

20

21



TRANSPARENCY REPORT

PERSONAS | PG 4

PLANETA | PG 14

PRODUCTO

CAFÉ | PG 18

EDUCACIÓN | PG 28

TECNOLOGÍA | PG 32

FINANZAS | PG 36

INTRODUCCIÓN

Fundada en 1995, Counter Culture Coffee ha evolucionado de ser una pequeña tostadora en Durham, Carolina del Norte, a convertirse en una de las tostadoras independientes de café especial más grandes en los Estados Unidos. Con dos tostadoras y 12 centros de capacitación, continuamos siendo los líderes de la industria del café especial en las áreas de calidad, sostenibilidad, y educación. Operamos canales de apoyo y ventas al por mayor, productos comestibles y de venta directa al consumidor.

Counter Culture fue la primera tostadora orgánica certificada en Carolina del Norte (2002), creó el primer Informe de Transparencia del café (2009), se convirtió en una Corporación B certificada (2020), y ha donado más de \$250,000 (a la fecha) en subvenciones para productores de café que están enfocados en proyectos de sostenibilidad diseñados por ellos. Nosotros donamos dinero anualmente para financiar la [Investigación del Café Mundial \(World Coffee Research\)](#) y la [Guía de Transacciones de Cafés Especiales](#). En el 2021, la compañía empleó 116 empleados de tiempo completo y medio tiempo y tuvo ingresos de aproximadamente \$37 millones.

Este Informe de Transparencia cubre métricas y aspectos destacados desde el 1 de enero al 31 de diciembre, 2021 organizados en las siguientes secciones: Personas, Planeta, Productos, y Finanzas. El ciclo de compra del café cubierto en la sección Producto>Café ocurrió entre el 1 de octubre de 2020 y el 30 de septiembre de 2021. Nosotros creemos que hay una conexión entre reportar estas métricas y el bienestar de los participantes en nuestro flujo de valor. Más allá de las métricas, reflexionar sobre los aspectos destacados y explicar para lo que estamos trabajando es una parte importante de nuestro proceso para mejorar de manera continua como organización.

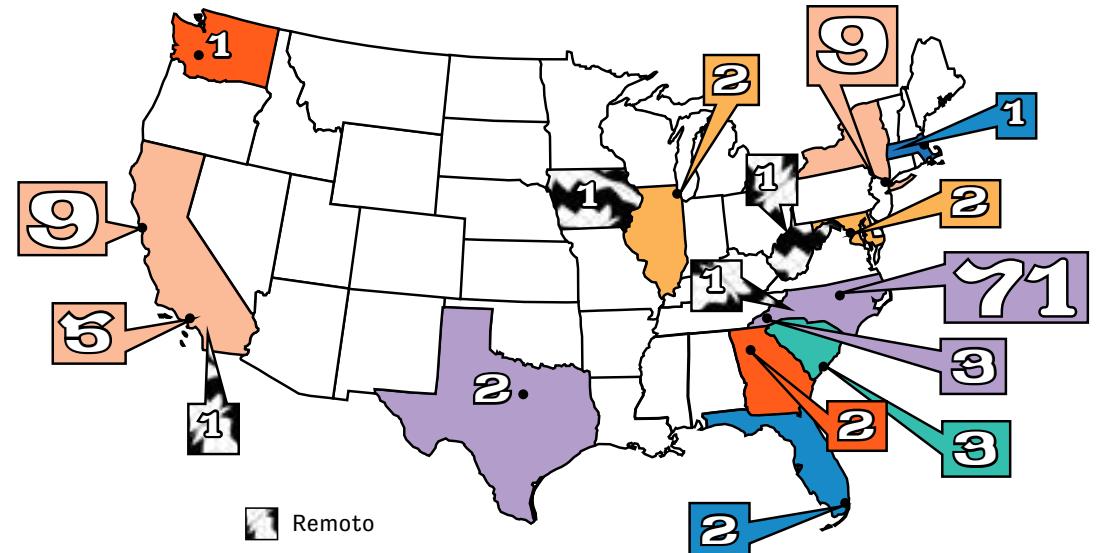
Este informe fue creado por un equipo de personas impulsadas por la transparencia dentro de Counter Culture. Se esfuerza por lograr el equilibrio, pero se preparó internamente y, por lo tanto, tiene un componente de parcialidad. Si desea enviar preguntas, sugerencias o comentarios sobre este informe, envíenos un correo electrónico a listen@counterculturecoffee.com.



Personas



116* EMPLEADOS EN **13** REGIONES



La información demográfica de 2021 se recopiló a través de una encuesta de inclusión voluntaria, administrada a través de nuestra plataforma de participación, Culture Amp. El propósito de esta encuesta fue recopilar datos para entender de manera más precisa cómo los diferentes grupos de empleados experimentan la cultura de nuestra compañía. Estos datos nos ayudan a comparar nuestro trabajo con el de otras empresas y buscar oportunidades de mejoras continuas a través de un lente de equidad.

85 de los 116 miembros del personal participaron en la encuesta. La respuesta “No especificado” representa a las personas que completaron la encuesta y eligieron no especificar su respuesta en una categoría en específico. “No proporcionado” representa a las personas que no completaron la encuesta.

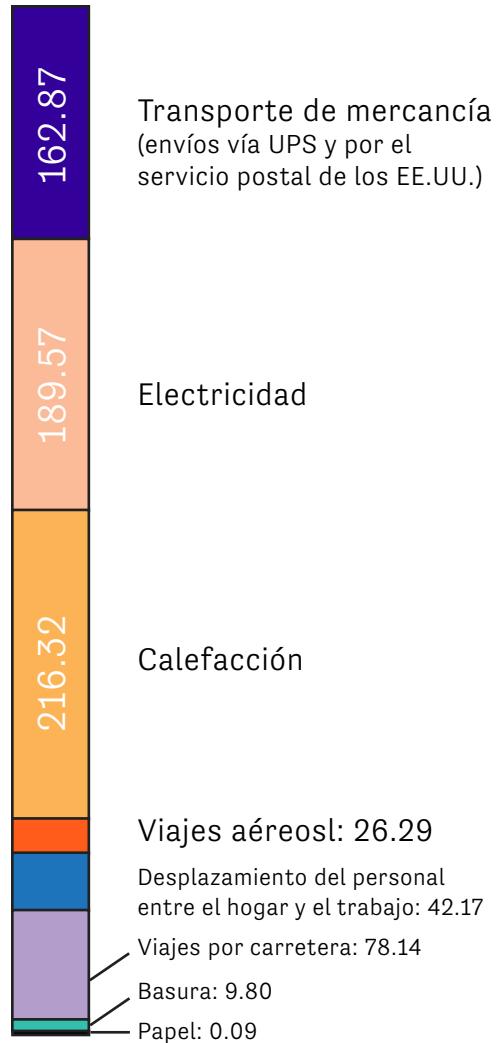
* Para el 31 de diciembre de 2021

Planeta



HUELLA DE CARBONO

725.25 tonnes CO2e



Corrección: En el informe de 2020, calculamos incorrectamente la huella de carbono generada por el desplazamiento de nuestro personal y contamos dos veces los viajes de algunos empleados. El cálculo corregido reduce nuestras emisiones de 2020 en 70 toneladas de CO2e. Esto se ha actualizado en nuestros registros con fines de compensación.

Producto- Café



Desde el 2009, este informe anual de transparencia ha servido como un plan de acción para nuestras prácticas de compra de café verde; y una **respuesta a los bajos precios persistentes en la industria del café**. Creemos que pagar más por café verde es una inversión importante para la viabilidad a largo plazo de los negocios de nuestros socios productores de café y nuestro suministro. [See this year's purchasing data spreadsheet.](#)

COMPRAMOS

3,951,707

LBS DE CAFÉ* VERDE EN 252 LOTES ÚNICOS

FOB mínimo promedio de Comercio Justo

\$1.72 *Convencional*

\$2.02 *Orgánico*

Guía de transacciones de cafés especiales de Transparent Trade Mediana

\$2.85

Mercado C promedio

\$1.42

Counter Culture FOB promedio ponderado**

Todo Café

\$3.10

Mezclas

\$2.97

Origen Único***

\$3.70

* Cafés cosechados entre el 1 de octubre de 2020 y el 30 de septiembre de 2021. La mayoría de estos cafés se vendieron durante el año calendario 2021.

**FOB o 'Free on Board' se refiere al precio contratado de un café en el momento de la exportación de un país o área de origen.

***Coffees we purchased for Single-Origin, Limited Release, or Exclusive products.

Producto-Educación



Nuestra filosofía de capacitación y educación es compartir el por qué junto con el cómo. Nosotros creemos que mientras más sabemos acerca de la bebida que consumimos cada día, más efectivos somos como partes interesadas en sostener el flujo de valor del café. El cultivar personal de café de vanguardia garantiza que el compromiso con la calidad en el origen se traduzca hasta la taza.

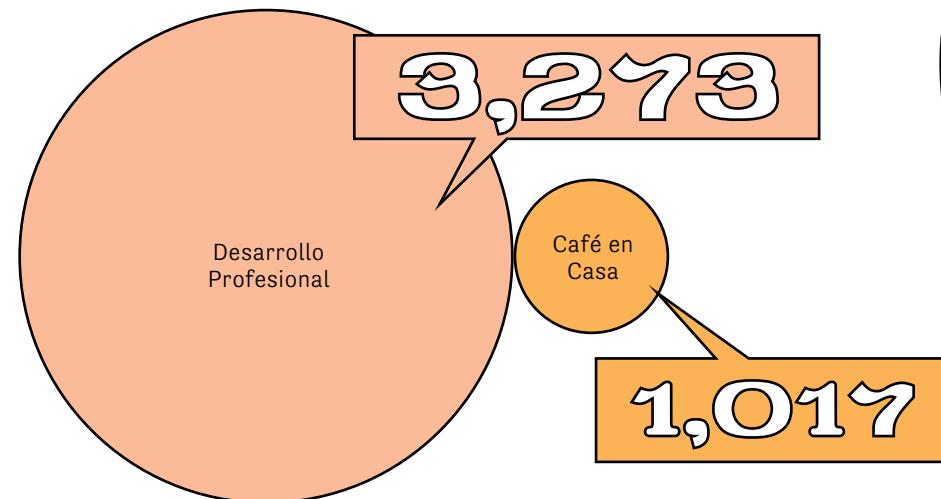
770

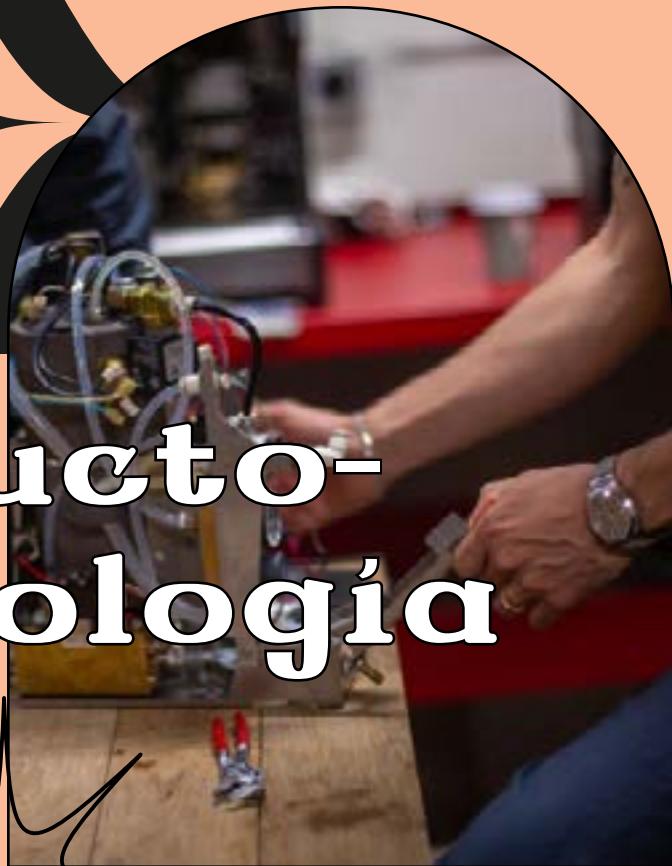
**HORAS DEDICADAS AL
PROGRAMA DE HABILIDADES
DE CAFÉ DE SCA**

3,777

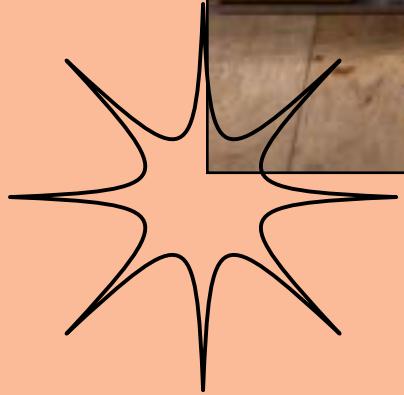
**HORAS DE FORMACIÓN
DE ESTUDIANTES**

Número de estudiantes enseñados



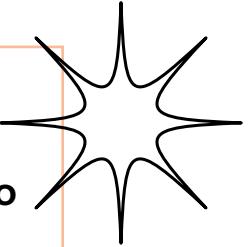


Producto- Tecnología



Nuestro programa de servicios técnicos mantiene a los socios mayoristas produciendo. Nuestros técnicos están comprometidos con reparar los equipos viejos, en vez de reemplazarlos; un valor que es sostenible financieramente para nuestros clientes y más amable con el medio ambiente. Además de esto, el enfoque de servicio preventivo reduce las emergencias y los tiempos sin funcionamiento inesperados. En el 2021, el equipo pasó más tiempo haciendo mantenimiento preventivo para nuestros clientes que atendieron llamadas de servicio inesperado. Aquí les explicamos cómo nuestro equipo técnico le proporcionó servicios a nuestros clientes en el 2021:

1019 LLAMADAS DE SERVICIO

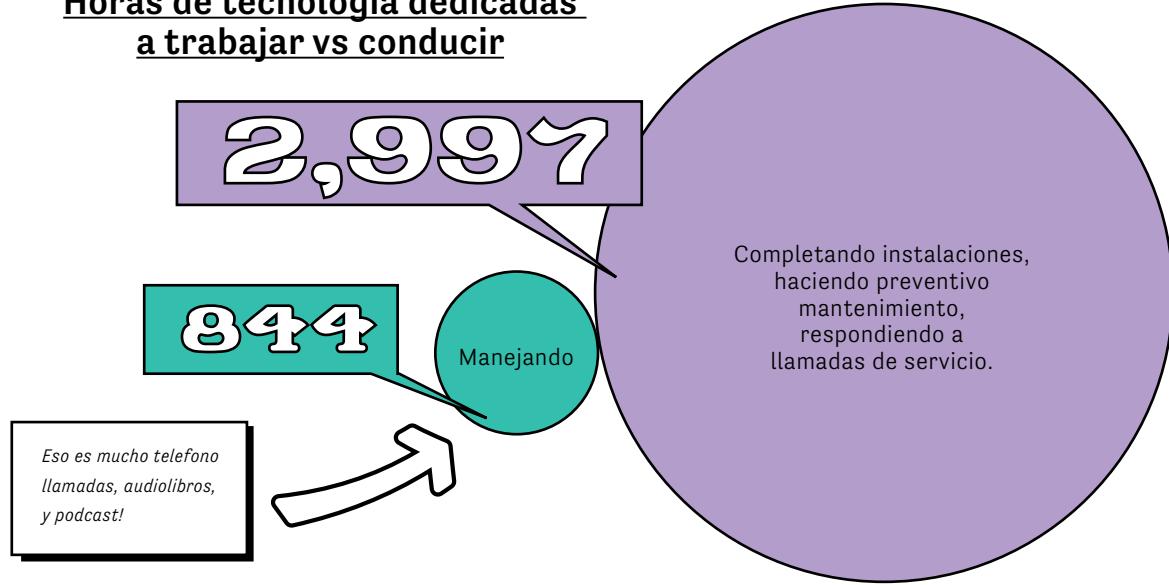


820 VISITAS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO

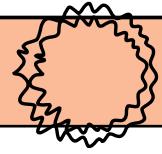
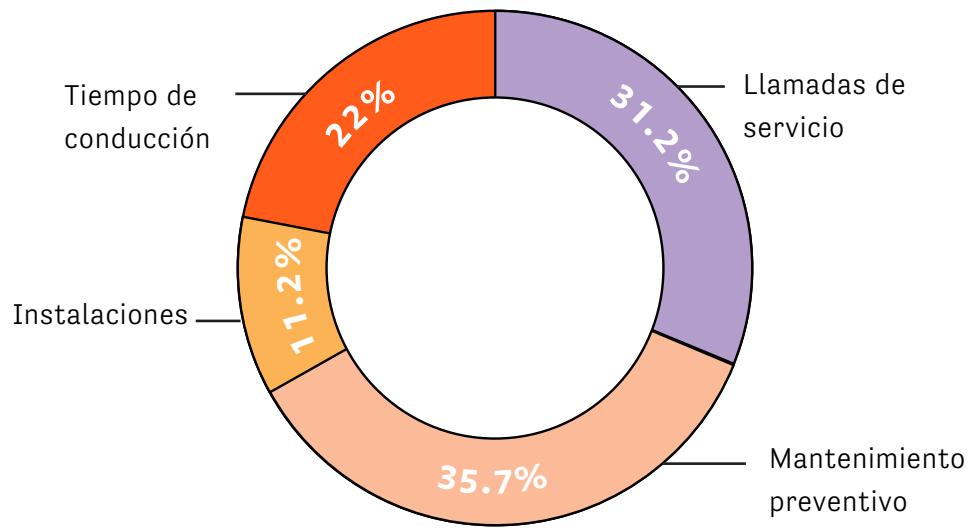
162 INSTALACIONES EN **253** NUEVAS UBICACIONES



Horas de tecnología dedicadas a trabajar vs conducir



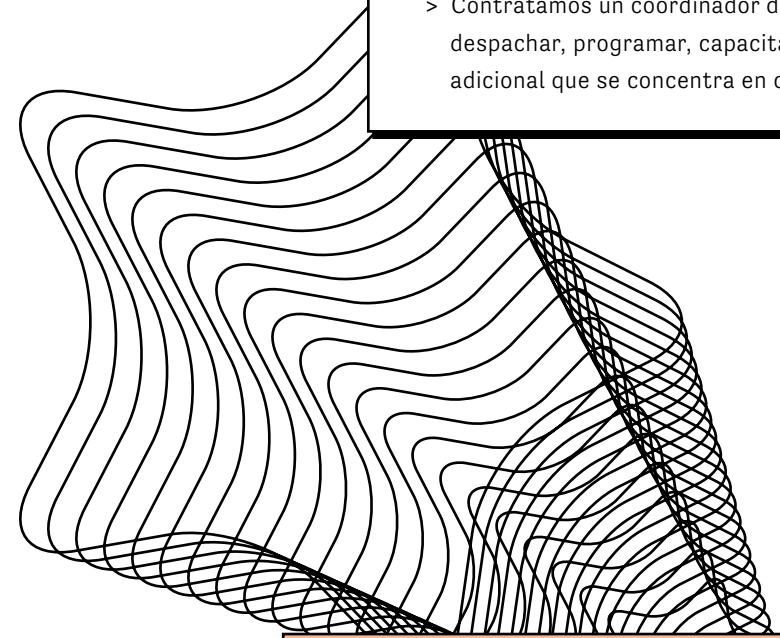
% de tiempo técnico



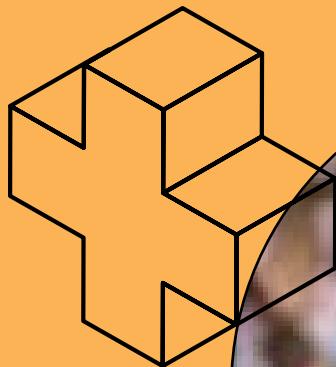
2022 TRABAJO EN DESARROLLO

Promoviendo Carreras Sostenibles | El 2021 fue una época de cambio significativo dentro de nuestro departamento de servicios técnicos. Muchos de nuestros técnicos experimentados decidieron irse y buscar otras oportunidades y sueños. Las conversaciones y entrevistas con miembros del equipo técnico actuales y anteriores informaron los siguientes cambios para promover carreras sostenibles y un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida:

- > Revisamos la frecuencia de las visitas de mantenimiento preventivo. Adaptamos nuestro trabajo según el desgaste real del equipo en lugar de adoptar un enfoque único para todos.
- > Implementamos un nuevo sistema telefónico para todos los técnicos, designando números de trabajo separados y manejo automático de llamadas para llamadas telefónicas que ingresan fuera del horario comercial normal (de lunes a viernes 8am-5pm).
- > Contratamos un coordinador de servicios técnicos de tiempo completo que se enfocará en despachar, programar, capacitar y administrar el inventario. Este es un rol de tiempo completo adicional que se concentra en capacitar y desarrollar nuestro equipo de servicios técnicos.



Finanzas



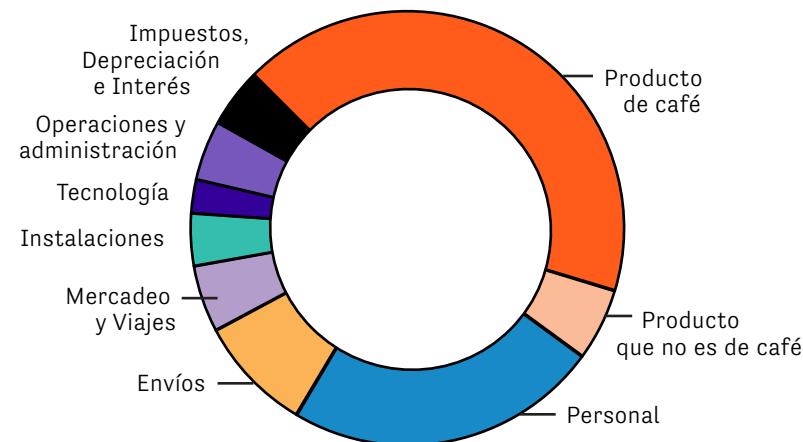
El 2021 continuó siendo un año volátil para muchos negocios, incluyendo Counter Culture. A lo largo del año, vimos múltiples aumentos en nuestros costos de materias primas, así como retrasos en las entregas debido a problemas en la cadena de suministro. Para poder mantener un negocio sostenible, nuestros equipos evaluaron detalladamente cómo navegar los cambios sin comprometer nuestros valores. Estas oportunidades vinieron de muchas maneras, desde la obtención de materia prima, como bolsas y cajas, de ubicaciones múltiples, a la reevaluación de los umbrales, a la implementación de un aumento de precios, efectivo en el primer trimestre de 2022, en todos los canales, nuestro primer aumento de precios desde el 2017.

En abril de 2021, se condonó el préstamo PPP que recibió Counter Culture a través de la Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU. En julio de 2021, Counter Culture solicitó el Crédito de Retención de Empleados ("ERC", por sus siglas en inglés) bajo la Ley CARES, un proceso el cual incluyó una revisión diligente de los criterios específicos según han sido establecidos por el IRS. En ambos casos, los fondos se utilizaron para emplear personal mientras sosteníamos los efectos de los negocios perdidos. Ambos fueron reconocidos en el año fiscal de 2021 como \$2,000,000 en otro ingreso.

LA LÍNEA DE FONDO

En sentido general en el 2021, Counter Culture tuvo una Pérdida Ordinaria Neta de \$707,000. Debido al otro ingreso recibido de fondos de Ayuda Federal, el estado financiero presenta un Ingreso Neto de \$1,200,000.

En qué gastamos nuestro dinero



Producto de café: café verde, transporte del café verde a nuestras plantas tostadoras, embalaje listo para vender (42.2%) Producto que no es de café: los productos que no son de café que vendemos, tales como equipos y mercancía (5.4%) Personal: salarios y beneficios de los empleados (23.5%) Envíos: envíos de UPS y USPS para enviar productos a los clientes (8.7%) Instalaciones: gastos de alquiler, de servicios públicos y de mantenimiento en los 12 Centros de Capacitación y 2 instalaciones tostadoras (5%) Mercadeo y Viajes: publicidad, comercialización y viajes del personal, p. ej., asistencia a la conferencia de nuestra empresa y visitas a productores y socios en los países donde se produce el café (3.9%) Tecnología: servicios informáticos y equipo de cómputo (2.5%) Operaciones y administración: materiales de educación y de laboratorio, artículos tecnológicos y de oficina, honorarios profesionales, el Fondo Seeds, y contribuciones a la Organización de Investigación Mundial del Café (World Coffee Research) (4.5%) Impuestos, Depreciación e Interés: Impuestos comerciales y a las ventas, intereses y depreciación de activos (4.4%)

Resumen

PERSONAS

Lo que más nos enorgullece:

- > Ir más allá de los requisitos de la EEOC mediante la creación y ejecución de una encuesta de participación e inclusión para informar sobre una definición más amplia de diversidad.
- > Implementamos opciones sobre acciones para todos los empleados de tiempo completo.

Prioridad para mejorar:

- > Aumentar la participación en encuestas para recopilar retroalimentación de parte de los empleados e informar nuestra estrategia de diversidad, equidad e inclusión.
- > Trabajar en equipos para mejorar nuestra calificación en la Evaluación de Impacto de Corporación B.

PLANETA

Lo que más nos enorgullece:

- > A través de nuestra colaboración con Trees, Water & People, se instalaron 196 estufas limpias en áreas rurales hondureños en 2021.
- > Manteniendo y disminuyendo nuestra huella con los viajes.

Prioridad para mejorar:

- > Ser más cuidadosos con la gestión de la basura en nuestras 12 instalaciones.
- > Reducir y compensar nuestra huella de carbono.

PRODUCTS- CAFÉ

Lo que más nos enorgullece:

- > financiar 10 Proyectos Seeds en países productores de café y proporcionarles a los agricultores la verificación de sostenibilidad y recursos a través de nuestra colaboración con Enveritas.
- > Pagar más por el café: precio FOB promedio ponderado de \$3.10 por libra durante un tiempo en que el precio promedio del mercado C era de \$1.42.
- > Ofreciendo un producto de alta calidad a través de una colaboración increíble: los cafés que compramos obtuvieron un promedio de 86.5 puntos y el 71% procedía de socios con los que hemos trabajado durante más de 5 años.

Prioridad para mejorar:

- > Invertimos miles de horas en clases y capacitaciones y facilitando la Licencia de 10 de nuestros Educadores como Capacitadores Autorizados de SCA.

PRODUCTO- EDUCACIÓN

Lo que más nos enorgullece:

- > mantuvimos a las personas produciendo: pasamos más tiempo haciendo mantenimiento preventivo para nuestros clientes que respondiendo a llamadas de servicio inesperadas.

Prioridad para mejorar:

- > Manejar conscientemente el costo creciente del café verde.
- > Gathering with and positively impacting our communities through in-person events at our Training Centers.

PRODUCTO- TECNOLOGÍA

Lo que más nos enorgullece:

- > Keeping people brewing—spending more time doing preventative technical services maintenance for our customers than unexpected service calls.

Prioridad para mejorar:

- > Promoting career sustainability by continuing to improve our technical services program.

FINANZAS

Lo que más nos enorgullece:

- > Rolling out Great Game of Business, an operating system designed to teach financial literacy and give everyone in the company a voice in how the business is run.

Prioridad para mejorar:

- > Achieving 2% profit before tax.

¡GRACIAS!