apuesta por la Innovación y el Desarrollo. Junto con el Parque Tecnológico del Café - Tecnicafé, universidades e instituciones gremiales de caficultores, está realizando estudios sobre el impacto del cambio climático en la región del Cauca colombiano. Cada año, equipos de expertos organizan visitas a las plantaciones de Supracafé para analizar las situaciones concretas.

Además del calentamiento global, en el futuro los caficultores tendrán que hacer frente a otros retos que deberán afrontar con soluciones cada vez más sostenibles, como las prácticas agrícolas, los métodos de cultivo cada vez menos dependientes del agua y que al mismo tiempo permitan aumentar el rendimiento, evitando la deforestación. Para Supracafé, la calidad del grano de café es el valor fundamental en sus relaciones con los productores: por eso la empresa sigue la cadena de producción desde el principio, desde los campos y las plantaciones hasta el producto final.

Invertir en la cadena de producción, en el conocimiento y en la calidad significa invertir en innovación, incluso en lo que se refiere a nuevos lugares de producción: según las estimaciones, en los próximos 50 años el planeta perderá hasta el 50% de las tierras que pueden cultivarse con café y nos enfrentaremos a un problema importante.

En los últimos 20 años, la tasa media de crecimiento del consumo de café ha aumentado un 1,6% y se prevé que la producción tendrá que duplicarse para responder a la demanda del mercado, pero con sólo la mitad de las tierras cultivables. El aumento de los costes de producción por el crecimiento positivo de las economías de los países productores, y la consiguiente revalorización de las monedas locales, exige empresas cada vez mejor organizadas.

Por todas estas razones, Supracafé considera no sólo una necesidad sino una verdadera misión estratégica promover una cultura del café moderna, basada en los principios de la Agricultura Integrada y dedicada a transformar a los productores agrícolas en empresarios modernos.

Supracafé trabaja constantemente para realizar una adecuada Gestión de Riesgos. A través de un proceso de identificación, medición, gestión y seguimiento de los principales riesgos, asegura una gestión sana, correcta y acorde con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Supracafé realiza un seguimiento constante de los riesgos financieros a los que está expuesta (riesgos de crédito, riesgos de liquidez y riesgos de mercado, como el riesgo de tipo de cambio, el riesgo de tipo de interés y el riesgo de precio de las materias primas), con el fin de minimizar el impacto de las variaciones negativas en los resultados económicos de la empresa. Estos riesgos son gestionados de forma centralizada por el Departamento Financiero, siguiendo las directrices estipuladas con la alta dirección de la empresa.

Supracafé reforzó aún más su propio Proceso de Control Interno mediante la implementación de un plan de auditoría financiera anual, desarrollado en consonancia con la estrategia de la empresa y una evaluación en términos de los niveles de riesgo de los principales procesos de la empresa.

1.5. Gobierno Corporativo

Supracafé tiene sus propios sistemas específicos de gobernanza y control con el objetivo de garantizar un desarrollo sostenible del negocio, respetando las leyes y el equilibrio económico, social y medioambiental.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración representa directamente a las partes interesadas. Los consejeros son elegidos en parte en función de sus competencias y cualificaciones específicas, en línea con la visión orientada a la sostenibilidad de Supracafé. Tienen a su cargo funciones especiales y son plenamente responsables de los resultados económicos, sociales y medioambientales, que se someten a la aprobación de la Asamblea General de Accionistas con carácter anual. El Presidente del Consejo de Administración es también el Director General.

El Consejo de Administraciónincluye seis consejeros independientes. Actualmente, el Consejo de Administración está compuesto por:

Ricardo Oteros Sánchez-Pozuelo
Vicente Arregui García-Rovés
Rocío Hervella Durántez
Álvaro Soler Esteban
Gustavo Andrés Gómez Giraldo
Juan Manuel Padrós

El Director General informa al Consejo de Administración sobre las decisiones que tienen un impacto sustancial en la sostenibilidad de la empresa. Cada año, el Consejo de Administración evalúa y aprueba todos los informes y documentos elaborados por la Dirección General, así como por la Auditoría de cuentas, abarcando todas las principales preocupaciones implicadas: estratégicas, operativas, medioambientales, sociales y relacionadas con la gobernanza. Los proyectos que muestran un impacto interesante en términos de sostenibilidad están en consonancia con la estrategia de la empresa.

Comité de Dirección

El Comité de Dirección está conformado por cada uno de los responsables de departamentos de la empresa y posee poder ejecutivo en la gestión ordinaria y extraordinaria de la empresa. El Comité tiene la autoridad para tomar decisiones para la implementación y desarrollo de los objetivos corporativos, excluyendo las acciones no permitidas por los límites impuestos por las leyes, por las normas internas y que están exclusivamente reservadas al gobierno de la Asamblea General de Accionistas, al Consejo de Administración y al Director General.

1.6. Administración y sistemas de certificación

La cadena de calidad de Supracafé está garantizada por la adopción de varias certificaciones importantes, a nivel nacional e internacional y también de forma voluntaria. Durante 2019 y 2020, Supracafé llevó a cabo actividades de mantenimiento y recertificación de los siguientes sistemas de calidad y sostenibilidad:

Certificación de Calidad ISO 9001:2015

Certificación de gestión medioambiental ISO 14001:2015

IFS International Featured Certificate

Certificación Ecológica de la Comunidad de Madrid

Certificación Ecológica Europeo

FairTrade Iberica Certificate

Fair Trade Global Certificate

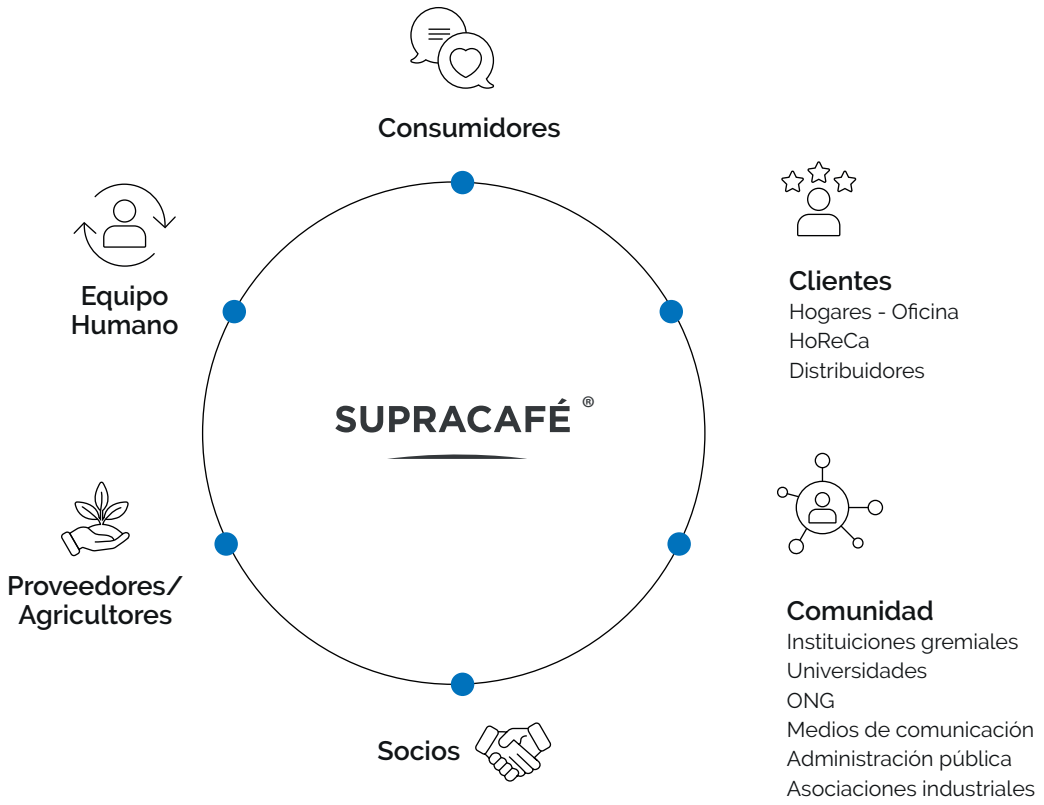
Rainforest Alliance Certificate

Producto Certificado de Madrid

Madrid Excelente

1.7. Mapa de los grupos de interés y herramientas de comunicación

Desde hace varios años, Supracafé orienta sus estrategias hacia un nuevo modelo de negocio sostenible, capaz de crear ventajas competitivas integrando los objetivos económicos-rentables con una perspectiva social y medioambiental. Para hacer realidad este nuevo enfoque, ha sido necesario configurar un nuevo modelo de relación con todos sus grupos de interés, centrando la visión global en la creación de valor añadido compartido, como una combinación de políticas y prácticas operativas que refuerzan la competitividad de la empresa y al mismo tiempo mejoran las condiciones económicas y sociales de las comunidades en las que opera, junto con la de sus grupos de interés.



Un cuidadoso mapeo de los grupos de interés y la activación de un nuevo modelo de diálogo interactivo permitieron a Supracafé identificar y analizar sus indicaciones y expectativas e incorporarlas dentro del conjunto de objetivos y actividades de la empresa: en este marco, este Informe de Sostenibilidad pretende ser un documento de referencia que aborde todas las principales cuestiones planteadas por los grupos de interés y ser una guía para representar mejor el impacto social, medioambiental y económico de la empresa (las cuestiones más materiales).

Los principales canales e instrumentos de comunicación con sus grupos de interés que Supracafé ha utilizado son:

Herramientas de Comunicación y Canales

La Sostenibilidad como valor

Socios
• Participación en eventos internos
• Involucrarse en la revisión y actualización del código ético

Asociaciones Industriales
• Participación en eventos internos
• Involucrarse en la revisión y actualización del código ético

Recursos Humanos
• Actividades de trabajo en equipo
• Creación de un Comité de valoración de proyectos sociales/voluntariado
• Generar mecanismos para la recolección de alertas relevantes a la violación de nuestro código ético

Comunidad
• Proyectos de colaboración con Universidades
• Participación en plataformas nacionales e internacionales sobre sostenibilidad
• Colaboración en proyectos de Cooperación al Desarrollo con ONG's (CODESPA, ONGAWA, otras)

Clientes y Consumidores
• Atención al cliente
• Apoyo durante el proceso de compra y post venta
• Visitas acompañadas a la planta
• Cursos de cata
• Club de Fans
• Encuesta de satisfacción

Trabajadores/Agricultores Instituciones gremiales
• Apoyo a la compra y post venta
• Acompañamiento y transferencia de conocimiento
• Cursos de cata
• Encuesta de satisfacción

Administración Pública
• Invitaciones periódicas a las autoridades para visitar nuestras instalaciones en España y en Colombia
• Colaboración con proyectos con gobiernos locales y nacionales (PROCOLOMBIA, ICEX, etc.) así como con organismos multilaterales (Global Compact)

1.8. Proceso de compromiso y materialidad.

En 2019, Supracafé actualizó su análisis de materialidad de las áreas temáticas más relevantes, con la participación de un grupo de trabajo interno compuesto por directivos de la empresa. El análisis siguió los principios de materialidad descritos por el estándar GRI-G4 e incluyó:

• La identificación de los temas potencialmente relevantes mediante el análisis de la documentación. Las fuentes sobre las que se realizó el análisis fueron tanto internas como externas;

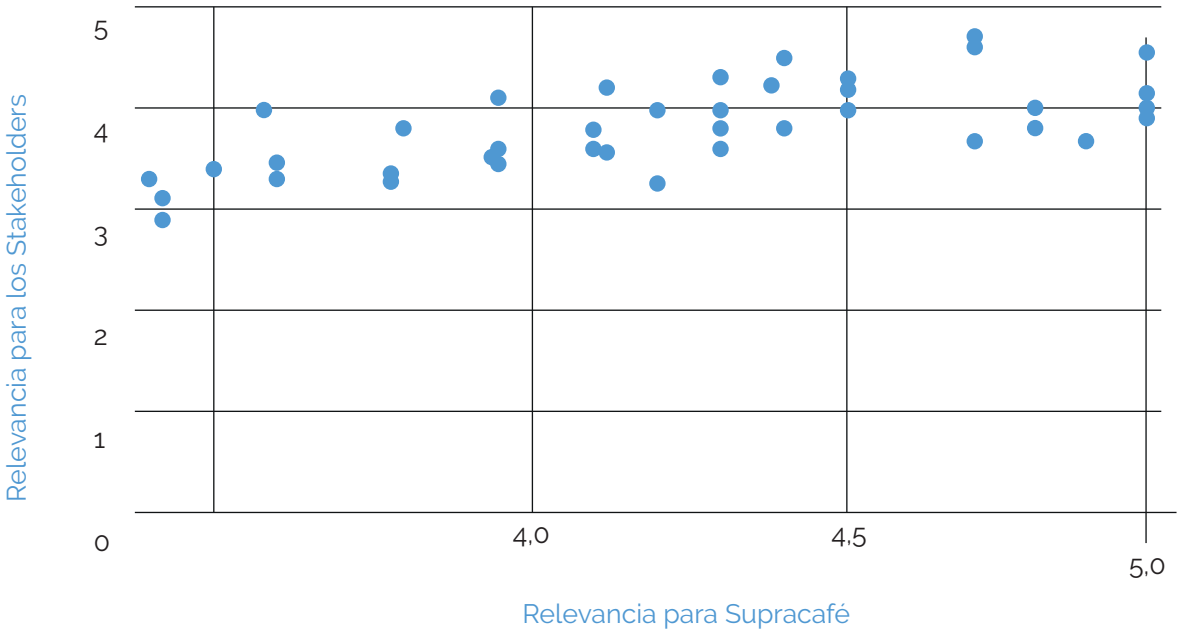
• Evaluación de la relevancia de cada área temática para los grupos de interés o para Supracafé, a partir del análisis de la documentación y de las entrevistas realizadas a los grupos de interés internos responsables de los temas en los que se centró el análisis.

Sobre la base de este análisis, se dio una puntuación a cada área temática en el cuestionario. En esta fase se identificó el perímetro de cada aspecto material, o sea, se delimitó el área (tanto dentro como fuera de la empresa) dentro de la cual se manifiestan los impactos correlativos a los temas materiales;

• Validación de la matriz de materialidad por parte de la Dirección y definición del umbral de materialidad a partir del cual se debe realizar una contabilidad de los aspectos materiales.

El siguiente gráfico muestra el mapeo de las áreas temáticas consideradas potencialmente relevantes para Supracafé y para los grupos de interés. Una vez definido el umbral de materialidad, se decidió llevar a cabo una revisión interna, principalmente de las áreas temáticas que son más materiales para los grupos de interés externos y para la sociedad en su conjunto, es decir, aquellas que recibieron una alta puntuación.

Matriz de Materialidad



Mediante la tabla de correlación con la norma de la Global Reporting Initiative GRI, se ha podido comprobar dónde se informan los aspectos materiales. El siguiente cuadro analiza el rango dentro del cual se manifiestan los impactos que son relativos a los aspectos materiales que surgieron:

• Supracafé: los impactos se verificaron sobre todo dentro de la empresa.

• Productores de café: aspectos relevantes sobre todo para la cadena de producción de café verde.

• Proveedores: aspectos relevantes para la relación con otros proveedores.

• Clientes/consumidores: aspectos relevantes para los procesos de venta, distribución y consumo de los productos/servicios.

• Comunidad/medio ambiente: aspectos con impacto relevante en la comunidad, las instituciones, el medio ambiente.

Temas de Materialidad	Aspectos GRI (de acuerdo con la norma específica)	Supracafé	Productores de Café	Proveedores	Consumidores	Comunidad Medioambiente
Suministros locales	Prácticas de contratación			■		
Responsables de comunicación y marketing	Etiquetado de productos y servicios	■			■	
Cumplimiento del marco normativo y prevención del fraude	Cumplimiento (SO)	■				■
Corrección comercial y de negociación	Comunicación de marketing	■	■	■	■	
Creación de valor y riqueza	Rendimiento económico	■	■	■		
Eficiencia energética	Energía	■	■	■	■	■
Emisiones a la atmósfera	Emisiones	■	■	■		■
Gestión de los recursos hídricos en las plantaciones	Agua	■				■
Gestión de residuos	Efluentes y residuos	■	■			

Gestión responsable en toda la cadena de subministro	Prácticas de adquisición + Evaluación medioambiental de los proveedores + Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores + Evaluación de los derechos humanos de los proveedores		■	■		
Investigación e innovación		■			■	
Inversiones sociales en la comunidad	Comunidades locales					■
Conocimientos técnicos e incentivos para los productores	Impacto económico indirecto		■			
Lobby y protección de los intereses del sector	Política pública	■				■
Embalaje y reciclaje	Productos y servicios	■			■	■
Precios y servicio a los clientes	Etiquetado de productos y servicios	■			■	
Promoción del arte, la estética y la cultura	Comunidades locales	■				■
Calidad de las materias primas		■	■		■	
Rentabilidad y valor de la empresa	Resultados económicos	■				
Reputación y valor de la marca		■				
Derechos humanos en la cadena de suministro de café y de los proveedores críticos	Inversión + No discriminación + Libertad de asociación y negociación colectiva+Trabajo infantil + Trabajo forzoso u obligatorio + Prácticas de seguridad + Derechos de los indígenas	■	■	■		
Salud y seguridad en el lugar de trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	■	■	■		
Protección del valor del capital intelectual	Empleo	■				
Protección de la salud de los consumidores	Salud y seguridad del cliente				■	
Protección del activo medioambiental y de la biodiversidad	Biodiversidad		■			■
Valorización de los recurso humanos	Formación y educación + Diversidad e igualdad de oportunidades + Igualdad de remuneración entre hombres y mujeres	■				

02 VALOR SOCIAL

2.1. La creación de valor social

El modelo de negocio desarrollado por Supracafé pretende crear valor social a través del concepto de crecimiento.

Consumidores	Al elegir los productos de Supracafé, los consumidores tienen la oportunidad de vivir una experiencia enriquecedora, combinando la calidad del producto con la variedad de cafés arábicas con valoraciones en taza de +80 puntos SCA.
Clientes	Los clientes que deciden servir Supracafé en sus negocios tienen la oportunidad de aprender más sobre el café y la cultura del café, así como los servicios ofrecidos por Supracafé, para aumentar sus propios conocimientos y su profesionalidad.
Trabajadores	Los colaboradores tienen la oportunidad de aprender sobre el mundo del café para desarrollar sus competencias hacia el producto. Supracafé fomenta una filosofía de trabajo centrada en la mejora del trabajo en equipo, procura valorar las habilidades, el espíritu emprendedor y la creatividad individual
Proveedores	Los proveedores que colaboran con Supracafé se benefician de ventajas para su reputación y de la adquisición de conocimientos técnicos. En el caso concreto de los productores de café verde, Supracafé ayuda a mejorar sus condiciones de vida promoviendo proyectos de desarrollo en las zonas de cultivo.
Comunidad	La visibilidad de las comunidades donde trabaja la empresa se benefician de contribuciones directas e iniciativas que fomentan la cultura del café y la solidaridad.
Accionistas	Los accionistas recogen los frutos de la reputación y la legitimación derivadas del valor creado a lo largo de toda la cadena de valor.

2.2. Calidad y seguridad de los productos Supracafé

Principales cifras	**2019**	**2020**
Análisis de muestras de café verde	9	10
Análisis de muestras de café tostado	67	66

La estrategia de Supracafé se basa en el principio de ofrecer a los consumidores una taza de café perfecta, en todos los establecimientos clientes de la empresa, y proponer una experiencia sensorial única y de degustación memorable, que perdure en el tiempo. Para lograr este objetivo, es necesario también servir -junto con un producto excelente- todos los elementos que contribuyen a su preparación, su servicio y su entorno. Por ello, la empresa está comprometida con la mejora continua de todos los aspectos de los estándares de calidad: producción, procesos, servicio a los clientes. Esta actitud se refleja también en los esfuerzos de la empresa en la realización de productos seguros, en el respeto absoluto de las normas y especificaciones que regulan el sector agroalimentario. Así, Supracafé ha desarrollado sistemas para controlar sus productos:

Suministro de materia prima:

Con los caficultores, la empresa desarrolla una relación de cooperación a largo plazo para garantizar la calidad del café. Antes de comprarlo, los laboratorios de calidad y pruebas de Supracafé examinan las muestras, tanto para emitir documentos de control fitosanitarios así como para confirmar que el café está libre de metales pesados, pesticidas, herbicidas e insecticidas.

Almacenamiento y blends:

El café verde se almacena en un lugar aislado preparado para tal fin y se mezcla según la receta (blend) de cada uno de sus clientes para conseguir un sabor homogéneo y equilibrado.

Envasado:

El café espresso es una bebida compleja compuesta por 1.500 sustancias (de las cuales 800 son volátiles) y más de 13 variables químico-físicas que afectan a la correcta preparación. Supracafé realiza un proceso de envasado en atmósfera modificada que consiste en sustituir el aire del interior de los envases, permitiendo que los gases salgan del café mediante una válvula de desgasificación

La técnica de conservación en atmósfera modificada consiste en empacar los productos alimenticios en materiales con barrera a la difusión de los gases, en los cuales el ambiente gaseoso ha sido modificado para disminuir el grado de respiración, reducir el crecimiento microbiano y retrasar el deterioro enzimático con el propósito de alargar la vida útil del producto.

Desde que el café entra en la planta de procesamiento hasta que sale, se somete a diversos controles dentro de los cuales se encuentran:

1. Recepción de materia prima: evaluación física y organoléptica.
2. Criba en la recepción de la tolva de café verde
3. Despedrador
4. Imán en tolva que dirige a envasadoras
5. Imán en tolva de mezclas
6. Detección de metales
7. Controladores de peso
8. Controles por rayos X

El café se mezcla y se tuesta en la planta de Móstoles en la Comunidad de Madrid - España, mientras que los productos en cápsula de hosteleria denominadas Espresso Point son elaboradas por el proveedor Santamaría Ibarra S.L. que pertenece al Grupo Cafento, mientras que las cápsulas compatibles con uso doméstico son elaboradas por el proveedor Promerca. Los cafés liofilizados por los proveedores Central de Envasados y Hostelerías Temprado S.L.

Para estos formatos de venta de cápsulas, Supracafé abastece regularmente los granos de café tostados y los cafés liofilizados son comprados según nuestros estándares de calidad a proveedores homologados.

Calidad, certificación y seguridad alimentaria

Para garantizar la calidad de los productos y su seguridad, Supracafé ha desarrollado sistemas de gestión integrada que le permiten obtener las certificaciones internacionales de calidad y medio ambiente más importantes para su sector industrial de referencia. (Para más información, véase el apartado 1.6.)

En 2019, la empresa actualizó y conservó todas las certificaciones; se realizaron auditorías internas y externas y se llevaron a cabo de acuerdo con los distintos planes de seguimiento:

• 2 auditorías internas, incluida la acreditación.
• 1 auditoría por parte de terceros.

La certificación International Featured Standard (IFS) es una directriz de todas las actividades de Supracafé para garantizar la salud y la seguridad de los consumidores.

En 2019 y 2020, la empresa no recibió ninguna sanción por incumplimiento de leyes o reglamentos en materia de calidad, seguridad alimentaria, trazabilidad y similares.

2.3. Clientes de Supracafé

Principales cifras	2019	2020
Clientes	1.145	809
Restaurantes	725	538
Hoteles	125	115
Cafeterías	502	354
Baristas	30	25

2.3.1. Clientes y principales mercados

Como grupo de interés de especial relevancia, desde Supracafé se procura que la relación sea lo más cercana posible. Desde el rigor, se procura una atención impecable, buscando satisfacer sus necesidades.

A los clientes y consumidores de Supracafé se les ofrece una variada oferta de cafés 100% Arábica de tueste natural, Blends, Orígenes del Mundo y nuestra colección de Cafés de Especialidad, son el resultado de un proceso de selección y elaboración del café que salvaguarda y exalta su calidad.

Hoy en día, Supracafé se sirve en más de 1.000 de los mejores bares, hoteles, restaurantes y tiendas de toda España y en 3 países europeos, con más de 52 millones de tazas de café consumidas, en casa, fuera de casa, en el trabajo y sobre la marcha (estas estimaciones son de carácter interno y están basadas en las ventas y el número de clientes).

En 2019, las ventas de Supracafé marcaron un aumento en comparación con el año anterior en términos de volumen y facturación. En 2020, debido a la Pandemia, las ventas sufrieron una importante caída. El cierre de muchos establecimientos del sector HoReCa debido a las restricciones establecidas por el gobierno llevaron a la disminución de la demanda de café.

Oferta de Supracafé

Orígenes

- Café de Colombia
- Café de Colombia de Comercio Justo
- Café de Colombia de Comercio Justo y Ecológico
- Café de Brasil
- Café de Nicaragua
- Café de Costa Rica
- Café de Guatemala
- Café de Kenya
- Café de Etiopía

Blends

- Mezecu
- Caribe
- Mediterraneo
- Verona

Cápsulas

- Colombia
- Blends

Café Liofilizado

- Descafeinado
- Natural

Café de Especialidad

- Hacienda Supracafé
- Más de 20 opciones para escoger los mejores cafés de especialidad del mundo con +80 puntos de valoración en taza

Supracafé cuenta con un departamento comercial dedicado exclusivamente a la atención de los clientes. El mayor porcentaje de las ventas proviene de los negocios del sector HoReCa, por lo que Supracafé presta especial atención y cuidado a sus clientes, lo que se traduce en la construcción de una relación duradera, así como en la atención continua frente a su satisfacción, ofreciendo productos y servicios de primera calidad, innovadores y con un alto nivel de conocimiento.

Las estrategias de distribución se centran en la construcción de valor a largo plazo. Se fomenta el crecimiento profesional del cliente aplicando un modelo estratégico procurando trasladar no solamente el aspecto comercial sino también el concepto de sostenibilidad. El valor social generado por Supracafé se transforma en resultados económicamente positivos también para el cliente, reflejados en el volumen de ventas de café.

Del mismo modo, cuenta con personas dedicadas a la atención de los consumidores proporcionándoles información permanente a través de las redes sociales de la empresa.

El plan de crecimiento de Supracafé se centra en tres áreas clave

• Aumentar la cuota de mercado en el segmento de la hostelería mediante nuestra combinación de productos y servicios.

• Ampliar las oportunidades de consumo, sobre todo en el hogar, mediante promociones y presencia en mercados de calle.

• Centrarse en una oferta de alta calidad para los consumidores a través de los puntos de venta en diferentes superficies comerciales y a través de la tienda online

La distribución de los productos de Supracafé se realiza principalmente a través de los siguientes canales:

De empresa a empresa (B2B)

• HoReCa (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías)
• Ferias especializadas en el mundo de la gastronomía y la hostelería
• Retail

De empresa al consumidor (B2C)

• Tienda Online
• Mercadillos de calle

2.3.2. Creando valor y sostenibilidad para los clientes y consumidores

Iniciativas para crear valor en el canal B2C

Supracafé ha dado un nuevo impulso a su oferta B2C reforzando su presencia en varios mercadillos, con el propósito de permitir la degustación del producto así como la posibilidad de adquirir el café tanto en grano como molido específicamente para la cafetera de cada uno de los consumidores. Estos mercadillos tienen el denominador común de acercar la marca a los hogares españoles.

Iniciativas para crear valor en el canal B2B

Supracafé ofrece a sus clientes la posibilidad de personalizar la oferta de cafés que ofrece a sus consumidores.

Durante 2019 Supracafé tuvo presencia en importantes ferias y eventos, lo que permitió a los clientes tener, de primera mano, la posibilidad de conocer los avances de la empresa en cuanto a los proyectos de innovación y desarrollo, sociales y ambientales.

Los análisis de ventas de 2019 han demostrado que la participación en los programas de formación propuestos por la empresa han permitido a los comercios participantes mantener constantes sus cifras de ventas. Para 2020, como ya se ha venido planteando, la crisis ocasionada por el COVID_19 ha puesto sobre la mesa la necesidad de ajustarnos a las restricciones planteadas por las autoridades.

Para apoyar y ofrecer servicios especializados a los canales HoReCa, Supracafé ha desarrollado una sección "Profesional" en su propia web institucional ofreciendo consultas y sugerencias prácticas a los profesionales del sector. La sección registró un aumento en las visitas mensuales.

Soluciones innovadoras y sostenibles para clientes y consumidores

El desarrollo del mercado siempre comienza con el principio subyacente de que la calidad y la sostenibilidad son un dúo inseparable para la empresa: un producto no puede ser excelente si no es también sostenible. Con esta filosofía, en 2019 y 2020 Supracafé ha seguido desarrollando soluciones innovadoras y sostenibles para sus clientes y grupos de interés.

Packaging

• La empresa ha conseguido implantar las cápsulas 100% compostables para su café de Colombia.

• Supracafé viene trabajando por una solución sostenible para la sustitución del packaging de las bolsas de café.

• La empresa ha realizado nuevas inversiones en tecnología, en su planta de producción y tueste de café, para optimizar el uso del material utilizado para el packaging de las bolsas de café y reducir los márgenes en desperdicio.

• Hemos mejorado nuestra línea de envases en los tes e infusiones de Supracafé dándole especial importancia a la calidad de estos productos, como complemento a la cartera de productos ofrecidos a nuestros clientes HoReCa y consumidores.

Productos y Sistemas

• Supracafé mantiene un diálogo constante con los clientes y consumidores con el propósito de mejorar y ofrecer productos que se ajusten a sus necesidades y gustos.

• Mantenemos una oferta actualizada de cafés de especialidad hacia nuestros clientes pero también hacia los consumidores.

• Hemos lanzado nuestro café descafeinado en agua, realizado mediante un proceso de extracción de la cafeína de forma más natural lo que se traduce en una mejor taza de café.

• En Colombia hemos desarrollado nuevas tecnologías para el proceso de selección de las cerezas de café y que se han puesto a la venta al sector caficultor. Este tipo de tecnología garantiza una mejor selección del producto tanto por tamaño como por color lo que, en definitiva, se traduce en una mejor taza de café.

• Como producto de la Innovación y Desarrollo hemos diseñado una línea de preparación de café frío (Cold-Brew) de alta calidad organoléptica y que es ofrecida para nuestra cartera de clientes HoReCa.

2.3.3. Escuchando a los clientes y su satisfacción

El propósito de mantener una relación continua con los clientes, permite a Supracafé mejorar su capacidad para orientar sus necesidades y darles mayor satisfacción. Para lograr este objetivo, Supracafé centra sus estrategias en factores que inciden positivamente en la calidad de los servicios, tales como: accesibilidad, transparencia de los procesos, tiempos de respuesta y prestación de servicios con alto valor agregado. La principal herramienta adoptada por Supracafé en la gestión de las relaciones con los clientes está representada por el Departamento Comercial (14 personas en contacto continuo y diálogo dependiendo de las zonas asignadas). La página web, las redes sociales, el servicio de atención al cliente, los cursos de formación y las relaciones con los medios de comunicación juegan también un papel fundamental. En 2019, hubo más de 53.000 contactos de atención al cliente:

• Solicitudes de asistencia/servicio y solicitudes comerciales por parte de clientes potenciales;

• Solicitudes de información por parte de los consumidores;

• Atención de quejas sobre la calidad del producto de café.

En el último año, en comparación con el año anterior, las solicitudes de información sobre productos disminuyeron sustancialmente debido a la Pandemia; en términos generales las interacciones se redujeron un 33%.

Gracias al sistema de gestión de calidad y a la constante atención que presta Supracafé a sus clientes, se realizan acciones específicas de resolución de problemas y se sigue manteniendo un alto nivel de satisfacción en sus clientes y consumidores. Además de las actividades de los servicios de Atención al Cliente, se utilizan otros tipos de canales para estar en contacto con los clientes y escuchar sus peticiones y necesidades. Estos servicios incluyen:

• Presencia en las redes sociales;

• Encuestas de satisfacción de los clientes HoReCa.

• Encuestas de satisfacción de los consumidores por la Tienda Online.

• Actividades de los responsables de calidad y de los asistentes técnicos, que interactúan directamente con los clientes a través de actividades de asistencia técnica y reparación en los establecimientos.

• Visitas guiadas a la empresa.

• Presencia en mercados de calle.

Calidad en la taza

Para seguir apoyando a los clientes del canal HoReCa, la empresa ha desarrollado su programa "Calidad en la taza".

Un equipo de técnicos cualificados presta servicios de asistencia y asesoramiento personalizado a los propietarios de bares, restaurantes, hoteles y cafeterías. La iniciativa se basa en las siguientes acciones:

• Seguimiento de la calidad del café Supracafé servido en la taza por los clientes de HoReCa y Vending (bajo demanda) en toda España;

• Gestión y seguimiento de la visibilidad de los puntos de venta;

• Formación y gestión del know-how sobre los estándares cualitativos del café Supracafé y de los equipos correspondientes;

• Gestión de pruebas y ensayos de nuevos productos;

Estos instrumentos, además de los numerosos controles realizados por la empresa a lo largo de toda la cadena de suministro, representan una garantía más para proteger la marca en un contexto de competencia leal entre los competidores comerciales y para que los clientes puedan degustar una taza de café Supracafé en cualquier lugar donde se ofrezca la marca.

Gestión de informes y acciones de mejora

Los informes y reclamaciones recibidos por el servicio de Atención al Cliente de Supracafé son recibidos por el área de Calidad de la empresa, que los analiza y gestiona en colaboración con otros departamentos de la empresa, con el fin de identificar las principales causas de insatisfacción y los problemas críticos específicos para proceder a su solución y respuesta adecuada a los clientes y consumidores.

2.3.4. Comunicaciones e información responsable

Supracafé busca crear una implicación emocional e intelectual de sus clientes, ofreciendo una experiencia multisensorial, donde la calidad de sus productos, basada en el aroma, el sabor y el cuerpo son esenciales para ofrecer una experiencia única y extraordinaria.

En esta dirección se mueven los mensajes de comunicación, la promoción y el desarrollo de eventos de importancia nacional e internacional.

Para Supracafé, el respeto del derecho a la información de los consumidores está en el centro de todas sus comunicaciones a sus clientes, consumidores y demás grupos de interés. Cada actividad de comunicación respeta plenamente las leyes, normas y prácticas de conducta profesional, y se lleva a cabo con claridad, transparencia y rapidez.

Para reforzar el cumplimiento de todas las normas y reglamentos, Supracafé cuenta con el apoyo y asesoramiento de consultoras especializadas en la promoción y el desarrollo de la calidad agroalimentaria.

Para Supracafé es muy importante la confidencialidad de los datos, tanto personales como aquellos que puedan representar un riesgo a la integridad. Por este motivo, se hace un seguimiento riguroso del Reglamento General de Protección de Datos y, adicionalmente, se han establecido todos los mecanismos para mantener la seguridad, protección y confidencialidad de la información y los datos. En apoyo a esta gestión, la empresa cuenta con un servicio de consultoría externa como mecanismo adicional de protección de la información.

2.4. Las personas en Supracafé

2.4.1. Política de Recursos Humanos

Supracafé reconoce el papel central de las personas, siendo uno de sus grupos de interés estratégicos, y la importancia de unas relaciones duraderas basadas en la transparencia, la lealtad mutua, la confianza, junto a una aplicación de la Política de Recursos Humanos y el Código Ético de la empresa.

La gestión y la cooperación en las relaciones laborales se basan en el respeto de los derechos de los trabajadores y la plena valorización de su contribución para favorecer su desarrollo y crecimiento. La empresa promueve el valor de los recursos humanos con el propósito de potenciar las competencias de cada empleado.

La empresa protege y fomenta la mejora de la calidad de vida de sus empleados y sus familias, ofreciéndoles un entorno de trabajo seguro y confortable, estimulando las capacidades, potencialidades e intereses personales de sus recursos humanos; vigila y desarrolla una red de beneficios y convenios que puedan facilitar su vida en torno a una conciliación profesional con lo personal.

2.4.2. Trabajadores

En términos generales, el año 2019 confirmó las tendencias de los años anteriores, la plantilla se mantuvo acorde con el desarrollo del negocio, una tasa de rotación moderada y unas relaciones internas positivas.

Para 2020 por los problemas causados por la Pandemia Covid_19, un 90% de la plantilla vio modificada su situación laboral mediante un Expediente de Regulación Temporal del Empleo (ERTE).

A 31 de diciembre de 2019, a nivel consolidado de toda la plantilla de Supracafé, había 36 empleados en España y 18 en Colombia.

En base a la subdivisión por grupos de edad, los empleados de entre 30 y 50 años siguen representando la mayoría del personal (66,6% del total).

A diciembre de 2019, Supracafé, en España, contaba con 32 personas con contrato a término indefinido (el 28,12%-son mujeres) y 4 con contrato temporal. Además, hubo 1 estudiante en prácticas en las que participaron estudiantes de institutos educativos y de universidades locales. En Colombia, los 18 trabajadores tenían contrato indefinido, de los cuales, el 60% correspondía a mujeres; durante la temporada de cosecha de café, hubo 200 contratos temporales de los cuales el 60% correspondía a mujeres.

La distribución geográfica del personal en 2019 estaba representada por 36% empleado en Colombia, mientras que el 64% del personal está empleado en España.

En cuanto a la remuneración, la normativa aplicada es la misma que la del marco de contratación nacional y las leyes vigentes en los distintos países en los que opera la empresa.

La relación entre la retribución media bruta anual definida por el Instituto Nacional de Estadística - INE percibida por los empleados en España y la media percibida por los empleados de Supracafé, el 47,22% se encuentran por debajo de la media, de los cuales el 19,44% son mujeres, mientras que el 58,33% superan la media dentro de los cuales el 8,33% son mujeres. El 5,55% de los directivos y supervisores de Supracafé España son mujeres.

La tasa de rotación en 2019, calculada como la relación entre las personas que dejan la empresa durante el año y el total de la plantilla al final del periodo es igual al 0,17%. En cambio, la tasa de personal contratado en el periodo es del 0,17%, igual a la relación entre las personas contratadas durante el año y el total de la plantilla al final del periodo. Esta cifra está en consonancia con las exigencias de productividad de la empresa.

Las contrataciones y rescisiones de contratos no han variado en el caso de los empleados y empleadas. Supracafé, durante el 2020 ha procurado la protección del empleo acogiéndose a las medidas ofrecidas por el gobierno con el Expediente de Regulación Temporal del Empleo - ERTE.

2.4.3. Formación y desarrollo de personal

Las personas son el centro de interés de la empresa y el componente fundamental en la base de su estrategia de evolución y crecimiento. El sistema de contratación fomenta el desarrollo personal de los empleados para los puestos que puedan quedar disponibles. La formación de los colaboradores es de vital importancia para la mejora profesional; es una palanca importante que apoya el proceso de desarrollo adoptado en el plan estratégico de la empresa y el desarrollo de las personas, porque las personas son las protagonistas de la historia de éxito de Supracafé.

A través de programas educativos específicos, Supracafé pretende que sus colaboradores:

• Apoyen a la empresa en sus principales iniciativas, en la consecución de objetivos, en el desarrollo de competencias.

• Ayuden a la dirección en el desarrollo del personal interno.

• Apoyen a la empresa en el desarrollo de una identidad y una cultura para crear un liderazgo común.

La formación en Supracafé tiene un carácter cíclico que afecta de manera diferente a los distintos roles profesionales. Participan en mayor o menor medida de un año a otro en función de sus objetivos de formación y del trabajo realizado en períodos anteriores. Los programas de formación se elaboran cuidadosamente y se dividen según las competencias técnicas y las competencias de comportamiento.

Durante el año 2019, Supracafé enfocó sus esfuerzos de formación hacia la nivelación en conocimientos básicos del café, de tal forma, que cada colaborador comprenda los conceptos básicos de la cultura del café.

En 2019, la media de horas de formación per cápita fue de 1,44 horas, con niveles similares también en función del género (3,45 horas para los hombres y 3,84 horas para las mujeres).

Como ya se ha comentado en apartados anteriores, la mayoría de la plantilla de Supracafé, durante el ejercicio 2020 se encontraba bajo el amparo del ERTE, lo que llevó a la imposibilidad de realizar procesos formativos.

2.4.4. Salud y bienestar del personal

La cultura de la seguridad es vital para la empresa y Supracafé ha optado por construir un concepto compartido de la cultura de la salud con sus colaboradores, desarrollando una conciencia de los riesgos relacionados con las actividades laborales y promoviendo prácticas responsables. La salud y la seguridad de los trabajadores se salvaguardan a través de acciones preventivas y actividades de formación. Con la colaboración de una empresa externa, la empresa desarrolla programas de formación, con el objetivo de difundir ampliamente la cultura de la seguridad individual entre los trabajadores y compartir el proceso de análisis y evaluación de riesgos. En la empresa siempre hay un equipo de emergencia de primeros auxilios, capaz de realizar actividades de primeros auxilios y prevención de incendios: a finales de 2020, este equipo contaba con 9 miembros: 1 Jefe de Emergencias y/o Jefe de Intervención, 2 Equipo de Intervención, 4 Equipo de Alarma y Evacuación, 1 Responsable del Plan Telefónico, 1 Equipo de primeros auxilios.

En 2019, se produjeron 2 lesiones en el trabajo (2 hombres y 0 mujeres), con un total de 0 días de ausencia. La tasa de absentismo por lesiones en el trabajo es del 0%.

El índice de absentismo por enfermedad de los trabajadores de Supracafé en España es del 2,65% (calculado como horas de ausencia por enfermedad sobre el total de horas laborables). No se han registrado accidentes del personal de empresas externas que trabajan en las plantas de Supracafé.

Sistema de gestión y evaluación de riesgo

Para garantizar la mejora continua de las condiciones de trabajo, Supracafé realiza un seguimiento constante de los cambios en las normas y reglamentos en materia de seguridad. La empresa ha implantado un sistema de gestión interna que incluye a todos los responsables de las cuestiones de seguridad: un responsable de los Servicios de Prevención y Riesgos Laborales.

Formación y prevención

En Supracafé, la formación desempeña un papel primordial: entre todos los empleados, los hombres recibieron 20 horas de formación en materia de seguridad y prevención de riesgos y las mujeres 0 horas a lo largo del 2019.

Seguridad para los empleados de empresas externas

La vigilancia de la seguridad laboral se extiende también a los empleados de empresas externas: las empresas contratistas que operan dentro de las instalaciones de Supracafé deben seguir todas las normas. La empresa extiende a todos los que trabajan dentro de sus plantas actividades de información y sensibilización.

2.4.5. Política de comunicación interna y política de bienestar

Supracafé presta una especial atención a las relaciones internas, con el fin de facilitar la cooperación entre las personas, potenciar su sentido de pertenencia y mejorar la difusión de los valores y la cultura de la empresa. Al mismo tiempo, la empresa lleva a cabo actividades de comunicación interna mediante el desarrollo del conocimiento, la cohesión, el sentido de pertenencia y el intercambio de valores, y fomentando la interacción entre las distintas unidades internas.

A lo largo del 2019, se celebraron dos encuentros para presentar avances de proyectos y productos o simplemente para comunicar noticias e información relevante para la empresa. El boletín interno Supracafeteros, se publicó cada dos meses a todos los empleados y fue elaborada por redactores internos. Desde 2013, la empresa cuenta con un acuerdo de responsabilidad compartida que debe ser firmado por todos los trabajadores de Supracafé, con el objetivo de definir los compromisos mutuos de los empleados, directivos, ejecutivos y propietarios, para proteger la singularidad de la marca. El acuerdo establece la importancia de trabajar con pasión, humildad y espíritu de autocrítica, con la vista puesta en la empresa en su conjunto y compartiendo las opiniones personales con honestidad.

Acuerdos y para el ahorro del tiempo

La empresa ofrece a sus trabajadores el tiempo necesario para su alimentación. En la medida en la que los puestos de trabajo así lo permiten, se han establecido jornadas intensivas de trabajo así como la posibilidad de Teletrabajar, con la finalidad de mejorar la conciliación de la vida laboral con la familiar. En 2019 el 4% de los trabajadores realizaban jornada intensiva, de los cuales 3% eran mujeres y 1% hombres. En los puestos de trabajo que así lo permitían, 3 trabajadores se vieron beneficiados por la posibilidad de teletrabajar.

2.5. Proveedores de materias primas y servicios

Supracafé, con respecto al valor de la sostenibilidad y la ética empresarial, mantiene relaciones de beneficio mutuo con sus proveedores, que también son seleccionados y orientados en función de su conformidad con los valores éticos de la empresa.

Como se cita en el Código de Conducta Ética de la empresa, así como lo suscrito mediante la norma de calidad ISO 9001, las relaciones con los proveedores se someten constantemente a un control de seguimiento. Entre las relaciones se incluyen los contratos financieros comerciales y las actividades de actividades de consultoría.

La suscripción y firma de contratos con los proveedores tiene que basarse siempre en la transparencia y la claridad.

En apoyo de este compromiso las condiciones generales de compra adjuntas a los pedidos contienen un enlace al código ético de Supracafé.

• Seguridad de los productos - servicios - procesos.

El primer compromiso de la empresa con las partes interesadas es garantizar la creación a largo plazo de responsabilidad y valor añadido, junto con el logro de la excelencia cualitativa de los productos, procesos y servicios, que deben ser seguros y en pleno respeto de las normativas vigentes. Por este motivo, la selección, el seguimiento y la evaluación de los proveedores garantizan su adecuada gestión, alineados siempre con nuestros compromisos de calidad, de procesos respetuosos con el medioambiente y de seguridad alimentaria.

• **Excelencia de la calidad y el bienestar.**

La Sostenibilidad del negocio y el valor añadido que Supracafé es capaz de crear, dependen indisolublemente de la excelencia de la calidad y el bienestar que la empresa puede ofrecer a las partes interesadas.

• **Integridad, valor compartido y beneficio comercial.**

El proveedor está obligado a adoptar y respetar los requisitos incluidos en el código ético de Supracafé.

Durante 2020, Supracafé ha mejorado la clasificación de sus proveedores señalando nuevas categorías, para un mayor detalle con el fin de obtener análisis más precisos. La empresa consiguió la certificación IFS, la cual exige una calificación a los proveedores antes de iniciar cualquier actividad con ellos.

Tipos de proveedores
(% del volumen de compras) España

• Envases, material de envasado y sistemas informáticos: 7,04%
• Servicios Generales: 71,26%
• Máquinas de café y accesorios: 10,70%
• Materia prima, café y derivados: 2,347%
• Logística: 1,91%
• Productos de distribución: 6,74%

Tipos de proveedores
(% del volumen de compras) Colombia

• Envases, material deenvasado y sistemas informáticos: 1%
• Insumos de producción agrícola: 90%
• Servicios Generales: 5%
• Logística y combustibles: 4%

Supracafé considera a los proveedores de bienes y/o servicios como estratégicos y/o críticos cuando muestran un impacto económico especialmente significativo, cuando comparten procesos de producción/distribución, o cuando suministran materias primas o servicios relevantes para la actividad global de la empresa. Durante 2019 y 2020, la empresa continuó con su proyecto que involucra a la cadena de suministro de café verde para definir y gestionar la cadena durante las distintas fases de selección, evaluación, clasificación, desarrollo y gestión del riesgo de abastecimiento.

2.6. Supracafé y la comunidad

Principales cifras

• Varios proyectos de promoción y desarrollo de iniciativas de alto impacto social en Colombia.

• Supracafé opera con pleno respeto a los Derechos Humanos de la comunidad de productores.

• Supracafé apoya a la Asociación de Fibromialgia y Síndrome de Fatiga Crónica de la Comunidad de Madrid (Afinsyfacro).

• Desde 2008 se iniciaron actividades de Innovación y Desarrollo, con el desarrollo de estaciones de validacion ubicadas en las fincas de Supracafe en el Cauca colombiano. Se vienen desarrollando sistemas de fitomejoramiento y fitotecnia, conocimiento y experiencia que posteriormente se transfiere a la comunidad para mejorar sus procesos productivos. Mas de 500 familias, en su mayoría de las mujeres de AMUCC han sido una de las beneficiarias.

• A través de alianzas público privadas, Supracafé ha liderado proyectos de Cooperación Internacional, movilizando más de 6 millones de euros, obteniendo el reconocimiento internacional a través de la medalla al mérito en Liderazgo por el Coffee Quality Institute durante la celebración de la Feria Specialty Coffee Expo realizada en Estados Unidos durante el 2019.

2.6.1. Ciudadanía corporativa

Supracafé mantiene relaciones directas y responsables con las comunidades implicadas en la cadena de valor de sus productos, prestando especial atención a los beneficios generados por esta interacción mutua. La protección del medio ambiente representa un valor fundamental en todas las actividades de la empresa. La planta de producción se actualiza constantemente, respetando plenamente el territorio local y la comunidad circundante. Con las autoridades locales, Supracafé mantiene relaciones permanentes, permitiendo la creación de oportunidades de crecimiento para todo el sector industrial, tanto a nivel nacional como internacional. En la contratación de competencias y habilidades, la empresa recurre a los recursos locales y regionales siempre que es posible.

El enfoque hacia las comunidades rurales está enfocado especialmente en la formación impartida a nivel local y en las asociaciones con instituciones locales para crear proyectos que ofrezcan importantes beneficios sociales. Las actividades de intercambio de conocimientos son llevadas a cabo a través de Tecnicafé, o por agrónomos y técnicos especializados que trabajan en la empresa, para permitir a los productores cultivar café con mayores niveles de calidad y, por tanto, recibir precios superiores a los estándares del mercado, una vez alcanzados los objetivos de excelencia cualitativa.

Por último, la fuerte conexión de Supracafe con las comunidades se demuestra en su apoyo a iniciativas y proyectos locales y en su fuerte compromiso con los Derechos Humanos, que se refleja en su total respeto a las personas, a todos los niveles y en todos los entornos.

2.6.2. Apoyo a comunidades locales y relaciones institucionalesos.

2.6.2.1. Supracafé en España

En cuanto a las "inversiones sociales", además de las colaboraciones estratégicas con las comunidades en Colombia, la empresa se esfuerza por crear valor y beneficios para las comunidades en las que opera. Una visión a largo plazo de la empresa contempla inversiones en bienestar y solidaridad, educación e investigación científica.

Las iniciativas de Innovación e Investigación apoyadas por Supracafé en España se financian principalmente por subvenciones y créditos blandos concedidos a Supracafé. En el ámbito de la educación, Supracafé contribuye a instituciones y centros de formación y a otras asociaciones, a través de donaciones a ONGs y asociaciones sin ánimo de lucro. En muchos casos, Supracafé sostiene actividades solidarias a través de donaciones directas en especie de productos Supracafé.

Supracafé también fomenta actividades de voluntariado por parte de los empleados, que participan en acciones benéficas con el objetivo de recaudar fondos para contribuir a iniciativas sociales. Por ejemplo, en 2020 y en el ámbito de la Pandemia, Supracafé se unió a la iniciativa de los trabajadores de donar el café de consumo personal a los hospitales y lugares de mayor presión sanitaria para que los médicos y personal de la salud pudiera tener a su disposición este café. En total se donaron más de 400kg en café de Supracafé.

2.6.2.2. Relaciones Institucionales

Las relaciones de Supracafé con las instituciones nacionales y supranacionales se basan en una transparencia y claridad absolutas y se rigen por normas de comportamiento precisas, tal y como determina el Código Ético Corporativo.

Así mismo las relaciones con la Administración Pública deben inspirarse en el estricto cumplimiento de las leyes, reglamentos y normas aplicables y no pueden comprometer en modo alguno la integridad o la reputación de la empresa.

En este marco y de acuerdo con este enfoque, Supracafé colabora con todo tipo de instituciones para desarrollar e implementar normas y acuerdos relevantes para el sector del café. Con el fin de garantizar una adecuada promoción de las actividades realizadas, las instituciones participan en la difusión de información sobre las actividades organizadas por Supracafé; los proyectos que impactan en el territorio; las iniciativas más importantes de investigación e innovación; y los factores clave de sostenibilidad económica, medioambiental y social. El objetivo de la empresa es también activar el interés de sus grupos de interés; por ello, el diálogo institucional se potencia con proyectos e iniciativas realizadas en colaboración con las instituciones para promover y apoyar áreas temáticas de interés compartido.

Supracafé es miembro de varias asociaciones e instituciones a nivel nacional e internacional, con el objetivo de contribuir a la difusión de la la calidad, la innovación, la cultura del café y, en general, la sostenibilidad:

• SCA / Specialty Coffee Association
• Global Coffee Platform
• Sustainable Coffee Challenge
• Forum del Café
• ASEACAM / Asociación Empresarial de Industrias Alimentarias
• AECafé / Asociación Española del Café
• COEO/ Confederación Española de Organizaciones Empresariales
• CEIM/ Confederación Empresarial de Madrid
• Pacto Mundial
• Universidad Politécnica de Madrid
• CSIC/ Consejo Superior de investigaciones Científicas
• AECID / Agencia Española para la Cooperación Internacional al Desarrollo
• Codespa
• ICEX Impacto +

En Colombia, Supracafé está vinculada con las siguientes instituciones:

• Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia
• CENICAFÉ/Centro Nacional de Investigaciones de café
• FEDECAFÉ/Federación Nacional de Cafeteros de Colombia
• Universidad del Cauca
• CIAT /Centro Internacional de Agricultura Tropical
• Universidad Politécnica de Cataluña. Cátedra de Sostenibilidad de la Unesco.
• OIM/ Organización Internacional de las Migraciones.
• Universidad Politécnica de Madrid.
• Coffee Quality Institute
• Programa Fintrac / USAid.
• Fondo Multidonante para la Paz. Naciones Unidas.
• SENA / Servicio Nacional de Aprendizaje.
• Agencia Nacional para la Reincorporación. Presidencia de la República de Colombia.
• Universidad Javeriana.
• Fundación Universitaria de Popayán.
• Universidad Tecnológica de Pereira.
• Colegio Mayor del Cauca.
• Instituto Universitario Unicomfacauca
• Universidad Autónoma de Popayán.
• Codespa
• Asociación Colombiana de tecnologías de los alimentos.

2.6.2.3. Comunidad Internacional

La empresa presta una atención constante a las comunidades locales en las que opera, estableciendo relaciones duraderas y a largo plazo basadas en un cuidadoso estudio de las necesidades reales, en el diálogo y en la participación activa en el marco de una mejora continua.

El vínculo entre el crecimiento de las comunidades y la calidad del café es indivisible: en los últimos veinte años, la empresa ha adoptado un sistema de selección y formación de los mejores caficultores, basado en los conocimientos técnicos que ha adquirido. El objetivo principal es obtener el mejor producto posible, directamente de la fuente.

Para atender las necesidades de las comunidades cafeteras, Supracafé crea asociaciones y mantiene relaciones con importantes instituciones a nivel mundial y apoya a las comunidades en las que se cultiva el café. A lo largo de los años, la empresa ha consolidado una relación con mujeres caficultoras víctimas del conflicto armado colombiano promoviendo el fortalecimiento de AMUCC (Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca) y manteniendo una perspectiva de género.

En este sentido, Supracafé fue reconocida por el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) como empresa que realiza negocios inclusivos, entrando a formar parte de su programa Business Call to Action. Este reconocimiento ha servido como puerta de entrada para tener mejores relaciones con las Naciones Unidas y consiguiendo desarrollar un proyecto con el Fondo Multidonante de las Naciones Unidas para el Posconflicto en Colombia.

2.7. Derechos Humanos

El compromiso concreto de Supracafé con respecto a los Derechos Humanos se ha traducido a lo largo de los años en varias iniciativas, como por ejemplo:

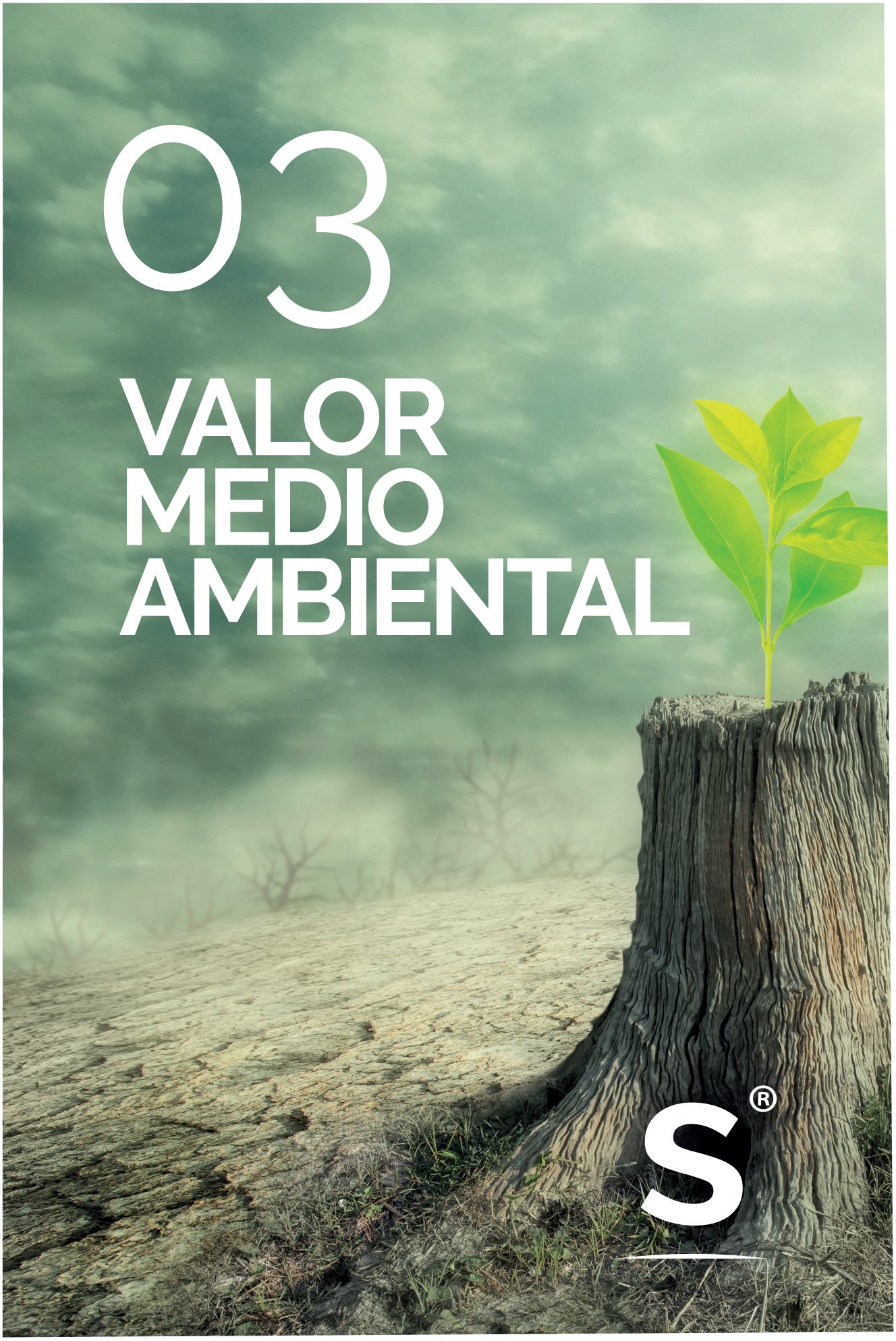
• Adhesión a los principios declarados por la OIT - Organización Internacional del Trabajo: Supracafé adquiere bienes y servicios únicamente en los países que suscriben las normas de la OIT relativas a la edad mínima prescrita para los menores, de 14 años o más.

• Aplicación y referencia explícita al respeto del Código Ético, que incluye cláusulas estrictas sobre la defensa de los Derechos Humanos en los procesos de compra y en los contratos. Varias secciones y normas incluidas en el Código y relevantes para el respeto de los Derechos Humanos se aplican también a lo largo de toda la cadena de suministro.

• Se realiza un seguimiento constante de los proveedores de café para garantizar el pleno respeto de las leyes laborales nacionales pertinentes. El control y la gestión activos de todas las posibles violaciones de las normas relativas al trabajo infantil y al trabajo forzoso, los derechos sindicales, las tasas de las horas extraordinarias, la salud y la seguridad, la gestión de la igualdad de oportunidades y de la diversidad de género, y la igualdad de remuneración entre hombres y mujeres

• La participación en la iniciativa del Pacto Mundial, desde 2016.

A través de estas medidas, la empresa promueve un código de comportamiento responsable, en pleno respeto de los Derechos Humanos con todos los grupos de interés. Además, confirma su firme compromiso con el seguimiento de cualquier acción discriminatoria contra empleados y proveedores. Gracias a la correcta aplicación de estas medidas, no se produjeron violaciones de los Derechos Humanos en los procedimientos y comportamientos de la empresa durante el período reportado.



03

VALOR MEDIO AMBIENTAL

3. Valor Medioambiental

Principales cifras

• La maquinaria para el procesamiento del café utilizada por Supracafé consume menos de 0,3 litros de agua por kilo de café pergamino producido.

• En 2019, se verificó que las fuentes de suministro de energía eléctrica para la planta de Supracafé en España, provienen de fuentes renovables.

3.1. Construir el futuro partiendo del presente

Las políticas de protección del medio ambiente adoptadas por la empresa se han formulado para abarcar todo el proceso de producción de café: desde el corazón de las plantaciones, pasando por el respaldo y la promoción de un comportamiento responsable que contribuya a preservar el ecosistema, hasta la creación de productos sostenibles, abordando cuestiones de calidad y con el menor impacto ambiental posible.

Este enfoque hace de Supracafé una empresa que innova, compite a nivel global y basa sus actividades en la sostenibilidad: una estrategia enfocada al futuro y adoptada en el presente.

Beneficios y valor sostenible producidos por Supracafé para los grupos de interés

• **Clientes y consumidores:** disfrutan de productos naturales, trazables y respetuosos con el medio ambiente.

• **Empleados:** disfrutan de un entorno de trabajo seguro y agradable, y participan en actividades de formación sobre temas medioambientales.

• **Productores de café:** Supracafé comparte y promueve prácticas agrícolas respetuosas con el ecosistema, y enseña métodos de cultivo sostenibles y comportamientos responsables. Fomenta la difusión del respeto medioambiental y la biodiversidad.

• **Naturaleza:** el café es fruto de un entorno sano, respetado y protegido, sostenible desde el principio gracias al cuidado y al uso consciente de los recursos

• **Comunidades**: los lugares de producción son plantas ecológicamente avanzadas, gestionadas en un marco de mejora continua y sin riesgo para las comunidades cercanas.

El compromiso medioambiental es de vital importancia para Supracafé: por un lado, gestiona el impacto directo de la organización en el ecosistema y, por otro, la empresa contribuye al desarrollo sostenible a través de la promoción y difusión de valores y acciones adecuadas, desde el cultivo hasta la taza.

Gracias a esta concienciación, la empresa ha implantado un sistema de gestión medioambiental que tiene como objetivo fomentar el mantenimiento de instalaciones respetuosas con el medio ambiente y certificadas. Supracafé ha invertido grandes sumas para minimizar el impacto directo de sus procesos de producción, en términos de eficiencia energética y de gestión sostenible de los residuos.

La empresa promueve métodos agrícolas sostenibles, tanto en sus propias plantaciones como con los productores de café verde sin perder de vista la dimensión económica de la producción, la calidad del producto y las técnicas de cultivo compatibles con la conservación del medio ambiente y la seguridad alimentaria, minimizando el uso de compuestos sintéticos. La responsabilidad que la empresa siente hacia el medio ambiente y las generaciones futuras se ha traducido en los objetivos de mejora que se ha fijado y que se ha comprometido a mantener y comunicar en el futuro.

3.2. Compromiso medioambiental

Desde 2004, Supracafé ha implantado un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), certificado según la norma ISO 14001. Con el fin de desarrollar e implantar un sistema eficaz para abordar este objetivo, la empresa realizó un análisis interno que puso de manifiesto los impactos más significativos y los aspectos más críticos de todo el proceso de producción, definiendo posteriormente los procedimientos de gestión, control, prevención y mejora, posteriormente insertados en el SGA.

Plantas y procesos de producción

La empresa garantiza unas instalaciones industriales respetuosas con el medio ambiente y certificadas para el territorio y la comunidad correspondiente. En la Comunidad de Madrid, en Móstoles se encuentra el centro de producción: el café se procesa exclusivamente en este centro y la mayor parte del impacto directo se produce en este centro, en donde además se realizan las actividades de almacenamiento y depósito logístico. Este centro no está situado en zonas protegidas o en zonas de alta biodiversidad.

La energía requerida durante las fases de procesamiento es casi exclusivamente electricidad o gas natural: por ello, la empresa ha adoptado soluciones específicas para reducir su consumo de energía y hacer más eficiente la gestión de los residuos.

El Plan de Seguimiento y Medición, respaldado por el calendario de cumplimiento medioambiental, ha certificado que la empresa cumplió en 2019 y 2020, una vez más, con las obligaciones derivadas de la legislación y la normativa medioambiental.

En Colombia, donde se encuentran las fincas de Supracafé, se mantiene un control permanente sobre el uso de recursos eléctricos y de gas ya que la finca se encuentra en una zona con una alta biodiversidad. Por ello, además de los controles exigidos por la ley, la empresa realiza diferentes programas de protección de la biodiversidad como la siembra de más de 200.000 árboles nativos, que protegen la biodiversidad, así como la plantación de los árboles del café en medio de árboles nativos de la región del Cauca colombiano.

3.3. Emisiones de CO2

Emisiones en el centro de producción en España, Planta de Móstoles, Madrid

2019 - 42.049,26 Kg CO2
2020 - 27.569,34 Kg Co2

Gas natural: Emisiones directas (procedentes de la combustión en instalaciones y maquinarias fijas) de gases de efecto invernadero significativos (Kg CO2)

3.4. Materias primas

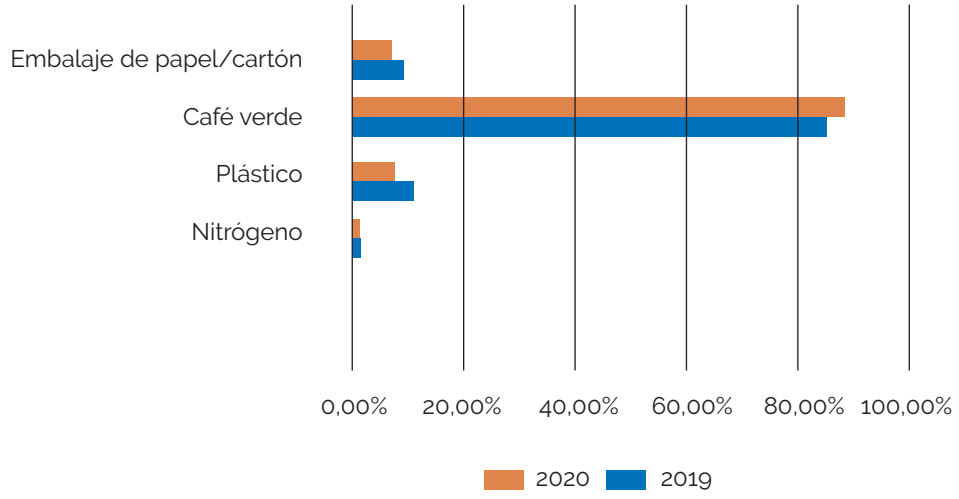
La principal materia prima de Supracafé es el café verde en bruto. Cada año, Supracafé compra cientos de sacos de café arábica a productores de América Latina, África y Asia.

La empresa es consciente de que la producción de la materia prima desempeña un papel importante en el impacto medioambiental indirecto de sus actividades y procura supervisar las fases de la materia prima, desde las plantaciones hasta el transporte.

Además del café verde, la empresa considera de importancia relevante el uso de materiales para el envasado del producto (plástico y metal) y el nitrógeno. De menor relevancia, desde el punto de vista de su efecto en la estimación global, es el uso de otros materiales, como: aceites, disolventes, tinta, productos químicos, madera, sacos de yute, dióxido de carbono, papel y cartón (distintos de los envases).

El papel y el cartón, los sacos de yute y la madera de los envases proceden principalmente de material reciclado. Los sacos que se exportan de Colombia son de fique; que se obtienen de manera artesanal, de fibras naturales, de la planta de penca.

Materias primas en % del peso total



3.5. Administración energética

La energía necesaria en las distintas fases de producción se obtiene mediante el uso de fuentes como la electricidad y el gas natural, mientras que la flota de vehículos de la empresa depende de la gasolina y el gasóleo.

El energía eléctrica interviene en la fase de secado de los granos de café verde.

En referencia a la flota de vehículos de la empresa, en 2019 se consumieron 30.052,12 litros de combustible (gasolina y gasóleo). Para 2020 se consumieron 21.088,38 litros de gasolina y gasóleo.

La totalidad de consumo eléctrico proveniente de fuentes renovables para 2018 fue de 332,0136 GJ, para 2019 fue de 321,2966664 GJ y para 2020 de 249,8112 GJ

3.6. Administración del agua

En las instalaciones de producción, el agua se utiliza principalmente para el riego de zonas verdes, el saneamiento, el agua potable, la lucha contra el fuego y la realización de pruebas organolépticas. Sólo una pequeña parte del consumo total de agua se emplea dentro del ciclo de producción. Toda el agua que se utiliza en las instalaciones industriales de Móstoles procede de la red municipal de abastecimiento de agua, y no se recicla ni se reutiliza; toda el agua utilizada se vierte al alcantarillado público, en cumplimiento de la ley.

En el caso de la planta de producción de Colombia, el agua extraída se mide con un contador específico dentro de la planta. La cantidad total de agua por año es de 50 m3 aprovechando la recolección de aguas lluvias, así como de la red de acueducto comunitario. El agua es tratada a través de filtros sucesivos y zanjas de infiltración, método que ha sido valorado positivamente en la certificación de Rain Forest Alliance.

Estos resultados deben integrarse con los datos que Supracafé recibe de los caficultores, que han aumentado su concienciación sobre las prácticas para reducir la cantidad de agua utilizada para lavar el café cosechado (véase el apartado 3.10)

3.7. Manejo de residuos

En las instalaciones de producción de Móstoles, la gestión de los residuos se controla en todas las fases: administrativa, de producción y postproducción, incluyendo el transporte y la eliminación de los residuos. Todas estas actividades cumplen la legislación vigente y el Sistema de Gestión Medioambiental.

La empresa puso en marcha varias iniciativas para optimizar la gestión de los residuos, como: la clasificación de los diferentes tipos de residuos, el despliegue de contenedores de reciclaje dedicados tanto en planta como en las oficinas, y cursos de formación dedicados para el personal.

Desde 2016 Supracafé cuenta con la contratación de una empresa especializada en la recuperación de residuos, cuyo objetivo principal es recuperar el 100% de sus residuos no peligrosos. Realizando la recuperación y valorización de residuos no peligrosos, trituración controlada y certificada de productos desechados.

Supracafé separa los distintos componentes de desperdicios para dirigirlos después a su correspondiente sector de eliminación. Tanto el plástico como la cascarilla son enviados para su reciclaje como para un proceso de compostaje respectivamente.

Supracafé ha reducido el consumo de papel gracias a los nuevos sistemas informáticos, con una reducción del 9% del consumo respecto a 2018.

En Colombia, Supracafé controla los desperdicios generados por el procesamiento del café produciendo biocompost, subproductos como cáscara de café. Del total de café producido en 2019 de 6.135 sacos, se generaron residuos equivalentes a 3'681.048 kg de materia orgánica.

Supracafe realiza procesos de compostaje utilizando el 100% de desechos orgánicos, siendo utilizados como fertilizante para los cultivos ecológicos y para el establecimiento de semilleros.

3.8. Eliminación de productos y envases reciclables

Supracafé diseña e implementa soluciones para desechar los productos de la manera más eficiente posible desde el punto de vista medioambiental, utilizando un enfoque basado en

REDUCIR: en la fase de diseño, que adopta la tecnología para optimizar la calidad del café, se tienen en cuenta los envases primarios y secundarios que pesen lo menos posible, tengan un bajo consumo y, siempre que sea posible, estén fabricados con materiales reciclados o reciclables que sean respetuosos con el medio ambiente durante todo su ciclo de vida.

REUTILIZAR: en el caso de los embalajes secundarios, la empresa se inclina por la compra de materiales reciclados, que suponen una media del 80% del papel y cartón adquirido y del 100% de los palés utilizados.

RECICLAR: se prefieren los envases reciclables fabricados con materiales no compuestos (metal o plástico).

Para los envases secundarios, Supracafé favorece la compra de material reciclado. El 100% de los palés se reutilizan. Entre las innovaciones en los envases introducidas por Supracafé se encuentran:

• Tés a granel. Utilización de envases de cartón para la línea de tés a granel que ofrece Supracafé a sus clientes HoReCa

• Cápsula monodosis. El envase es 100% compostable y se creó para reducir el impacto ambiental. Del mismo modo, el empaque secundario es de cartón utilizando tintas sin contenidos tóxicos en su impresión. El empaque terciario es una caja de cartón reciclado.

Para contribuir de forma concreta al medio ambiente, Supracafé facilita a los consumidores información sobre el adecuado proceso para la segregación de residuos ocasionados por el consumo de café.

3.9. Transporte y logística ecológicos

El transporte y la logística, tanto de las materias primas entrantes como de otros materiales, y la logística de distribución de los productos acabados a los clientes son dos procesos que Supracafé supervisa cuidadosamente, con el fin de mantener bajo control el impacto potencial de las emisiones correspondientes. La empresa está trabajando en diferentes frentes para evaluar el impacto y estudiar estrategias de mejora, también a través de la metodología del Análisis del Ciclo de Vida.

En cambio, el transporte para la distribución de los productos sigue estando fuertemente ligado a los combustibles fósiles y la empresa se ha marcado como objetivo controlar este aspecto y evaluar soluciones innovadoras. En lo que respecta a la distribución de productos, Supracafé controla regularmente a sus proveedores cualificados a través de encuestas sobre temas medioambientales específicos, como el consumo de recursos, las emisiones a la atmósfera, la producción de residuos, los efluentes líquidos, la contaminación del suelo y la contaminación acústica.

Logística de entrada

Origen: España
En España, el transporte se realiza principalmente por carretera. La mercancía entrante se adquiere bajo el acuerdo de entrega en el lugar, para lo cual Supracafé no tiene control sobre los mensajeros utilizados.

Origen: En el extranjero
Los volúmenes más significativos de peso en el transporte global de entrada están representados por el café verde. Todo el material entrante se transporta por vía marítima, que tiene el menor impacto medioambiental. La selección de las empresas de transporte marítimo sobre una base cualitativa permite identificar importantes proveedores de servicios y la participación de actores destacados en el ámbito del transporte marítimo de mercancías, que tienen políticas claras de sostenibilidad y están orientadas a la reducción de su impacto.

Logística de salida

Destino: España
Supracafé tiene la responsabilidad de entregar los productos a los clientes en España. El servicio de entrega total se realiza a través del transporte por carretera. El 40% del envío total es gestionado por una importante empresa de logística, que ha adoptado una Política Integrada de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad y una Política de Responsabilidad Social y Ética Corporativa.

Destino: En el extranjero
Todos los envíos a los países europeos se realizan por carretera, con pocas excepciones, mientras que los envíos al resto del mundo se realizan a través de tres grandes vectores internacionales. De ellos, los dos que representan casi el 90% de los envíos avalan políticas claras y detalladas de sostenibilidad.

3.10. Agricultura sostenible y biodiversidad

El compromiso de Supracafé con el medio ambiente no termina con el control de las actividades gestionadas directamente por la empresa, sino que va más allá, con el seguimiento y la mejora de las actuaciones relacionadas con la producción de su materia prima: el café verde

En las zonas de producción de Colombia, Supracafé promueve la difusión de metodologías agrícolas de bajo impacto ambiental, con una intervención directa en los procesos más importantes durante el cultivo. Además, la empresa ha desarrollado programas dedicados de incentivos y reconocimientos para los caficultores que promueven la calidad y la sostenibilidad ambiental.

El agua en las plantaciones de café

La empresa proporciona a los agricultores indicaciones específicas y útiles sobre el uso eficiente del agua, con el fin de evitar el desperdicio mediante visitas a las plantaciones y demostraciones de métodos de procesos, sobre el uso correcto de las maquinarias para optimizar el uso del agua, y sobre el objetivo de consumir menos de medio litro de agua por cada kilogramo de café verde obtenido (por lo general, la cantidad de agua involucrada en el proceso oscila entre 5 y 10 litros). Nuestro indicador de consumo por kilo es de 0,3 litros de agua por kilo de café pergamino seco.

Además, las aguas residuales son objeto de especial atención y control: las aguas desechadas de las estaciones de lavado de café presentan altas cargas de materia orgánica y deben ser tratadas antes de ser vertidas a las aguas subterráneas.

En 2019, Supracafé puso en marcha varias iniciativas con el objetivo de hacer que los programas de formación y educación sean más accesibles, enseñando sobre procesos de beneficio del café, donde se optimiza y racionaliza el consumo de agua en las diferentes fases del proceso.

En la actualidad, en colaboración con Tecnicafé y la Cátedra de Sostenibilidad de la Universidad Politécnica de Cataluña, se está llevando a cabo la implementación de un proyecto para la construcción de una planta de tratamiento de aguas residuales del beneficio del café, cuyos resultados se publicarán en posteriores ediciones de este documento.

Huella de carbono

La empresa participa en actividades de investigación, actividades institucionales y mesas redondas precompetitivas para la definición de estándares comunes a adoptar para la evaluación de la huella de carbono generada por la producción de café verde. Supracafé participa activamente en el Sustainable Coffee Challenge como miembro activo del Consejo Asesor.

Biodiversidad

La biodiversidad tiene una importancia crucial para la empresa: la preservación de la biodiversidad representa el objetivo último en las iniciativas de implementación para la promoción de tecnologías agrícolas integradas, llevadas a cabo por personal especializado de Supracafé durante las visitas de campo.

Además de estas actividades de asesoramiento, la empresa lleva a cabo acciones de mayor alcance con el fin de aumentar la concienciación y difundir la información y la cultura sobre cuestiones de biodiversidad y mejorar los ecosistemas naturales.

Supracafé continúa desarrollando el proyecto de reforestación en el Cauca, Colombia. El objetivo del proyecto es aumentar el caudal de las fuentes de agua locales, con el fin de identificar una posible solución para el problema del agotamiento de las aguas subterráneas que, debido a la deforestación para crear tierras de pastoreo para los animales, se ha agravado progresivamente durante los últimos años. En las actividades de reforestación participaron 487 mujeres en 10 municipios del Cauca, de las cuales, 146 fueron mujeres de AMUCC en un área de 627,45 hectáreas.

Permanentemente se realizan cursos centrados en la biodiversidad, analizando la preservación de los bosques nativos, las técnicas para recuperar la fauna local, así como métodos apropiados para incorporar el cultivo del café generando un impacto positivo en el ecosistema.
En Colombia, Supracafé es el principal promotor del corredor meso amazónico de conservación de la biodiversidad, que une dos de los ecosistemas más importantes en biodiversidad y endemismo del planeta, las Selvas del Amazonas y el Chocó Biogeográfico. En este sentido, la empresa, a través de cafetales con sombríos nativos, restituye un puente de conexión para la conservación, entre los parques naturales Puracé en la Cordillera Central y el parque de Munchique en la Cordillera Occidental. Unas 1.500 hectáreas que sirven además, para la promoción de actividades de ecoturismo científico como el avistamiento de aves, formando a más de 100 guías comunitarios locales, gracias al apoyo de Tecnicafé como centro de formación, lo que en definitiva, repercute en la mejora de los ingresos de muchas familias caficultoras de la región.

En la convocatoria Colombia Sostenible, del Ministerio del Medio Ambiente de Colombia, Supracafé participa como cooperante y aliado comercial, para el café producido en la zona del Parque Nacional Munchique, con el fin de promover actividades de agroecología y producción sostenible de Café.

04

VALOR ECONÓMICO

4. Valor Económico

Principales cifras

421.715,66€ - Valor añadido generado y distribuido a nivel consolidado. Más de 400 productores de café han recibido una auditoría específica.

4.1. Innovación y desarrollo

Principales cifras

130.762 euros en actividades de investigación y desarrollo en 2019 y 147.936 euros en 2020.

5 artículos publicados en revistas científicas internacionales, 1 ponencias en importantes congresos científicos nacionales e internacionales.

Supracafé junto con el IE Business School y Utópica Travel de El Corte Inglés, lanzaron el primer desafío donde se evaluaron proyectos presentados por los alumnos de la escuela de negocios sobre posibles usos y aplicaciones a los productos y subproductos generados por el procesamiento del café en la zona del Cauca Colombia y que son producidos por la Asociación de las Mujeres Caficultoras del Cauca AMUCC. En concreto, destacar el proyecto de elaboración de harina para pasta a base de cáscara de café, promovido por uno de los grupos de estudiantes, generando una alternativa importante dentro de las opciones de emprendimiento.

4.1.1. Aproximación de Supracafé en Innovación y Desarrollo

El enfoque de Supracafé en materia de innovación está orientado a la creación de valor sostenible para los grupos de interés, ofreciéndoles productos, soluciones y servicios de alta calidad.

El compromiso en este sentido se realiza a través de inversiones continuas en Investigación y Desarrollo Tecnológico, a través de las relaciones con socios estratégicos y, sobre todo, a través de la profesionalidad y competencia del personal que trabaja en la empresa.

Para Supracafé, la innovación significa:

• Validar, tecnológicamente, más de 200 variedades de cafés arábica para estudiar la genética de las materias primas, con el fin de identificar qué variedades de café representan viabilidad económica y la posible transferencia de conocimiento y tecnológico a los caficultores

• Combinar múltiples disciplinas: agronomía, botánica, física, matemáticas, química, bioquímica, biología, fisiología, genética e ingeniería, para lograr una mejora e innovación continuas.

• Validar la aplicación de nuevas tecnologías para el procesamiento de café en los países productores

Este enfoque científico y tecnológico, así como el uso de la ciencia y la tecnología, han marcado a la empresa a lo largo de su historia, contribuyendo a su crecimiento y éxito. Dentro de los principales logros alcanzados por Supracafé en sus proyectos de Innovación y Desarrollo se encuentran:

• Subproducto: Cáscara de café y Harina de cáscara de café.

• Producto: cafés con concentraciones de melanoidinas.

• Productos: bebida macerada en frío, cold brew.

• Proceso: línea tecnificada de selección y clasificación de fruto de cafe

• Proceso: línea completa de producción en origen que abarca desde la selección, despulpado y fermentación del fruto en el país productor Colombia.

4.1.2. Investigación y Desarrollo Tecnológico

La Investigación y el Desarrollo Tecnológico se lleva a cabo tanto en España como en Colombia. Durante 2019, Supracafé participó en la investigación "Diseño y elaboración de un nuevo tipo de café gourmet con melanoidinas de propiedades Tecno-funcionales mejoradas en colaboración con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas CSIC, el grupo de investigación ICTAN.

Durante 2020, Supracafé participó en la investigación: Generación de nuevos ingredientes y alimentos beneficiosos dirigidos a condiciones de riesgo y al bienestar global de personas con cáncer colonorrectal, En colaboración con los centros de investigación: CSIC - CIAL, Centro Tecnológico LEITAT y Centro Tecnológico de Cataluña EURECAT.

4.1.3. Innovación de producto

Supracafé ha estado trabajando en la innovación en procesos de café en Colombia, en colaboración con las empresas Multiscan Technologies e ICZIA Engineering

4.2. Cadena de Suministro

Para obtener un café de máxima calidad, Supracafé trabaja estrechamente con los agricultores de Colombia. De hecho, la calidad no solo deriva de una selección final, sino de la concienciación de cada actor de la cadena de suministro.

En las dos últimas décadas, Supracafé ha implantado un sistema de relaciones directas con sus proveedores, basado en tres pilares:

• Seleccionar y trabajar con los mejores productores, en el sentido de aquellos que están dispuestos a mejorar constantemente.

• Actualizar sus conocimientos y apoyar su motivación para crear calidad.

• Recompensar económicamente la calidad que alcanzan.

Gracias a este compromiso, Supracafé recibió el reconocimiento del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) - Business Call to Action, como empresa que realiza negocios inclusivos con las productoras de café en la región del Cauca colombiano, lo que refleja un papel crucial a la calidad alcanzada y a la capacidad de crear valor para todas las partes interesadas a lo largo de toda la cadena de suministro de café verde.

La orientación estratégica en la que se basa esta certificación está basada en los principios de trazabilidad, reciprocidad y calidad.

4.2.1. El modelo de Supracafé para un suministro de café sostenible

La cadena de suministro del café verde está marcada por varias etapas de complejidad, desde la separación de las semillas del fruto, hasta el proceso de limpieza y la selección y exportación de los productos. El objetivo de Supracafé es garantizar la trazabilidad y la calidad de la materia prima a lo largo de toda la cadena de suministro, incluso en los países en los que participan principalmente pequeños productores. Las personas implicadas en la cadena de suministro son:

Agricultores: que trabajan en pequeñas parcelas (1-2 hectáreas) y pueden realizar algunos procesamientos preliminares de la cosecha;

Productores: empresas (grupos, cooperativas o pequeños y medianos productores) que llevan a cabo el procesamiento del café cosechado, como clasificación, lavado, secado.

Exportadores: compran el café verde a las cooperativas, clasifican el café directamente en las fincas de los productores y crean lotes comerciales para sus clientes, distribuidores o tostadores. Conocen las zonas de producción y a los productores locales y esto es una garantía de trazabilidad y calidad de las materias primas.

Un papel importante lo desempeñan las Agencias Gubernamentales (como la AECID, el SENA), las Instituciones, los organismos de investigación (como CENICAFÉ), las empresas proveedoras de insumos agrícolas que, según el país de origen y las cadenas de suministro individuales, pueden intervenir en diferentes fases de la cadena de suministro, incluso sólo influyendo en los cambios.

Cadena de suministro trazable y garantizada

• Supracafé mantiene el control y la trazabilidad del café que compra.

• Supracafé compra a los productores que garantizan una alta calidad y sostenibilidad, remunerándolos con un precio superior.

• Supracafé transmite sus conocimientos y las mejores prácticas de cultivo a través de cursos y visitas al campo de sus agrónomos y técnicos.

• Supracafé audita a los productores para comprobar el cumplimiento de las normas de calidad y sostenibilidad exigidas.

4.2.2. Cadena de suministro responsable

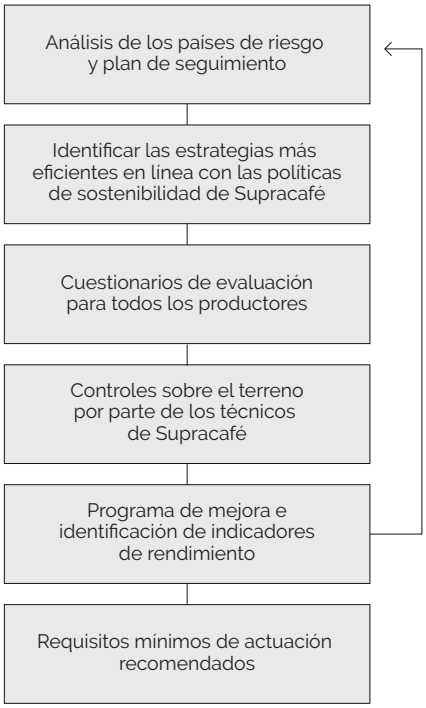
En los últimos años, la empresa ha logrado su objetivo de construir sistemas naturales y sociales, en los que las personas son tratadas con equidad, dignidad y respeto, el medio ambiente se preserva y restaura, y los proveedores cumplen con las normas. El sistema de certificación de Supracafé está en consonancia con las principales normas internacionales que rigen el trabajo infantil, el trabajo forzado, los salarios justos, los sindicatos, las empresas multinacionales y los contaminantes.

La norma aplicada a la cadena de suministro de café verde implica un estricto seguimiento de todos los proveedores por parte de la empresa, además de un continuo control del cumplimiento de los requisitos mínimos de las condiciones de trabajo (requisitos fundamentales para mantener las relaciones con la empresa).

Los requisitos de la norma se basan en la supervisión de las siguientes áreas:

Área	Requerimiento
Medio ambiente	- Uso del suelo - Extracción de agua - Calidad del agua - Impacto en la comunidad local - Biodiversidad
Condiciones	- Tecnologías agrícolas aplicadas - Equipos utilizados en la fase de producción - Condiciones de trabajo - Riesgo de accidentes o lesiones - Capacidades y competencias de los trabajadores
Productos	- Uso de plaguicidas y productos químicos - Tecnologías agrícolas aplicadas - Equipos utilizados en la fase de producción y condiciones de trabajo - Higiene

El procedimiento seguido por Supracafé para supervisar la cadena de suministro e identificar acciones de mejora para compartir con los productores se resume en el siguiente cuadro:



Desde finales de 2019, Supracafé ha formulado un documento dedicado a la evaluación de riesgos mediante el análisis de los siguientes riesgos: riesgos medioambientales, riesgos de ética empresarial, riesgos laborales y riesgos de producto.

Este análisis permite a la empresa mejorar la eficacia y la eficiencia de sus actividades de control, en particular en lo que respecta a los puntos en los que debe concentrar sus acciones futuras.

Las actividades de control y las inspecciones periódicas forman parte del proceso, con el objetivo de mejorar los parámetros de rendimiento de la cadena de suministro de la empresa.

Estos parámetros pueden resumirse de la siguiente manera

• Requisitos mínimos de actuación: el número mínimo de requisitos que los proveedores deben respetar, cuyo incumplimiento da lugar a la exclusión temporal del proveedor

• Indicador clave de rendimiento: describen la cadena de suministro de la empresa y se dividen en:

· KPI básicos: requisitos que van más allá de los requisitos legales mínimos existentes, pero que son de vital importancia para la empresa;

· KPI recomendados: requisitos que no son obligatorios por ley, pero que son altamente facilitadores.

Los KPI son importantes para Supracafé para la evaluación de su rendimiento en relación con las cadenas de suministro. Sobre la base de los resultados, la emprsa crea objetivos más específicos e identificalas acciones más adecuadas (actividades de formación, en particular) en función de los KPI/objetivos identificados. Supracafé revisa y reformula periódicamente los KPI, en función de los cambios en los territorios de referencia, que suelen ser graduales y sólo se observan a medio y largo plazo.

Evaluación de la cadena de suministro

El seguimiento y la evaluación de los proveedores son actividades cruciales para Supracafé: a partir de los requisitos incluidos en las normas de calidad e IFS, así como por otros sistemas que incluyen, entre otros, cuestiones medioambientales y aspectos relevantes para los derechos humanos, sociales y laborales, la empresa identifica nuevos programas e iniciativas para ampliar la cultura de la sostenibilidad y la calidad de las cadenas de suministro implicadas.

Se presta especial atención al eslabón más débil de la cadena del café verde, que con pocas excepciones está representado por los agricultores. En 2019 se han realizado 947 controles de campo (2 veces al año) a productores y a beneficios secos. Esto equivale a más de 627,35 hectáreas cubiertas. Los controles se han realizado a los productores colombianos. El muestreo de los agricultores se basa en las evaluaciones de riesgo de Supracafé (a nivel de país, de cadena de suministro y de organización), en los volúmenes comprados y en los resultados de los ciclos de seguimiento anteriores. Desde el inicio, se han visitado y controlado directamente más de 487 productores. Tras años de controles, la realidad de algunos países como Colombia es conocida y, por tanto, un KPI no es tanto el número de productores controlados, sino el estudio de cómo aportar valor a una cadena de suministro que ya está madura.

De 2007 a 2020, a través de acciones directas (cursos de formación) e indirectas (organización o participación en conferencias) alrededor de 3.481 participantes han sido alcanzados por Supracafé. Ante el fuerte compromiso de Supracafé de implantar una cadena de proveedores sostenibles, el 100% de las compras realizadas a proveedores de primer y segundo nivel (exportadores, cooperativas y asociaciones) se ajusta a las políticas de compra de la empresa. En cuanto a los proveedores de tercer nivel, los agricultores, se estima que el 90% de ellos respetan los requisitos establecidos por Supracafé.

Actualización del sistema de seguimiento

El sistema de seguimiento para la evaluación de los proveedores está constantemente de revisión y mejora, con el fin de hacer frente adecuadamente al aumento de de las compras en América Latina y África, donde la cadena de producción está más fragmentada y donde los pequeños caficultores contribuyen con cuotas para crear lotes comerciales compartidos.

En lugares donde la oferta de materia prima está muy fragmentada, el conocimiento del territorio pasa por controlar el 100% de los proveedores de segundo nivel (agricultores en asociaciones), con una evaluación de su trabajo mediante visitas a al menos el 10% de los productores individuales.

4.2.3. El papel de Supracafé en la cadena de suministro

Supracafé formula y pone en marcha iniciativas para la transferencia de conocimientos a la cadena de suministro de café verde y promueve actividades de estudio, investigación e innovación para mejorar el conocimiento del café. Además, la empresa fomenta la mejora de las condiciones de vida y trabajo de los agricultores.

Las iniciativas llevadas a cabo en 2019 y 2020 incluyen:

• Actividades formativas para la transferencia de conocimientos en torno a los procesos de cosecha y postcosecha del café.

• Visitas técnicas en cadena de valor de alta calidad.

4.3. Valor económico añadido

Durante 2019, la empresa pudo aumentar el nivel de beneficios, en términos de rentabilidad y en términos financieros. La facturación aumentó un 4,8% respecto a 2018, principalmente por el aumento del volumen de ventas y el tipo de cambio. En síntesis, los datos económicos financieros datos de 2019 muestran incrementos en el margen bruto de explotación (EBITDA) y el margen neto de explotación (EBIT) en comparación con 2018 y un mayor resultado neto global ingresos, en comparación con el año anterior.

	2017	2018	2019	2020
ROE	21%	21%	14%	-10%
ROS	7,2%	6,9%	5,8%	-6,8%
PFN/EBITDA	0,26	0,1	0,41	6,7%
PFN/PATRIMONIO NETO	0,03	0,09	0,01	0,54

4.4. Inversiones en tecnologías de la información

• La empresa ha realizado inversiones en tecnología durante 2019 por 211.907,86€

• Durante 2020 la empresa realizó inversiones en tecnología por 214.824,31€

05

SUPRACAFÉ Y LOS ODS

Supracafé es consciente de que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) ofrecen una guía que nos permite trasladar las problemáticas globales y locales hacia acciones para la solución de las mismas.

Si bien es cierto que de forma indirecta desde Supracafé tenemos incidencia en los 17 ODS, de forma más directa realizamos acciones concretas en los siguientes:

Fin de la pobreza

Hambre cero

Igualdad de género

Trabajo decente y crecimiento económico

Agua, industria, innovación e infraestructura

Alianzas para lograr los objetivos

06

NOTA METODO-LÓGICA

5.1. Nota metodológica

La Memoria de Sostenibilidad de Supracafé es la primera publicación de la empresa en esta materia y se realizará regularmente con carácter anual. El informe pretende ser una herramienta para dar cuenta de la gestión responsable de la empresa, que pretende aumentar su capacidad de generar valor en el marco del respeto de todos los conceptos de sostenibilidad (económica, social y medioambiental), prestando la debida atención a las expectativas de todos los grupos de interés que, directa o indirectamente, se interesan por las actividades de la empresa.

La Memoria de Sostenibilidad, además, responde al compromiso, iniciado por la empresa hace varios años, de comunicar un camino hacia el crecimiento responsable, basado en comportamientos y prácticas responsables, y productos sostenibles. Directrices adoptadas y proceso de elaboración del informe La Memoria de Sostenibilidad 2019 - 2020 se ha elaborado de acuerdo con la versión G4 de la "Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad", emitida por la Global Reporting Initiative (GRI), y con las directrices sectoriales (G4 Sector Disclosure - Food Processing Sector) en el nivel "In accordance-Core".

Para la elaboración de la Memoria de Sostenibilidad, la empresa cuenta con la participación activa de todos los departamentos de gestión y de los socios clave. El proceso de elaboración de la memoria se basa en los sistemas de información utilizados por la empresa (control de gestión, sistemas contables, calidad, medio ambiente, auditoría interna, seguridad, gestión de recursos humanos, etc.), que se integran con instrumentos específicos para la recogida y el análisis de datos. El objetivo último de la empresa es seguir reforzando el sistema de informes.

La presente memoria cumple con los requisitos indicados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en donde Supracafé participa de forma activa.
En el presente informe se han tenido en cuenta los datos incluidos en los Estados Financieros, del balance consolidado a 31 de diciembre de 2019 y 2020. Dado que la norma GRI exige la inclusión de todas las actividades que tienen un impacto sustancial en términos de sostenibilidad (materialidad), siempre que es posible el informe incluye un análisis más profundo de los sectores relacionados de la cadena de suministro de valor (por ejemplo, las actividades realizadas en las plantaciones de café).

Contactos:

Para comentarios, solicitudes de información, sugerencias e ideas de mejora sobre las actividades de sostenibilidad de Supracafé y cuestiones relacionadas con el contenido de la presente Memoria de Sostenibilidad, póngase en contacto por correo electrónico:

e-mail: samuel.ricardo@supracafe.com

SUPRACAFÉ ®

SOMOS
LO QUE
SEMBRAMOS