



SEGUNDO INFORME ANUAL

Informe de **Sostenibilidad** **2026**

Ejercicio 2025 · 1 de enero al 31 de diciembre de 2025
Elaborado con referencia a los Estándares GRI

Generando esperanza para el progreso

NUESTRO PROPÓSITO

“Generar esperanza para el progreso”

Invertimos con vocación de permanencia en compañías que generan valor social, ambiental, económico y de gobernanza en los cinco países donde operamos.

CONTENIDO

En este informe

01	Mensaje del CEO Liderar desde la esperanza	3
02	Acerca de este informe El Grupo en cifras y ficha técnica	5
03	Grupo Trinity: quiénes somos Portafolio, modelo de inversión y gobierno	7
04	Estrategia de valor integral Propósito, pilares y marcos de referencia	10
05	Grupos de interés y triple materialidad Impacto, efecto financiero y expectativas	12
06	Desempeño de nuestras empresas Logros 2025 por vertical · Mujeres que generan progreso	17
07	Lineamientos y recomendaciones voluntarias Cinco ejes para las compañías	25
08	Índice de contenidos GRI Declaración de uso y referencias	27

CÓMO LEER ESTE INFORME

- VALOR ECONÓMICO
- VALOR AMBIENTAL
- VALOR SOCIAL
- GOBERNANZA

Los colores identifican los cuatro pilares de valor del Grupo.

“

En tiempos de incertidumbre, la esperanza se demuestra en la capacidad de actuar, avanzar y construir nuevas oportunidades.

Iván Trujillo Pantoja · CEO, Grupo Trinity

01

Generando esperanza para el progreso

Generar esperanza en el progreso demanda acciones que, en medio de las dificultades y de los grandes retos, sean capaces de transformar el estado de ánimo no solo de nuestra organización, sino también de las comunidades que dependen de nosotros y, en una dimensión más amplia, del país.

El 2025 fue un año para liderar desde la esperanza. Una esperanza construida, no con palabras, sino con decisiones, con capacidad de actuar y con la convicción de que, aun en los escenarios más retadores, siempre es posible abrir nuevos caminos y construir oportunidades.

5

países con operación

≈14.500

personas en el portafolio

4

verticales de negocio

2.º

informe de sostenibilidad

Fue así como en un mundo marcado por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad —los llamados tiempos VUCA—, fortalecimos nuestro portafolio y consolidamos un grupo empresarial que hoy representa un pilar económico y social para cerca de 14.500 familias en Colombia, Europa y América.

Fue un año de expansión, de consolidación y también de nuevos comienzos. En España, asumimos un desafío que trasciende lo empresarial: llevar más lejos a Juan Valdez, una de las marcas más queridas por los colombianos y que representa el trabajo y la dedicación de más de 560.000 familias cafeteras de Colombia. Tomamos la posta para impulsar su crecimiento en Europa, a través de la expansión de sus tiendas y del canal online, entendiendo que no se trata simplemente de desarrollar un negocio, sino de ser embajadores de una marca que pertenece al campo colombiano, a sus caficultores y a la identidad de todo un país.

También dimos un paso decisivo en nuestra expansión internacional con el ingreso al mercado de Estados Unidos a través de Legacy Padel & Pickleball, una marca creada con el liderazgo de Grupo Trinity y bajo la cual opera el club de pádel y pickleball más grande de Texas y uno de los más importantes de su categoría en Estados Unidos.

Al mismo tiempo, avanzamos decididamente en la estabilidad financiera de nuestras compañías core en Colombia, Acerías Paz del Río y Grupo Coquecol, fortaleciendo su capacidad para afrontar los desafíos del entorno y sentando bases más sólidas para su sostenibilidad y crecimiento.

“El valor de una empresa no se mide únicamente por sus resultados financieros. También se mide por la confianza que es capaz de construir.”

Por eso, nos llena de orgullo que Acerías Paz del Río y Grupo Coquecol hayan sido reconocidas entre las diez empresas con mejor reputación del sector minero en Colombia, de acuerdo con el Ranking General de Reputación del Sector Minero 2025 de Brújula Minera.

Nuestra responsabilidad con el entorno se expresó también en la cultura y en el arte. Por segundo año consecutivo participamos como aliados de la Feria del Millón, convencidos de que apoyar a nuestros artistas, abrir espacios para el talento y acercar el arte a más personas es una manera de contribuir a construir sociedad y generar oportunidades.

Durante este periodo igualmente fortalecimos nuestro gobierno corporativo, incorporando a personas de amplia trayectoria y reconocimiento nacional e internacional, como Jorge Mario Velásquez, expresidente de Grupo Argos, y Fernando Carrillo, exministro, exprocurador general de la Nación y exembajador de Colombia en España.

Todo esto nos deja una certeza: en tiempos de incertidumbre, la esperanza se demuestra en la capacidad de actuar, avanzar y construir nuevas oportunidades.

Iván Trujillo Pantoja

CEO – Grupo Trinity



Iván Trujillo Pantoja, CEO de Grupo Trinity; Camila Escobar, presidenta de Procafecol (Juan Valdez), y Omar González Pardo, presidente de Grupo Trinity

Acercas de este informe

Este es el segundo Informe de Sostenibilidad de Grupo Trinity. Da cuenta de cómo el Grupo y sus compañías generaron valor ambiental, social, económico y de gobernanza durante 2025, y presenta por primera vez una lectura de triple materialidad y un capítulo con el desempeño de cada empresa.



02

2.1

El Grupo en cifras

5

países con operación

4

verticales de negocio

11

entidades controladas en el
perímetro

≈14.500

personas trabajan en el
portafolio

4

compañías reportan su
desempeño 2025

6

temas materiales

35

contenidos GRI referenciados

+3 billones

de pesos en ingresos
consolidados 2025

Cifras generales. Los empleos corresponden a la cifra citada por el Grupo en 2025 y 2026; los ingresos, a los estados financieros consolidados al 31-dic-2025.

PRESENCIA

5 países

América y Europa

11 entidades controladas
en el perímetro del informe



Colombia

6 entidades controladas



España

4 entidades controladas



Costa Rica

Participación de referencia



Estados Unidos

1 entidad controlada



Canadá

Participación de referencia

2.2

Ficha técnica del informe

PERIODO

1 de enero al 31 de diciembre de 2025, igual que el periodo de los estados financieros. Frecuencia anual; el informe anterior cubrió el ejercicio 2024.

PERÍMETRO

Grupo Trinity S.A.S. y sus sociedades controladas (capítulo 3). Las participadas se mencionan solo como referencia.

MARCOS DE LAS COMPAÑÍAS

Grupo Coquecol reporta con referencia a GRI y el Pacto Global; Clarel, mediante su Estado de Información No Financiera (Ley española 11/2018). Para las compañías de carbón y coque se tomaron como referencia orientadora los temas del Estándar Sectorial GRI 12: Sector del Carbón 2022.

CONTACTO

Grupo Trinity · Carrera 9 # 80-45, Oficina 301, Bogotá D.C. · (+57) 601 486 1950

MARCO DE REPORTE

Con referencia a los Estándares GRI: GRI 1: Fundamentos 2021, GRI 2: Contenidos Generales 2021, GRI 3: Temas Materiales 2021 y estándares temáticos aplicables. Alineado con el Pacto Global de las Naciones Unidas y los ODS. Las referencias a GRI 102 y 103 (2016) del informe anterior se actualizaron a GRI 2 y GRI 3.

FUENTES

Sistemas de gestión, reportes financieros y registros del Grupo, y resúmenes de sostenibilidad entregados por cada compañía. Las cifras de las compañías conservan su unidad, periodo y alcance, y no se suman entre sí.

ACTUALIZACIÓN Y VERIFICACIÓN

Sin reexpresiones de información respecto al informe 2024. Los estados financieros son auditados por la revisoría fiscal; este informe no cuenta con verificación externa independiente.



Parque solar fotovoltaico · Acerías Paz del Río

QUÉ CAMBIA EN 2025

Triple materialidad, desempeño por empresa e índice GRI actualizado a la versión 2021.

Grupo Trinity: quiénes somos

Grupo Trinity S.A.S. es una sociedad por acciones simplificada de capital privado, constituida en Colombia y con sede en Bogotá, dedicada a la administración estratégica de inversiones en empresas de distintos sectores. Su portafolio tiene operaciones en Colombia, España, Costa Rica, Estados Unidos y Canadá.



3.1

Nuestro portafolio

Industrial	Retail	Hospitalidad	Venture Capital
Siderurgia · Minería y comercialización internacional · Logística y empaque · Fertilizantes y enmiendas	Cuidado y belleza · Hogar	Turismo de negocios · Turismo de aventuras · Restaurantes y tiendas de café	Start-ups
REPORTA EN 2025 Acerías Paz del Río Grupo Coquecol	REPORTA EN 2025 Clarel	REPORTA EN 2025 Juan Valdez España	REPORTA EN 2025 —

Figura 1. Verticales de negocio y compañías con desempeño reportado en este informe.



Alto horno · Acerías Paz del Río



Tienda Juan Valdez · España

PAÍS	ENTIDADES CONTROLADAS	PARTICIPACIONES DE REFERENCIA
Colombia	Acerías Paz del Río S.A. · Comercializadora Colombiana de Carbones y Coques S.A.S. C.I. (Grupo Coquecol) · H Mines Inversiones Minerales S.A.S. · Incolmine S.A.S. · Intercarbon Mining S.A.S. · Multinexa S.A.S.	Grupo Heroica (Centro de Convenciones Cartagena de Indias, Valle del Pacífico) · Logypack · Superpack · Grupo Smile (Verano, Ideal, La Pinta, Tercer Piso)
España	Clarel Beauty, S.A. · Innovalor Coquecol S.L.U. · Grupo Trinity Europa, S.L. · Juan Valdez España	Home Burgers
Costa Rica	—	Grupo Heroica (Centro de Convenciones de Costa Rica)
Estados Unidos	Legacy Padel USA, LLC	Wonder Travel LLC
Canadá	—	Trinity TCI Inc.

Perímetro al 31 de diciembre de 2025: 11 entidades controladas.

3.2

Cómo creamos valor

Invertimos con una lógica **Buy & Build**, que aplicamos a través de nuestro modelo **PAO – Permanent Awareness of Opportunities**: identificamos compañías líderes con marcas reconocidas y potencial de mejora, las incorporamos al portafolio y las fortalecemos con autonomía gerencial y supervisión cercana, con una vocación de permanencia de largo plazo.



Figura 2. Modelo de creación de valor de Grupo Trinity.



3.3

Gobierno corporativo

Nuestro gobierno corporativo promueve decisiones éticas, transparentes y consensuadas, rendición de cuentas y cumplimiento de las normas de cada jurisdicción. La presidencia del máximo órgano y la dirección ejecutiva están separadas. En las compañías participadas, el Grupo actúa desde las juntas directivas y los órganos de control.



Figura 3. Estructura de gobierno de Grupo Trinity.

3.4

Información financiera

Los estados financieros se presentan ante la Superintendencia de Sociedades y la DIAN, y son auditados por la revisoría fiscal a cargo de Deloitte & Touche S.A.S. Cada compañía controlada reporta de forma autónoma ante las autoridades de su jurisdicción.

≈3 billones

de pesos en activos
consolidados al 31-dic-2025

+3 billones

de pesos en ingresos
consolidados 2025



Legacy Padel & Pickleball · Texas, EE. UU.

Principios de
nuestro gobierno

Ética

decisiones transparentes
y consensuadas

Rendición

de cuentas ante los
grupos de interés

Cumplimiento

de las normas de cada
jurisdicción

Estrategia de valor integral

La sostenibilidad es parte estructural de nuestro modelo de negocio. Nuestro propósito se traduce en cuatro formas de valor que promovemos en todas las compañías, según su nivel de control y naturaleza operativa, y se apoya en cuatro atributos que definen cómo actuamos.



Figura 4. Propósito, pilares de valor y atributos rectores.

PILAR	QUÉ BUSCAMOS	ODS PRIORITARIOS
SOCIAL	Impactar positivamente a las personas que dependen directa e indirectamente de la operación, con énfasis en la formación de talento.	3 · 4 · 5 · 10
AMBIENTAL	Reducir la huella, usar mejor los recursos naturales e innovar con economía circular, en línea con la acción climática global.	6 · 7 · 12 · 13 · 15
ECONÓMICO	Negocios viables y rentables que generen empleo digno, pagos justos y encadenamientos productivos locales.	8 · 9
GOBERNANZA	Ética, transparencia, buenas prácticas y rendición de cuentas en cada decisión.	16 · 17

4.1

Marcos de referencia

El Grupo reporta con referencia a los Estándares GRI y recomienda a sus compañías los siguientes marcos para sus propios informes.

GRI	Informar sobre los impactos en la economía, el ambiente y las personas.	MATERIALIDAD DE IMPACTO
NIIF S1 y S2 (ISSB)	Divulgar riesgos y oportunidades de sostenibilidad y clima con efecto financiero. Integran las recomendaciones TCFD.	MATERIALIDAD FINANCIERA
SASB	Métricas específicas por industria.	MÉTRICAS SECTORIALES
Reporte Integrado (IR)	Unir información financiera y no financiera en un solo informe.	INTEGRACIÓN
Pacto Global y ODS	Alinear la gestión con los diez principios de la ONU y la Agenda 2030.	ALINEACIÓN GLOBAL



Grupos de interés y triple materialidad

Identificamos a nuestros grupos de interés según el impacto, positivo o negativo, que nuestras verticales de negocio tienen sobre ellos y la influencia que ellos tienen sobre el Grupo. Sus expectativas alimentan la estrategia y el análisis de materialidad.

5.1

Nuestros grupos de interés

Nueve grupos de interés, organizados en tres órbitas según su cercanía con las decisiones del Grupo: gobierno y propiedad, cadena de valor, y sociedad y entorno.



Figura 5. Ecosistema de grupos de interés de Grupo Trinity.

GRUPO DE INTERÉS	QUÉ ESTÁ EN JUEGO	CÓMO NOS RELACIONAMOS
Accionistas y junta directiva	Decisiones estratégicas y valor de largo plazo	Reuniones periódicas; informes financieros y de sostenibilidad
Colaboradores	Cultura, bienestar y desarrollo	Formación, canales de retroalimentación, campañas internas
Estado	Regulación sectorial	Cumplimiento normativo, participación en foros
Gremios	Imagen y buenas prácticas del sector	Alianzas, eventos, intercambio de prácticas
Proveedores	Cadena de suministro responsable	Evaluaciones éticas, programas de apoyo
Clientes	Confianza y posicionamiento	Productos diferenciados, comunicación constante
Comunidades	Efectos directos de la operación	Diálogo abierto, iniciativas sociales
Medios y generadores de opinión	Percepción pública	Informes, entrevistas, campañas
Empresas del portafolio	Alineación con el Grupo	Juntas directivas, intercambio de recursos y prácticas

5.2

De la doble a la triple materialidad

En 2025 ampliamos nuestra lectura de materialidad. La **materialidad de impacto**, exigida por GRI 3, identifica los efectos del Grupo en la economía, el ambiente y las personas.

La **materialidad financiera**, propia de las NIIF S1 y S2 y de las normas europeas ESRS, referente para nuestras operaciones en España, identifica los asuntos de

sostenibilidad que pueden afectar el valor del negocio. Juntas conforman la doble materialidad.

A ellas sumamos una tercera mirada, la de los **grupos de interés**: sus expectativas, su confianza y la licencia social para operar, que cambian con el contexto.

El índice GRI de este informe responde a la materialidad de impacto.



UNA MIRADA QUE EVOLUCIONA

La materialidad de los grupos de interés es dinámica: cambia con el contexto, los territorios y las expectativas.

5.2

Nuestra lectura de triple materialidad

Impacto + Financiera = **doble materialidad**
Doble + Grupos de interés = **triple materialidad**

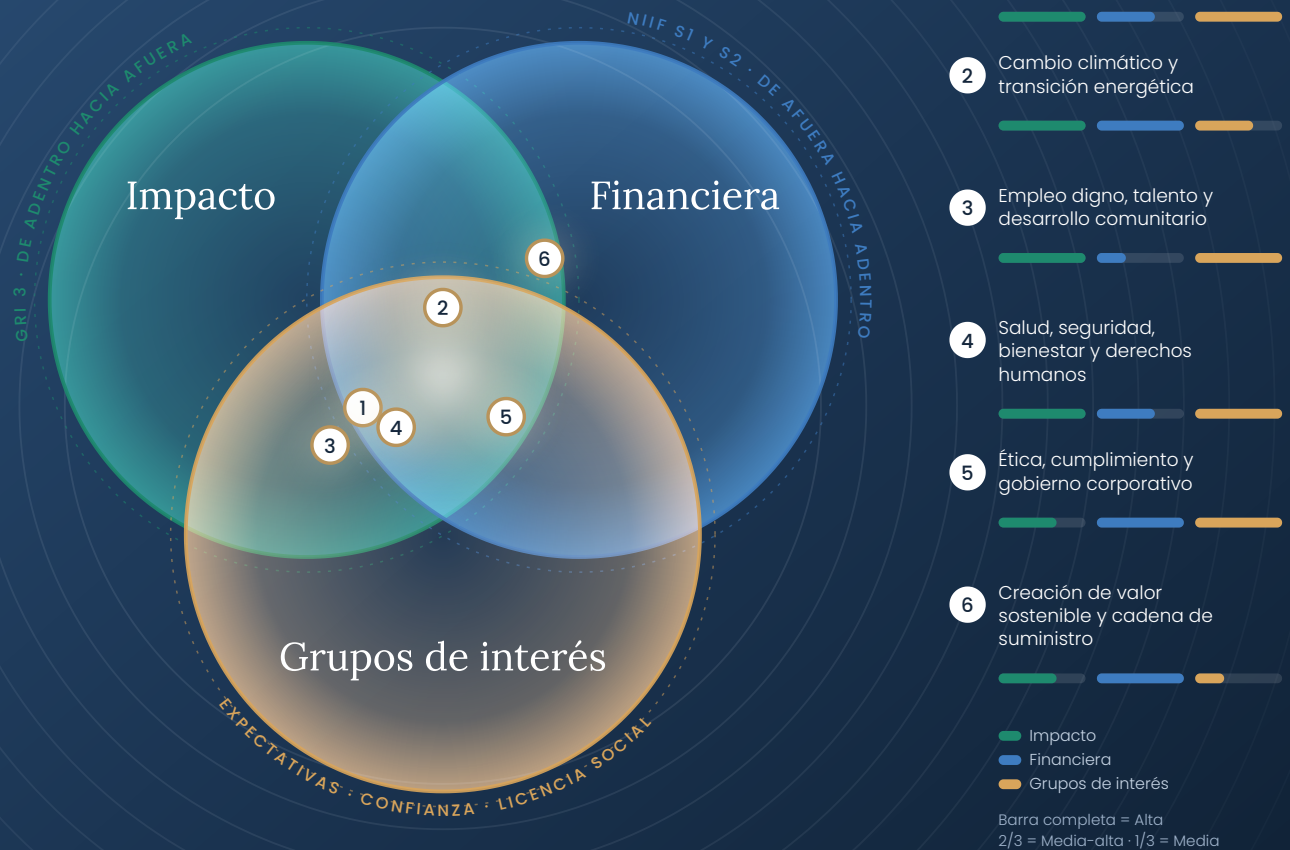


Figura 6. Los seis temas materiales ubicados según su valoración en cada dimensión.

Impacto

Efectos del Grupo en la economía, el ambiente y las personas. GRI 3, de adentro hacia afuera.

Financiera

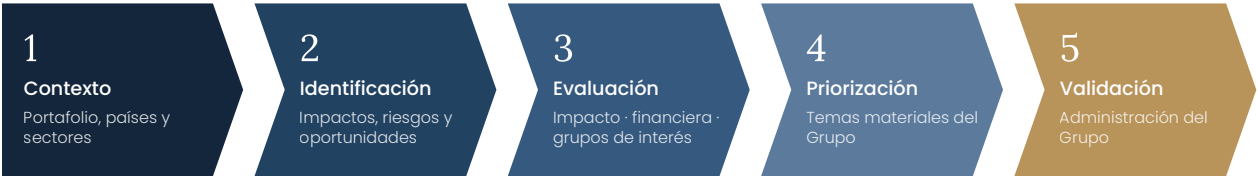
Riesgos y oportunidades que pueden afectar el valor del negocio. NIIF S1 y S2 y ERSR como referente.

Grupos de interés

Expectativas, confianza y licencia social para operar, que cambian con el contexto.

5.3

Proceso



El proceso siguió los pasos de GRI 3. Partió del contexto del Grupo en sus cinco países de operación y de los temas materiales de 2024. Los impactos, riesgos y oportunidades se identificaron con los informes de las compañías de 2025 y, para las operaciones de carbón y coque, con los temas del Estándar Sectorial GRI 12.

Cada tema se valoró en tres dimensiones: el impacto, por su escala, alcance, carácter remediable y probabilidad; el efecto financiero, por su magnitud y probabilidad; y la relevancia para los grupos de interés, por la recurrencia de sus expectativas en los mecanismos de relacionamiento de las compañías.

5.4

Temas materiales

TEMA MATERIAL	IMPACTO	FINANCIERA	GRUPOS DE INTERÉS	ESTÁNDARES GRI
Recursos naturales, economía circular y huella ambiental	Alta	Media-alta	Alta	301 · 303 · 304 · 306
Cambio climático y transición energética	Alta	Alta	Media-alta	302 · 305
Empleo digno, talento y desarrollo comunitario	Alta	Media	Alta	203 · 404 · 413
Salud, seguridad, bienestar y derechos humanos	Alta	Media-alta	Alta	403 · 405
Ética, cumplimiento y gobierno corporativo	Media-alta	Alta	Alta	GRI 2 (2-9, 2-11, 2-23, 2-24, 2-27)
Creación de valor sostenible y cadena de suministro	Media-alta	Alta	Media	201 · 204 · 308

Alta Media-alta Media

Tabla 1. Valoración cualitativa por dimensión (Alta / Media-alta / Media), contrastada con la evidencia reportada por las compañías en 2025.

5.5

Impactos, riesgos y oportunidades

TEMA	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO	RIESGO PARA EL NEGOCIO	OPORTUNIDAD
Recursos y circularidad	Valorización de coproductos; restauración	Presión sobre agua, suelo y biodiversidad	Costos regulatorios y de cumplimiento	Nuevas líneas de negocio circulares
Clima y energía	Eficiencia y energía renovable	Emisiones en procesos intensivos	Precio del carbono y del gas; eventos climáticos	Ahorro energético; acceso a mercados exigentes
Empleo y comunidad	Empleo y tejido social en regiones	Expectativas comunitarias no atendidas	Conflictos y disrupciones operativas	Licencia social y atracción de talento
Salud, seguridad y DD. HH.	Menos accidentes; bienestar	Riesgos para la integridad de las personas	Litigios y pérdida de productividad	Productividad y reputación como empleador
Ética y gobierno	Confianza de inversionistas	Incumplimientos en varias jurisdicciones	Sanciones y riesgo reputacional	Acceso a capital e inversión
Valor y cadena de suministro	Proveedores locales fortalecidos	Riesgos ESG en la cadena	Volatilidad de precios del acero y el carbón	Diversificación de verticales y geografías

5.6

Cómo gestionamos los temas materiales

El Grupo gestiona sus temas materiales mediante los lineamientos voluntarios del capítulo 7, su participación en las juntas directivas de las compañías y la autonomía gerencial de cada empresa, responsable de medir y gestionar sus propios impactos.

La evidencia de 2025 se presenta en el capítulo 6.

TEMA MATERIAL	PAZ DEL RÍO	COQUECOL	CLAREL	JUAN VALDEZ ESPAÑA
Recursos y circularidad	●	●	●	●
Clima y energía	●	●	●	●
Empleo y comunidad	●	●	●	●
Salud, seguridad y DD. HH.	—	●	●	—
Ética y gobierno	●	●	●	●
Valor y cadena de suministro	●	●	●	●

Tabla 2. Compañías que reportan evidencia de gestión 2025 en cada tema material (●).



Operación portuaria al atardecer · Grupo Coquecol

Desempeño de nuestras empresas

Los principales logros de sostenibilidad alcanzados durante 2025 por las compañías en las que Grupo Trinity es accionista mayoritario, a partir de los resúmenes ejecutivos y documentos entregados por cada una de ellas, organizados por vertical de negocio y según los cuatro pilares de valor del Grupo.



Criterio de presentación. Las cifras se presentan tal como fueron reportadas por cada compañía y conservan su unidad, periodo y alcance operativo de origen. No son sumables entre sí ni constituyen un resultado consolidado del Grupo. Cada compañía es responsable de la medición de sus indicadores.



6.1 · INDUSTRIAL

**Acerías Paz del
Río**

Siderurgia · Boyacá



6.1 · INDUSTRIAL

Grupo Coquecol

Carbón y coque metalúrgico



6.2 · RETAIL

Clarel

Belleza y hogar · España



6.3 · HOSPITALIDAD

**Juan Valdez
España**

Tiendas de café · España

6.1.1 · VERTICAL INDUSTRIAL

PAÍS Colombia (Boyacá)

NEGOCIO Siderurgia

FOCO 2025 Descarbonización, circularidad, restauración y desarrollo regional

Acerías Paz del Río

Una siderurgia que acelera su transición.

Durante 2025, Acerías Paz del Río avanzó en eficiencia energética, economía circular, restauración de ecosistemas y desarrollo regional, consolidando su aporte al progreso de Boyacá.

● VALOR AMBIENTAL

- Reducción del **35 %** en el consumo de gas natural.
- Reducción acumulada del **7,5 %** en las emisiones de CO₂e frente a 2020.
- Desarrollo de un parque solar fotovoltaico, con entrada en operación prevista para el segundo semestre de 2026, que cubriría aproximadamente el 6 % de la demanda eléctrica de la planta.
- Transformación de **522.789 toneladas** de materias primas, subproductos y coproductos.
- Recuperación de **127 hectáreas** intervenidas y siembra de **4.800 árboles** nativos.

● VALOR SOCIAL

- **14.972 personas** impactadas por programas sociales.
- **93.857 horas** de formación.

● VALOR ECONÓMICO

- **\$485.271 millones** en compras a proveedores de la región.

● VALOR EN LA GOBERNANZA

- Tres Declaraciones Ambientales de Producto (DAP), que fortalecen la trazabilidad ambiental.
- Piloto de captura, uso y almacenamiento de carbono (CCUS) en fase de diseño.

GAS NATURAL

-35 %

reducción del consumo en 2025

EMISIONES

-7,5 %

CO₂e acumulado frente a 2020

RESTAURACIÓN

127 ha

recuperadas · 4.800 árboles nativos

COMUNIDAD

14.972

personas en programas sociales

REGIÓN

\$485.271 M

en compras a proveedores de la región

INDICADOR	RESULTADO 2025	GRI
Reducción del consumo de gas natural	35 %	302-4
Reducción de emisiones de CO ₂ e frente a 2020	7,5 %	305-5
Materias primas, subproductos y coproductos transformados	522.789 t	301-2
Hectáreas recuperadas / árboles nativos sembrados	127 ha / 4.800	304-3
Personas impactadas por programas sociales	14.972	413-1
Horas de formación	93.857	404-1
Compras a proveedores de la región	\$485.271 millones	204-1

6.1.2 · VERTICAL INDUSTRIAL

Grupo Coquecol

PAÍS Colombia (Cundinamarca y Boyacá)

NEGOCIO Minería y comercialización internacional de carbón y coque metalúrgico

MARCO Informe de Gestión y Sostenibilidad 2025, con referencia a GRI y alineado con el Pacto Global

Circularidad convertida en línea de negocio.

El 2025 fue uno de los años más exigentes para el sector del carbón y el coque metalúrgico, y precisamente por ello demostró que en Grupo Coquecol la sostenibilidad es un componente estructural de la estrategia. Guiada por su propósito superior —contribuir al progreso humano generando confianza y sostenibilidad desde el origen del acero—, la compañía consolidó la Estrategia Triple E (Eficiencia, Emprendimiento y Empoderamiento) como su principal lineamiento de gestión cultural y operativa, y renovó su estrategia comercial: retornó a mercados estratégicos, fortaleció alianzas, diversificó productos y modelos comerciales, y exportó 756.491 toneladas a tres continentes (América, Europa y Asia). Este desempeño la consolidó como la novena empresa minera con mejor reputación del país y la quinta según los trabajadores del sector (Brújula Minera 2025).

● VALOR AMBIENTAL

- Lanzamiento de **Sello Circular**, la marca que consolida su Modelo Estratégico de Economía Circular CECI, con la comercialización de **40.351 toneladas** de coproductos. La estrategia se fortaleció con alianzas con la UPTC, el Ministerio de Ciencia y la OCDE para la valorización de residuos mineros.
- Sello Verde de Verdad (CO2Cero) por cuarto año consecutivo por la medición y gestión de su huella de carbono; actualización del Plan de Acción Climática e integración, por primera vez, de las emisiones de la minería de sus proveedores en el inventario de GEI.
- Reducción del **5,36 %** en el inventario total de GEI; 23,1 tCO₂e evitadas con energía baja en carbono de ISAGEN y puesta en marcha de la autogeneración solar en Casa La Perla.
- Inversión de **\$623 millones** en gestión ambiental: el 100 % de las estaciones de calidad del aire reportó dentro de los límites normativos, se trató el 100 % de las aguas residuales y se recircularon 1.251 m³ de agua lluvia.
- Aprovechamiento del **73,8 %** de los residuos generados (26.477 toneladas) y siembra de 4.100 árboles nativos en zonas de influencia.
- La compañía no registró sanciones ambientales durante el periodo.

EXPORTACIONES

756.491 t

a América, Europa y Asia

COPRODUCTOS

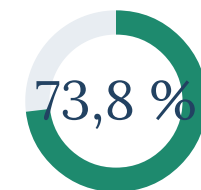
40.351 t

comercializados con Sello Circular

GASES DE EFECTO INVERNADERO

-5,36 %

en el inventario total



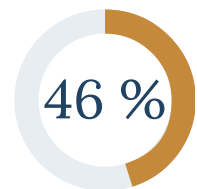
Residuos aprovechados



Aguas residuales tratadas



Proveedores nacionales



Mujeres en liderazgo

● VALOR SOCIAL

- Más de **10.000 personas** beneficiadas por los programas sociales liderados por la Fundación Coquecol.
- Programa “Manos que Sanan”: brigadas de salud con **5.203 atenciones** en zonas rurales de Cundinamarca y Boyacá y atención permanente a 80 adultos mayores.
- **366 personas** formadas en emprendimiento (más del 60 % mujeres y jóvenes rurales), 46 becas universitarias y 736 kits escolares entregados.
- Cierre de 2025 sin accidentes graves y con reducción sostenida de la accidentalidad.
- Las mujeres ocupan el **46 %** de los roles de liderazgo (+6 puntos porcentuales).

● VALOR ECONÓMICO

- **756.491 toneladas** exportadas a América, Europa y Asia.
- El **99 %** de los proveedores son nacionales, y se realizaron más de 160 acompañamientos técnicos a minas, fortaleciendo un ecosistema de abastecimiento sostenible desde el origen.

● VALOR EN LA GOBERNANZA Y RECONOCIMIENTOS

- Primer puesto del Galardón “Hechos al Carbón” de Fenalcarbón en Gestión del Medio Ambiente, y reconocimiento en el eje de Gobernanza para el programa “Manos que Sanan”.
- Calificación de desempeño Muy Superior en el Índice de Inversión Social y Ambiental Privada (IISAP) y reconocimiento en la categoría “Focalización”.
- Galardón Mujer Minera de Nuestra Tierra Boyacense y reconocimiento como Empresa Cuidadora de la Familia, otorgados por la Gobernación de Boyacá.

CONTRIBUCIÓN A LOS ODS

1 (metas 1.2 y 1.3) · 4 (4.3, 4.4 y 4.7) · 6 (6.3, 6.4, 6.6 y 6.b) · 8 (8.1, 8.2, 8.6, 8.7 y 8.8) · 12 (12.2, 12.5 y 12.8) · 13 (13.2 y 13.3) · 15 (15.5) · 17 (17.17)

INDICADOR	RESULTADO 2025	GRI
Toneladas exportadas	756.491 t	2-6
Coprodutos comercializados	40.351 t	306-4
Variación del inventario de GEI	-5,36 %	3-3
Emisiones evitadas con energía baja en carbono	23,1 tCO ₂ e	305-5
Residuos aprovechados	73,8 % (26.477 t)	306-4
Aguas residuales tratadas	100 %	303-2
Árboles nativos sembrados	4.100	304-3
Sanciones ambientales	0	2-27
Personas beneficiadas por programas sociales	> 10.000	413-1
Accidentes graves	0	403-9
Mujeres en roles de liderazgo	46 %	405-1
Proveedores nacionales	99 %	204-1

9.^a

empresa minera con mejor
reputación del país

5.^a

según los trabajadores
del sector

Brújula Minera 2025: un
reconocimiento a la confianza
construida desde el origen del
acero.

6.2.1 · VERTICAL RETAIL

PAÍS España

NEGOCIO Cuidado personal, belleza y hogar

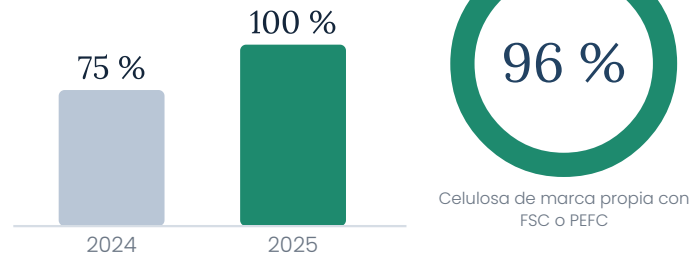
MARCO Estado de Información No Financiera (EINF), según la Ley española 11/2018

Clarel

Belleza, bienestar y circularidad.

Durante 2025, Clarel combinó iniciativas de bienestar, igualdad e inclusión para sus equipos y comunidades con medidas ambientales en su operación de retail, destacando el paso al 100 % de energía verde y su participación en proyectos sectoriales de economía circular.

ELECTRICIDAD RENOVABLE



● VALOR AMBIENTAL

- 100 % de energía verde, frente al 75 % en 2024, con una reducción anual de 1.700 toneladas de CO₂.
- El 96 % de los productos de celulosa de marca propia cuenta con certificación FSC o PEFC.
- Participación a nivel nacional en el proyecto “Belleza Circular”, promovido por la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA): recogida en tiendas de envases cosméticos de tamaño pequeño para mejorar su tratamiento y reciclabilidad.

● VALOR SOCIAL

- Puesta en marcha del Programa de Atención Psicológica y Social Telefónica 24 horas.
- Acciones de bienestar, como la posibilidad de que las personas empleadas de los almacenes reciban sesiones de fisioterapia en las propias instalaciones en condiciones preferentes.
- Desarrollo del Plan de Igualdad, compuesto por 10 ejes y con nuevos protocolos de acoso, que refleja el compromiso con la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
- Nuevo portal del empleado con chat directo de comunicación y resolución de dudas: 1.145 casos

atendidos desde su lanzamiento en junio de 2025.

- Implantación del voluntariado corporativo a través de la Fundación Hazlo Posible, con cuatro ejes: acompañamiento a mujeres, personas vulnerables, bienestar animal y cuidado de la naturaleza.
- Alianzas duraderas con la Asociación Española Contra el Cáncer, con diferentes ONG para combatir la pobreza menstrual y con la Fundación AURA para la inserción laboral de personas con discapacidad.

● VALOR ECONÓMICO Y ALIANZAS

- Acuerdo estratégico de descarbonización con L'Oréal, basado en cuatro palancas: logística, devoluciones, material en el punto de venta y producto.
- Colaboración en el programa social “Embelléce tu Futuro”, que forma a mujeres en situación de vulnerabilidad y les facilita realizar prácticas en los puntos de venta de Clarel.

● RECONOCIMIENTOS

- Primer premio a nivel nacional en el programa L'Oréal for the Future.

INDICADOR	RESULTADO 2025	GRI
Electricidad de origen renovable	100 % (75 % en 2024)	302-1
Reducción anual de emisiones de CO ₂	1.700 t	305-5
Productos de celulosa de marca propia con FSC o PEFC	96 %	Indicador propio
Casos atendidos por el portal del empleado (jun-dic)	1.145	Indicador propio

6.3.1 · VERTICAL HOSPITALIDAD

PAÍS España (con impacto en origen en Colombia)

NEGOCIO Tiendas de café

MARCO Marco de gobernanza de sostenibilidad internacional de Juan Valdez

Juan Valdez España

El café de origen como motor de valor compartido.

Durante 2025, a través de las visitas de la Dirección de Sostenibilidad de Juan Valdez Colombia, se definieron los objetivos y prioridades de sostenibilidad de acuerdo con el contexto y las necesidades del mercado español, dentro del marco de gobernanza internacional de la marca.

● VALOR SOCIAL

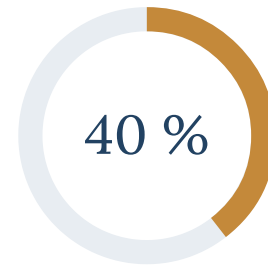
- Fortalecimiento del posicionamiento del café producido por **560.000 familias cafeteras** colombianas y generación de mayores oportunidades de ingreso para ellas a partir de la expansión de las tiendas Juan Valdez en España y del canal online en ese mercado.
- Mayor visibilidad de las mujeres cafeteras colombianas a través de la promoción del programa **"Mujeres Cafeteras"** en Europa, un programa de valor compartido de Juan Valdez que, desde 2017, ha beneficiado a más de 1.100 caficultoras de 11 regiones de Colombia mediante la compra de su café a un precio superior por su calidad, y a más de 400 beneficiarias con procesos de fortalecimiento en gestión ambiental, igualdad de género, productividad y educación financiera.
- Comercialización en temporada navideña del café **"Jóvenes Caficultores"**, resultado del programa "Jóvenes Renacer", que desde 2017 ha beneficiado a más de 100 jóvenes de 8 regiones del país mediante la compra de su café a un precio superior por calidad, y a más de 90 beneficiarios con formación en habilidades digitales, mercadeo, calidad, rentabilidad y productividad.

● VALOR AMBIENTAL

- El **40 %** de las bebidas frías y calientes se sirve en vajilla, evitando el uso de vasos desechables.
- Con el programa Too Good To Go se entregaron **1.542 packs** de productos, evitando que las mermas se convirtieran en desperdicio alimentario y evitando 4,16 toneladas de CO₂.

● RECONOCIMIENTOS

- Premio Hot Concept 2025 en la categoría de Sostenibilidad y RSE, otorgado a la iniciativa Mujeres Cafeteras.



Bebidas servidas en vajilla

ORIGEN

> 1.100

caficultoras beneficiadas por Mujeres Cafeteras (acumulado desde 2017)

DESPERDICIO

1.542

packs recuperados con Too Good To Go

EMISIONES

4,16 t

de CO₂ evitadas

INDICADOR	RESULTADO 2025	GRI
Bebidas servidas en vajilla	40 %	306-2
Packs recuperados con Too Good To Go	1.542	306-2
Emisiones de CO ₂ evitadas por prevención del desperdicio	4,16 t	305-5
Caficultoras beneficiadas por Mujeres Cafeteras (acumulado desde 2017)	> 1.100	203-2

Mujeres que generan progreso

El liderazgo de las mujeres atraviesa el portafolio de Grupo Trinity: en la mina y en la planta siderúrgica, en el origen del café y en las tiendas de Europa. Estos son algunos de los resultados que las compañías reportaron en 2025.



Mina El Uvo · Boyacá

06

46 %

de los roles de liderazgo de Grupo Coquecol los ocupan mujeres (+6 p. p.)

GRUPO COQUECOL

> 60 %

de las 366 personas formadas en emprendimiento por Grupo Coquecol son mujeres y jóvenes rurales

GRUPO COQUECOL

> 1.100

caficultoras beneficiadas por Mujeres Cafeteras desde 2017, en 11 regiones de Colombia

JUAN VALDEZ

10

ejes en el Plan de Igualdad de Clarel, con nuevos protocolos de acoso

CLAREL

● INICIATIVAS Y RECONOCIMIENTOS 2025

- **Galardón Mujer Minera de Nuestra Tierra Boyacense**, otorgado por la Gobernación de Boyacá a Grupo Coquecol, junto con el reconocimiento como Empresa Cuidadora de la Familia.
- **Premio Hot Concept 2025** en Sostenibilidad y RSE para la iniciativa Mujeres Cafeteras, promovida por Juan Valdez España en Europa.
- **“Embellece tu Futuro”**: Clarel forma a mujeres en situación de vulnerabilidad y les facilita prácticas en sus puntos de venta.
- Voluntariado corporativo de Clarel con un eje de **acompañamiento a mujeres** y alianzas con ONG para combatir la pobreza menstrual.



Mujeres Cafeteras · Colombia

6.4

Principales indicadores reportados por las compañías

La siguiente tabla reúne los principales indicadores reportados por las compañías durante 2025, con su referencia a los Estándares GRI.

PILAR	INDICADOR	RESULTADO 2025	COMPAÑÍA	GRI
● AMBIENTAL	Reducción del consumo de gas natural	35 %	Acerías Paz del Río	302-4
● AMBIENTAL	Electricidad de origen renovable	100 %	Clarel	302-1
● AMBIENTAL	Reducción de emisiones de CO ₂ e frente a 2020	7,5 %	Acerías Paz del Río	305-5
● AMBIENTAL	Variación del inventario de GEI	-5,36 %	Grupo Coquecol	3-3
● AMBIENTAL	Reducción anual de emisiones de CO ₂	1.700 t	Clarel	305-5
● AMBIENTAL	Residuos aprovechados	73,8 % (26.477 t)	Grupo Coquecol	306-4
● AMBIENTAL	Hectáreas recuperadas	127 ha	Acerías Paz del Río	304-3
● AMBIENTAL	Bebidas servidas en vajilla	40 %	Juan Valdez España	306-2
● SOCIAL	Personas beneficiadas por programas sociales	14.972	Acerías Paz del Río	413-1
● SOCIAL	Personas beneficiadas por programas sociales	> 10.000	Grupo Coquecol	413-1
● SOCIAL	Horas de formación	93.857	Acerías Paz del Río	404-1
● SOCIAL	Mujeres en roles de liderazgo	46 %	Grupo Coquecol	405-1
● SOCIAL	Accidentes graves	0	Grupo Coquecol	403-9
● ECONÓMICO	Compras a proveedores de la región	\$485.271 millones	Acerías Paz del Río	204-1
● ECONÓMICO	Proveedores nacionales	99 %	Grupo Coquecol	204-1
● GOBERNANZA	Sanciones ambientales	0	Grupo Coquecol	2-27

Cifras reportadas por cada compañía, con su propio alcance; no son sumables.

PERSONAS BENEFICIADAS POR PROGRAMAS SOCIALES



REDUCCIONES DE EMISIONES REPORTADAS (PAZ DEL RÍO VS. 2020; COQUECOL, INVENTARIO GEI)



Lineamientos y recomendaciones voluntarias

Creemos en la construcción de valor integral: el vínculo entre el comportamiento de la organización y sus principios éticos. Para promoverlo, el Grupo propone a sus compañías los siguientes lineamientos, de adopción voluntaria y progresiva, según su naturaleza, tamaño y capacidad institucional.

01 Gobierno corporativo

- Estructuras de gobierno acordes con su tamaño y complejidad, con roles claros de dirección, supervisión y control.
- Órganos de gobierno diversos, con representación de ambos géneros y miembros independientes.
- Divulgación oportuna y completa de información financiera y no financiera.
- Estrategias de eficiencia, innovación y gestión de riesgos con enfoque de valor compartido.

02 Ética y cumplimiento

- Código de conducta que prohíba prácticas fraudulentas, corruptas o antiéticas.
- Prevención y gestión de conflictos de interés.
- Cumplimiento de la normativa aplicable, con auditoría y revisión legal periódicas.
- Salud y seguridad para trabajadores, contratistas y aliados.

03 Relación con grupos de interés

- Diálogo abierto y colaboración con accionistas, clientes, proveedores, empleados, comunidades y autoridades.
- Mecanismos de participación y consulta.
- Debida diligencia ambiental y social en la cadena de abastecimiento y desarrollo de proveedores locales.

04 Ambiente y responsabilidad social

- Eficiencia energética, manejo responsable del agua y reducción de residuos y emisiones, con medición y seguimiento de indicadores.
- Iniciativas de desarrollo social, inclusión, diversidad y respeto por los derechos humanos.
- Identificación de riesgos y oportunidades climáticos, y transición hacia energías renovables.
- Economía circular: rediseño, reutilización, reciclaje y valorización de residuos.

05 Reporte

- Matriz de materialidad propia con consulta a grupos de interés.
- Indicadores cuantificables y, cuando sea posible, verificación externa.
- Estándares SASB sectoriales y divulgaciones climáticas conforme a NIIF S2.

ADOPCIÓN VOLUNTARIA

Cada compañía adopta estos lineamientos de forma progresiva, según su naturaleza operativa, tamaño y capacidad institucional.

07



Índice de contenidos GRI

Grupo Trinity S.A.S. ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2025 y el 31 de diciembre de 2025 con referencia a los Estándares GRI.

DECLARACIÓN DE USO

Con referencia a los
Estándares GRI

GRI 1 UTILIZADO

GRI 1: Fundamentos 2021

35

contenidos GRI referenciados

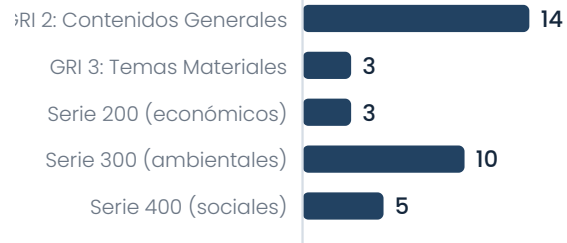


Figura 7. Contenidos GRI referenciados en este informe, por serie (35 en total).

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021		
2-1	Detalles organizacionales	3
2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	2.2; 3.1
2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2.2
2-4	Actualización de la información	2.2
2-5	Verificación externa	2.2; 3.4
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	3.1; 3.2; 6
2-7	Empleados	2.1 (parcial: cifra general del portafolio)
2-9	Estructura de gobernanza y composición	3.3
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	3.3
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1; 4
2-23	Compromisos y políticas	4; 7
2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	5.6; 7
2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	6.1.2 (parcial: Grupo Coquecol)
2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	5.1

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021		
3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	5.2; 5.3
3-2	Lista de temas materiales	5.4
3-3	Gestión de los temas materiales	5.5; 5.6; 6; 7
SERIE 200 · TEMAS ECONÓMICOS		
201-1	Valor económico directo generado y distribuido (GRI 201: Desempeño Económico 2016)	2.1; 3.4 (parcial: ingresos)
203-2	Impactos económicos indirectos significativos (GRI 203: Impactos Económicos Indirectos 2016)	6.1.2; 6.3.1
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales (GRI 204: Prácticas de Adquisición 2016)	6.1.1; 6.1.2 (parcial)
SERIE 300 · TEMAS AMBIENTALES		
301-2	Insumos reciclados utilizados (GRI 301: Materiales 2016)	6.1.1 (parcial)
302-1	Consumo energético dentro de la organización (GRI 302: Energía 2016)	6.2.1 (parcial)
302-4	Reducción del consumo energético (GRI 302: Energía 2016)	6.1.1 (parcial)
303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua (GRI 303: Agua y Efluentes 2018)	6.1.2
304-3	Hábitats protegidos o restaurados (GRI 304: Biodiversidad 2016)	6.1.1; 6.1.2
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) (GRI 305: Emisiones 2016)	6.1.2 (cualitativo)
305-5	Reducción de las emisiones de GEI (GRI 305: Emisiones 2016)	6.1.1; 6.1.2; 6.2.1; 6.3.1
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos (GRI 306: Residuos 2020)	6.1.2; 6.2.1; 6.3.1
306-4	Residuos no destinados a eliminación (GRI 306: Residuos 2020)	6.1.2
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas (GRI 308: Evaluación Ambiental de Proveedores 2016)	6.1.2 (parcial)
SERIE 400 · TEMAS SOCIALES		
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores (GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018)	6.2.1
403-9	Lesiones por accidente laboral (GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018)	6.1.2 (parcial)
404-1	Media de horas de formación al año por empleado (GRI 404: Formación y Educación 2016)	6.1.1 (parcial: total de horas)
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados (GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016)	6.1.2 (parcial)
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo (GRI 413: Comunidades Locales 2016)	6.1.1; 6.1.2; 6.2.1; 6.3.1

El tema material "Ética, cumplimiento y gobierno corporativo" se reporta con los contenidos de gobernanza de GRI 2 y el capítulo 7.

Créditos

Créditos fotográficos

Las fotografías de las operaciones, las tiendas, los equipos y los directivos son de Grupo Trinity y de sus compañías. Las fotografías de paisajes de Colombia provienen de Wikimedia Commons y se usan según sus licencias libres; fueron recortadas y redimensionadas para este informe. Las licencias CC BY-SA permiten compartir y adaptar la obra citando al autor y manteniendo la misma licencia.

IMAGEN	AUTOR	LICENCIA	UBICACIÓN
Valle de Cocora (Quindío) commons.wikimedia.org/wiki/File:Valle_de_Cocora,_Colombia_02.jpg	Bernard Gagnon	CC BY-SA 4.0	Cap. 7 · contraportada
Lago de Tota (Boyacá) commons.wikimedia.org/wiki/File:Lago_de_Tota,_Boyacá,_Colombia.png	Eber Roncancio	CC BY 4.0	Cap. 5
Laguna de Guatavita (Cundinamarca) commons.wikimedia.org/wiki/File:Laguna_de_Guatavita_centro_de_la_leyenda_del_Dorado.jpg	Camilo Errante	CC BY-SA 4.0	Cap. 2 · cap. 5
Cañón del Chicamocha (Santander) commons.wikimedia.org/wiki/File:Cañón_del_Río_Chicamocha_03.jpg	Bernard Gagnon	CC BY-SA 4.0	Cap. 8
Frailejones, páramo de Sumapaz commons.wikimedia.org/wiki/File:Frailejones_Sumapaz,_Colombia.jpg	Lawrencemilovich	CC BY-SA 4.0	Cap. 4
Bosque de niebla, Chicaque (Cundinamarca) commons.wikimedia.org/wiki/File:Chicaque,_bosque_de_niebla_03.jpg	Carlos Aranzazu Lopez	CC BY-SA 4.0	Cap. 4
Café en Hacienda Guayabal (Caldas) commons.wikimedia.org/wiki/File:Coffee_berries_in_Hacienda_Guayabal,_Colombia.jpg	Bernard Gagnon	CC BY-SA 4.0	Cap. 4
Banderas de Colombia, España, Estados Unidos y Canadá commons.wikimedia.org/wiki/File:Flag_of_Colombia.svg y otras	Wikimedia Commons	Dominio público	Cap. 2

Licencias: CC BY 4.0 (creativecommons.org/licenses/by/4.0/), CC BY-SA 4.0 (creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). La bandera de Costa Rica fue dibujada para este informe.



Generando esperanza para el progreso

Grupo Trinity
Carrera 9 # 80-45, Oficina 301
Bogotá D.C., Colombia
(+57) 601 486 1950