

DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL  
*GLOBAL REPORTING INICIATIVE "GRI"* PARA EXPOCAFÉ S.A.

LINA ALEJANDRA LOZANO MONTEALEGRE

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
DIVISIÓN DE INGENIERIAS  
FACULTAD DE INGENIERIA AMBIENTAL  
BOGOTÁ D.C.

2014

DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL  
*GLOBAL REPORTING INICIATIVE "GRI"* PARA EXPOCAFÉ S.A.

ELABORADO POR:

LINA ALEJANDRA LOZANO MONTEALEGRE

DOCUMENTO FINAL DE PASANTÍA  
PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERA AMBIENTAL

DIRECTOR:

JORGE MARIO GARCÍA SANTA

ADMINISTRADOR AMBIENTAL

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
DIVISIÓN DE INGENIERIAS  
FACULTAD DE INGENIERÍA AMBIENTAL  
BOGOTÁ D.C.

2014

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1 INTRODUCCIÓN .....	7
2 OBJETIVOS .....	10
2.1 Objetivo General.....	10
2.2 Objetivos Específicos.....	10
3 MARCO REFERENCIAL .....	11
3.1 Marco Contextual.....	11
3.2 Marco Teórico .....	13
3.2.1. Antecedentes del GRI .....	13
3.1.2. Guía del GRI, Versión G.4.....	14
3.1.3. Implementación de las Guías GRI .....	14
4. DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL GRI PARA EXPOCAFÉ .....	21
4.1. Definición del Alcance de la Memoria .....	21
4.2. Metodología .....	21
4.2.1. Revisión Documental: .....	23
4.2.2. Definición DE los Criterios de Sostenibilidad a Reportar .....	23
4.2.3. Diagnóstico del Estado de Expocafé S.A.....	25
4.2.4. Evauación del Estado de la Organización con Respecto a los Criterios a Reportar.....	26
4.2.5. Principio de Materialidad.....	36
4.2.6. PLAN DE ACCIÓN .....	37
4.2.7. Definición de un Procedimiento para la Obtencion de Datos.....	42
4.2.8. Medición y Procesamiento de Datos .....	42
5. ELABORACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD.....	44
5.1. Palabras Gerente General de Expocafé (G 4-1).....	44
5.2. Ubicación Expocafé S.A. (G 4-3 y G 4-5) .....	45
5.3. Marcas y Productos (G 4-4).....	45

5.4.	Zona de Operaciones (G4-6)	50
5.5.	Mercados (G4 – 8)	52
5.6.	Cadena de Suministro (G4 – 12)	53
5.7.	Reconocimientos y Certificaciones (G4 – 14)	53
5.8.	Identificación de Grupos de Interés (G4 – 24)	54
5.8.1.	Metodología para el análisis de Grupos de Interés (Stake Holders)	55
5.8.2.	Mapa multirelacional	57
5.9.	Periodo Objeto de la Memoria (G 4-28)	58
5.10.	Opción de Conformidad con el GRI (G 4-32)	58
5.11.	Verificación de la Memoria (G 4-33)	58
5.12.	Estructura Organizacional (G 4-34)	58
5.13.	Valores Corporativos (G4 – 56)	60
6.	PRINCIPIO DE MATERIALIDAD	61
6.1.	Fortalecimiento de las Comunidades	61
6.2.	Gestión Responsable con el Ambiente	70
6.3.	Comercio Responsable	79
6.4.	Calidad Laboral	80
6.5.	Trazabilidad	82
7.	OPORTUNIDADES DE MEJORA CONTINUA	82
8.	CONCLUSIONES	85
9.	RECOMENDACIONES	87
10.	BIBLIOGRAFÍA	88
11.	ANEXOS	93

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero que todo a Dios por todas las bendiciones con las que ha iluminado mi vida, guiarme por el buen camino, darme fortaleza y sabiduría para permitirme cumplir con esta meta.

A mis padres y mi hermana, por darme la gran oportunidad y apoyarme en toda decisión, brindarme su amor y cuidado incondicional.

Mi director de tesis, Jorge Mario García, muchas gracias por su acompañamiento y dirección en el desarrollo de proyecto.

A los maestros que han sido parte de mi formación profesional.

A Expocafé y mis compañeros de trabajo, por acogerme y brindarme la facilidad, su apoyo en la realización de este proyecto y la oportunidad de iniciar mi vida laboral.

A mis amigos y compañeros que estuvieron a mi lado durante estos cinco años y que de alguna manera ayudaron a mi bienestar y desarrollo como ser humano.

## RESUMEN

Expocafé S.A. es una empresa perteneciente a las cooperativas caficultoras del país, con más de 25 años de experiencia en la comercialización y exportación de café, se ha caracterizado por ser líder en la exportación de café verde colombiano. La compañía se ha enfocado en la promoción y el fortalecimiento de los programas de cafés especiales, a través de los cuales busca promover prácticas de producción sostenible del café, así como la generación de valor agregado para el productor por medio de los sobrepagos recibidos a través de los clientes.

Para medir el impacto de la gestión realizada por Expocafé S.A en los distintos ámbitos de sostenibilidad y comunicarlo a sus diferentes grupos de interés, se elaboró durante la pasantía una estrategia para la implementación de un reporte de sostenibilidad basado en los lineamientos del GRI versión G.4. 2013, un documento voluntario que define el procedimiento a través del cual Expocafé debe medir, divulgar y rendir cuentas a sus partes interesadas, en relación al desempeño sostenible.

Para alcanzar este objetivo en la pasantía, se realizaron los siguientes pasos: (i) se definieron los criterios de sostenibilidad a reportar, esto teniendo en cuenta la relación con los procesos que se llevan a cabo durante la cadena de suministro de Expocafé tanto externos como internos. Posteriormente (ii) se diagnosticó el estado de la disponibilidad de la información requerida por los criterios, y luego (iii) a través de la matriz de aspectos ambientales y socioeconómicos, se evaluaron los criterios con el fin de obtener el principio de materialidad, es decir aquellos aspectos relevantes que permitieron el desarrollo de la guía. A partir de esta información (iv) se generó el plan de actividades que se deben desarrollar a partir del momento en que se implemente el GRI y finalmente (v) se desarrolló el contenido de la guía, incluyendo los contenidos básicos generales disponibles y los contenidos básicos específicos de la materialidad descritos en este documento.

## 1 INTRODUCCIÓN

Para la economía rural colombiana el cultivo de café representa una gran importancia, alrededor de 588 municipios del país se dedican a la producción de este cultivo, albergando a más de 566 mil familias caficultoras [1] [2]. Esta actividad agropecuaria es la que más genera ingresos en la zona rural del país y es por esto que la cadena de producción y comercialización de café como sustento económico de las familias campesinas, produce en el país 9'330.857 sacos de 70 Kg de café al año (según el informe de producción de café por año de la Federación Nacional de Cafeteros 2013), generando ingresos significativos para el desarrollo y la estabilidad económica de Colombia, pues en el año 2013 aportó 1,84% al PIB total y 30,1% al PIB agropecuario del país [3], beneficios económicos que se ven reflejados directamente a los caficultores logrando mejorar su calidad de vida [4].

Por otro lado, el incremento de una economía dedicada a la comercialización y exportación de café fue un proceso que se desarrolló en el país de forma tardía alrededor del año 1910 [5], pero que poco a poco, debido a las condiciones favorables de terreno, clima, suelos y dedicación de los cultivadores, formaron un conjunto que hicieron que el café colombiano sobresaliera y se diferenciara de los demás cafés del mundo [6].

El café colombiano es reconocido por ser uno de los cafés más suaves, logrando posicionarse en el mercado internacional, cumpliendo con altos estándares de calidad y de sostenibilidad exigidos por los clientes [7], entidades como la Federación Nacional de Cafeteros, Expocafe S.A. y otras compañías dedicadas a la comercialización y exportación de café, embarcaron alrededor de 8'297.228 sacos de 70 Kg de café (Según el informe de Volumen y valor de las exportaciones colombianas según exportador-2013 de la Federación Nacional de Cafeteros) a destinos como Estados Unidos, Canadá, España, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Suiza, Japón, China, entre otros países [8].

Por lo anterior, el café es la bebida que más se consume en el mundo, con aproximadamente 1,6 millones de tazas de café diarias [9], se ha convertido en uno de los productos de mayor consumo cotidiano [10] y por lo tanto, su cadena de producción y comercialización posee características de alto impacto económico, social y ambiental [11]. Por un lado están los beneficios económicos que reciben los caficultores en su esfuerzo por mantener una productividad y una calidad deseada, pero por otro lado, la población cafetera padece por la volatilidad del precio del café [12], debido a que éste, depende de variables internacionales

como la bolsa de Nueva York, la tasa de cambio, el diferencial de café colombiano y los costos y gastos de comercialización [13], variables que son imposibles de controlar para que siempre estén a favor de mejorar las condiciones económicas de los caficultores [12].

Actualmente, con la crisis de precios bajos de café la mayoría de los productores, en especial los pequeños, no tienen la posibilidad de competir en el mercado, y de esta manera tampoco pueden acceder a condiciones mínimas para una buena cosecha ni un café de buena calidad, debido a que no poseen la infraestructura para un adecuado proceso de beneficiado y secado, ni los recursos económicos para adquirir insumos, ni la posibilidad de contratar mano de obra digna, optando por la contratación de mano de obra infantil y remuneraciones por debajo del promedio nacional, afectando seriamente los pilares de la sostenibilidad [14].

En respuesta a lo anterior, en las últimas décadas los consumidores finales del café han comenzado a ejercer presión sobre tostadores y tiendas comercializadoras de café para que busquen formas de producción más sostenibles. Esta situación ha llevado a que los miembros de la industria vinculados a lo largo de toda la cadena comercial del café, deban ajustar sus sistemas de producción con el fin de alinearse con los intereses del consumidor final [10].

Expocafé S.A. es una empresa perteneciente a las cooperativas de caficultores del país, con más de 25 años de experiencia en la comercialización y exportación de café de alta calidad [15]. La empresa se ha caracterizado por ser líder en la exportación de café verde colombiano, ubicándose en las primeras cinco posiciones de exportadores del grano en el país. Actualmente comercializa alrededor del 7,4% del volumen de café verde exportado por Colombia, con aproximadamente 686.809 sacos de 70 Kg comercializados al año [8].

Respondiendo a estas tendencias del mercado, Expocafé se ha enfocado en la promoción y el fortalecimiento de los programas de cafés sostenibles, dentro de los cuales pueden destacarse los cafés certificados con los sellos de Comercio Justo, UTZ Certified y Rainforest Alliance, así como algunos programas de verificaciones diseñados bajo la norma de sostenibilidad definida por cada cliente.

A través de estos programas, Expocafé S.A. busca promover prácticas de producción sostenible del café, así como la generación de ingresos adicionales para el productor por medio de los sobrepagos recibidos de los clientes, quienes están dispuestos a pagar un valor adicional para reconocer el esfuerzo realizado por los productores [16].

Con el fin de poder medir el impacto de la gestión realizada por Expocafé S.A en los distintos ámbitos de sostenibilidad anteriormente mencionados y comunicarlo a sus diferentes grupos de interés, se usará como marco de referencia la Guía del *Global Reporting Initiative* (GRI en adelante) y de esta manera reafirmar su compromiso de hacer que el sector cafetero sea el de mayor sostenibilidad.

Sin embargo, es sabido que este es un marco de referencia completo y con un alto nivel de complejidad que requiere ser abordado de forma planificada y estratégica por parte de la empresa, con el fin de llevarlo a un buen término. Para ello, el presente proyecto se propone como un primer paso en la implementación de este marco, cuyo objetivo es definir e implementar la estrategia por parte de Expocafé para elaborar las memorias del GRI versión G4 2013 y realizar la medición de los indicadores para ser reportados en una primera memoria.

## 2 OBJETIVOS

### 2.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar la estrategia de implementación del *Global Reporting Initiative* para Expocafé S.A, según los objetivos de la organización.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Definir los criterios de sostenibilidad a medir del *Global Reporting Initiative*.
- ✓ Elaborar un diagnóstico de Expocafé S.A. para la realización de la memoria de sostenibilidad GRI G4.
- ✓ Evaluar el estado de la organización con relación a los indicadores del GRI. G4.
- ✓ Definir un plan de trabajo y los procedimientos para medir los indicadores.
- ✓ Desarrollar la memoria de sostenibilidad para generar un reporte de Expocafé S.A. según la guía GRI G4 de conformidad esencial.

### 3 MARCO REFERENCIAL

#### 3.1 MARCO CONTEXTUAL

La historia de la comercialización del café colombiano remonta desde mediados del siglo XIX, cuando la economía del tabaco, cacao y añil entraron en crisis y la población pobre y desempleada del país no tuvo otra salida que la caficultura [17]. En los Santanderes, Cundinamarca, Antioquia y Tolima, grandes hacendados, medianos y pequeños productores, tomaron el riesgo de endeudarse para invertir en sus tierras y cultivar café, dando inicio a este cultivo que revolucionó la economía colombiana [17], [18].

A comienzos del siglo XX entre 1910 y 1920, la caficultura colombiana ya era una actividad económica consolidada y reconocida en todo el país y para esa época las exportaciones de café alcanzaban el medio millón de sacos que anualmente se embarcaban a distintas partes del mundo [5]. A través de la exportación de este producto, se generaron grandes ingresos a nivel interno, revitalizando la economía del país y beneficiando a miles de caficultores, quienes a su vez emplearon y generaron más desarrollo para la zona rural del país [5].

Desafortunadamente, el precio del café no siempre brindó ganancias al productor, pues la volatilidad de éste, siempre ha impactado su comercialización, tanto positiva como negativamente. En el primer caso generó bonanzas cafeteras de las que el caficultor colombiano dichoso de realizar sus labores cotidianas, disfrutaba de recibir grandes ganancias, pero en el segundo caso quebró a más de un productor, entre ellos los hacendados y es por este motivo que los pequeños productores son los que predominan las zonas cafeteras, pues la mano de obra familiar es más económica que contratar mano de obra externa [17].

Por lo anterior en 1927 nace la Federación Nacional de Cafeteros (FNC en adelante), una organización gremial sin ánimo de lucro, creada para fortalecer la industria cafetera, asegurando el bienestar a los productores y brindando un precio que sustenta la buena calidad [18]. Pero con ella también nacen muchas otras compañías, entre ellas Expocafé S.A.

El 21 de marzo de 1985 nace una empresa dedicada a la exportación de café verde, La Sociedad Exportadora de Café de las Cooperativas de Caficultores – Expocafé S.A. y como su nombre lo indica, es una empresa conformada por las cooperativas caficultoras del país, quienes a su vez se encuentran conformadas por los caficultores asociados [19].

Desde la creación de Expocafé S.A., su interés siempre ha sido generar valor agregado al caficultor a través de la comercialización de café, buscando el mejor precio y mejores oportunidades para generar mayores ingresos al productor. Pero fue en 1992 que Expocafé en busca de la comercialización sostenible, logro exportar 4.000 sacos a través de la Fundación Max Haveler, generando COP\$160'000.000 reliquidados directamente a los productores [20].

Es por esto la misión de Expocafe: “Generar valor a los accionistas buscando los mejores canales de comercialización para el café bajo las siguientes premisas [21]:

- Entregar productos y servicios de alta calidad.
- Cumplir las expectativas y requisitos de los clientes.
- Generar confianza a los proveedores.
- Siempre siguiendo los principios éticos.”

Para efectos de garantizar la generación de valor agregado, en 2012 nace el departamento de sostenibilidad, área encargada de ser el vínculo directo entre el productor y el cliente, supliendo las necesidades comerciales sostenibles y buscando el bienestar del caficultor. Es aquí donde entran en juego las certificaciones, verificaciones y los programas hechos a la medida del cliente:

- Cafés certificados que generan beneficios económicos directos a los productores como Fair Trade, Rainforest Alliance.
- Cafés verificados bajo normas diseñados por cliente como Starbucks y Nespresso
- Programas de cafés sostenibles diseñados a la medida del cliente como Farmer Brothers.

A través de estos programas, se busca promover prácticas de producción sostenible, así como la generación de ingresos adicionales e inversión directa en finca por medio de los sobrepagos recibidos de los clientes, quienes están dispuestos a pagar un valor adicional para reconocer el esfuerzo realizado por los productores [16].

Basado en lo anterior, nace desde el departamento de Sostenibilidad la necesidad de comunicar las diversas gestiones y actividades realizadas y darlas a conocer a sus diferentes grupos de interés, para ello se usará como marco de referencia a estrategia de implementación de la Guía del *Global Reporting Initiative* versión

G.4 2013, con la finalidad de reafirmar el compromiso de la compañía de hacer que el sector cafetero sea de mayor sostenibilidad.

## **3.2 MARCO TEÓRICO**

### **3.2.1. ANTECEDENTES DEL GRI**

En 1989, la unión de varios grupos ambientalistas en búsqueda de la protección de los ecosistemas afectados por las actividades económicas, dio lugar a la Coalición de Economías Ambientalmente Responsable (CERES). A raíz de los desastres ambientales ocurridos en esa época, especialmente el derrame del buque petrolero de la Exxon Valdez en Alaska, se establecieron los principios CERES, que consistían en 10 puntos del código de conducta ambiental para mejorar el desempeño ambiental de las empresas [22].

En 1997 junto con el Programa de las Naciones Unidas para el medio Ambiente (PNUMA), nació el GRI como un mecanismo de rendición de cuentas de la conducta ambiental responsable de las empresas. Sin embargo, en 1998 se decidió elaborar una memoria que reportara algo más que el ambiente, incluyendo dentro de su alcance temas sociales, económicos y laborales [22].

En el 2000 se publicó la primera versión del GRI G.1., el cual solo contenía principios ambientales para que las empresas reportaran las gestiones ambientales que habían desarrollado en sus actividades [23]. En el 2001 el GRI se separó de CERES y se formalizó como una institución independiente. En el 2002 se publicó una nueva versión G.2., acorde a los principios de desarrollo sostenible, de la cumbre mundial de desarrollo sostenible, llevado a cabo ese mismo año en Johannesburgo [22].

Debido a la gran acogida que tuvo el reporte por parte de las empresas, GRI tuvo la obligación de desarrollar una nueva versión G.3. [24], la cual fue publicada en el año 2006. Esta versión del reporte constaba de 79 indicadores de sostenibilidad y 10 principios de información, divididos en tres grandes áreas: Económica, Ambiental y Social [22].

Desde entonces el GRI se ha utilizado como metodología para la elaboración de cerca de 4.700 reportes de sostenibilidad de organizaciones alrededor del mundo en el periodo de 2000 al 2009. En marzo de 2011 se publicó la terminación y actualización de la versión G.3.1, la cual contiene una orientación más amplia de la comunidad y el respeto por sus derechos humanos [25].

Por último, en marzo del año 2013 publicó *GRI G.4.*, esta guía se dividió en dos documentos. El primero incluye los principios básicos del informe, los criterios para su implementación y las definiciones generales de los términos. El segundo documento es el manual de aplicación, el cual contiene la explicación de cómo aplicar los indicadores, cómo preparar la información a presentar y cómo interpretar los conceptos de la guía [26].

### **3.1.2. GUÍA DEL GRI, VERSIÓN G.4**

La implementación del marco GRI para elaborar el reporte de sostenibilidad en las organizaciones de distintos sectores económicos, permite que la información reportada se encuentre estandarizada y pueda ser comparada. Además, el reporte permite conocer el estado de desempeño de las organizaciones, para generar un sistema de alerta sobre posibles impactos ambientales, sociales y laborales [23].

La guía aborda aspectos de sostenibilidad agrupados en las dimensiones económica, ambiental y social. Estos a su vez se dividen en aspectos laborales, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre producción [25].

La dimensión económica aborda el impacto de la organización sobre sus grupos de interés, la economía local, nacional y mundial. Los indicadores económicos informan sobre el flujo de capital hacia los diferentes grupos de interés y los principales impactos económicos de la organización sobre el conjunto de la sociedad [25].

La dimensión ambiental se refiere a los impactos que genera la organización sobre su entorno, incluyendo los ecosistemas y los aspectos ambientales (materiales, energía, agua y biodiversidad). En otras palabras, los indicadores ambientales cubren el desempeño de la organización en relación con sus flujos de entrada (materiales, energía, agua) y de salida (emisiones, vertidos, residuos). Además, incluyen el desempeño en relación con el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente [25].

La dimensión social se encuentra relacionada con los impactos de las actividades realizadas por la organización sobre los sistemas sociales, incluyendo la evaluación de los aspectos de responsabilidad laboral, derechos humanos y responsabilidad sobre la producción [25].

### **3.1.3. IMPLEMENTACIÓN DE LAS GUÍAS GRI**

Las guías GRI han tenido tanta acogida, que el número de organizaciones interesadas en demostrar su desempeño sostenible, cada vez es mayor,

alcanzando actualmente 5.978 organizaciones en todo el mundo [27]. Las organizaciones que ya han elaborado informes de sostenibilidad, indican que una de las razones para realizar la primera memoria fue la necesidad de comunicar a las partes interesadas el impacto de sus actividades, puesto que la elaboración de la memoria de sostenibilidad incrementa la credibilidad y mejora la imagen corporativa de la organización [28].

En Colombia, alrededor de 263 organizaciones pertenecientes a diferentes sectores económicos del país anualmente presentan su reporte de sostenibilidad con el fin de demostrar que sus operaciones son sostenibles. Algunas de las organizaciones que pueden mencionarse son la Federación Nacional de Cafeteros, el Grupo Nutresa, Alpina, Alquería, Incauca, Riopaila Castilla, el Ingenio Providencia, Ecopetrol, Pacific Rubiales Energy, ISA, Isagem, Smurfit Kappa Cartón Colombia, Seguros Bolívar, Codensa, Banco BBVA, Bavaria, Grupo Bacolombia, Grupo Nacional de Chocolates, entre otras organizaciones, [29].

### **3.2. MARCO CONCEPTUAL**

**Beneficio del Café:** *“Son todas la operaciones que se llevan a cabo para la transformación del café cereza a café pergamino seco, incluyendo cosecha, despulpado fermentación y secado” [30].*

**Biodiversidad:** *“La variedad de vida en todas sus formas, niveles y combinaciones. Incluye diversidad de ecosistemas, diversidad de especies y diversidad genética”.*

**Buenas Prácticas Agrícolas:** *“Serie de acciones encaminadas a la sostenibilidad del cultivo de café, una buena utilización de los recursos básico para la producción efectiva y de calidad del producto que la vez procura por el bienestar social, la viabilidad económica y la conservación del ambiente” [31].*

**Cadena de valor:** *“Secuencia completa de actividades o partes que proporcionan (proveedores, trabajadores subcontratados y otros) o reciben (clientes, consumidores, otros usuarios) valor en forma de productos o servicios”.*

**Café Cereza:** *“Es el fruto del café que se recolecta maduro” [30].*

**Cafés Especiales:** *“Son aquellos valorados por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles y por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores que redunden en un mayor bienestar de los*

*productores. Estas características están dadas por el origen del café (categoría origen), por su producción en armonía con el ambiente (categoría sostenibles) y su compromiso con el desarrollo social de las comunidades (categoría social)” [1].*

**Café Pergamino Seco:** *“Es el producto del beneficio del grano el cual se obtiene después de quitarle la cáscara y el mucílago, lavarlo y secarlo hasta una humedad del 12%” [1].*

**Café Soluble o pasilla:** *“Coproducto del café obtenido en el proceso de trilla. Puede ser de máquina o de mano” [1].*

**Café Sostenible:** *“Es el café que fue producido teniendo en cuenta los componentes de sostenibilidad, viabilidad económica, compromiso por la protección del ambiente y el bienestar social” [1].*

**Corrupción:** *“Abuso de poder otorgado, con el objetivo de obtener una ganancia privada, sobornos, conflicto de intereses, fraude, lavado de dinero y tráfico de influencias” [32].*

**Derechos humanos:** *“Derechos que todas las personas tienen, en virtud de su condición humana común, de vivir en libertad y con dignidad. Todas las personas tienen el derecho de exigir que los mismos sean respetados, pues son universales, inalienables e indivisibles. Reflejan el profundo empeño de garantizar que todas las personas tengan seguridad en disfrutar los bienes y libertades necesarios para una vida digna” [33].*

**Desarrollo sostenible:** *“Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” [34].*

**Ética:** *“Son las normas y principios éticos que se utilizan para los diversos problemas éticos y morales dentro del contexto empresarial” [35].*

**Fertilización:** *“Adecuada nutrición del cultivo para obtener los más altos rendimientos posibles, una buena calidad del producto y la preservación del vigor y estado general de la plantación” [30].*

**Global Reporting Initiative (GRI):** *“Es una organización mundial que propone el marco mundialmente aceptado de elaboración de memorias de sostenibilidad acerca del desempeño económico, ambiental y social de toda clase de*

organizaciones. El marco está compuesto por la Guía de elaboración de memorias de sostenibilidad, los Protocolos de indicadores y los Protocolos técnicos” [36].

**Gobernanza, gobierno corporativo:** “Sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones con el fin de lograr sus objetivos” [33].

**Grupo de interés:** “Individuos, grupos u organizaciones que tienen influencia sobre una organización o se ven afectados por las decisiones tomadas por dicha organización (stakeholders)” [33].

**Impacto:** “Cambio positivo o negativo que se genera en la sociedad, la economía o en el ambiente, producido, en su totalidad o parcialmente, como consecuencia de las actividades y decisiones pasadas y presentes de una organización” [33].

**Impacto Económico:** “Cambio en el potencial productivo de la economía que puede influenciar en el bienestar de la comunidad o de los grupos de interés y en las perspectivas del desarrollo a largo plazo” [33].

**Impacto Económico Indirecto:** “Resultado que se deriva del resultado de las transacciones financieras y del flujo de dinero entre las organización y sus grupos de interés” [33].

**Inclusividad:** “La participación de los grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad. Requiere un proceso definido de implicación y participación que proporcione una relación completa y equilibrada, que genere como resultado, estrategias, planes, acciones y consecuencias que traten y respondan a los asuntos e impactos desde una perspectiva responsable” [33].

**Informe de sostenibilidad:** “Práctica de medir, informar y asumir responsabilidades sobre el desempeño de la organización al tiempo que se trabaja hacia el objetivo del desarrollo sostenible. Ofrece una imagen equilibrada y razonable del desempeño de sostenibilidad de la organización informante, incluyendo aportaciones tanto positivas como negativas. Presenta los resultados que se han obtenido dentro del correspondiente periodo informativo, atendiendo a los compromisos, la estrategia y el enfoque directivo adoptados por la organización” [33].

**Materialidad:** “Hace referencia a la relevancia y la necesidad de priorizar en la gestión los asuntos que influirán en las decisiones, acciones y desempeño de la organización o de sus grupos de interés” [33].

**Trazabilidad:** *“Es el conjunto de acciones, medidas y procedimientos técnicos que permite identificar y registrar cada producto desde su nacimiento en finca hasta el final de la cadena de comercialización” [1].*

**Trilla:** *“Proceso en el cual al café pergamino seco se le extrae por medio de máquinas especializadas, la película o endocarpio que lo cubre, convirtiéndolo en café verde, para después clasificarlo según tamaño y calidad del grano” [1].*

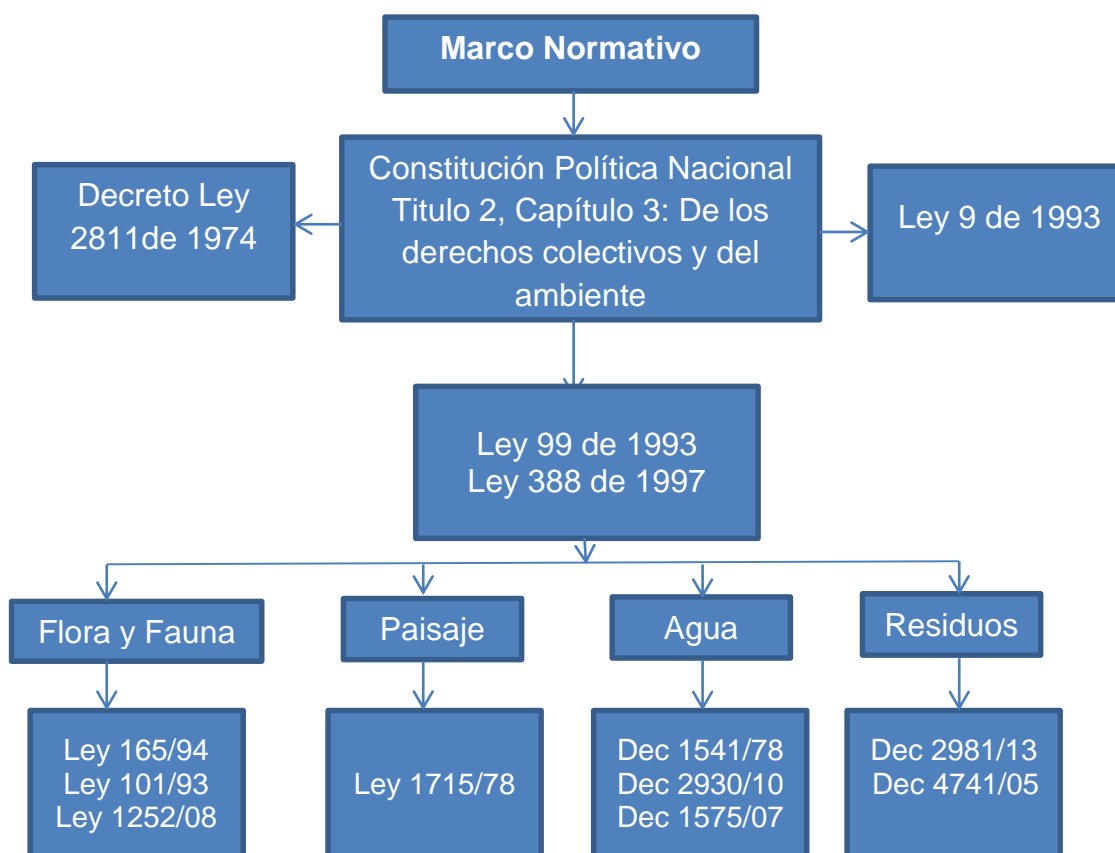
**Valor social:** *“Valor relacionado con la calidad de vida de las personas pero que no se puede medir en términos económicos. Indicadores pueden incluir capital social, estructuras, instituciones, redes y relaciones que permiten a los individuos ser más productivos y mantener y/o desarrollar su capital humano a través de colaboración” [33].*

### **3.3. MARCO LEGAL**

La legislación colombiana ofrece un amplio marco de regulaciones para el sector cafetero tanto en lo económico como en lo social y ambiental, enmarcados principalmente en la Constitución política nacional que agrupa marco global de regulaciones nacionales, luego las Leyes del Congreso de la República que constituyen las normas políticas a partir del cual se desarrollan las reglamentaciones para temas específicos y los trámites ante cada uno de las autoridades competentes las cuales establecen requerimientos específicos para esta actividad.

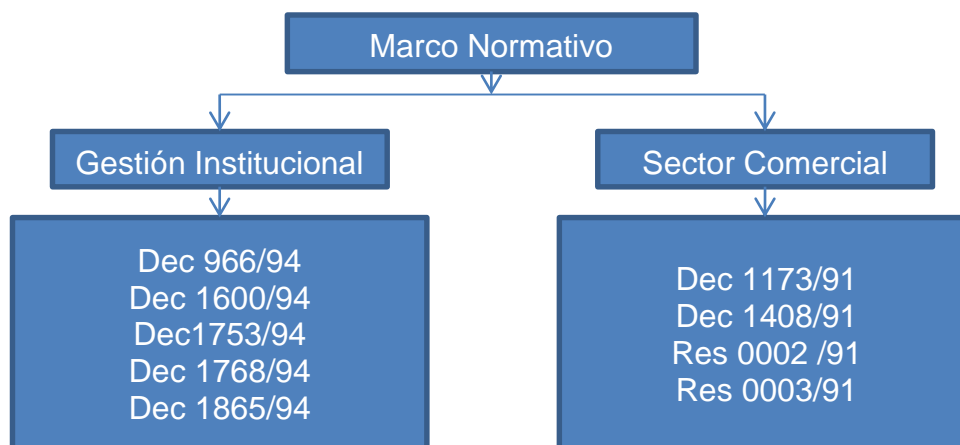
A continuación en las imágenes 1 y 2 se presentan los esquemas de normatividad aplicable a Expocafé S.A. en su actividad como comercializador de café:

**Imagen N° 1: Legislación Ambiental Aplicable a Expocafé S.A.**



Fuente: El Autor

**Imagen N° 2: Legislación Comercial Cafetera Aplicable a Expocafé S.A.**



Fuente: El Autor

En el Anexo N° 1: Marco Normativo aplicable para Expocafé S.A. se encuentra la relación de la legislación colombiana aplicable para las actividades desarrolladas por la compañía en materia ambiental y en materia de criterios para la comercialización de café.

Esta aplicabilidad es modificable según las derogaciones y actualizaciones normativas que se presenten, al igual que los cambios en las actividades de la organización.

## **4. DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL GRI PARA EXPOCAFÉ**

### **4.1. DEFINICIÓN DEL ALCANCE DE LA MEMORIA**

La cadena de suministro de comercialización de café empieza desde su producción en las fincas, hasta la entrega en puerto del producto procesado, es decir café pergamino seco empacado en sacos de 70 Kg.

Dicha comercialización, se realiza a través de las Cooperativas de Caficultores, quienes son los que acopian grandes volúmenes de café que proviene de cada una de las regiones cafeteras del país.

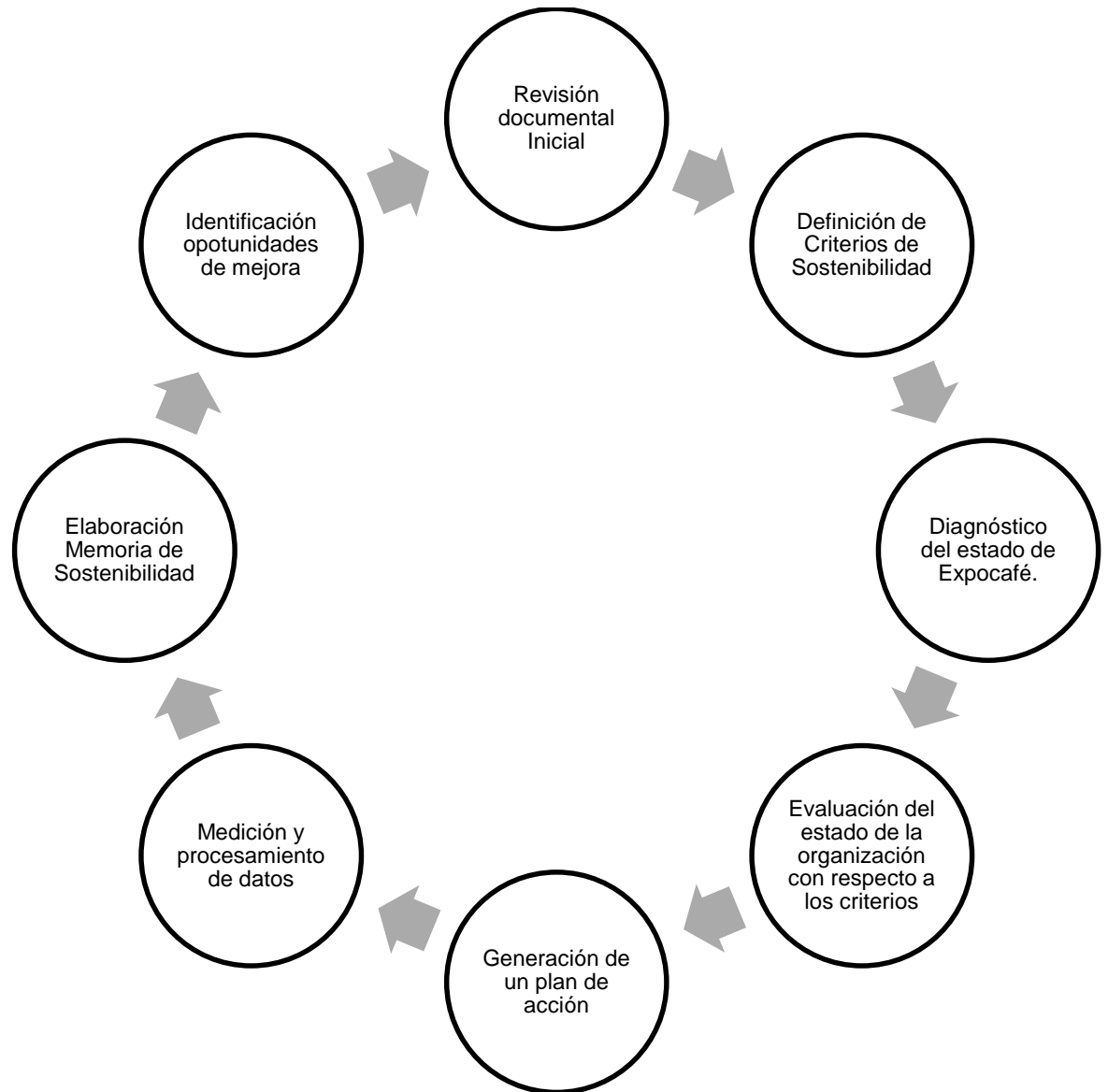
Por lo anterior, el desarrollo de la guía, se basó en la gestión que Expocafé realiza en conjunto con las Cooperativas en busca del mejoramiento de la productividad, la calidad, el desarrollo social y el mejoramiento ambiental de las fincas de los caficultores.

Es por esto que la gestión divulgada en el Global Reporting Initiative para demostrar el fortalecimiento de la sostenibilidad y la promoción de comercialización de cafés diferenciados, es directamente con las cooperativas, pues ellas son las encargadas de transferir y distribuir directamente al productor, los beneficios mencionados en el desarrollo de esta guía.

### **4.2. METODOLOGÍA**

La metodología que se utilizó para desarrollar la estrategia de implementación del *GRI para Expocafé S.A.*, fue la que se definió a partir de lo documentado en *las Guías para la elaboración de memorias de sostenibilidad Parte 1* [37] *y parte 2* [33], las cuales contienen información sobre los criterios que deben aplicarse a una organización para preparar el Informe de sostenibilidad. Para el desarrollo de lo anterior en la gráfica N°3: Diagramación de la metodología Implementada para el desarrollo de la estrategia de implementación del GRI, se define los siguientes pasos [25]:

**Imagen N° 3: Diagramación de la Metodología Implementada para el desarrollo de la estrategia para la Implementación del GRI**



Fuente: El Autor

#### **4.2.1. REVISIÓN DOCUMENTAL:**

La revisión documental para el desarrollo de éste proyecto, se realizó mediante el apoyo de los materiales oficiales que se encuentran en la base de datos del GRI *Sustainability Disclosure Database*. Materiales que brindaron la información necesaria de las guías GRI, para conocer acerca de sus inicios, desarrollo, posicionamiento y el direccionamiento los aspectos en sostenibilidad a reportar en un futuro.

Adicionalmente, el foco central general es la versión G4 2013 de la cual trató éste proyecto. De esta guía fue importante conocer los principios básicos que componen su elaboración, desde la descripción de la misma, los pasos a seguir y la definición de criterios a medir, que depende del alcance que cada una de las compañías puedan reportar.

Por otro lado, la información primaria fue la que se encontró disponible en la compañía, mapas, disponibilidad de materiales, listados de certificación, bases de datos de productores, informes de pagos y reliquidaciones, reportes de gestión de las Cooperativas, históricos de ventas y los diferentes estados de cuentas disponibles que son entregados directamente a las cooperativas y sus beneficiarios.

#### **4.2.2. DEFINICIÓN DE LOS CRÍTERIOS DE SOSTENIBILIDAD A REPORTAR**

Teniendo en cuenta las actividades que comprenden la comercialización de café desarrolladas por Expocafé S.A. se realizó un análisis a cada uno de los criterios que se encuentran establecidos en la guía G4, para definir cuáles de éstos reflejan el modelo de sostenibilidad que la compañía posee. Para ello fue necesario dar lugar al principio de materialidad requerido por la guía y de ésta manera abordar los aspectos significativos que demuestran la realidad económica, ambiental y social de la compañía.

Después de identificar los criterios, el paso a seguir es determinar la cobertura del reporte de sostenibilidad en conformidad con la guía, pero en este desarrollo inicial se usará la cobertura *Esencial*<sup>1</sup> establecida por G4.

---

<sup>1</sup> El reporte esencial es aquel que consta de los elementos fundamentales de la memoria de sostenibilidad. Constituyendo un marco mediante el que las organizaciones transmiten las consecuencias de su desarrollo económico, ambiental, social y de gobierno [37].

Un informe de sostenibilidad de contenido *Esencial* indica que se tendrán en cuenta los siguientes principios:

- ✓ Básicos generales obligatorios:
  - Estrategia y análisis.
  - Perfil de la organización.
  - Aspectos materiales y cobertura.
  - Participación de los grupos de interés.

Adicional a los principios básicos generales, la guía contemplará los contenidos específicos obligatorios, que se conocerán una vez se determinen los aspectos relevantes a reportar. Para la opción *Esencial*, Expocafé deberá presentar para cada aspecto material identificado, la información del enfoque de gestión y reportar un indicador como mínimo.

Partiendo del hecho de que en esta primera instancia la compañía desea realizar su primera memoria en conformidad *Esencial* con el GRI, los siguientes criterios contenidos en las tablas N° 1 y N°2, serán los criterios a aplicar:

**Tabla 1: Contenidos Básicos Generales Obligatorios**

<b>CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES OBLIGATORIOS</b>	
<b>Contenidos básicos generales</b>	<b>«De conformidad» – Esencial</b>
Estrategia y análisis	G4-1
Perfil de la organización	G4-3 a G4-16
Aspectos materiales y Cobertura	G4-17 a G4-23
Participación de los grupos de interés	G4-24 a G4-27
Perfil de la memoria	G4-28 a G4-33
Gobierno	G4-34
Ética e integridad	G4-56

Fuente: [37]

Nota: Para conocer la referencia de cada uno de los contenidos básicos, dirigirse a las páginas 24 a la 42 de G4 Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad – Principios y Contenidos básicos de la guía [37].

**Tabla 2: Contenidos Básicos Específicos Obligatorios**

<b>CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS OBLIGATORIOS (INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES)</b>	
<b>Contenidos básicos específicos</b>	<b>«De conformidad» – Esencial</b>

Información general sobre el enfoque de gestión	Solo para los Aspectos materiales (*)
Indicadores	Como mínimo un Indicador relacionado con cada Aspecto material (*)

Fuente: [37]

(\*) Los aspectos materiales son los que se encuentran listados en la sección 4.2.5.

#### **4.2.3. DIAGNÓSTICO DEL ESTADO DE EXPOCAFÉ S.A.**

Después de definir los criterios a medir se procedió a realizar el estudio de las condiciones que tiene o que debe reunir la compañía, para iniciar el proceso de implementación del GRI.

Para este caso se construyó una matriz en la que se encuentran relacionados cada uno de los criterios seleccionados y su aplicabilidad en Expocafé seguido del estado actual en que se encuentra la información.

Lo que se diagnosticó fueron todas aquellas situaciones o inconvenientes que impedían llevar a cabo la realización de la memoria de sostenibilidad para Expocafé.

En una primera instancia se definió el nivel de cobertura que tendrá la memoria en conformidad con la guía, según el nivel de conocimiento y el tipo de información que esta requiere y la información de la que Expocafé dispone, pero por efectos de ser la primera vez que se va a generar un reporte, la cobertura seleccionada fue la *esencial*, pues de esta manera se abarca la información principal acerca de la compañía, su estructura y los criterios de desempeño acorde con la materialidad de la compañía.

Cada uno de los contenidos de la Tabla N°3 se encuentran estructurados por filas y de allí se enlista cada uno de los aspectos expuestos por el GRI, al lado de cada aspecto se agrega una **X** en la casilla “Aplica” en caso de que el criterio cumpla con las actividades realizadas por la compañía o una **X** en la casilla “No Aplica” en caso de que éste no aplique. En color Negro se encuentran aquellos criterios que si aplicaron y fondo gris los criterio que por motivos de ausencia de información o confidencialidad de la compañía, no pueden ser presentados.

El presente diagnóstico tiene relacionado los contenidos básicos de la guía que son de dos tipos:

### **Contenidos básicos generales:**

- Estrategia y análisis
- Perfil de la organización
- Aspectos materiales y Cobertura
- Participación de los grupos de Interés
- Perfil de la memoria
- Gobierno
- Ética e integridad

En las tablas incluidas en los anexos N° 2 y 3 revelan cuál es el estado inicial de la compañía para proceder con desarrollo de la guía, en términos generales se observa que los contenidos básicos expuestos y las actividades de Expocafé son totalmente acordes los unos con los otros, pues la mayoría de la información requerida es aplicable y se encuentra disponible para ser divulgada.

El diagnóstico ambiental de la compañía, haciendo referencia a consumos y generaciones se encuentra desarrollada en el numeral 6.2 Gestión Responsable con el Ambiente.

#### **4.2.4. EVALUACIÓN DEL ESTADO DE LA ORGANIZACIÓN CON RESPECTO A LOS CRITERIOS A REPORTAR**

A partir de los criterios que se definieron en el punto anterior (4.2.3.) el paso a seguir es evaluar el estado de Expocafé S.A. frente a estos criterios, es decir, si la compañía posee un posee impacto altos sobre cada uno de éstos y de esta manera obtener la materialidad de la guía.

Lo anterior se evaluó mediante una matriz de aspectos impactos en la cual se tomaron dos partes, Expocafé en sus procesos externos (Impactos indirectos de la cadena de suministro) y Expocafé en sus procesos Internos (Impactos directos relacionados con los procedimientos llevados a cabo dentro de las instalaciones).

#### **Procedimiento:**

Primero se identifican las fases que se evaluarán, aquellas que están relacionadas durante toda la cadena de suministro de Expocafé desde la producción en finca hasta el transporte a puerto como se observa detalladamente en la tabla N°5, adicionalmente la definición de cada proceso se encuentra en el Anexo N°4:

**Tabla 3: Fases y procedimientos implicados en la cadena de suministro de Expocafé**

<b>FASES/ETAPAS</b>	<b>PROCESOS</b>
<b>En Finca</b>	Contratación Personal por Cosecha
	Preparación Terreno
	Siembra del cultivo
	Manejo de Arvenses
	Fertilización
	Control de Plagas
	Cosecha
	Beneficio
	Secado
	Transporte Punto de Compra
<b>Punto de Compra</b>	Adquisición de instalaciones
	Contratación de personal
	Recepción del Café
	Comercialización del café
	Catación
	Empacado
	Almacenamiento
	Garantizar Trazabilidad
	Comercialización de Insumos y Agroquímicos
<b>Trilladoras</b>	Adquisición de instalaciones y Maquinaria
	Contratación del personal
	Recepción de carga
	Almacenamiento
	Pre limpieza del café
	Proceso de Trilla
	Separación Mecanica del café
	Disposición de Residuós (Cisco)
	Empacado
Cargue al camión de transporte	
<b>Transporte</b>	Transporte a Punto de Compra
	Transporte a Trilla
	Transporte a puerto

Fuente: El Autor

A partir de la identificación de los procesos externos obtenidos anteriormente, se procede a evaluar cada uno de ellos en cuanto a los aspectos ambientales y socioeconómicos.

Metodología:

La metodología consiste en interrelacionar los procesos de Expocafé que pueden ocasionar impacto a los diferentes aspectos ambientales y socioeconómicos, Posteriormente se califican cada una de las interacciones de acuerdo a los siguientes criterios\*:

\*Estos criterios se implementaron teniendo en cuenta la metodología de evaluación de impactos que se describe en el libro “Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental” del autor Guillermo Espinoza.

- **Carácter del impacto:** Si el proceso deteriora o mejora el aspecto

<b>Carácter</b>	
Positivo	(+)
Negativo	(-)

- **Presencia del Impacto (Pr):** Se determina la probabilidad de aparición del impacto.

<b>Presencia (Pr)</b>	
Cierto	1
Muy Probable	0,7 – 1,0
Probable	0,3 – 0,7
Poco Probable	0,0 – 0,3

- **Duración de la acción (Du):** Se considera la permanencia del impacto en relación del proceso que lo genera.

<b>Duración (Du)</b>	
Muy largo >10 Años	1 – 0,8
Largo 7 – 10 Años	0,6 – 0,8
Medio 4 – 7 Años	0,4 – 0,6
Corto 1 – 4 Años	0,2 – 0,4
Muy Corto < 1 Año	0,0 – 0,2

- Evolución del Impacto (Ev): se evalúa si al finalizar el proceso que genero el impacto, el efecto permanece o si el aspecto afectado regresa a sus condiciones originales:

Evolución (Ev)	
Muy Rápido	1 – 0,8
Rápido	0,6 – 0,8
Medio	0,4 – 0,6
Lento	0,2 – 0,4
Muy Lento	0,0 – 0,2

- Magnitud (Ma): Establece la dimensión o el tamaño del impacto.

Magnitud (Ma)	
Muy Alta	1 – 0,8
Alta	0,6 – 0,8
Media	0,4 – 0,6
Baja	0,2 – 0,4
Muy baja	0,0 – 0,2

- Evaluación: Determina la importancia del impacto, si es alto, medio o bajo.

$$Pr(a*Ev*Ma)+(b*Du)$$

Factores de Ponderación:

a: 7

b: 3

Clasificación por color impactos negativos:

	0,0 – 3,3	Bajo
	3,4 – 6,7	Medio
	6,8 – 10	Alto

Clasificación por color impactos Positivos:

	0,0 – 3,3	Bajo
	3,4 – 6,7	Medio
	6,8 – 10	Alto

Finalmente la evaluación de los aspectos de sostenibilidad relacionados con los procesos externos de Expocafé, resultó como se indica en la tabla N°6 (Para más información sobre la matriz de Evaluación de Impactos, dirigirse al Anexo N° 5. Matriz de Impactos – Expocafé):

Tabla 4: Matriz de Evaluación de Impactos Externos Expocafé S.A.

Aspecto	Factor	Subfactor/ Acciones	Evaluación						
			CARÁCTER	PRESENCIA	DURACIÓN	EVOLUCIÓN	MAGNITUD	CLASIFICACIÓN	
Ambiente	Abiótico	Paisaje	Modificación del Paisaje	N	1	1	0,2	0,2	3,28
		Procesos Geofísicos	Morfología	N	0,7	1	0,6	0,6	4,764
			Erosión	N	0,7	1	0,8	0,5	4,96
			Sedimentación	N	0,7	0,6	0,2	0,4	2,192
		Atmósfera	Contaminación	N	0,7	0,2	0,2	0,8	1,384
			Ruido	N	1	0,5	1	0,5	5
		Energía	Alto Consumo Energético	N	1	0,4	0,4	0,8	3,44
		Agua	Superficial	N	1	0,8	0,8	0,8	6,88
			Subterránea	N	0,7	0,6	0,2	0,6	2,388
		Suelos	Uso de suelo	N	0,7	0,8	0	0	2,4
	Generación de residuos		N	1	0,8	0,8	0,4	4,64	
	Biótico	Vegetación	Terrestre	N	1	0,8	0,8	0,4	4,64
			Acuático	N	1	0,8	0,8	0,4	4,64
		Fauna	Terrestre	N	1	0,8	0,8	0,4	4,64
			Acuático	N	1	0,8	0,8	0,4	4,64

Aspecto	Factor	Subfactor/ Acciones	Evaluación						
			CARÁCTER	PRESENCIA	DURACIÓN	EVOLUCIÓN	MAGNITUD	CLASIFICACIÓN	
Económico Social	Económico	Socioeconómico	Económico	P	1	1	0,6	1	7,2
			Empleo	P	1	1	0,6	1	7,2
			Trabajo Infantil	N	1	1	0,6	1	7,2
			Traslado Familiar	N	0,7	1	0,6	1	5,94
	Social	Prácticas laborales	Salud y Seguridad	N	1	1	1	1	10
			Prestaciones Sociales	N	0,7	1	0,6	1	5,94
			Capacitación y Educación	N	0,7	0,6	0,6	1	4,74
			Igualdad de oportunidades	N	0,3	0,6	0,6	0,6	2,556
		Derechos Humanos	Discriminación	N	0,5	0,4	0,6	0,4	2,04
			Trabajo Forzoso	N	0,7	1	0,6	1	5,94
			Medidas de seguridad	N	0,7	1	0,6	1	5,94

Fuente: El Autor

En la tabla N°6 se observa el resultado de la evaluación de impactos, teniendo como resultados 14 impactos medios, 5 impactos bajos y 7 Impactos bajos. Para el ejercicio de materialidad, se tomarán en cuenta los impactos altos y medios.

Para Expocafé Interno se realizó el mismo ejercicio, en la tabla N°7 se identificaron los procesos relacionados dentro de la compañía, para este caso, la definición de cada procedimiento se relaciona en el anexo N° 6:

**Tabla 5: Identificación de Procesos Internos de Expocafé S.A:**

FASE	ACTIVIDAD
RECURSOS HUMANOS	Provisión de Recursos
	Talento Humano
	Competencia, Toma de Conciencia y Formación
	Infraestructura

<b>FASE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
	Ambiente de Trabajo
<b>SISTEMAS</b>	Suministro de Software y Hardware
	Servicio de Mantenimiento de Equipos
<b>VENTAS</b>	Información del mercado en línea
	Reporte de café comprado
	Requerimientos del cliente
	Reporte de precio de compra
<b>COMPRAS</b>	Proceso de Compras
	Verificación de los Productos Comprados
	Proceso de Trilla
	Identificación Y trazabilidad
	Preservación del Producto
<b>CALIDAD</b>	Proceso de Catación
	Obtención de productos no conformes
	Devoluciones
<b>DESPACHO</b>	Orden de despacho
	Programación y reserva de buques
	Fumigación del café en puerto
	Mantenimiento de seguridad de la operación
<b>FACTURACIÓN</b>	Solicitud Guía de transito
	Reporte de ventas
	Certificado de BL
	Obtención de BL
	Obtención de certificados adicionales
<b>SOSTENIBILIDAD</b>	Sellos y certificaciones
	Diseño de proyectos a la medida del cliente
	Impacto en comunidades
	Satisfacción del Cliente

Fuente: El Autor

Posteriormente se evaluaron cada uno de estos procesos, pero esta vez considerando más impactos de tipo ambiental, económico, social, trabajo y derechos humanos, en los que dichos procesos podrían impactar, en la tabla N°8 se observa el resultado de esta evaluación:

**Tabla 6: Matriz de Evaluación de Impactos Internos Expocafé S.A.**

Aspecto	Factor	Subfactor/ Acciones	Evaluación						
			CARÁCTER	PRESENCIA	DURACIÓN	EVOLUCIÓN	MAGNITUD	CLASIFICACIÓN	
Ambiente	Abiotico	<b>Materiales</b>	Adquisición de Materiales	N	1	1	1	1	10
		<b>Energía</b>	Renovable	P	0,7	1	0,6	0,6	4,764
			Consumo	N	0,7	1	0,8	0,8	6,136
		<b>Agua</b>	Captación	N	0,7	0,6	0,2	0,4	2,192
			Consumo	N	0,7	0,8	0,6	0,8	4,752
			Tratamiento	P	0	0	0	0	0
		<b>Emisiones</b>	Directas	N	0	0	0	0	0
			Indirectas	N	1	0,8	0,8	0,8	6,88
	<b>Efluentes y residuos</b>	Generación de residuos	N	0,7	0,6	0,8	0,6	4,152	
		Disposición de residuos	N	1	1	0,6	0,8	6,36	
	<b>Biotico</b>	<b>Biodiversidad</b>	Ubicación de instalaciones	N	1	0,8	0,4	0,2	2,96
Económico – Social	Laboral y trabajo digno	<b>Empleo</b>	Contratación	P	1	0,8	0,8	0,4	4,64
			Prestaciones Sociales	P	1	0,8	0,8	0,4	4,64
		<b>Salud y Seguridad Ocupacional</b>	Riesgos	N	1	0,8	0,8	0,4	4,64
			Lesiones	N	1	0,8	0,8	0,4	4,64
		<b>Capacitación y educación</b>	Programas de Capacitación	P	1	1	0,6	1	7,2
			Horas de Capacitación	P	1	1	0,6	1	7,2
		<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>	Composición categorías	N	1	1	0,6	0,6	5,52
		<b>Igualdad de retribución entre hombres y mujeres</b>	Salarios hombres/Mujeres	P	0,7	1	0,8	1	6,92
		<b>Evaluación de prácticas laborales entre proveedores</b>	Proveedores Nuevos	N	1	1	1	1	10

Aspecto	Factor	Subfactor/ Acciones	Evaluación						
			CARÁCTER	PRESENCIA	DURACIÓN	EVOLUCIÓN	MAGNITUD	CLASIFICACIÓN	
	Derechos Humanos	No discriminación	Casos de discriminación	P	0,7	0,6	0,6	1	4,74
		Trabajo Infantil	Identificación de casos	N	0,3	0,6	0,6	0,6	2,556
			Medidas adoptadas	N	0,5	0,4	0,6	0,4	2,04
		Trabajo Forzoso	Identificación de casos	N	0,7	0,6	0,2	1	2,78
		Medidas de seguridad	Capacitación	P	0,7	1	0,6	1	5,94
		Derechos de la población Indígena	Identificación de casos	P	1	1	0,2	0,4	3,56
	Sociedad	Mecanismo de reclamación en materia de derechos humanos	Casos dereclamaciones	P	0,3	0,2	0,4	0,4	0,936
		Comunidades locales	Programas de desarrollo	P	1	1	0,6	0,6	5,52
		Lucha contra la corrupción	Identificación de casos	P	1	1	0,6	0,4	4,68
	Medidas adoptadas		P	1	1	0,4	0,4	4,12	
	Responsabilidad sobre productos	Prácticas de competencia desleal	Demandas	N	0,3	0,2	0,4	0,4	0,936
		Cumplimiento regulatorio	Multas	P	0,3	0,2	0,4	0,4	0,936
		Salud y Seguridad de los clientes	Medidas adoptadas	P	1	0,8	0,6	0,8	5,76
Etiquetado de productos y servicios		Identificación de materiales	P	1	0,8	0,6	0,6	4,92	
	Privacidad de los clientes	Demandas	N	0,7	0,2	0,2	0,2	0,796	

Fuente: El Autor

Para el desarrollo de la guía es importante priorizar los impactos de los procesos que se realizan dentro de la compañía, pues de esta manera se logrará analizar el principio de materialidad de la misma, en la que se destacan los impactos más relevantes, tanto positivos como negativos en los que la compañía está incurriendo.

Una vez Evaluados y analizados estos impactos, los principios materiales que para Expocafé (externo e interno) son relevantes y a partir de estos debe generar un plan de acción son los que se definen en el punto 4.2.5.

#### **4.2.5. PRINCIPIO DE MATERIALIDAD**

- Fortalecimiento de las comunidades: La importancia de profundizar y avanzar en temas de sostenibilidad radica en el fortalecimiento de las comunidades implicadas en la cadena de suministro de la actividad comercial de la compañía, en este caso generando impacto desde el inicio de su actividad, las Cooperativas.

¿Por qué las Cooperativas y no directamente los productores?

Como se ha mencionado anteriormente, Expocafé es una compañía perteneciente a las Cooperativas Caficultoras del País y es a través de ellas que negocia y comercializa el café. Las Cooperativas se encargan de comprar y acopiar el café de los productores y proveérselo a Expocafé.

Por lo anterior Expocafé, a través de la transmisión de conocimientos (capacitaciones programadas en temas de alta importancia como implementación de normas de certificación y verificación, trabajo infantil, seguridad laboral, uso seguro de agroquímicos, protección del ambiente, productividad y calidad), provisión de material documental, material didáctico y planeación de actividades, provee insumos necesarios para que las Cooperativas y su equipo de trabajo social eduquen y capaciten al productor de una manera fácil y entendible para que estos conocimientos sean aplicados en finca.

Adicional Expocafé ofrece alianzas con clientes estratégicos dispuestos a ofrecer un precio adicional para generar proyectos de alto impacto, que mejoren las condiciones de vida de los productores, ya sea a través del pago de sobreprecios, mejoramiento de infraestructura o constante acompañamiento técnico.

- **Gestión Responsable con el Ambiente:** Expocafé en sus actividades tanto internas como externas, debe velar por el cuidado del ambiente, pues es a través de éste que se proveen los recursos necesarios para su normal actividad.

Inicialmente Expocafé debe minimizar los impactos que se generan a nivel interno, la racionalización de sus materiales, racionalización del agua y la energía y la disposición adecuada de los residuos.

- **Comercio Responsable:** Expocafé se destaca por la promoción y comercialización de cafés diferenciados y sostenibles, los cuales generan valor agregado a los productores.

Año tras años Expocafé propone metas de ventas, en los que el mayor porcentaje de la exportación de café sea proveniente de Cafés diferenciados (Sociales, Sostenibles, hechos a la medida del cliente).

- **Velar por la calidad laboral:** Expocafé provee a sus empleados la mejor calidad laboral, ofreciendo incentivos de beneficios en salud, alimento, vacaciones, seguros, seguridad y clima laboral.
- **Trazabilidad:** Para Expocafé, la importancia de los cafés diferenciados radica en la seguridad de que el café que se está comercializando como diferenciado, realmente lo sea.

#### **4.2.6. PLAN DE ACCIÓN**

A partir de los resultados obtenidos en aspectos de materialidad, se procede con el diseño de un plan de trabajo, el cual indica cuáles serán las actividades a desarrollar en el transcurso de éste año, quiénes serán los responsables de ejecutarlas y el plazo en que deberán desarrollarse para establecer, ejecutar y mejorar los lineamientos del desarrollo de la guía en la compañía.

Con los insumos recopilados a través de la revisión documental, reuniones, capacitaciones y visitas a campo, se elaboró el siguiente plan de trabajo, para establecer la implementación y el desarrollo de la guía a partir de éste momento.

El plan de trabajo contempla, como primera acción fundamental, un taller de capacitación e interpretación de la guía, a cargo del departamento de Sostenibilidad y el apoyo de un agente del Punto Focal del GRI en Colombia.

En la tabla N°9 se encuentran en detalle cada uno de los temas a tratar en este plan de trabajo, con su respectiva estrategia para cumplimiento, actividades a desarrollar, recursos necesarios, fechas y responsables:

**Tabla 7: Plan de Trabajo GRI Expocafé S.A.**

TEMA	ESTRATEGIA GENERAL PARA CUMPLIMIENTO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	FECHA	RESPONSABLE
<b>Capacitación e Interpretación de la Guía</b>	Difusión del contenido de la Guía	Talleres de Capacitación	Material Didáctico (Cuadernillos de Información)	Viernes 29 de Agosto de 2014	Sostenibilidad
			Alianza punto focal del GRI		
			Asesoría de expertos en el tema		
			Presentaciones con contenido claro		
			Encuesta de resultados		
<b>Elaboración del GRI</b>	Socialización de lineamientos	Talleres de Capacitación	Material Didáctico (Criterios GRI) Experto en el tema	Jueves 4 de Septiembre de 2014	Sostenibilidad
	Establecimiento de cronograma de actividades	Reuniones de trabajo GRI	Material Didáctico (Cuadernillos de Información)	Viernes 5 de Septiembre de 2014	
			Alianza punto focal del GRI		
			Asesoría de expertos en el tema		
	Elaboración del GRI	Desarrollar memoria de Sostenibilidad	Material Informativo	1 de Octubre a 28 de Noviembre de 2014	
			Recursos Tecnológicos		
	Publicación de memoria	Desarrollar diseño de Publicación	Talento Humano	Miércoles 17 de Diciembre de 2014	
<b>Fortalecimiento de las Comunidades</b>	Difusión del contenido de la guía	Reunión de Capacitación	Recursos	Enero 13 y 14 de 2015	Sostenibilidad

TEMA	ESTRATEGIA GENERAL PARA CUMPLIMIENTO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	FECHA	RESPONSABLE	
<b>Fortalecimiento de las Comunidades</b>	Presentación de Resultados	Diseñar metodología de Capacitación específica del tema	económicos	Enero 13 y 14 – 15 y 16 de 2015	Sostenibilidad	
	Difusión de criterios críticos relacionados con el GRI		Material Didáctico			Experto en el tema
	Plan de Fortalecimiento GRI		Disponibilidad de Personal idóneo			
	Educación	Diseño de materiales	Alianzas Estratégicas			
	Entregar material informativo	Entrega de Materiales	Material didáctico			
	Identificar Falencias en implementación	Diseño encuesta de resultados	Papelería			
<b>Gestión Responsable con el Ambiente</b>	Identificación Impactos Ambientales	Diseñar una metodología de Capacitación específica para el desarrollo de la actividad	Asesoría de experto en el tema	Enero 22 y 29 de 2015	Sostenibilidad	
	Diagnóstico del estado de los impactos	Verificación del estado actual de impactos (perspectiva de los empleados)	Diseño de Formularios y encuestas			
	Diseño de Planes de manejo Ambiental dentro de la compañía	Entrega y socialización del material.	Material Didáctico			
	Implementación de Planes de	Desarrollar actividades	Recursos necesarios			

TEMA	ESTRATEGIA GENERAL PARA CUMPLIMIENTO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	FECHA	RESPONSABLE
	Manejo Ambiental	propuestas en el PMA	propuestos en PMA		
<b>Comercio Responsable</b>	Fijación de metas en ventas de Cafés diferenciados	Gestionar recursos para buscar alianzas estratégicas.	Proveedores	Enero de 2015	Gerencia Dirección estratégica Junta Directiva
		Apoyarse en los distintos puntos de venta de Cooperativas para fortalecer la adquisición de productos.	Proveedores Recursos económicos.		
			Instalaciones Talento Humano		
<b>Calidad Laboral</b>	Fortalecer el conocimiento en beneficios laborales que reciben los empleados de Expocafé	Reunión de información Divulgación de resultados	Recursos didácticos Recopilación de Experiencias	Febrero 2 de 2015	Sostenibilidad
<b>Trazabilidad</b>	Diagnosticar el estado de la trazabilidad física y documental de los productos en cada una de los puntos de Acopio.	Visita a puntos de compra	Cartillas didácticas	Enero – Junio de 2015	Sostenibilidad
	Generar plan de actividades referentes a las actividades del diagnóstico	Diseño de plan de acción	Material didáctico		

TEMA	ESTRATEGIA GENERAL PARA CUMPLIMIENTO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	FECHA	RESPONSABLE
	Planeación de auditorías Internas	Diseño de materiales. Entrega y socialización del material.  Transmitir la información de forma práctica y sencilla	Promotores y/o lideres		

Fuente: El Autor

**Tabla 8: Temas talleres GRI Expocafé Interno**

Temas talleres GRI Expocafé Interno		
TEMAS DEL TALLER	FECHAS	LUGAR
Introducción al GRI	Talleres en el Mes Agosto y septiembre de 2014, tratar un tema por semana.	Instalaciones Expocafé
Definir el alcance conceptual de los temas generales detallados el plan		
Términos y definiciones		
Procedimientos de verificación		
Definición de criterios obligatorios		
Técnicas de elaboración de memorias		
Distribución de Roles		

Fuente: el Autor

**Tabla 9: Temas Talleres GRI Expocafé Externo**

COOPERATIVAS	TEMA DE SOCIALIZACIÓN	MECANISMOS DE SOCIALIZACIÓN	Fechas
Manizales	Introducción al GRI / Fortalecimiento de Comunidades	Capacitaciones /reuniones	13 y 14 de Enero

<b>COOPERATIVAS</b>	<b>TEMA DE SOCIALIZACIÓN</b>	<b>MECANISMOS DE SOCIALIZACIÓN</b>	<b>Fechas</b>
Antioquia	Introducción al GRI / Fortalecimiento de Comunidades	Capacitaciones /reuniones	15 y 16 de Enero de 2015

Fuente: El Autor

#### **4.2.7. DEFINICIÓN DE UN PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DE DATOS**

Para efectos de obtener la información necesaria para la elaboración de la memoria, a continuación se define el siguiente procedimiento:

1. Identificar el tipo de información a solicitar, por ejemplo si es para desempeño de programas, ventas, trazabilidad, compras o desarrollo de planes anuales.
2. Solicitar información vía email al área encarga, ya sea de la Cooperativa o de Expocafé área de ventas, contabilidad, logística, archivo, cafés especiales, gerencia.
3. Enviar formato de solicitud de información del área de sostenibilidad.
4. Recibir información no mayor a una semana después de solicitarla.

#### **4.2.8. MEDICIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS**

Dando continuidad a la metodología para el desarrollo de la guía, se realiza la medición de datos, esto con el fin de obtener información requerida para el desarrollo de los criterios.

A través de esta medición se procesó la información obtenida de las diferentes fuentes de información mencionadas en el punto anterior y a partir de ella se obtuvo la información a presentar en el desarrollo de la guía.

Para varios de los casos, se realizaron tablas informativas, las cuales contienen la información por ejemplo de ventas, la cual se obtuvo del SAP, de esta manera se clarificaron los materiales de café exportados dependiendo de su tipo, marca, procedencia y cantidad.

La información de los premios pagados a las comunidades se obtuvo del seguimiento a pago de cafés especiales, un query del SAP, que arroja la información de los lotes que van siendo cancelados por los clientes para que puedan ser transferidos a las comunidades.

La inversión en los diferentes proyectos propuestos en los programas de cafés especiales se obtiene de cuentas que se llevan en paralelo al desarrollo de estos en el área de sostenibilidad.

## **5. ELABORACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD**

### **5.1. PALABRAS GERENTE GENERAL DE EXPOCAFÉ (G 4-1)**

Estimados Accionistas y demás lectores:

Como resultado de nuestro permanente compromiso por ser el proveedor de café colombiano de alta calidad mejor reconocido por el mercado internacional, para nosotros es un placer presentar el primer informe de sostenibilidad de Expocafé S.A. elaborado teniendo en cuenta los lineamientos definidos por la guía G.4 2013 del *Global Reporting Initiative GRI*. El documento presenta tres enfoques principales basados en las dimensiones económica, social y ambiental, las cuales dejan en evidencia el compromiso sostenible ejecutado por Expocafé a lo largo de 2013 y 2014.

Con esta primera publicación, queremos demostrar nuestro compromiso con la comercialización sostenible de café y las acciones desarrolladas por nuestra compañía en pro del beneficio del caficultor colombiano. Como comercializadores de café verde, buscamos generar valor agregado a nuestros proveedores, brindando siempre el mejor precio del mercado teniendo presente que lo primordial siempre será la calidad, la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental.

Como resultado de este objetivo, durante el 2013 consolidamos una alianza muy importante con Farmer Brothers, desarrollando juntos un programa de comercio sostenible a largo plazo "*Direct Trade*" que beneficia a más de 1.300 caficultores de los departamentos de Antioquia y Valle del Cauca. De la misma manera, para el 2014 se busca obtener más alianzas como estas que a través de la comercialización nos ayude a beneficiar más caficultores en distintas zonas del país.

Por último, conscientes de que el camino a la Sostenibilidad es gradual, nos proponemos muchas metas, para 2014 para seguir fortaleciendo el comercio sostenible, y consolidarnos como una organización sólida que procura por la transparencia, la responsabilidad ambiental y el bienestar social y económico de nuestros productores.

Carlos Hernando Duque Pelaez  
Gerente General Expocafé S.A.

## 5.2. UBICACIÓN EXPOCAFÉ S.A. (G 4-3 Y G 4-5)

Expocafé S.A. es el exportador de las cooperativas de caficultores de Colombia, fue fundada el 21 de Marzo de 1985, se encuentra ubicada en la carrera 7 N° 74-36 piso 3 en la ciudad de Bogotá Colombia (Ver Imagen N°1). La compañía posee un alto y estricto compromiso con la calidad de los cafés que maneja y entrega a sus clientes, estamos en contacto directo con las diferentes comunidades de productores cafeteros ubicados a lo largo y ancho de la Colombia cafetera y promovemos la comunicación directa entre Clientes y Cultivadores.

**Imagen N° 4: Ubicación de Expocafé S.A. (Carrera 7 N°74-36)**



**Fuente: El Autor, Tomado de Google Maps.**

## 5.3. MARCAS Y PRODUCTOS (G 4-4)

Expocafé ofrece un amplio portafolio de cafés excelsos para su comercialización:

Café estándar:

- Cafés Supremos 17+: Café verde beneficiado sobre malla de perforación circular de 17/64" de diámetro con una tolerancia de 5% de grano retenido por la malla 14/64" [39].

- Cafés Extras 16+: Café verde beneficiado sobre malla de perforación circular de 16/64” de diámetro con una tolerancia de 5% de grano retenido por la malla 14/64” [39].
- Europa 15+: Café verde beneficiado sobre malla de perforación circular de 15/64” de diámetro con una tolerancia de 5% de grano retenido por la malla 14/64” [39].
- UGQ 14+: Café verde beneficiado sobre malla de perforación circular de 14/64” de diámetro con una tolerancia de 1,5% de grano retenido por la malla 12/64” [39].

#### Cafés Sostenibles:

- Rainforest Alliance: Es una certificación que asegura que el café es producido de manera social, económica y ambientalmente sostenible [40].

“Rainforest Alliance usa el poder de los mercados para detener los principales impulsores de la deforestación y la destrucción ambiental: la extracción de madera, la expansión agrícola, la ganadería y el turismo”. Se busca “asegurar que millones de hectáreas de bosques productivos, fincas, tierras ganaderas y propiedades hoteleras sean manejadas de acuerdo con normas rigurosas de sostenibilidad” [40].

Actualmente, Expocafé posee dos zonas Rainforest (Ver Imagen N°5), a través del Cluster Expocafé que abarca las zonas de Antioquia y Caldas, con 5.420 hectáreas certificadas y 1.527 productores beneficiados [41].

Disponibilidad: 24.500 sacos de café de 70 Kg al año

Otra zona Rainforest, se encuentra ubicada en el departamento del Huila, pero esta zona no es certificada por Expocafé, su certificado pertenece a la Cooperativa de Caficultores del Huila a través de la cual también se comercializa [41].

Disponibilidad: 11.000 sacos de café de 70 Kg al año

### Imagen N° 5: Ubicación zonas Rainforest – Expocafé



Fuente: Expocafé [39]

- Comercio Justo: El Comercio Justo representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores, ofrece a los productores un trato justo y condiciones comerciales provechosas. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores, Comercio Justo es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias [42]. Este sello de certificación tiene la particularidad de que por cada libra de café certificado Comercio Justo comercializada, se generan primas sociales (20 USD Cvs/Lb para café convencional y 50 USD Cvs/Lb para café Orgánico) con las cuales se desarrollan proyectos orientados a mejorar la productividad, el ambiente y la calidad de vida de los caficultores [42].

Actualmente Expocafé tiene convenio con 27 comunidades Comercio Justo distribuidas en 7 departamentos (Ver Imagen N°6), Antioquia, Caldas, Risaralda, Tolima, Huila, Valle del Cauca y Cauca [43].

Con aproximadamente 130.000 hectáreas certificadas que brindan beneficios a 29.000 familias cafeteras, la comercialización de éste café social es el producto bandera para Expocafé, pues a través de éste se ha logrado generar ingresos adicionales a través de las primas sociales para estos productores desde 1992 [43].

Disponibilidad: 1'000.000 de sacos de 70 Kg anualmente.

### Imagen N° 6: Zonas Fair Trade



Fuente: Expocafé [43]

- UTZ Certified: El programa UTZ Certified es un sello para la agricultura sostenible que busca crear un mercado de café viable y sostenible, por medio de certificados eficientes y programas de trazabilidad que aseguren responsabilidad con el Ambiente y el entorno social, que cumplan con las necesidades de los productores y de los mercados [44]

Este programa de sostenibilidad Grupo UTZ Expocafé que abarca 158 productores beneficiados a través de los departamentos de Risaralda y Caldas [45].

Disponibilidad: 20.000 Sacos de 70 Kg por año

### Imagen N° 7: Zonas UTZ Certified



Fuente: Expocafé [45]

- **Orgánicos:** Orgánico es el término de denominación que ratifica que los alimentos u otros productos agrícolas han sido producidos a través de métodos aprobados que integran prácticas culturales, biológicas y mecánicas que fomentan el reciclaje de nutrientes, promueve el balance ecológico y conservan la biodiversidad. Prohíbe el uso de fertilizantes sintéticos, los lodos residuales, la irradiación y la ingeniería genética [39].

Los cafés orgánicos se encuentran distribuidos en las zonas de Caldas, Risaralda y Cauca y están certificados bajo el sello de USDA (Sello de certificación orgánica para Estados Unidos) EU (Sello de certificación orgánica para Europa) y JAS (Sello de certificación orgánica para el Japón).

Actualmente 354 productores dueños de 489 hectáreas se encuentran certificados bajo esta iniciativa [46].

Disponibilidad: 3.500 Sacos de 70 Kg al año.

#### **Imagen N° 8: Zonas de Cafés Orgánicos**



Fuente: Expocafé

#### **5.4. ZONA DE OPERACIONES (G4-6)**

Expocafé S.A. opera a lo largo y ancho de la Colombia cafetera, tejiendo una red de 15 departamentos caficultores que involucran a más de 32 Cooperativas caficultoras que proveen el café de mejor calidad para ser entregado a los clientes que Expocafé posee en las distintas partes del mundo, a continuación en la tabla N° 13 se relacionan las cooperativas caficultoras distribuidas en los departamentos del país:

**Tabla 10: Zona de Operaciones Expocafé S.A.**

Departamento	Cooperativa	Trilladoras
Antioquia	Cooperativa de Caficultores de Andes	La Pradera Salgar
	Cooperativa de Caficultores de Antioquia	
	Cooperativa de Caficultores Occidente de Antioquia	
	Cooperativa de Caficultores de Salgar	
Caldas	Cooperativa de Caficultores de Manizales	La Selva Trillacoop
	Cooperativa de Caficultores de Anserma	
	Cooperativa de Caficultores del Norte de Caldas	
	Cooperativa de Caficultores de Aguadas, Pipinta	
	Cooperativa de Caficultores de Alto Occidente de Caldas	
Cauca	Cooperativa de Caficultores del Cauca	Caficauca
	Cooperativa de Caficultores del Norte	
Caquetá	Cooperativa de Caficultores del Caquetá	
Cundinamarca	Cooperativa Dptal de Caficultores de Cundinamarca	Soacha
Cesar Guajira	Cooperativa de Caficultores de la Costa	
Huila	Cooperativa Central de Caficultores del Huila	Alma del Huila
	Cooperativa Departamental del Huila	Cafetrilla
Meta	Cooperativa de Caficultores del Meta	
Nte de Santander	Cooperativa de Caficultores del Catatumbo	
Quindío	Cooperativa de Caficultores del Quindío	Montenegro
Risaralda	Cooperativa Dptal de caficultores de Risaralda Ltda.	Copcafer
	Cooperativa Dptal de caficultores de Marsella	
	Cooperativa Dptal de caficultores de Santa Rosa de Cabal Ltda.	
Santander	Cooperativa de Caficultores del Nororiente de Santander.	Coopcafenor
	Cooperativa de Caficultores de Santander	
Tolima	Cooperativa de caficultores del Líbano	Cafisur
	Cooperativa de Caficultores del Norte del Tolima	
	Cooperativa de Caficultores del Tolima	

Departamento	Cooperativa	Trilladoras
	Cooperativa de Caficultores del Sur del Tolima	
Valle del Cauca	Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle	Cafexcoop
	Cooperativa de Caficultores del Suroccidente del Valle	
	Cooperativa de Cafetaleros de Norte del Valle	
	Cooperativa de Caficultores de Caicedonia	
	Cooperativa de Caficultores de Sevilla	

Fuente: Expocafé S.A. [19]

### 5.5. MERCADOS (G4 – 8)

Como resultado del compromiso generado, se presenta a Expocafé como un reconocido exportador que desarrolla un papel predominante en el gremio exportador cafetero colombiano y mundial, destacándose por tener operaciones hacia:

**Tabla 11: Distribución de Mercados a los que Expocafé sirve**

Destino	Países	Sacos de 70 Kg Exportados
Norte América	USA, Canadá, México	316.467
Europa	Bélgica, Reino Unido, Alemania, Italia, Holanda, Suecia, España, Francia, Australia, Dinamarca, Noruega, Portugal, Letonia, Estonia, Finlandia, Irlanda, Dinamarca, Rusia, Armenia	187.386
Asia	Japón, Israel, Malasia, Corea, China, Rusia, Armenia	49.050
Oceanía	Nueva Zelanda	2.730
África	Sudáfrica	7.162
<b>Total</b>		<b>562.795</b>

Fuente: Expocafé S.A. [47]

En la distribución de mercados a los que Expocafé sirve (Tabla N°14) se observa que la compañía tiene presencia en más de 28 países y que más de la mitad de las operaciones de ventas se realizan a Norte América, seguido por Europa con un 33% y Asia con un 9%.

## 5.6. CADENA DE SUMINISTRO (G4 – 12)

La importancia de identificar la cadena de suministro de Expocafé, radica en conocer cada una de las fases de producción y de procesamiento del café en los que se tienen impactos y se puede mejorar.

Imagen N° 9: Cadena de Suministro Expocafé S.A.



## 5.7. RECONOCIMIENTOS Y CERTIFICACIONES (G4 – 14)

Actualmente Expocafé no ha obtenido reconocimientos por sus labores en la sostenibilidad de la caficultura, pero por efectos de competitividad actualmente posee 2 certificaciones que la acreditan como una compañía seria y responsable en sus procesos, en la tabla N°15 se relaciona la información de estas certificaciones:

Tabla 12: Certificaciones – Expocafé S.A.

Iniciativa	Descripción
	La compañía se encuentra certificado desde 1999 bajo la norma ISO 9000 y dentro del alcance de esta certificación se encuentran sus procesos de Ventas, Compras, Control de Calidad y Despacho de café verde tipo exportación. Una de las motivaciones principales del personal de la compañía es el cumplimiento de las expectativas y requisitos de los clientes que

Iniciativa	Descripción
ISO 9001	atendemos, manteniendo una relación comercial con nuestros proveedores que genere beneficios para los dos y procurando la mejora permanente de todos los procesos internos. Esta certificación es una garantía de transparencia y buen funcionamiento para todas las partes interesadas en nuestro negocio
Basc	La certificación BASC, que la compañía posee desde el 2001, es una certificación en el manejo de la seguridad de la cadena logística de exportación, lo que nos permite trabajar y desarrollar nuestra operación dentro de un ambiente seguro y controlado, lo que nos sirve para presentarnos con nuestros clientes como una compañía honorable, segura y cumplidora de toda la normatividad legal vigente en la cual pueden confiar y con la cual pueden trabajar cómodamente

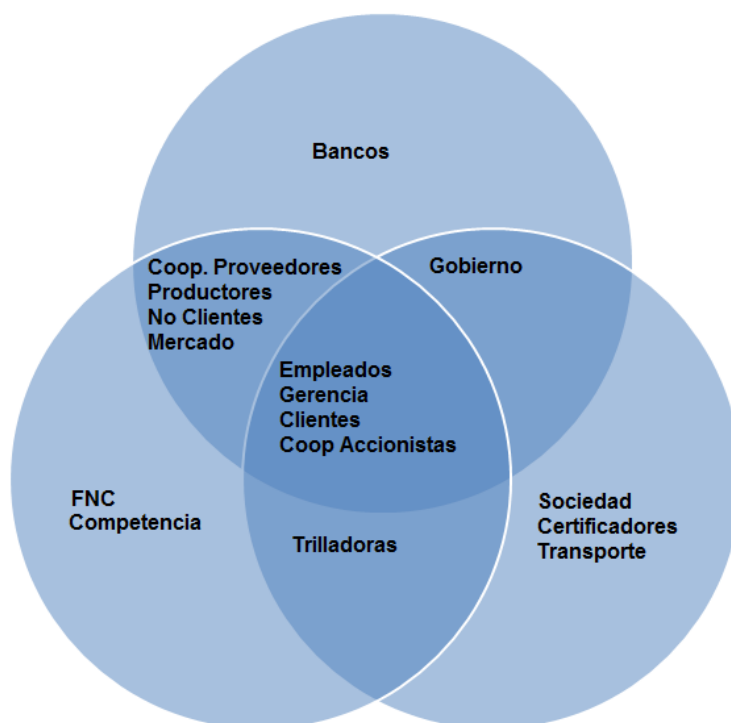
Fuente: Expocafé S.A. [48]

## 5.8. IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS (G4 – 24)

Desde la conformación de la empresa, Expocafé siempre ha estado en constante interacción con sus grupos de interés, pues son ellos la razón de ser de la compañía.

En la imagen N°10 se observa la relación de los grupos de interés en la toma de decisiones de la compañía, esta relación también indica la manera en cómo las decisiones que éstas tomen pueden llegar a afectar a la compañía, todo esto dependiendo de la influencia que tengan sobre la compañía.

**Imagen N° 10: Mapa Multirelacional Grupos de Interés Expocafé**



Fuente: El Autor

En este caso,

### **5.8.1. METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE GRUPOS DE INTERÉS (STAKE HOLDERS).**

Esta metodología se realizó teniendo en cuenta lo documentado por Gestión Responsable RSE en la descripción de métodos para el análisis de sus grupos de interés de las compañías [49]:

**Identificación de grupos:** Listar todos los grupos interesados a lo largo de la cadena de suministro de café.

**Priorización de grupos:** A través de la metodología de multirelación de grupos de interés de Mitchel, Agle y Wood se realizó identificación de los grupos de interés, teniendo en cuenta la relación entre el Poder, Legitimidad y Urgencia de los

interesados con las modalidades Latente, Expectante y Definitivo, todo esto haciendo referencia a:

- Poder: hace referencia a la facultad de imponer a otro su voluntad o a la habilidad para crear un efecto en la empresa.
- Legitimidad: hace alusión a las acciones de un grupo que son deseables, adecuadas o apropiadas dentro de un sistema social de normas, valores y creencias.
- Urgencia: tiene que ver con la sensibilidad de los grupos ante los retrasos de atención de sus exigencias y la importancia que este concede a estas relaciones.

Dependiendo de los atributos que posea cada grupo de interés se determinará la importancia o prioridad que este va a tener para la empresa. Cuando hay ausencia de alguna de estas características podemos decir que hay una pérdida de la condición del grupo de interés y de ninguna manera afectará a la empresa.

Además de la clasificación vista anteriormente Mitchell distingue siete distintos tipos de grupos de interés (inactivos, peligrosos, dominantes, definitivos, dependientes, exigentes y discrecionales), los cuales se agrupan en tres modalidades:

- Latentes

Poseen tan sólo un atributo y son los de menor relevancia al ser considerados por la empresa. Dependiendo del tipo de atributo que posean serán:

- Inactivos: si tienen el poder para influir a la empresa pero carecen de legitimidad y sus exigencias no son urgentes. La empresa debe mantener vigilado este tipo de grupo de interés puesto que puede aumentar la urgencia o la legitimidad y con esto podrán ejercer un mayor poder.
- Discrecionales: poseen legitimidad pero carecen de poder y urgencia.
- Exigentes: son aquellos que son muy insistentes debido a que sus exigencias deben ser cumplidas rápidamente por la empresa.

- Expectantes

Gozan de dos de los tres atributos, su actitud es más activa, y la relación de estos grupos con la empresa es mayor. Están clasificados en:

- Dominantes: poseen poder y legitimidad, lo que le garantiza un gran reconocimiento por parte de la empresa. La ausencia de urgencia le da una apariencia pasiva, sin embargo, a pesar de esto tiene gran influencia sobre la organización.
- Dependientes: tienen peticiones urgentes y legítimas, pero no tienen poder y por esta razón están sujetos a otros grupos de interés o a la voluntad de los directivos.
- Peligrosos: disponen de poder y generalmente sus peticiones son urgentes. Actúan de forma peligrosa para la organización y es por esto que se deben anticipar sus acciones para reducir sus impactantes efectos.

- Definitivos

Poseen legitimidad, urgencia y poder. Son aquellos que reciben atención inmediata por parte de la empresa.

### 5.8.2. MAPA MULTIRELACIONAL

Una vez identificado el listado de los grupos de interés, se deben ubicar en la matriz tal y como se indica en la tabla N°16, dependiendo de su posición entre la Multirelación y los tipos de interés de cada uno:

**Tabla 13: Evaluación mapa Multirelacional de Grupos de Interés Expocafé**

Multi-relación	Latentes			Expectantes			Definitivos
	Inactivos	Discrecionales	Exigentes	Dominantes	Dependientes	Peligrosos	
Poder	Bancos					Mercado Coop. Proveedores Productores No	Empleados Coop. Accionistas Gerencia Clientes

						Clientes	
Legitimidad		Sociedad Certificadores		Gobierno			
Urgencia		Transporte	FNC Competencia		Trilladoras		

Fuente: El Autor

### 5.9. PERIODO OBJETO DE LA MEMORIA (G 4-28)

Este primer Informe de Sostenibilidad de Expocafé S.A. comparte los resultados obtenidos durante el año 2013 y lo que lleva del 2014 en las dimensiones de la sostenibilidad económico, social y ambiental, desarrollados según los lineamientos estipulados por la guía de conformidad esencial.

### 5.10. OPCIÓN DE CONFORMIDAD CON EL GRI (G 4-32)

El presente informe en términos de cobertura, incluye todas las actividades realizadas por Expocafé relacionando todos los aspectos materiales identificados a través de una matriz de impacto y de conformidad *esencial* con el contenido de la guía.

### 5.11. VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA (G 4-33)

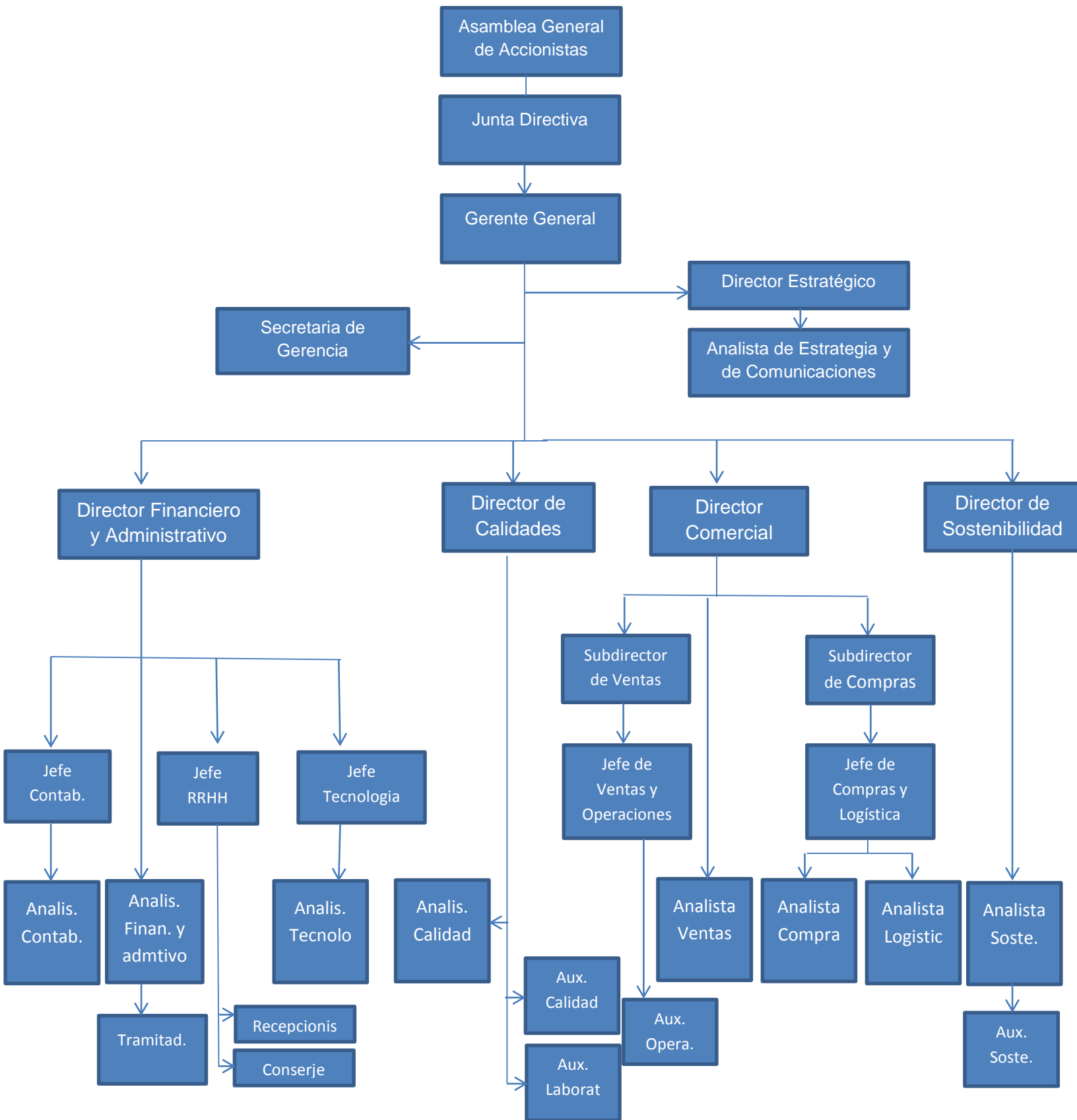
En una primera instancia, la presente memoria no contará con verificación externa que audite el nivel de cumplimiento con todos los puntos de la guía, sin embargo, vale la pena aclarar, que la información suministrada en el enfoque económico, social y ambiental que soporta los estados financieros de la organización, se encuentran certificados por la firma Ernst & Young Audit S.A.S.

Se propone que la memoria publicada en 2016, sea verificada por sus partes interesadas y actores externos (incluido GRI) para obtener el sello de verificación de Red del Pacto Global Colombia.

### 5.12. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (G 4-34)

A continuación la imagen N°11 presenta la estructura fundamental que direcciona y guía los procesos de la compañía.

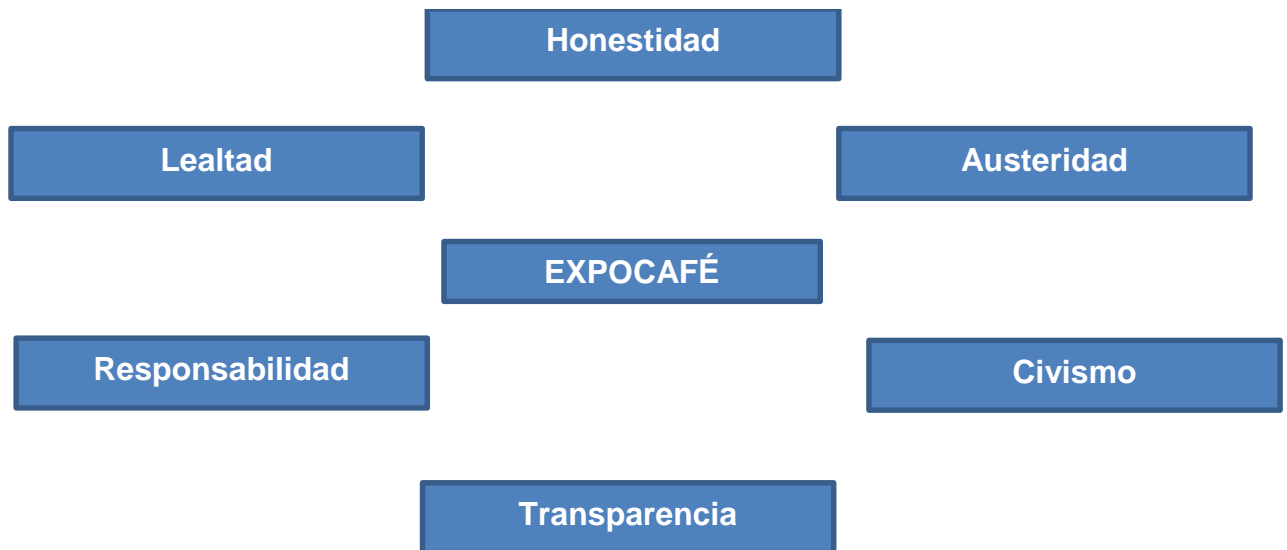
**Imagen N° 11: Estructura Organizacional - Expocafé S.A.**



### 5.13. VALORES CORPORATIVOS (G4 – 56)

Los valores y principios que representan a Expocafé son aquellos que caracterizan a la compañía en su misión de generar valor agregado a sus accionistas, entregando productos y servicios de alta calidad. Estando comprometidos con:

**Imagen N° 12: Valores Corporativos - Expocafé S.A.**



**Honestidad:** En Expocafé S.A. trabajamos íntegramente para actuar con total transparencia, ejerciendo prácticas que reflejan nuestra veracidad, rectitud, filosofía y nuestras acciones encaminadas al bienestar de nuestros grupos de interés.

**Lealtad:** Es tener fidelidad hacia la compañía y nuestros compañeros, teniendo sentido de pertenencia profunda por el servicio que prestamos por la organización.

**Austeridad:** En la compañía buscamos diferentes formas de generar valor agregado, que mejoren las condiciones de vida de todos los grupos comprometido en nuestra cadena de comercialización, optimizando de la mejor manera el uso de los recursos para que éstos sean acordes a suplir las necesidades actuales.

**Responsabilidad:** En la compañía debemos asumir los diferentes retos que se presentan durante el desarrollo de la comercialización de café, siendo conscientes de las consecuencias que nuestras decisiones acareen.

**Civismo:** En la compañía realizamos lo que está a nuestro alcance para actuar de manera sostenible, tanto en el plano económico, social y ambiental en aras de

consolidarnos como el proveedor de café colombiano mejor reconocido a nivel mundial.

Transparencia: En Expocafé estamos orientados a generar confianza en las relaciones con nuestros clientes, accionistas y demás grupos beneficiados, es por esto que se ofrece información de nuestros estados financieros, resultados y aportes a la sociedad, con el fin de reafirmar nuestro compromiso y valores corporativos anteriores.

## **6. PRINCIPIO DE MATERIALIDAD**

### **6.1. FORTALECIMIENTO DE LAS COMUNIDADES**

Para Expocafé lo más importante es el fortalecimiento a sus comunidades, pues son su razón de ser, por esto a continuación se presenta la gestión y los impactos sociales más relevantes de los programas de cafés especiales llevados a cabo por Expocafé:

- Nespresso

Durante el año 2013, el programa Nespresso continuó manteniendo su importancia por la generación de valor que representa para los 6.820 caficultores vinculados al mismo, manejando volúmenes de comercialización por encima de los 50.000 sacos de 70 Kg.

Como resultado del volumen comercializado para el programa, se generaron primas directas para los caficultores por una suma \$5.276'072.348.

Por otro lado, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los productores a través de proyectos con impacto en productividad, calidad y ambiente, durante el año 2013 se realizaron inversiones por \$3.656'230.901 contrapartidas por todas las partes interesadas siendo el principal aportante Nespresso.

De lo anterior resaltan proyectos como:

Central de Beneficio en Jardín, Antioquia: Este proyecto consistió en la construcción de una gran infraestructura de beneficiamiento para café, en la cual los caficultores Nespresso ubicados en el municipio de Andes venden el café cereza para que este sea procesado en conjunto [50].

Lo anterior con el fin de mejorar la calidad del café en este proceso, al igual que evitar los rechazos por calidad por parte del cliente. Esto también disminuye los costos de los productores al no beneficiar su café en la finca, se protege el

ambiente por medio del ahorro de agua (aprovechamiento de agua lluvia) y la buena disposición de los residuos tanto sólidos como líquidos [50].

### **Imagen N° 13: Central de beneficio Jardín**



Fuente: Expocafé S.A.

Acompañamiento técnico: Cada uno de los Subclusters Nespresso posee un equipo técnico conformado por 4 Ingenieros, especializados en temas agrícolas – ambientales. Ellos son los encargados de visitar cada una de las fincas pertenecientes al programa, con el fin de evaluar el desempeño de los productores en temas de calidad, cuidado ambiental, gestión social y viabilidad económica. Adicional a esto, los técnicos dejan recomendaciones, para que estas sean implementadas por los productores en sus fincas y así tener una mejora continua en sostenibilidad de las fincas Nespresso.

- C.A.F.E Practices – Starbucks

Durante el año 2013, la comercialización de café perteneciente al programa C.A.F.E Practices se incrementó un 90% en relación al año 2012, pues el volumen de comercialización estuvo alrededor de los 120.000 Sacos de 70 Kg embarcados.

En 2013 se tenían cerca de 17.000 familias beneficiadas con el programa a través de 32 cadenas ubicadas en 5 regiones del País. De éstas, 3 cadenas fueron calificadas estratégicas (Estratégica es una cadena verificada que obtuvo más de 80 puntos de resultado en desempeño sostenible, según la tarjeta de puntuación diseñada por Starbucks), lo cual generó ingresos adicionales por \$108'971.440 que se entregaron como reliquidación para 1.573 productores que aportaron café al programa y adicionalmente se generaron \$109'000.000 que serán invertidos en las fincas durante el año 2014.

Así mismo en el 2013 se desarrolló en conjunto con Starbucks una Edición Especial producida a partir de café de una de nuestras cadenas, Montebonito Exótico, beneficiando a 97 productores a los cuales se les transfirió una prima de \$15'447.038. Adicionalmente, se realizó un proyecto con el objetivo de mejorar las condiciones en la producción de café de estas 97 familias cafeteras, con una inversión total de \$ 66'846.220, este proyecto consiste en la calibración de máquinas despulpadoras para obtener más rendimiento y calidad, capacitación en el mantenimiento básico de las mismas, capacitación en el uso seguro de agroquímicos y generación de capacidades en la toma de muestras de suelo para análisis y su respectiva interpretación.

Adicionalmente, con el dinero que ingresó de las cadenas estratégicas, se desarrollaron proyectos de manejo integrado de suelos, manejo de la erosión y construcción de fosas para el manejo adecuado de pulpas.

- Rainforest Alliance

Durante el año 2013 se continuó la consolidación del programa Rainforest, con más de 18.000 sacos de 70 Kg embarcados, logrando un incremento en ventas del 39% en relación con el año 2012 y fortaleciendo el grupo de productores administrado por Expocafé lográndose un incremento de hectáreas y fincas certificadas beneficiándose con este programa un total de 1.678 productores.

Estos productores al recibir su certificación Rainforest, fueron beneficiados con entregas de sistemas modulares de tratamientos de agua, pues esta certificación siendo la más rigurosa en cuidado ambiental, lo exige para lograr certificar fincas.

Así mismo, durante el año 2013 se reliquidó un valor de \$ 231'767.697, para los 1.586 productores que aportaron café certificado Rainforest Alliance para lotes de café Nespresso exportados.

- Cafés Orgánicos

En el año 2013 se continuó fortaleciendo la comercialización de los cafés orgánicos, logrando un incremento del 49% en relación con el volumen comercializado en 2012. Todo el volumen comercializado contó adicionalmente con certificación FLO, lo que permitió la generación de una prima social y orgánica equivalente a 50cvs USD/lb exportada, que benefició a los productores de las regiones de Cauca, Risaralda y Caldas.

- Programa Direct Trade – Farmer Brothers

Durante el año 2013 se inició este nuevo programa de café sostenible que beneficiará cerca de 1.380 productores en los Departamentos del Valle y Antioquia, generando en este primer año \$31'000.000 de precio adicional para ser reliquidados a los productores que vendieron café para el programa, y \$89'000.000 que serán invertidos durante el año 2014 en mejoramiento de las condiciones de producción de café en las fincas del programa con su correspondiente impacto en el mejoramiento de la calidad de vida de las familias.

Es de anotar que este programa tiene un plan estructurado de mediano y largo plazo que permitirá generar beneficios muy importantes en los próximos años para los productores que hacen parte del mismo.

- Comercio Justo

La comercialización de café certificado en Comercio Justo tuvo un incremento del 8.4% frente al volumen comercializado en 2012, representando el 20% de los cafés diferenciados comercializados en 2013. Como resultado de dicha gestión comercial, se transfirieron \$5.364'794.707 por concepto de prima social y reliquidaciones a 21 organizaciones, beneficiando a cerca de 36.000 familias caficultoras en las regiones de Antioquia, Caldas, Cauca, Huila, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca.

Así mismo por efecto de los bajos niveles de precio del café en la bolsa de Nueva York, los cafés certificados comercio Justo recibieron un mayor valor equivalente a \$298.793.000, como producto diferencia pagada para lograr el Precio Mínimo FLO.

Todos estos recursos han permitido a las organizaciones certificadas FLO, desarrollar proyectos que contribuyen significativamente al mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados y a la sostenibilidad en el mediano y largo plazo de las organizaciones, tales como:

**Imagen N° 14: Inversión de proyectos prima FLO**

TIPO DE PROYECTO	% de Inversión
<b>PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD</b> (análisis de suelos; almácigos y viveros; mantenimiento de maquinaria; apoyo a productores orgánicos; subsidios para compra de fertilizantes y maquinaria; asistencia técnica; capacitaciones en temas de productividad y calidad del café; incentivos para la renovación del café)	38,9%

<b>TIPO DE PROYECTO</b>	<b>% de Inversión</b>
<b>GENERACIÓN DE CAPACIDADES DE GESTIÓN</b> (fortalecimiento organizacional; capacitaciones en herramientas de gestión; programas de relevo generacional; mantenimiento de otras certificaciones)	21,8%
<b>SERVICIOS SOCIALES</b> (seguros de vida; servicios exequiales; recreación; mejoramiento de vivienda; proyectos comunitarios; actividades sociales de los asociados y empleados; jornadas veterinarias)	16,6%
<b>MANTENIMIENTO DE LA CERTIFICACIÓN FLO</b> (costos de auditorías de certificación; inspecciones internas; implementación de medidas correctivas; gastos administrativos del programa)	7,3%
<b>PROYECTOS AMBIENTALES</b> (saneamiento básico; beneficios ecológicos; tratamiento de aguas residuales; buenas prácticas agrícolas; capacitaciones en temas ambientales; cumplimiento de normas ambientales)	5,9%
<b>EDUCACIÓN</b> (subsidios para educación primaria y secundaria; becas para estudios universitarios; kits escolares)	3,3%
<b>SEGURIDAD OCUPACIONAL</b> (entrega de equipos de protección personal, botiquines y bodegas para almacenamiento de agroquímico; capacitaciones sobre manejo seguro de agroquímicos )	2,6%
<b>SERVICIOS MÉDICOS</b> (jornadas de vacunación; exámenes de laboratorio)	1,4%
<b>INCENTIVOS ECONÓMICOS</b> (sobrepago pagado por el café)	1,3%
<b>EQUIDAD DE GÉNERO</b> (capacitaciones a las mujeres en temas como: género, emprendimiento, sistemas informáticos, cooperativismo; encuentros de mujeres; consolidación de una microempresa de confecciones)	0,5%
<b>INFRAESTRUCTURA</b> (mantenimiento de vías; adecuación de laboratorios y bodegas)	0,5%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Expocafé S.A. [51]

- **UTZ CERTIFIED**

Expocafe continuó durante el año 2013 con la consolidación de su Grupo UTZ que cuenta con 158 productores en tres Regiones caracterizadas por la buena calidad de su café. Este grupo cuenta con volumen aproximado de café certificado de

30.000 sacos de 70 kg, que hacen parte del potencial de café con valor agregado a comercializar durante el año 2014.

- Cafés de origen – Giraldo Exótico de Altura

Dentro de los cafés de origen comercializados por Expocafé, se continuó la promoción y comercialización del café Giraldo Exótico de altura, lo que permitió entregar a la comunidad una reliquidación posterior de \$22'000.000, de la cual el 90% se distribuyó en efectivo a los productores en proporción a su participación en las entregas del café, y el 10% restante lo destinó el Grupo para actividades de capacitación, y para la adquisición de un lote en el cual construirán una caseta comunal para sus reuniones.

- Otros cafés diferenciados

Durante el año 2013, se desarrollaron adicionalmente 3 programas más de cafés diferenciados hechos a la medida del cliente cuya comercialización permitió generar valor agregado adicional para los productores.

- Acompañamiento a los equipos técnicos de las Cooperativas de Caficultores

Como parte del compromiso de Expocafé con las Cooperativas de Caficultores, durante el año 2013 se realizaron 9 jornadas de capacitación dirigidas a los equipos que acompañan los procesos de cafés especiales en las Cooperativas (Taller virtual buenas prácticas agrícolas que está relacionado con la implementación de prácticas que tienen cuidado ambiental y que propenden por mejorar la calidad y productividad de la finca, Taller Gestión del Cambio este taller consiste en la generación de cambios en los pensamientos de los productores y los técnicos, en el uso de actividades obsoletas y que ya no son beneficiosas para el cultivo de café, Taller de Metodologías de capacitación este taller tiene como propósito inculcar ideas innovadoras para que los técnicos puedan capacitar a los productores de una manera fácil y que se aprenda, estrategias y herramientas de implementación UTZ Certified este taller comprendió la fase de implementación de la guía en finca, Taller criterios C.A.F.E Practices este taller fue un espacio donde se trataron los temas de cero tolerancia para la norma y como generar planes de acción para erradicarlas), éstas capacitaciones tuvieron una asistencia de 150 funcionarios de Cooperativa y su propósito fundamental es fortalecer las capacidades de los equipos para generar cambio en los productores.

La importancia de estas capacitaciones es principalmente que los equipos técnicos sean lo suficientemente competentes para llevar mensajes claros e información correcta a los productores.

Vale la pena resaltar los resultados en fortalecimiento de las comunidades que Expocafé ha logrado en lo que lleva el año 2014:

- Nespresso

Notablemente sus ventas han aumentado en relación al 2013, pues en comparación con Junio 30 del año pasado, en este 2014 ya se han embarcado más sacos de los que se embarcaron en ese año, 36.850 sacos de 70Kg, obteniendo como resultado \$2.120'000.000 en primas para ser reliquidadas a los caficultores y \$2.000'000.000 para ser invertidas en proyectos de implementación de mejoras en finca.

Es de resaltar que Nespresso ingreso a la comunidad FLO, lo cual en conjunto con Expocafé, La Federación Nacional de Cafeteros y Colpensiones, implementaron un proyecto piloto que beneficia cerca de 1.300 productores de Aguadas, el cual tiene como fin que a través de la comercialización del café Nespresso AAA FLO Aguadas, estos productores logren pensionarse cuando tengan la edad requerida. Este proyecto es nunca antes visto, la pensión es una de las incertidumbres que aquejan a los caficultores colombianos, pero con este gran paso, se espera que proyectos como estos se extiendan a todas las zonas cafeteras de país y todos obtengan este beneficio.

- C.A.F.E Practices – Starbucks

Actualmente la comercialización del café perteneciente al programa C.A.F.E Practices continua estable con sus volúmenes de comercialización con 66.000 sacos de café de 70 Kg comercializados hasta la fecha.

Actualmente se tienen cerca de 19.900 familias beneficiadas con el programa a través de 42 cadenas distribuidas en 5 regiones del País. De éstas, 2 cadenas han sido calificadas estratégicas y se encuentran vigentes hasta el 2016

Adicionalmente, está en proceso la implementación de un proyecto disposición de residuos por 4.000'000.000, que beneficiará a 900 productores del Peñol.

- Rainforest Alliance

En 2014 continua la consolidación del programa Rainforest, logrando comercializar 11.375 sacos, un volumen similar al comercializado en 2013 y fortaleciendo el grupo de 1.527 productores administrado por Expocafé.

Así mismo, durante este año se ha reliquidado un valor de \$ 174'424.563, para los 1.500 productores que aportaron café certificado Rainforest Alliance para lotes de café Nespresso que se han exportado.

- Cafés Orgánicos

Lo que llevamos de 2014, se continúa fortaleciendo la comercialización de los cafés orgánicos, logrando una comercialización similar con respecto al 2013, se espera que al final del año este volumen aumente significativamente contra el total del 2013. Todo el volumen comercializado contó adicionalmente con certificación FLO, lo que permitió la generación de una prima social y orgánica equivalente a 50cvsUSD/lb exportada, que benefició a los productores de las regiones de Cauca, Risaralda y Caldas.

- Programa Direct Trade - Farmer Brothers

Éste programa de café sostenible inició en 2013. Durante el 2014 1.380 productores en los Departamentos del Valle y Antioquia, han recibido beneficios directos por \$136'000.000 reliquidados a los productores que vendieron café para el programa, y \$370'000.000 que serán invertidos durante el año 2014 en mejoramiento de las condiciones de producción de café en las fincas del programa con su correspondiente impacto en el mejoramiento de la calidad de vida de las familias.

- Comercio Justo

La comercialización de café certificado en Comercio Justo tuvo un incremento del 8.4% frente al volumen comercializado en 2012, representando el 20% de los cafés diferenciados comercializados en 2013. Como resultado de dicha gestión comercial, se transfirieron COP\$4338'462.858 por concepto de prima social y reliquidaciones a 27 organizaciones, beneficiando a cerca de 39.000 familias caficultoras en las regiones de Antioquia, Caldas, Cauca, Huila, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca.

Todos estos recursos han permitido a las organizaciones certificadas FLO, desarrollar proyectos que contribuyen significativamente al mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados y a la sostenibilidad en el mediano y largo plazo de las organizaciones.

- **UTZ CERTIFIED**

Expocafe continuó durante el año 2014 con la consolidación de su Grupo UTZ que cuenta con 158 productores en tres Regiones caracterizadas por la buena calidad de su café. Este grupo cuenta con volumen aproximado de café certificado de 34.617 sacos de 70 kg, que hacen parte del potencial de café con valor agregado a comercializar durante el año 2014.

#### Acompañamiento a los equipos técnicos de las Cooperativas de Caficultores

Como parte del compromiso de Expocafe con las Cooperativas de Caficultores, durante el año 2014 se han realizado 3 actividades de capacitación dirigidas a los equipos que acompañan los procesos de cafés especiales en las Cooperativas éstas capacitaciones tuvieron una asistencia de 50 funcionarios de Cooperativa y su propósito fundamental es fortalecer las capacidades de los equipos para generar cambio en los productores.

Adicionalmente, un productor que se encuentra participando con compromiso y lealtad en estos programas de sostenibilidad es aquel que cumple con criterios de sostenibilidad referentes a:

#### Económico:

- Lleva registros de compra de insumos y ventas de café
- Lleva registros de fechas y cantidades en la ejecución de actividades de fertilización, aplicación de agroquímicos, recolección y beneficio del café.

#### Social:

- Brinda condiciones de trabajo aptas para sus trabajadores, incluyendo baños, duchas, agua potable y equipo de protección personal
- Remuneran justamente a sus trabajadores sin importar el genero
- No contrata menores de edad
- Capacitan o permiten que sus trabajadores se capaciten
- No realiza trabajo forzoso y sus trabajadores no exceden las horas de trabajo legalmente permitidas

#### Ambiental:

- Protege nacimientos de agua y áreas de alta importancia ecológica
- No permite quemas en su finca

- No realiza vertimientos directos a los cuerpos de agua, a menos de que este seguro de que se realizó un tratamiento previo y efectivamente disminuyó su carga contaminante.
- No tala ni caza dentro de su finca
- Revegetaliza y construye zonas de amortiguamiento para protección de vivienda y cuerpos de agua
- No aplica agroquímicos porhibidos por el listado de la Organización Mundial de la Salud.
- Realiza planes de manejo y/o prevención de la erosión.
- Realiza manejo de pulpa (residuo de beneficio)
- Clasifica sus residuos como reciclables y no reciclables.
- Optimiza los volúmenes de agua empleados en los procesos de beneficio.
- Usa energías alternativas.
- El beneficio seco del café se realiza naturalmente, empleando sistemas de secado solar.

## **6.2. GESTIÓN RESPONSABLE CON EL AMBIENTE**

El propósito de la gestión responsable con el ambiente que ha venido liderando Expocafé en campo, también debe ser reflejado en sus oficinas, pues es importante tener en equilibrio lo que se realiza afuera de sus instalaciones y las oficinas.

Actualmente, en sus procesos internos, Expocafé no posee ningún tipo de gestión responsable con el ambiente, pues no se realizan mediciones para tal fin, ni tampoco son tenidos en cuenta.

Para explicar mejor el impacto ambiental que conlleva comercialización de café, en oficinas, a continuación se presenta el estado actual de las acciones desarrolladas:

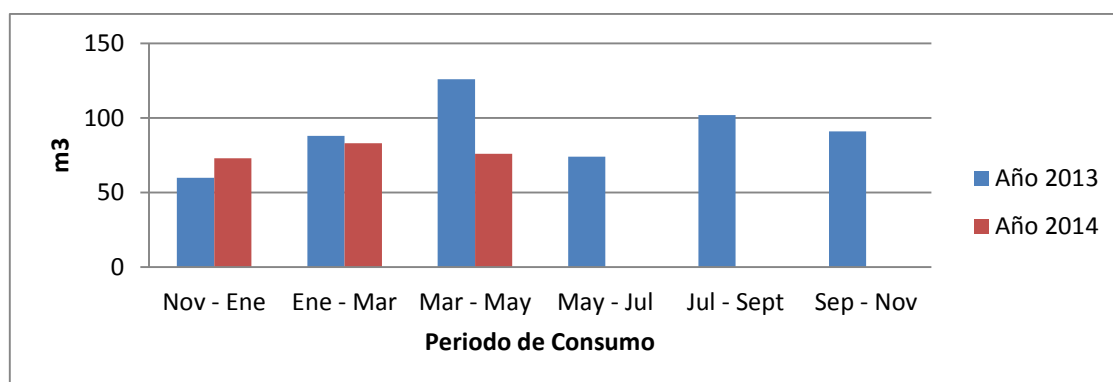
- **Uso y cuidado del agua:** En lo que tiene que ver con sus actividades, Expocafé utiliza agua en procesos de requerimientos administrativos, consumo de agua para beber, servicio de aseo, cocina y sanitarios.

El uso del agua es únicamente para las actividades que se mencionaron anteriormente, dicho recurso es proveniente del servicio de acueducto brindado por la ciudad de Bogotá EAAB, no se utilizan fuentes de aguas superficiales directas ni aguas subterráneas. El uso es exclusivamente para 31 personas que constantemente se encuentran trabajando en las

instalaciones y 15 personas flotantes (Visitantes, clientes, junta directiva, participantes a reuniones de capacitación).

Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación se resume el consumo de agua 2013, 2014 de Expocafé:

**Imagen N° 15: Consumo de agua Anual, para uso interno Expocafé**



Fuente: Expocafé S.A. [52]

En la Imagen N°15 se observa el consumo anual de Expocafé, desglosado por un periodo de dos meses, teniendo este registro, se concluye que el consumo por cada empleado es de 1,5 m<sup>3</sup> por mes [53].

Según el boletín informativo N° 7 del PIGA del distrito, el consumo promedio de agua es de 0,85 m<sup>3</sup>/Persona/mes.

Teniendo en cuenta el indicador de referencia, los empleados en Expocafé, consumen 1,7 veces más la cantidad promedio, es necesario que Expocafé tome medidas al respecto.

- Descargas residuales líquidas y aprovechamiento: Las descargas residuales de la compañía, únicamente son por descargas domésticas provenientes de los sanitarios, lavabos y cocinas.

**Tabla 14: Áreas Generadoras de Descargas Residuales líquidas**

Área Generadora	Cantidad
Baños (sanitarios)	10
Lavabos	8
Cocina	3

Fuente: El Autor

Las descargas residuales líquidas de los servicios sanitarios, aseo y servicios generales, actualmente no poseen un tratamiento antes de ser vertidas al alcantarillado, pues la cantidad de vertimientos no es un volumen significativo, ni potencialmente contaminante para afectar el ambiente.

En dispositivos de aprovechamiento como captación de aguas lluvias o recirculación, Expocafé no posee ninguna gestión, pues para lograr este avance es necesario convenir con todas las partes que laboran en el edificio.

- Consumo energético: La energía eléctrica consumida por la compañía para la realización de trabajos administrativos es suministrada por la empresa de energía Codensa S.A. EPS.

Así mismo este consumo se distribuye en actividades de iluminación para oficinas y dispositivos tecnológicos como cámaras de seguridad, computadores, impresoras, escáneres, fotocopiadoras, trituradora de papel y el centro de cómputo.

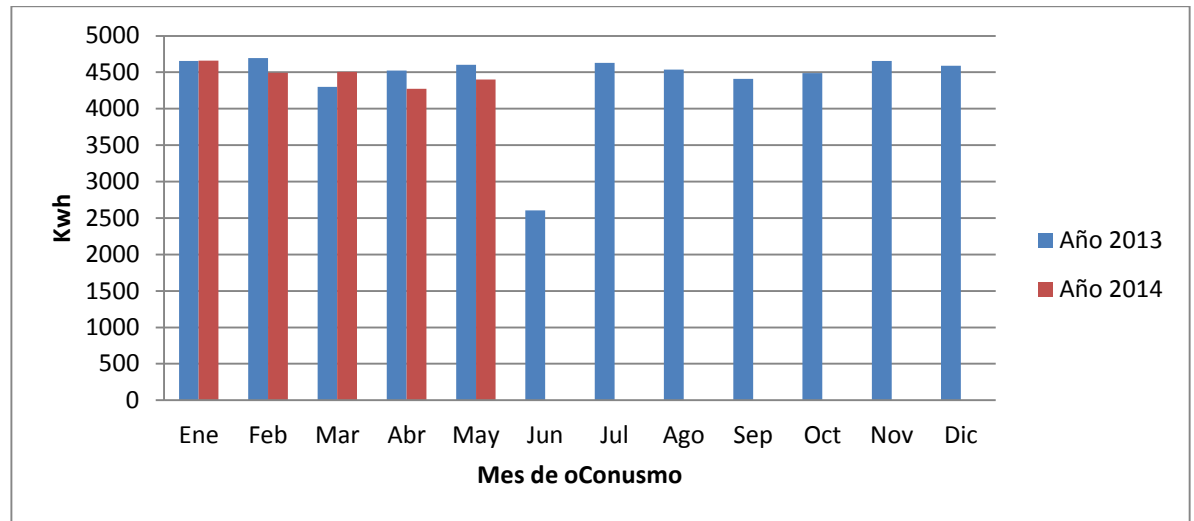
**Tabla 15: Dispositivos consumidores de Energía**

<b>Dispositivo</b>	<b>Cantidad</b>
Bombillos	20
Tubos de Iluminación	260
Computadores	31
Fotocopiadoras	1
Escáneres	5
Impresoras	16
Trituradora de papel	1
Centro de Computo	1

Fuente: El Autor

A continuación se presenta el consumo energético mensual reportado en los años 2013 y 2014:

**Imagen N° 16: Consumo Energético Expocafé S.A.**



Fuente: Expocafé S.A. [52]

El gráfico anterior se observa el consumo energético general de la compañía, en cada uno de los meses de los años 2013 y 2014. En este caso el consumo per cápita es de 141 Kwh mensual, consumo que comparado con el indicador que se encuentra en el boletín informativo N°7 del PIGA del distrito, 54,34 Kwh/Persona/mes es 55% mayor [53].

Actualmente la única actividad de ahorro energético es la compra de bombillos y tubos de iluminación ahorradores de energía, pero hasta el momento no se cuenta con campañas de concientización para el uso adecuado de los equipos.

Con respecto al uso de combustible Expocafé no almacena este tipo de productos para sus actividades. El combustible consumido es el de cada empleado en el momento de transportarse ya sea por medios terrestres o aéreos.

- Emisiones a la atmosfera: El proceso interno de Expocafé no posee emisiones atmosféricas directas. Las únicas emisiones que se podrían considerar son las indirectas, como el servicio de transporte contratado para traslado de productos y el proceso de trilla.

Actualmente Expocafé no posee ningún tipo de procedimiento para la medición de emisiones atmosféricas indirectas, ni tampoco son solicitadas a las empresas que le prestan estos servicios a la compañía.

- Generación de residuos sólidos: En cuanto a los residuos sólidos generados durante la ejecución de los procesos internos de la compañía, primero se identificaron las entradas (materiales) y salidas (residuos) de las áreas de generación:

Identificación de residuos no peligrosos

**Tabla 16: Identificación entradas y salidas de las áreas de generación**

<b>Entradas de Materiales</b>	<b>Procesos Administrativo</b>	<b>Salidas de Residuos</b>
Papel Cartón Esferos, lápices, marcadores Clips Ganchos de cosedora Carpetas Ganchos metálicos Medios tecnológicos Cartuchos de impresora Correctores Envases plásticos Servilletas	Oficinas Recepción	Papel Cartón Esferos, tintas Clips Ganchos de cosedoras Carpetas Ganchos metálicos Medios tecnológicos Cartuchos de impresora Envases de Correctores Envases plásticos Servilletas
Papel Carpetas Cajas de Cartón Clips Gancho de cosedora Ganchos metálicos para carpetas Ganchos plásticos para Carpetas Medios tecnológicos Esferos, lápices, marcadores Correctores Envases plásticos	Archivo	Papel, papel triturado Carpetas Cartón Clips Gancho de cosedora Ganchos metálicos para carpetas Ganchos plásticos para carpetas Medios tecnológicos Esferos, tintas Envases de correctores Envases plásticos
Papel Carpetas Cajas de Cartón Plástico Esferos, lápices, Marcadores Medios tecnológicos Vasos plásticos Vasos de vidrio Café pergamino Café	Laboratorio de Calidades	Papel Carpetas Cartón Plástico Esferos, tintas Medios tecnológicos Vasos plásticos Vasos de vidrio Cisco Cuncho de Café

Entradas de Materiales	Procesos Administrativo	Salidas de Residuos
Alimentos Capsulas de aluminio Platos de Icopor Cajas de Icopor Tenedores plásticos Servilletas Vasos plásticos Aromáticas, Tés Café Filtros de café Gaseosas Jugos en botella de vidrio Leche en tarro de Aluminio Jabón de loza	Cocina	Residuos de alimentos Capsulas de aluminio Icopor Icopor Plástico Servilletas Vasos plásticos Bolsas de aromáticas y tés Cucho de café Filtros de café Botellas plásticas Vidrio Aluminio Envases de Jabones
Aromatizante en Aerosol Papel Toallas de manos Jabón	Baños	Envase de aluminio Papel Toallas de manos Residuos de jabón Toallas higiénicas
Escobas Trapeadores Recogedores Guantes Bolsas plásticas Balletillas Jabones Desinfectante Varsol Limpia Vidrios	Cuarto de Aseo	Escobas, madera de escoba Mecha de traperos Recogedor Guantes Bolsas Telas Envases de Jabones Envases de desinfectantes Envases y residuos de Varsol Envases de limpiavidrios

Fuente: El autor

Identificación de Residuos peligrosos:

- Bombillos: por su principal compuesto a base de mercurio
- Tubos de iluminación: Por su principal compuesto a base de mercurio
- Tóneres y cartuchos de impresora: por estar compuestos de metales altamente contaminantes como plomo, litio y cromo.
- Residuos Sanitarios: Por su componente patológico

Cuantificación de residuos:

Una vez identificados los residuos generados por los procesos realizados dentro de Expocafé, se procedió a realizar un pesaje para su cuantificación.

Primero se adquirió una balanza para medir la generación de residuos, ésta medición se realizó todos los días de Lunes a viernes a las 3:00 p.m. y 5:00 p.m., desde el 01 de octubre de 2013 hasta el 10 enero de 2014, pero

comprendiendo temas de logística y disponibilidad que tiene el personal del área de Sostenibilidad, se consideró realizar el pesaje dos veces por semana, rotando 1 día por semana y así cubrir todos los días en que se realizan operaciones y se generan residuos, como por ejemplo:

Semana 1: Lunes y Miércoles

Semana 2: Martes y Jueves

Semana 3: Miércoles y Viernes.

Una vez identificado el horario de pesajes, se recopiló la información en el siguiente formato (ver tabla N°20) que tiene un ejemplo de la primera semana de medición desde el 01 de octubre hasta el 04 de octubre:

**Tabla 17: Ejemplo Formato de Cuantificación de Residuos**

				<b>Formato de Cuantificación de residuos</b>	
				<b>Expocafé S.A.</b>	
<b>Mes</b>	Oct				
<b>Responsable</b>	Área de servicios				
<b>Áreas de Generación</b>	Ala Norte, ala sur, Cocina, Laboratorio de Calidades				
<b>Días Medidos</b>	22				
<b>Fecha</b>	<b>Tipo de Residuo</b>	<b>Cantidad (kg)</b>	<b>Semana</b>	<b>Consolidado</b>	
01/10/2013	Ordinarios	10,5	1	<b>Tipo residuo</b>	<b>Cantidad (Kg)</b>
01/10/2013	Reciclables	5,5		Ordinarios	39
01/10/2013	Peligrosos	0,5		Reciclables	45
02/10/2013	Ordinarios	8,5		Peligrosos	2
02/10/2013	Reciclables	16,5		<b>Total (Sem.)</b>	<b>58</b>
02/10/2013	Peligrosos	0,5		<b>Total (diario)</b>	<b>14,5</b>
03/10/2013	Ordinarios	12,5		<b>Personas</b>	32
03/10/2013	Reciclables	12,5		<b>Kg/per</b>	0,453
03/10/2013	Peligrosos	0,5			
04/10/2013	Ordinarios	7,5			
04/10/2013	Reciclable	10,5			
04/10/2013	Peligrosos	0,5			

Fuente: El Autor

En el registro anterior los residuos ordinarios son aquellos que no tienen ninguna posibilidad de aprovechamiento como envolturas, empaques de comidas, papel químico, residuos de barrido pañuelos, entre otros; los reciclables son aquellos que pueden ser aprovechados y generar valor adicional como el plástico, el papel, ganchos, carpetas plastificadas y el cartón.

A partir del pesaje de estos residuos, en promedio se obtuvo lo siguiente:

**Tabla 18: Resultado de la Clasificación de residuos por clasificación.**

<b>Consolidado</b>	
<b>Tipo de residuo</b>	<b>Cantidad (Kg)</b>
Ordinarios	164
Reciclables	205
Peligrosos	8,5
Total (mensual)	377,5
Total (diario)	13,55

<b>Personas</b>	32
<b>Kg/persona</b>	0,4234

Fuente: El Autor

En la tabla anterior, podemos observar que la generación de residuos no es crítica, pues por persona se están generando 0,42 Kg de residuos, lo que clasifica a la empresa como un generador pequeño según el tarifario definido por la empresa de acueducto, alcantarillado y aseo de Bogotá.

Teniendo en cuenta lo anterior, lo que sí es crítico es su disposición, pues en la compañía los residuos que se generan no son aprovechados, todos los residuos son recolectados por el servicio de aseo de la ciudad y dispuestos finalmente en el relleno sanitario de Doña Juana.

Gestión:

Desde el mes de Mayo de este año Expocafé cuenta con un servicio de clasificación de residuos empleando la separación en bolsa blanca y bolsa negra, la blanca para residuos reciclables y la negra para los no aprovechables, pero los integrantes de la compañía no se encuentran interesados en el tema y depositan en cualquier bolsa sin pensar si esa es la adecuada o no.

También se realizó una jornada de capacitación que duro 1 hora, en la que se explicaron todos los temas referentes a la generación de residuos, normatividad, aprovechamiento y disposición, pero de igual manera, los empleados de la compañía no se interesaron y no asistieron a la capacitación, lo cual sigue viéndose reflejado en la mala disposición de los residuos.

### 6.3. COMERCIO RESPONSABLE

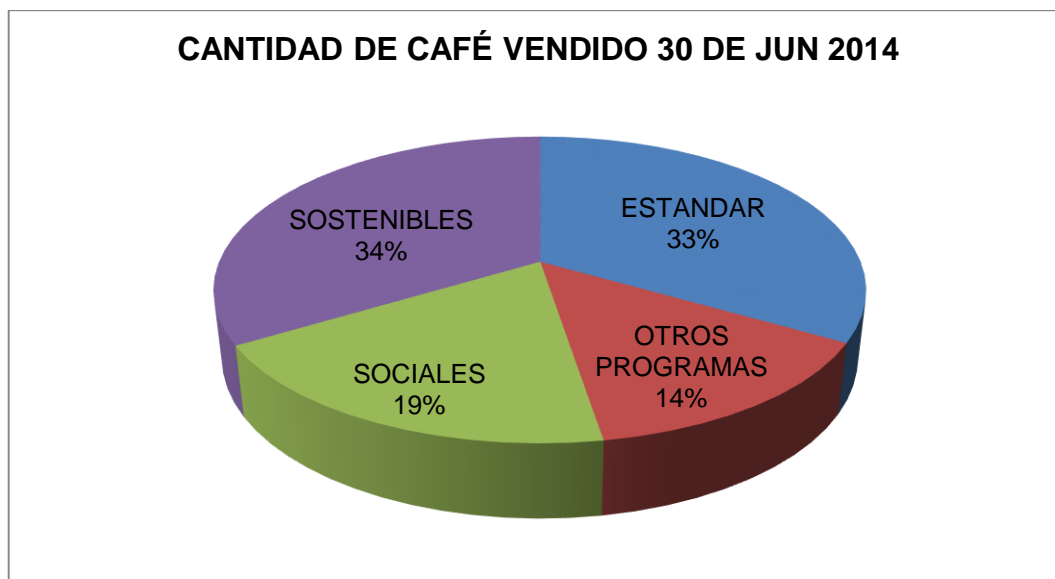
Con el propósito de promocionar y consolidar los cafés diferenciados que generan valor agregado a nuestros productores, a continuación se presenta la gestión en comercio responsable de Expocafé en los años 2013 y 2014:

**Imagen N° 17: Venta de Café 2013**



Fuente: Expocafé S.A. [54]

**Imagen N° 18: Venta de Café 2014**



Fuente: Expocafé S.A. [55]

Para el 2013, Expocafé fijó una meta de ventas de 600.000 sacos exportados, donde el 60% de estos fueran provenientes de cafés diferenciados, esta meta superó todas las expectativas para la compañía, pues las ventas fueron alrededor de 650.000 sacos exportados, donde el producto principal fueron los cafés diferenciados, 67%.

Para el 2014, la compañía aumenta su meta en ventas a 700.000, donde se espera que el producto principal esperado sean los cafés diferenciados, 70%.

Para Expocafé la importancia de comercializar cafés diferenciados radica en que estos cafés por tener un componente especial, ya sea social, ya sea sostenible o destacado por su calidad, generan un valor importante para la compañía, pues a través de ellos se obtienen beneficios económicos transferidos directamente a los productores o se implementan directamente para mejoras en finca.

#### **6.4. CALIDAD LABORAL**

Para Expocafé es muy importante el beneficio de sus empleados y que ellos se sientan a gusto trabajando para la compañía, es con este propósito que Expocafé ofrece a sus colaboradores:

- Descuentos en Centros vacacionales por medio caja de compensación Cafam: Ubicados en Melgar y Cartagena, todos los empleados de Expocafé tienen acceso a este beneficio.
- Crédito sin intereses Expocafé: los empleados tienen derecho a solicitar créditos para fines educativos, salud, calamidad doméstica y vivienda, este beneficio se otorga a funcionarios que tengan más de seis meses de vinculación y el monto máximo es de dos salarios básicos mensuales del solicitante.
- Crédito educativo: Este crédito beneficia a aquellos empleados que deseen iniciar estudios de pregrado y post grado que tengan que ver con el área a la que pertenecen, este beneficio cubre el monto total de la matrícula y se realizan descuentos de acuerdo con el promedio obtenido en el semestre.
- Vacaciones: Mes a mes el área de contabilidad descuenta un día de pago del salario para que al momento del pago por concepto de vacaciones se devuelva el ahorro realizado y adicionalmente Expocafé otorga un auxilio correspondiente a 12 días más.
- Planes corporativos de telefonía móvil: Expocafé, través de convenios corporativos con empresas de telefonía celular, ofrece a sus empleados cuentas con planes de voz y datos a los cuales acceden los empleados que constantemente viajan a campo.
- Almuerzo: Todos los funcionarios tienen derecho a este beneficio, con la intención de que las personas que tienen carga laboral excesiva, no salgan de las instalaciones de Expocafé, para este beneficio, Expocafé cubre el precio de \$14.000 por almuerzo, si este es superado el funcionario deberá pagar el excedente al final del mes.
- Póliza de incapacidad parcial o de muerte
- Póliza de medicina pre-pagada: En convenio con Café salud y MedPlus, Expocafé ofrece planes de cobertura de salud para garantizar la excelente atención médica de sus empleados.
- Jornadas de salud: una vez por semestre, Expocafé realiza seguimiento a la salud sus funcionarios, exámenes médicos, chequeo general.

- Capacitaciones: En torno al mejoramiento continuo de las capacidades de sus funcionarios, Expocafé en convenio con empresas expertas en temas de prevención, salud y educación, ofrece todo tipo de jornadas educativas a sus funcionarios.

## **6.5. TRAZABILIDAD**

En aras de garantizar que la comercialización de los productos certificados realmente lo sean, Expocafé ha desarrollado toda una gestión para las cadenas de custodia de los programas, identificando puntos de compra, fincas, cantidad de productores, área de producción en café y el potencial de producción de cada finca.

Esto con el fin de controlar cupos, que es café sea recibido de productores que se encuentren dentro de la certificación y que los recursos económicos sean destinados correctamente.

Para ello Expocafé posee Sistemas Internos de Control para los programas de cadena de Custodia UTZ, Rainforest y Nespresso.

Se espera que Expocafé gestione Sistemas de control para garantizar la trazabilidad de todos los programas.

## **7. OPORTUNIDADES DE MEJORA CONTINUA**

Los planes de sostenibilidad son aquellas actividades encaminadas a prevenir, minimizar y/o eliminar los impactos y efectos que se presentan durante las actividades de comercialización de café que ejecuta Expocafé.

Para el desarrollo de estos planes, se tuvieron en cuenta los impactos negativos medios y altos que pertenecen a los procesos de Expocafé externo e interno y que fueron evaluados mediante la matriz de aspectos sostenibles.

En la tabla N°22 se relacionan los impactos evaluados que serán mitigados a través de los planes de sostenibilidad.

Tabla N°22: Impactos o problemáticas sostenibles

Etapa	Impactos negativos medios	Impactos negativos altos
Expocafé Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambio en la morfología y erosión del suelo</li> <li>- Alto consumo energético</li> <li>- Generación y disposición de residuos</li> <li>- Alteración a la flora y fauna</li> <li>- Sueldo mínimo y prestaciones sociales</li> <li>- Traslado familiar</li> <li>- Capacitación y educación</li> <li>- Trabajo forzoso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contaminación de aguas superficiales</li> <li>- Trabajo infantil</li> <li>- Salud y medidas de seguridad</li> </ul>
Expocafé Interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto Consumo energético</li> <li>- Alto Consumo de agua</li> <li>- Generación y disposición de residuos</li> <li>- Riesgos y lesiones laborales</li> <li>- Igualdad de oportunidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediciones de contaminación indirecta de aire.</li> <li>- Evaluación de proveedores nuevos</li> </ul>

Fuente: El autor

El plan de sostenibilidad que se propone para el manejo externo ha sido formulado bajo la participación de representantes de las cooperativas de caficultores y los programas propuestos serán aquellos que contribuirán a mejorar los aspectos problemáticos que se identificaron.

En el plan de sostenibilidad de las problemáticas externas se plantean seis programas sostenibles a implementar en el transcurso de 1 año y 5 años, tal y como se puede evidenciar en cada uno de los anexos relacionados en la tabla N°24:

Tabla N°23: Programas sostenibles para Expocafé externo

Impacto	Programa	Anexo
Cambio en la morfología y erosión del suelo	Ficha N°1: Plan de manejo de suelo y de la erosión	Anexo N° 8
Alto consumo energético	Ficha N°2: Programa de uso racional de la energía y agua	Anexo N° 9
Explotación de recursos naturales		
Contaminación de aguas		

Impacto	Programa	Anexo
superficiales		
Generación y disposición de residuos.	Ficha N°3: Programa de residuos sólidos	Anexo N° 10
Alteración a la flora y fauna	Ficha N°4: Programa de identificación y protección de áreas estratégicas y especies amenazadas o en vía de extinción	Anexo N° 11
Trabajo infantil Salud y medidas de seguridad Traslado familiar Capacitación y educación Sueldo mínimo y Trabajo forzoso	Ficha N°5: Programa de auxilio para la vejez	Anexo N°12
prestaciones sociales	Ficha N°6: Programa de capacitación en la contratación de menores de edad, remuneración justa, trabajo forzado	Anexo N°13

En el plan de sostenibilidad interno, se proponen tres actividades que tienen por objeto minimizar, mitigar y/o disminuir los impactos sostenibles que se identificaron, en la tabla N°25 se plantean las actividades que se planean identificar

Tabla N°: Programas sostenibles para Expocafé Interno

Impacto	Programa	Anexos
Alto Consumo energético Alto Consumo de agua	Ficha N°7: Programa de uso racional de agua y energía	Anexo N°14
Generación y disposición de residuos	Ficha N°8: Programa de minimización, aprovechamiento y buena disposición de residuos sólidos	Anexo N°15
Mediciones de	Ficha N°9: Programa de	Anexo N°16

Impacto	Programa	Anexos
contaminación indirecta de aire.  Evaluación de proveedores nuevos	evaluación, medición y mitigación de impactos indirectos relacionados con el proceso de trilla y transporte	

## 8. CONCLUSIONES

- Para garantizar un adecuado proceso en el uso de las guías GRI, ésta se debe desarrollar teniendo en cuenta la estrategia de implementación descrita en el presente documento, pues esta estrategia metodológica, garantiza que se establezca continuidad en la aplicación de medidas en pro del cumplimiento de la sostenibilidad.
- Para aumentar la efectividad y productividad de la organización mediante la implementación de las guías, es de precisa importancia contar con el compromiso de todo el personal, en especial de los directivos, para que éstos puedan transmitir a los funcionarios el compromiso, la dedicación, organización y eficacia para cumplir con los lineamientos establecidos.
- De acuerdo con el diagnóstico realizado, el estado actual de Expocafé, para la implementación del GRI es buena, pues muchos de los criterios requeridos por éste estándar se encuentran disponibles para ser presentados.
- La implementación de una matriz de aspectos ambientales para la evaluación de los impactos de los procesos de la compañía en cada uno de los criterios propuestos por el GRI, genera una identificación acertada de los mismos, pues una vez identificada la magnitud del impacto tanto positivo como negativo, es necesario establecer medidas de prevención, mitigación y control, y evaluar periódicamente el cumplimiento de las medidas ya establecidas, esto genera directamente responsabilidad sostenible con los empleados de la organización y con la comunidad.
- En la actualidad Expocafé posee una buena gestión sostenible a nivel externo, pero es importante que también se tengan en cuenta y se gestionen los impactos a nivel interno.

- Uno de los beneficios que traerá la implementación de las guías GRI a la compañía, es que al dar a conocer la gestión sostenible, demostrando su responsabilidad social en la comercialización de café, reiterando su liderazgo en el mercado.
- La implementación de las guías GRI como referencia para el desarrollo de reportes de sostenibilidad, son una herramienta de diferencial competitivo, que le permitirá a la compañía atraer nuevos clientes, mejorar la imagen corporativa y aumentar su rentabilidad.
- El desarrollo de memorias de sostenibilidad a través de los estándares establecidos por las guías GRI también mejora el entorno organizacional de la compañía, creando una conciencia sostenible entre sus funcionarios y los grupos de interés y por su puesto integrando la gestión de la calidad según la NTC ISO 9001:2008, facilitando una futura implementación de la NTC ISO 14001:2004 (Sistema de Gestión Ambiental).
- El desarrollo del presente documento permitió dar a conocer el estado de los procesos y acciones realizadas dentro de la organización para saber en qué aspectos ambientales, sociales y laborales se debe aplicar el principio de mejoramiento continuo.
- En el aspecto socioeconómico gestionado, Expocafé se destacó por brindar oportunidades a los caficultores, mejorando su calidad de vida a través de proyectos enfocados a productividad, calidad, cuidado ambiental e infraestructura.
- En el aspecto ambiental, Expocafé no posee impactos negativos que afecten críticamente el ambiente, pero si posee algunos de magnitud media, como el aprovechamiento y buena disposición de residuos y uso racional del agua y la energía, los cuales deberá manejar para que no se conviertan en potencialmente negativos.

## 9. RECOMENDACIONES

- Para darle continuidad a este lineamiento es importante que todos los funcionarios de Expocafé se encuentren interesados en su implementación y aporten la información requerida para dicha elaboración.
- Se debe dar continuidad al plan de actividades propuesto y de esta manera garantizar que la guía GRI sea presentada en el mismo tiempo de publicación.
- Año a año los procedimientos de la compañía relacionados con los criterios del GRI deben ser diagnosticados y evaluados para que se ajusten a los cambios que se presenten.
- Para una futura elaboración de la memoria GRI, Expocafé debe tener en cuenta la opinión de los grupos interesados en el análisis de materialidad.
- Expocafé debe solicitar asesoría al punto Focal del GRI en Colombia para garantizar temas de capacitación.
- En cuanto a los resultados obtenidos en gestión ambiental, Expocafé debe considerar actividades que minimicen estos impactos, que aunque no sean negativos, potencialmente pueden llegar a serlo.
- Los residuos sólidos no peligrosos deben tratarse siguiendo los lineamientos estipulados en el marco normativo de la legislación colombiana, para garantizar un aprovechamiento seguro y disposición adecuada de los mismos, esto reducirá las posibilidades de incurrir en incumplimientos normativos legales.
- Implementar actividades de concientización en el uso racional de energía y uso racional de agua para garantizar la buena gestión de los recursos ambientales en las instalaciones de la compañía.
- Un factor importante para lograr disminuir estos consumos y mejorar la gestión ambiental interna de la compañía, son los funcionarios, teniendo en cuenta que el cuidado y la preservación del ambiente está a cargo de cada una de las personas y que cada actividad en pro de ello, brinda una sinergia para mejorar las condiciones del ambiente.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- [1] Federación Nacional de Cafeteros, «Sostenibilidad en Acción 2011,» Bogotá D.C., 2011.
- [2] Federación Nacional de Cafeteros, «Federación Nacional de Cafeteros: Nuestros Productores,» 2013. [En línea]. Available: [http://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/nuestros\\_caficultores](http://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/nuestros_caficultores). [Último acceso: 22 Enero 2014].
- [3] ANDI, «Colombia: Balance 2013 y perspectivas 2014,» Bogotá D.C., 2013.
- [4] S. Silva, «Instituciones, Garantía de Compra y beneficios para el caficultor en Colombia,» Bogotá D.C., 2010.
- [5] L. A. Fonseca, «Colombia: Escenario Social, Económico e Institucional de la Actual Crisis Cafetera,» Bogotá, Colombia, 2003.
- [6] R. Deshpandé, «Café de Colombia,» Harvard Business School, Boston, 2004.
- [7] G. Muñoz, «La inestabilidad climática: nueva realidad para la caficultura colombiana,» Bogotá D.C., 2010.
- [8] Federación Nacional de Cafeteros, «Volumen y Valor de las Exportaciones Colombianas por País de Destino Según Exportador,» Bogotá D.C., 2013.
- [9] National Geographic Society, «Noticias- Medio Ambiente: ¿Cómo Sería la Vida Sin café,» National Geographic Society, 23 Junio 2013. [En línea]. Available: <http://www.nationalgeographic.es/noticias/medio-ambiente/la-vida-sin-cafe>. [Último acceso: 15 Septiembre 2013].
- [10] Federación Nacional de Cafeteros, «Sobre café: Mucho más que una bebida- Impacto Social,» 2010. [En línea]. Available: [http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre\\_el\\_cafe/mucho\\_mas\\_que\\_una\\_bebida/impacto\\_social/](http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/mucho_mas_que_una_bebida/impacto_social/). [Último acceso: 22 Enero 2014].
- [11] Federación Nacional de Cafeteros, «Sobre Café: Mucho más que una bebida-Medio Ambiente,» 2010. [En línea]. Available:

- [http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre\\_el\\_cafe/mucho\\_mas\\_que\\_una\\_bebida/cafey\\_medio\\_ambiente/](http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/mucho_mas_que_una_bebida/cafey_medio_ambiente/). [Último acceso: 23 Enero 2014].
- [12] Banco Mundial, «Estudio del sector cafetero en Colombia,» Washington, 2002.
- [13] Federación Nacional de Cafeteros, «Conozca las variables que definen el precio interno del Café,» Agosto 2011. [En línea]. Available: [http://www.federaciondecafeteros.org/algrano-fnc-es/index.php/comments/conozca\\_las\\_variables\\_que\\_determinan\\_elPrecio\\_interno\\_del\\_cafe/](http://www.federaciondecafeteros.org/algrano-fnc-es/index.php/comments/conozca_las_variables_que_determinan_elPrecio_interno_del_cafe/). [Último acceso: 22 Enero 2014].
- [14] Tropical Commodity Coalition-TCC, «Barometro Cafetero: una revisión de los estándares de certificación y verificación de café en Europa,» Raamweg, Holanda, 2010.
- [15] Expocafe S.A., «Quienes Somos,» Departamento de Sistemas, Marzo 2013. [En línea]. Available: <http://www.expocafe.com/quienes.html>. [Último acceso: 15 Diciembre 2013].
- [16] International Trade Center, «Sustainability: Sustainability Programs,» 2012. [En línea]. Available: <http://www.thecoffeeguide.org/coffee-guide/niche-markets-environment-and-social-aspects/introduction-to-the-specialty-market/>. [Último acceso: 27 Diciembre 2013].
- [17] A. Machado, «El Café en Colombia a Principios del Siglo XX,» Bogotá D.C., 2003.
- [18] J. Cárdenas, «Industria del Café en Colombia,» San José de Costa Rica, 1993.
- [19] Expocafé S.A. [A], «Historia: Quiénes Somos?,» Bogotá D.C., 2006.
- [20] Expocafé S.A. [B], «Informe de Actividades de 1992,» Bogotá D.C., 1991.
- [21] Expocafé S.A. [C], «Misión Expocafé S.A.,» Bogotá D.C., 1986.
- [22] Global Reporting Initiative [A], «Who we are: History,» Marzo 2013. [En línea]. Available: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>. [Último acceso: 22 Agosto 2013].

- [23] H. Szejnwald, «The Rise of the Global Reporting Initiative (GRI) as a Case of Institutional Entrepreneurs,» Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos., 2001.
- [24] Global Reporting Initiative [B], «Sustainability Reporting Guidelines,» Amsterdam, Países Bajos, 2006.
- [25] Global Reporting Initiative [C], «Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad,» Amsterdam, Holanda, 2011.
- [26] Global Reporting Initiative [D], «G4 Sustainability Reporting Guidelines,» Marzo 2013 a. [En línea]. Available: <https://www.globalreporting.org/reporting/g4/g4-developments/Pages/default.aspx>. [Último acceso: 25 Agosto 2013].
- [27] Global Reporting Initiative [D], «GRI Sustainability Disclosure Database,» 22 Enero 2014. [En línea]. Available: <http://database.globalreporting.org/search>. [Último acceso: 22 Enero 2014].
- [28] Global Reporting Initiative [E], «La Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI: ¿Vale la Pena el Viaje?,» Amsterdam, Países Bajos, 2012.
- [29] Global Reporting Initiative [F], «Discover de Database: Sustainability Reporting Trends,» 7 Diciembre 2012. [En línea]. Available: <https://www.globalreporting.org/reporting/report-services/sustainability-disclosure-database/Pages/Discover-the-Database.aspx>. [Último acceso: 25 Agosto 2013].
- [30] Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, «Guía Ambiental para el cultivo del Café,» Bogotá D.C., 2002.
- [31] Solidaridad - Coffee Support, «Guia Buenas Prácticas para la Producción del Café,» Utrecht, Holanda, 2013.
- [32] R. Guillen y J. Vincent, Diccionario Jurídico, Bogotá D.C.: TEMIS, 1996.
- [33] Global Reporting Initiative, «G4-Manual de Aplicación,» Amsterdam, Holanda, 2014.

- [34] G. H. Brudtland, «Our Common Future,» Johannesburgo, South Africa, 1987.
- [35] A. Cortina, «La Ética de la Empresa,» México, 2011.
- [36] Global Reporting Initiative, «Who we are: About GRI,» 2012. [En línea]. Available: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>. [Último acceso: Agosto 22 2013].
- [37] Global Reporting Initiative, «G4-Principios y contenidos Básico,» Amsterdam, Holanda, 2013.
- [38] L. V. Alzate y J. Villegas, «Estudio de Impacto Ambiental Fabrica de Producción de Alcohol "Alcoholes el Monje",» Santa Rosa de Cabal, 2010.
- [39] Expocafé S.A [D], «Expocafé S.A./Productos/Preparaciones,» 2012. [En línea]. Available: <http://www.expocafe.com/preparacion.html>. [Último acceso: 30 06 2014].
- [40] Red de Agricultura Sostenible, «Política de Certificación para grupos,» San José, Costa Rica, 2011.
- [41] Expocafé S.A. [E], «Información de Grupos,» Bogotá D.C., 2014.
- [42] Fairtrade Labelling Organizations International, «Criterio de Comercio Justo,» Bonn, Alemania, 2011.
- [43] Expocafé S.A. [F], «Datos FLO 2014,» Bogotá D.C., 2014.
- [44] UTZ Certified, «Código de Conducta General Versión 1.0,» Amsterdam, Holanda, 2014.
- [45] Expocafé S.A. [G], «Listado de Productores UTZ Expocafé,» Bogotá D.C., 2014.
- [46] Expocafé S.A. [H], «Información de Grupos Orgánicos Expocafé 2014,» Bogotá D.C., 2014.
- [47] Expocafé S.A. [I], «Informe de Actividades 2013,» Bogotá D.C., 2013B.

- [48] Expocafé S.A.[J], «Quienes Somos/Certificaciones,» Bogotá D.C., 2011.
- [49] Camara de Comercio por la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES colombianas, «GESTIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA,» Octubre 20058. [En línea]. Available: <http://www.camaramed.org.co/rse/comprometerse/rse/estrategias/e06.htm>. [Último acceso: 25 Junio 2014].
- [50] Expocafé S.A. [K], «Central de Beneficio Jardín,» Bogotá D.C., 2013K.
- [51] Expocafé S.A. [L], «Balance Social Primas FLO,» Bogotá D.C., 2013L.
- [52] Expocafé S.A. [M], «Archivos, pagos y recibos,» Bogotá D.C., 2013 - 2014.
- [53] Secretaría Distrital de Ambiente, «PIGA - Boletín Informativo N°7,» Bogotá D.C., 2014.
- [54] Expocafé S.A. [N], «Ventas SAP,» Bogotá D.C., 2013N.
- [55] Expocafé S.A. [O], «Ventas SAP 30 de Junio de 2014,» Bogotá D.C., 2014O.
- [56] Global Reporting Initiative, «Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad,» Amsterdam, Países Bajos, 2011.
- [57] Global Reporting Initiative, «Getting more Value out of Sustainability Reporting,» Amsterdam, Países Bajos, 2010.
- [58] Federacion Nacional de cfeteros, «Carta mundial de algo,» Copenague, Suiza, 1991.

## 11. ANEXOS

### Anexo N° 1: Relación de la normatividad Aplicable para Expocafé S.A.

Aspecto	Título	Descripción
Marco Jurídico General	Constitución Política Nacional	<p>EL PUEBLO DE COLOMBIA, en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana, decreta, sanciona y promulga la siguiente:</p> <p>De los derechos Colectivos y del ambiente. Título II Capitulo III</p> <p>ARTICULO 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.</p> <p>Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.</p> <p>El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.</p> <p>ARTICULO 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.</p> <p>ARTICULO 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los</p>

Aspecto	Título	Descripción
	Código Sanitario Nacional Ley 9 de 1979	<p>ecosistemas situados en las zonas fronterizas.</p> <p><b>Código Sanitario Nacional y Protección Medio Ambiente:</b></p> <p>Dicta medidas sanitarias para la protección del medio ambiente, que incluye temas de control sanitario para el uso del agua, residuos líquidos, emisiones atmosféricas, suministro de agua y su potabilización, salud ocupacional para garantizar la salud de los trabajadores como una condición indispensable para el desarrollo socio-económico del país; su preservación y conservación son actividades de interés social y sanitario en las que participan el Gobierno y los particulares. Proporcionar y mantener un ambiente de trabajo en adecuadas condiciones de higiene y seguridad, establecer métodos de trabajo con el mínimo de riesgos para la salud dentro de los procesos de producción; Adoptar medidas efectivas para proteger y promover la salud de los trabajadores, mediante la instalación, operación y mantenimiento, en forma eficiente, de los sistemas y equipos de control necesarios para prevenir enfermedades y accidentes en los lugares de trabajo.</p>
Marco Jurídico General	Decreto Ley 2811 de 1974	<p><b>Código de los Recursos Naturales Renovables y Protección del Medio Ambiente</b></p> <p>La preservación y manejo de los recursos naturales renovables también son de utilidad pública e interés social; lograr la preservación y restauración del ambiente y la conservación, mejoramiento y uso racional de los recursos naturales renovables, según criterios de equidad que aseguran el desarrollo armónico del hombre y de dichos recursos, la disponibilidad permanente de éstos, y la máxima participación social para beneficio de la salud y el bienestar de los presentes y futuros habitantes del territorio Nacional;</p>

Aspecto	Título	Descripción
Ambiental general	Ley 99 de 1993	<p data-bbox="954 258 1195 285" style="text-align: center;"><b>Estatuto Ambiental</b></p> <p data-bbox="675 327 1476 464">Por el cual se crea el ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el sistema nacional SINA y se dictan otras disposiciones:</p> <ol data-bbox="675 506 1476 1900" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="675 506 1476 642">1. El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.</li> <li data-bbox="675 684 1476 779">2. La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.</li> <li data-bbox="675 821 1476 915">3. Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.</li> <li data-bbox="675 957 1476 1052">4. Las zonas de páramos, subpáramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.</li> <li data-bbox="675 1094 1476 1167">5. En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.</li> <li data-bbox="675 1209 1476 1440">6. La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.</li> <li data-bbox="675 1482 1390 1514">7. El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.</li> <li data-bbox="675 1556 1476 1650">8. La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.</li> <li data-bbox="675 1692 1476 1900">9. La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones.</li> </ol>

Aspecto	Título	Descripción
Ambiental general	Ley 388 de 1997	<p>Garantizar que la utilización del suelo por parte de sus propietarios se ajuste a la función social de la propiedad y permita hacer efectivos los derechos constitucionales a la vivienda y a los servicios públicos domiciliarios, y velar por la creación y la defensa del espacio público, así como por la protección del medio ambiente y la prevención de desastres.</p> <p>Promover la armoniosa concurrencia de la Nación, las entidades territoriales, las autoridades ambientales y las instancias y autoridades administrativas y de planificación, en el cumplimiento de las obligaciones constitucionales y legales que prescriben al Estado el ordenamiento del territorio, para lograr el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.</p>
Flora y Fauna	Ley 101 de 1993	<p><b>Ley General de desarrollo agropecuario y pesquero</b></p> <p>Se fundamenta en los siguientes propósitos que deben ser considerados en la interpretación de sus disposiciones, con miras a proteger el desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras, y promover el mejoramiento del ingreso y calidad de vida de los productores rurales:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Otorgar especial protección a la producción de alimentos.</li> <li>2. Adecuar el sector agropecuario y pesquero a la internacionalización de la economía, sobre bases de equidad, reciprocidad y conveniencia nacional.</li> <li>3. Promover el desarrollo del sistema agroalimentario nacional.</li> <li>4. Elevar la eficiencia y la competitividad de los productos agrícolas, pecuarios y pesqueros mediante la creación de condiciones especiales.</li> <li>5. Impulsar la modernización de la comercialización agropecuaria y pesquera.</li> <li>6. Procurar el suministro de un volumen suficiente de recursos crediticios para el desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras, bajo condiciones financieras adecuadas a los ciclos de las cosechas y de los precios, al igual que a los riesgos que gravitan sobre la producción rural.</li> </ol>
	Ley 165 de 1994	<p><b>Convenio de las Naciones Unidas sobre Diversidad Biológica</b></p> <p>Los objetivos del presente Convenio, que se han de perseguir de conformidad con sus disposiciones pertinentes, son la conservación de la diversidad biológica, la utilización sostenible de</p>

Aspecto	Título	Descripción
		<p>sus componentes y la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos, mediante, entre otras cosas, un acceso adecuado a esos recursos y una transferencia apropiada de las tecnologías pertinentes, teniendo en cuenta todos los derechos sobre esos recursos y a esas tecnologías, así como mediante una financiación apropiada.</p> <p>Ley 1252 de 2008</p> <p>La presente ley tendrá como objeto regular, dentro del marco de la gestión integral y velando por la protección de la salud humana y el ambiente, todo lo relacionado con la importación y exportación de residuos peligrosos en el territorio nacional, según lo establecido en el Convenio de Basilea y sus anexos, asumiendo la responsabilidad de minimizar la generación de residuos peligrosos en la fuente, optando por políticas de producción más limpia; proveyendo la disposición adecuada de los residuos peligrosos generados dentro del territorio nacional, así como la eliminación responsable de las existencias de estos dentro del país. Así mismo, se regula la infraestructura de la que deben ser dotadas las autoridades aduaneras y zonas francas y portuarias, con el fin de detectar de manera eficaz la introducción de estos residuos y se amplían las sanciones que trae la Ley 99 de 1993 para quien viole el contenido de la presente.</p>
Paisaje y Biodiversidad	Ley 1715 de 1978	<p>Que según lo establecido por el Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente (Decreto-Ley 2811 de 1974), la comunidad tiene derecho a disfrutar de paisajes urbanos y rurales que contribuyan a su bienestar físico y espiritual.</p> <p>Que con el fin de garantizar este derecho es necesario establecer las regulaciones y tomar medidas para impedir la alteración o deformación de elementos constitutivos del paisaje, Se prohíbe deformar o alterar elementos naturales como piedras, rocas, peñascos, praderas, árboles, con pintura o cualquier otro medio para fines publicitarios o de propaganda en general. Tampoco se podrán aducir fines artísticos para producir tales efectos</p>
Agua	Decreto 1541 de 1978	<p>Este Decreto tiene por finalidad reglamentar las normas relacionadas con el recurso de aguas en todos sus estados, y comprende los siguientes aspectos:</p> <p>1. El dominio de las aguas, cauces y riberas, y normas que rigen su aprovechamiento sujeto a prioridades, en orden a asegurar el desarrollo humano, económico y social, con arreglo al interés</p>

Aspecto	Título	Descripción
		<p>general de la comunidad.</p> <p>2. La reglamentación de las aguas, ocupación de los cauces y la declaración de reservas de agotamiento, en orden a asegurar su preservación cuantitativa para garantizar la disponibilidad permanente del recurso.</p> <p>3. Las restricciones y limitaciones al dominio en orden a asegurar el aprovechamiento de las aguas por todos los usuarios.</p> <p>4. El régimen a que están sometidas ciertas categorías especiales de agua.</p> <p>5. Las condiciones para la construcción de obras hidráulicas que garanticen la correcta y eficiente utilización del recurso, así como la protección de los demás recursos relacionados con el agua.</p> <p>6. La conservación de las aguas y sus cauces, en orden a asegurar la preservación cualitativa del recurso y a proteger los demás recursos que dependan de ella.</p> <p>7. Las cargas pecuniarias en razón del uso del recurso y para asegurar su mantenimiento y conservación, así como el pago de las obras hidráulicas que se construyan en beneficio de los usuarios.</p> <p>8. Las sanciones y las causales de caducidad a que haya lugar por la infracción de las normas o por el incumplimiento de las obligaciones contraídas por los usuarios.</p> <p>La preservación y manejo de las aguas son de utilidad pública e interés social, el tenor de lo dispuesto por el artículo 1 del Decreto-Ley 2811 de 1974:</p> <p>En el manejo y uso del recurso de agua, tanto la administración como los usuarios, sean éstos de agua o privadas, cumplirán los principios generales y las reglas establecidas por el Código Nacional de recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente, especialmente los consagrados en los artículos 9 y 45 a 49 del citado Código.</p>
Agua	Decreto 3930 de 2010	El presente decreto establece las disposiciones relacionadas con los usos del recurso hídrico, el Ordenamiento del Recurso Hídrico y los vertimientos al recurso hídrico, al suelo y a los alcantarillados.
	Decreto 1575 de	Pr la cual se expiden normas técnicas de calidad de agua potable.

Aspecto	Título	Descripción
	2007	<p>El agua suministrada por la persona que presta el servicio público de acueducto, deberá ser apta para consumo humano, independientemente de las características del agua cruda y de su procedencia.</p> <p>Los usuarios propenderán por mantener en condiciones sanitarias adecuadas las instalaciones de distribución y almacenamiento de agua para consumo humano a nivel intradomiciliario.</p>
	Decreto 2981 de 2013	<p>Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo</p> <p>Son obligaciones de los usuarios del servicio público de aseo, en cuanto al almacenamiento y la presentación de residuos sólidos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Almacenar y presentar los residuos sólidos, de acuerdo a lo dispuesto en este decreto, en el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos de los municipios o distritos, en los respectivos programas para la prestación del servicio público de aseo, aspectos que deben estar definidos en el Contrato de Servicios Públicos.</li> <li>2. Realizar la separación de residuos en la fuente, tal como lo establezca el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos del respectivo municipio o distrito para su adecuado almacenamiento y posterior presentación.</li> <li>3. Presentar los residuos sólidos para la recolección en recipientes retornables o desechables, de acuerdo con lo establecido en el PGIRS de forma tal que facilite la actividad de recolección por parte del prestador. Preferiblemente la presentación de los residuos para recolección se realizará en recipientes retornables.</li> <li>4. Almacenar en los recipientes la cantidad de residuos, tanto en volumen como en peso, acorde con la tecnología utilizada para su recolección.</li> <li>5. Ubicar los residuos sólidos en los sitios determinados para su presentación, con una anticipación no mayor de tres (3) horas previas a la recolección de acuerdo con las frecuencias y horarios establecidos por el prestador.</li> <li>6. Almacenar y presentar los residuos sólidos provenientes del barrido de andenes, de manera conjunta con los residuos sólidos</li> </ol>

Aspecto	Título	Descripción
		originados en el domicilio.  7. Presentar los residuos en área pública, salvo condiciones pactadas con el usuario cuando existan condiciones técnicas y operativas de acceso a las unidades de almacenamiento o sitio de presentación acordado.
	Decreto 4741 de 2005	Por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y el manejo de los residuos o desechos peligrosos generados en el marco de la gestión integral.(Reglamentado por la Resolución 1406 de 2006 y Resolución 1362 de 2007)
Energía	Ley 697 de 2001	Determina la utilización de la energía, de tal manera que se obtenga la mayor eficiencia energética, bien sea de una forma original de energía y/o durante cualquier actividad de producción, transformación, transporte, distribución y consumo de las diferentes formas de energía, dentro del marco del desarrollo sostenible y respetando la normatividad, vigente sobre medio ambiente y los recursos naturales renovables.
Regulación Cafetera	Decreto 1173 de 1991	Por el cual se expiden normas sobre regulación de la política cafetera y se dictan otras disposiciones
	Decreto 1408 de 1991	Señala procedimiento para el cálculo de Contribución Cafetera y transferencias
	Res 2 de 1991	Medidas conducentes a garantizar la calidad del café de exportación.
	Res 3 de 1991	Por el cual se dictan normas de calidad para el café verde en almendra, verde descafeinado, solubles y extracto de café.

Fuente: El Autor

Anexo N°2:

<b>Diagnóstico G4 – De conformidad Esencial</b>						
<b>Contenidos básicos generales</b>						
<b>Estrategia y Análisis</b>						
<b>Sección</b>	<b>Descripción</b>	<b>Aplica</b>	<b>No Aplica</b>	<b>Estado</b>	<b>Fuente de Información</b>	<b>Sugerencia</b>
<b>G4-1</b>	Declaración acerca de la importancia de la sostenibilidad para Expocafé y la estrategia de esta para el fortalecimiento de la empresa	x		Actualmente, Expocafé No tiene definida un acta de compromiso con la sostenibilidad.	Área de sostenibilidad y Gerencia	Realizar un acta que establezca el compromiso de Expocafé con la sostenibilidad: - Cómo fue el año pasado? - Estrategias a corto, mediano y largo plazo. – Tendencias, sucesos, logros, fracasos - retos del 2014,
<b>Perfil de la Organización</b>						
<b>Sección</b>	<b>Descripción</b>	<b>Aplica</b>	<b>No Aplica</b>	<b>Estado</b>	<b>Fuente de Información</b>	<b>Sugerencia</b>
<b>G4-3</b>	Nombre de la Organización	x		Nombre de la organización si está definida.	Sostenibilidad	Sociedad Exportadora de las Cooperativas Caficultoras-Expocafé S.A. – Añadir breve descripción de la compañía
<b>G4-4</b>	Marcas, productos y servicios más importantes	x		Existencia de diferentes marcas y su descripción	Sostenibilidad	Describir cada uno de los productos y servicios ofrecidos por Expocafé: Marcas de cafés especiales, marcas para clientes, cafés de origen.
<b>G4-5</b>	Lugar donde se encuentra la sede de la Organización	x		Ubicación definida en un solo punto	Sostenibilidad	Implementar sistemas de información geográfica para ubicar la sede principal de Expocafé S.A. (Fotos, Google maps)

<b>Diagnóstico G4 – De conformidad Esencial</b>						
<b>Contenidos básicos generales</b>						
<b>G4-6</b>	Indicar el número de países donde Expocafé Opera	x		Expocafé sólo opera en Colombia	Sostenibilidad	Digitar Mapa Colombiano y señalar cuáles son las regiones en las que Expocafé opera.
<b>G4-8</b>	Indicar a qué mercados sirve	x		Mercados América, Europa y Asia.	Sostenibilidad	Desglose geográfico, sectores, tipos de clientes y destinatarios (Mapa Mudo).
<b>G4-9</b>	Determinar la escala de Expocafé	x		El criterio es aplicable a la compañía, pero por temas estrictamente de confidencialidad, no se puede presentar	Financiero	Número de Empleados, Número de operaciones, Ventas netas, Capitalización (términos de deuda y patrimonio), cantidad de productos y servicios que se ofrecen.
<b>G4-10</b>	Contrataciones	x		El criterio es aplicable a la compañía, pero por temas estrictamente de confidencialidad, no se puede presentar	Financiero	Número de empleados por contrato laboral y sexo
<b>G4-11</b>	% de empleados cubiertos por convenios colectivos		x	En Expocafé no hay Sindicatos		
<b>G4-12</b>	Describir la cadena de suministro	x		La compañía tiene claro desde y hasta dónde se extiende su responsabilidad	Sostenibilidad	Realizar un esquema que describa la cadena de suministro de Expocafé (Finca, Punto de compra, trilladora, puerto)
<b>G4-13</b>	Comunicar todo cambios significativos		x			Cambios en los centros: Inauguración o cierre o ampliación de instalaciones
<b>G4-14</b>	Explicar cómo Expocafé aborda el principio de		x			Expocafé no posee procedimiento para abordar el principio de precaución sobre

<b>Diagnóstico G4 – De conformidad Esencial</b>						
<b>Contenidos básicos generales</b>						
	precaución					los daños que sus actividades pueden generar al ambiente.
<b>G4-15</b>	Lista de cartas iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que Expocafé ha adoptado	x		Como tal no existe un listado específico, pero Expocafé en su filosofía y sus valores de una empresa que trabaja para el bien de las partes interesadas, tiene claro que se acoge a varios principios y estándares	Sostenibilidad	Listar cartas, principios u otras iniciativas que Expocafé ha adoptado en temas ambientales, sociales y económicos
<b>G4-16</b>	Lista de asociaciones y organizaciones a las que Expocafé pertenece	x				Listar Organizaciones a las que Expocafé se encuentra asociadas
<b>Aspectos Materiales y Cobertura</b>						
<b>Sección</b>	<b>Descripción</b>	<b>Aplica</b>	<b>No Aplica</b>	<b>Estado</b>	<b>Fuente de Información</b>	<b>Sugerencia</b>
<b>G4-17</b>	Lista de entidades que figuran en los estados financieros consolidados y señalar si alguna de estas entidades no figura en la memoria	x		Esta información se encuentra disponible, pero por confiabilidad no puede ser publicada	Financiero	Consolidado del estado financiero donde figuran las entidades participantes – Accionistas
<b>G4-18</b>	Describir proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto	x		Expocafé no posee procedimientos establecidos para el desarrollo del GRI	Sostenibilidad	Evaluación de Criterios

<b>Diagnóstico G4 – De conformidad Esencial</b>						
<b>Contenidos básicos generales</b>						
	Explicar cómo Expocafé aplica los principios de elaboración para determinar el contenido de la memoria	x		Expocafé no posee procedimientos establecidos para el desarrollo del GRI	Sostenibilidad	Evaluación de Criterios
<b>G4-19</b>	Elaborar lista de aspectos materiales que se identificaran durante el proceso de definición del contenido de la memoria	x		Expocafé no posee procedimientos establecidos para el desarrollo del GRI	Sostenibilidad	Evaluación de Criterios
<b>G4-20</b>	Indicar la cobertura interna de cada aspecto material	x		Expocafé no posee procedimientos establecidos para el desarrollo del GRI		Evaluación de Criterios
<b>G4-21</b>	Indique cobertura externa de cada aspecto material	x		Expocafé no posee procedimientos establecidos para el desarrollo del GRI		Evaluación de Criterios
<b>G4-22</b>	Describir las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas		x			Expocafé no ha elaborado memorias anteriormente
<b>G4-23</b>	Señalar todo cambio significativo en el alcance y cobertura de cada aspecto frente a memorias anteriores		x			Expocafé no ha elaborado memorias anteriormente

Diagnóstico G4 – De conformidad Esencial						
Contenidos básicos generales						
Participación de los grupos de Interés						
Sección	Descripción	Aplica	No Aplica	Estado	Fuente de Información	Sugerencia
<b>G4-24</b>	Elaborar una lista de los grupos de interés vinculados a Expocafé	x		La empresa tiene identificadas sus grupos de interés: Productores, Cooperativas, Trilladoras, FNC, Transporte, Accionistas, clientes, gobierno y Trabajadores	Estratégico	Mapa de Grupos de Interés – Expocafé S.A.
<b>G4-25</b>	Indiqué en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	x		A través de una matriz de impacto e Influencia, medida entre alta y baja	Estratégico	
<b>G4-26</b>	Describa el enfoque de Expocafé sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con la que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó aproximación en el proceso de elaboración de la memoria		x	En el primer desarrollo de la memoria, no hubo participación de los grupos de interés		Inicio de proceso de aproximación de las partes interesadas para la publicación de la próxima memoria

## Diagnóstico G4 – De conformidad Esencial

### Contenidos básicos generales

<b>G4-27</b>	Señalar qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria		x	En el primer desarrollo de la memoria, no hubo participación de los grupos de interés		Inicio de proceso de aproximación de las partes interesadas para la publicación de la próxima memoria
--------------	---	--	---	---	--	---

Anexo N° 3:

Perfil de la memoria					
Sección	Descripción	Aplica	No Aplica	Fuente de Información	Estado
<b>G4-28</b>	Periodo objeto de la memoria	x		Sostenibilidad	Año 2013-2014
<b>G4-29</b>	Fecha de la última memoria		x		Primera publicación
<b>G4-30</b>	Ciclo de presentación	x		Sostenibilidad	Ciclo anual de presentación de memorias
<b>G4-32</b>	Indique qué opción de conformidad con la Guía se ha elegido	x		Sostenibilidad	Esencial
	Referenciar informe de verificación externa		x		Por ser la primera memoria, no se someterá a verificación
<b>G4-33</b>	Describa la política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria		x		Por ser la primera memoria, no se someterá a verificación
	Indicar el alcance y fundamento de la verificación externa en caso de que no se menciones		x		Por ser la primera memoria, no se someterá a verificación
	Describa la relación entre Expocafé y los proveedores de la verificación		x		Por ser la primera memoria, no se someterá a verificación
	Señalar si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de la verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización		x		Por ser la primera memoria, no se someterá a verificación
Gobierno					
Sección	Descripción	Aplica	No Aplica	Fuente de Información	Sugerencia

<b>Perfil de la memoria</b>					
<b>Sección</b>	<b>Descripción</b>	<b>Aplica</b>	<b>No Aplica</b>	<b>Fuente de Información</b>	<b>Estado</b>
<b>G4-34</b>	Describir la estructura de gobierno de Expocafé, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comité son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales	x		Sostenibilidad y estratégico	Obtención de Organigrama
<b>Ética e Integridad</b>					
<b>Sección</b>	<b>Descripción</b>	<b>Aplica</b>	<b>No Aplica</b>	<b>Fuente de Información</b>	<b>Estado</b>
<b>G4-56</b>	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos	x		Sostenibilidad, Recursos humano	Código de conducta

#### Anexo N°4: definición de los procesos Externos

<b>FASES/ETAPAS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>Descripción</b>
<b>En Finca</b>	Contratación Personal por Cosecha	En esta etapa por lo general se contratan menores de edad, lo cual es prohibido por la ley colombiana por medio de la Res. 01677 de 2008 la cual menciona que no se permiten menores de 18 años en el cultivo de café. Esta contratación por lo general no es bien remuneradas
	Preparación Terreno	Terraplenado o quemas para el acondicionamiento del terreno.
	Siembra del cultivo	Esta etapa trae beneficios económicos para la mano de obra contratada. A su vez generara traslado familiar en busca de oportunidades en esta actividad.
	Manejo de Arvenses	Uso de herbicidas con residuos contaminantes, algunos de estos afectan la salud
	Fertilización	No se realiza acorde a un estudio de suelo, por lo tanto no se realiza efectivamente y deja como consecuencia perdidas económicas por desperdicio del producto
	Control de Plagas	Uso de Fungicidas y agroquímicos altamente contaminantes que afectan la salud de quien lo aplica y de quien está expuesto.
	Cosecha	Contratación de mano de obra para el inicio de esta actividad, es beneficioso porque genera ingresos económicos a la familia y familias vecinas de la finca.
	Beneficio	Alto consumo de agua, vertimiento de aguas residuales, contaminación de cuerpos hídricos, generación de residuos de pulpa
	Secado	Si el secado es mecánico, se genera alto consumo de combustible no renovable
	Transporte Punto de Compra	Consumo de combustible no renovables por transporte al punto de compra
<b>Punto de Compra</b>	Adquisición de instalaciones	En esta etapa se requiere la construcción o adecuación de instalaciones que puede afectar
	Contratación de personal	Genera Empleo e ingresos económicos
	Recepción del Café	Genera empleo e ingresos económicos, se requiere de equipos de protección y capacitación para el personal que transporta el café
	Comercialización del café	Genera ingresos económicos, requiere de contratación de personal y capacitación
	Catación	Requiere de contratación de personal y capacitación para generar destrezas en la catación del café
	Empacado	Genera residuos por el mal proceso de empaque
	Almacenamiento	Genera residuos, se debe tener en cuenta la seguridad de la bodega de almacenamiento para evitar accidentes laborales.
	Garantizar Trazabilidad	Requiere de contratación de personal y capacitación para garantizar la eficiencia de la trazabilidad
	Comercialización de Insumos y Agroquímicos	Generación de vapores, se debe tener en cuenta capacitación, existencia de fichas de seguridad para tener la adecuada respuesta en caso de vertimientos o accidentes
<b>Trilladoras</b>	Adquisición de instalaciones y Maquinaria	Adquisición o construcción de instalaciones que puede modificar el paisaje, generar ruido, contaminación atmosférica, afectar la flora y la fauna.
	Contratación del personal	Genera empleo e ingresos económicos, requiere de capacitación e implementación de equipos de protección

<b>FASES/ETAPAS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>Descripción</b>
		personal
	Recepción de carga	Contratación de personal que requiere estar capacitado en riesgos laborales por el cargue y descargue de los sacos de café, requiere de la implementación de equipos de protección personal
	Almacenamiento	Adecuación de bodega que debe tener en cuenta fichas de seguridad para evitar accidentes laborales
	Pre limpieza del café	Generación de residuos, ruido
	Proceso de Trilla	Generación de residuos, ruido
	Separación Mecánica del café	Generación de residuos, ruido
	Disposición de Residuos (Cisco)	Generación de residuos
	Empacado	Generación de residuos
	Cargue al camión de transporte	Contratación de personal que requiere estar capacitado en riesgos laborales por el cargue y descargue de los sacos de café, requiere de la implementación de equipos de protección personal
<b>Transporte</b>	Transporte a Punto de Compra	Emisiones atmosféricas móviles
	Transporte a Trilla	Emisiones atmosféricas móviles
	Transporte a puerto	Emisiones atmosféricas móviles







Anexo N°6: Definición de Procesos Internos

<b>FASE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Definición</b>
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	Provisión de Recursos	Compra de materiales, generación de desperdicios
	Talento Humano	Contratación de personal, generación de empleo
	Competencia, Toma de Conciencia y Formación	Generación de capacidades por medio de jornadas educativas
	Infraestructura	Adquisición y adecuación de instalaciones
	Ambiente de Trabajo	Garantizar clima laboral
<b>SISTEMAS</b>	Suministro de Software y Hardware	Adquisición de material tecnológico
	Servicio de Mantenimiento de Equipos	Generación de residuos electrónicos, por cambio de partes o cambio total de equipos
<b>VENTAS</b>	Información del mercado en línea	Consumo energético y capacitación de personal
	Reporte de café comprado	Consumo de materiales, consumo de energía
	Requerimientos del cliente	Consumo de materiales, consumo energético, viajes
	Reporte de precio de compra	Consumo energético
<b>COMPRAS</b>	Proceso de Compras	Consumo energético, materiales
	Verificación de los Productos Comprados	Consumo energético, materiales
	Orden de Trilla	Consumo de materiales, consumo energético
	Identificación Y trazabilidad de productos	Consumo de materiales, consumo energético
	Preservación del Producto	Adquisición de empaques, generación de residuos
<b>CALIDAD</b>	Proceso de Catación	Adquisición de materiales, consumo energético, consumo de agua, generación de residuos, capacitación de personal
	Obtención de productos no conformes	Rechazo de café en puerto destino que genera pérdidas económicas, consumo energético, generación de residuos.
	Devoluciones	Pérdidas económicas, consumo energético, generación de residuos.
<b>DESPACHO</b>	Orden de despacho	Orden de despacho de café de bodega a contenedor, consumo de energía, consumo de materiales.
	Programación y reserva de buques	Consumo de materiales, consumo energético
	Fumigación del café en puerto	Contaminación atmosférica, consumo de materiales, consumo energético, personal capacitado, implementación de equipos de protección personal.
	Mantenimiento de seguridad de la	Contratación de personal, capacitación, consumo energético, consumo de materiales.

<b>FASE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Definición</b>
	operación	
<b>FACTURACIÓN</b>	Solicitud Guía de tránsito	Generación de documentación pertinente al proceso de exportación, en este caso se consumen materiales, consumo de energía y generación de residuos sólidos
	Reporte de ventas	
	Certificado de BL	
	Obtención de BL	
	Obtención de certificados adicionales	
<b>SOSTENIBILIDAD</b>	Sellos y certificaciones	Todo lo relacionado al establecimiento y mantenimiento con sellos y certificaciones, lo cual consume materiales, consumo energético tanto eléctrico como de combustible debido a los viajes a zonas cafeteras, se requiere de capacitación constante al personal para generar destrezas acorde a la tendencia de los programas
	Diseño de proyectos a la medida del cliente	Diseño de proyectos de sostenibilidad ligados a la actividad comercial, lo cual permite que la comercialización estable genere ingresos económicos.
	Impacto en comunidades	Generación de beneficios económicos a causa del valor agregado compartido provenientes de la comercialización de cafés especiales

Fuente: El Autor







Anexo N°8:

<b>Ficha N° 1</b>	Plan de manejo de suelo y la erosión
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar buenas prácticas agrícolas (BPA)</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taller de capacitación para la identificación y manejo de zonas erosionadas.</li> <li>- Realizar jornadas de siembra de árboles nativos.</li> </ul>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar zonas erosionadas</li> <li>- Capacitar en el tema de BPA's</li> <li>- Crear conciencia en la implementación de BPA's</li> <li>- Establecer viveros comunitarios con material vegetal nativo</li> <li>- Revegetalización de zonas</li> <li>- Organizar jornadas colectivas</li> <li>- Ejecución y seguimiento</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Prevención, mitigación
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Fincas productoras de café
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	<p>Caficultores</p> <p>Cooperativas</p> <p>Expocafé</p>
<b>RESPONSABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cooperativas</li> <li>- Expocafé</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	A concertar entre sus partes
<b>Tiempo</b>	1 año

Anexo N°9:

<b>Ficha N° 2</b>	Programa de uso racional de energía y agua
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilizar a la los productores en el uso racional de los recursos naturales no renovables</li> </ul>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar actividades de capacitación en temas de racionalización de uso de los recursos</li> <li>- Desarrollar ejemplos de medición para conocer el consumo</li> <li>- Capacitar en el uso de formatos para llevar registros de consumo</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar jornada de capacitación en fincas (Gira)</li> <li>- Enseñar formas alternas para la medición del consumo</li> <li>- Facilitar formatos para llevar registros</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Prevenición
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Fincas productoras de café
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	Caficultores
<b>RESPONSABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cooperativas</li> <li>- Expocafé</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	A concertar entre sus partes
<b>Tiempo</b>	6 meses

Anexo N°10:

<b>Ficha N° 3</b>	Programa de residuos sólidos
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentar la disposición adecuada de residuos y envases de pesticidas a través de jornadas de recolección para evitar contaminación</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar en temas de clasificación de residuos.</li> <li>- Realizar jornadas de recolección</li> </ul>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adecuar materiales alternos para uso de contenedores de clasificación de residuos</li> <li>- Realizar taller de capacitación que permita desarrollar habilidades en los productores para saber cómo clasificar los residuos de su finca</li> <li>- Realizar jornadas de recolección cofinanciadas con la alcaldía y Campo Limpio para garantizar la efectividad del programa</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Mitigación
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Fincas productoras de Café
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	Caficultores
<b>RESPONSABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cooperativas</li> <li>- Expocafé</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	A concertar entre sus partes
<b>Tiempo</b>	1 año

Anexo N°11:

<b>Ficha N° 4</b>	Programa de identificación y protección de áreas estratégicas y especies amenazadas o en vía de extinción
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecer la identificación de áreas de alta importancia ambiental y el conocimiento de especies amenazadas o en vía de extinción</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar a los productores en la identificación y programas de protección para las zonas estratégicas de su finca y las especies amenazadas de la zona.</li> <li>- Difundir material divulgativo con las características de identificación</li> </ul>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitar características para identificación de zonas de alta importancia ecológica.</li> <li>- Facilitar listado de especies.</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Prevención
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Finca de café
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	Caficultores Cooperativas
<b>RESPONSABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cooperativas</li> <li>- Técnico de asistencia</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	A concertar entre sus partes
<b>Tiempo</b>	6 meses

Anexo N°12:

<b>Ficha N° 5</b>	Programa de auxilio para la vejez
<b>OBJETIVO</b>	- Garantizar que los caficultores retirados tengan una condición de vida digna
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	- Generar alianzas con clientes estratégicos, que estén dispuestos a pagar un valor adicional en los negocios de café, el cual será destinado para auxilio de los productores retirados.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar alianzas</li> <li>- Seleccionar productores</li> <li>- Pactar acuerdos de cumplimiento</li> <li>- Garantizar presencia y estabilidad de los negocios</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Corrección
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Aguadas, Caldas
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	Productores Nespresso AAA FLO de la zona de Aguadas Caldas
<b>RESPONSABLES</b>	- Expocafé
<b>Presupuesto</b>	A concertar entre sus partes
<b>Tiempo</b>	5 años

Anexo N°13

<b>Ficha N° 6</b>	Programa de capacitación en la contratación de menores de edad, remuneración justa, trabajo forzado
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminuir la contratación de menores de edad, garantizar la remuneración justa de trabajadores y fortalecer el conocimiento de agroquímicos prohibidos y el respectivo uso de equipos de protección personal.</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difusión de criterios de sostenibilidad y la ley colombiana referentes a la contratación de menores de edad.</li> <li>- Concientizar a los productores en temas de pagos de salarios mínimo.</li> <li>- Capacitación y motivación para adquisición y uso del equipo de protección personal</li> </ul>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fijar políticas, acuerdos y compromisos en las fincas.</li> <li>- Motivar a los menores de edad a que estudien y se capaciten en temas de empresa cafetera para garantizar el relevo generacional.</li> <li>- Difundir folletos</li> <li>- Capacitación que motive a los productores a pagar el salario mínimos, dando ejemplo de para qué bienes alcanza con el salario mínimo</li> <li>- Mensajes radiales</li> <li>- Gestionar alianzas para cofinanciar la adquisición de equipos de protección personal</li> <li>- Capacitar por medio de entidades especializadas en el conocimiento de los riesgos a los que se expone un fumigador que no usa EPP</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Corrección
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Fincas de café
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	Productores
<b>RESPONSABLES</b>	- Cooperativas
<b>Presupuesto</b>	A concertar entre sus partes
<b>Tiempo</b>	

2 años

Anexo N°14

<b>Ficha N° 7</b>	Programa de uso racional de energía y agua
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminuir el consumo energético y la generación de residuos</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilizar en uso racional del uso de la energía y del agua</li> <li>- Uso de luminarias de bajo consumo.</li> <li>- Reconversión tecnológica de computadores y luminarias no ahorradoras.</li> <li>- Mantenimiento y revisión periódica de dispositivos sanitarios y lavabos para evitar alto consumo por perdidas por goteo</li> </ul>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar capacitación en temas de uso racional de la energía y agua, su importancia y beneficios.</li> <li>- Planear jornadas de mantenimiento y revisión para verificar el buen estado de los dispositivos</li> <li>- Organizar actividades de medición de consumo de agua y energía para observar el impacto del programa</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Corrección
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Oficinas Expocafé
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	Empleados Expocafé Administración
<b>RESPONSABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sostenibilidad</li> <li>- Recursos humanos</li> <li>- Área financiera</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	\$2'000.0000
<b>CRONOGRAMA</b>	6 meses

Anexo N°15:

<b>Ficha N° 8</b>	Programa de minimización, aprovechamiento y disposición adecuada de los residuos sólidos
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminuir la cantidad de residuos generados no aprovechados</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar estrategias para la reutilización de materiales</li> <li>- Implementar puntos ecológicos (GTC-24)</li> <li>- Medir la cantidad de residuos que se generan</li> <li>- Buscar alianzas para garantizar el aprovechamiento y buena disposición de residuos.</li> </ul>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer política de las tres r: reducción, reciclaje y reutilización.</li> <li>- Realizar jornada de capacitación para la disminución, clasificación y aprovechamiento de residuos.</li> <li>- Realizar alianzas para el aprovechamiento y/o buena disposición de residuos pos consumo.</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Prevención, mitigación
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Expocafé S.A.
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	Empleados, administración
<b>RESPONSABLES</b>	Sostenibilidad Recursos humanos Área de servicios generales
<b>Presupuesto</b>	5'000.000
<b>CRONOGRAMA</b>	6 meses

Anexo N°16:

<b>Ficha N° 8</b>	Programa de evaluación, medición y mitigación de impactos indirectos relacionados con el proceso de trilla y transporte
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plantear una estrategia de planificación, medición y control ambiental sobre las emisiones atmosféricas generadas en los puntos de trilla y para la empresa de transportes SARVI</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestionar la exigencia de certificados de cumplimiento ambiental de las instalaciones de trilla y del servicio de transportes</li> </ul>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exigir certificados de cumplimiento ambiental</li> </ul>
<b>TIPO DE MEDIDA</b>	Prevenición
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	Trilladoras, Empresa SARVI
<b>POBLACIÓN BENEFICIADA</b>	Expocafé
<b>RESPONSABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sostenibilidad</li> <li>- Logística</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	\$ indefinido
<b>Tiempo</b>	1 año

## Anexo N°17: Memorias de Campo

Vale la pena resaltar que todo lo recopilado en esta guía se realizó mediante diferentes viajes a campo, los cuales permitieron vivir la experiencia directa de la vida de los productores, la gestión de las Cooperativas para la implementación de programas de certificación y verificación en campo, diferentes actividades como días de campo, talleres de capacitación en campo y juegos didácticos de implementación.

A continuación se anexan algunas fotografías que dan fé de lo mencionado anteriormente:



Foto: IV encuentro Cluster Expocafé



Foto: II Encuentro Starbucks Nespresso



Evento: Farmer Brothers – Expocafé – McDonalds



Evento: Farmer Brothers – Expocafé - McDonalds