



Informe DE SOSTENIBILIDAD 2017

Postobón



Si la vida está llena de cosas buenas, es por los compromisos que asumimos.

Hay quienes dicen que unos son grandes y otros más pequeños.

Nosotros creemos que todos los compromisos son importantes, porque todo aquello con lo que nos comprometemos toca a alguien más.

Nosotros, en Postobón, hemos asumido compromisos que nos motivan día a día a seguir adelante y hacer de Colombia un mejor país. Queremos que los conozcas y veas en ellos nuestra vocación de trabajo.

Recuerda que desde el día que abrimos los ojos por primera vez trajimos un compromiso, y la forma de cumplirlo es tomándonos la vida.



Informe
DE SOSTENIBILIDAD
2017



Postobón

(102-54, 102-55, 102-56)

GENERALIDADES DEL INFORME

La información contenida en este documento comprende las actividades que realizó Postobón S.A. en 2017, sus compañías relacionadas y aquellas sociedades con las cuales tiene acuerdos de franquicia para la elaboración de sus productos, las cuales, a su vez, pertenecen al sector de bebidas de la Organización Ardila Lülle. Para efectos de redacción, utilizamos la expresión Postobón como síntesis del trabajo conjunto de estas sociedades.

En la elaboración de este informe, adoptamos los estándares Global Reporting Initiative Standards (GRI), como metodología base, cumpliendo con los requisitos de la opción "De conformidad". A lo largo del

texto, hay pequeñas referencias gráficas que señalan la presencia de un indicador propuesto por la guía, un indicador propio o un contenido relacionado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Al final, publicamos un cuadro resumen que contiene la descripción de cada indicador y que revela su ubicación en la publicación. Por último, el texto evidencia el apoyo al Pacto Global y ratifica nuestro compromiso de trabajo con sus diez principios y la implementación de buenas prácticas asociadas con el mismo. En este informe presentamos, además, nuestra Comunicación de Progreso con respecto al Pacto Global.

(102-45)

Alcance y cobertura del informe

Este informe cubre las diferentes actividades económicas, sociales y ambientales, desarrolladas por Postobón S.A. en conjunto con sus compañías relacionadas, como Gaseosas Lux S.A.S., Gaseosas Lux S.A., Gaseosas Colombianas S.A. Gaseosas de Córdoba S.A.S., Gaseosas Hipinto S.A.S., Gaseosas de La Sabana S.A. y Functional Beverage Company S.A.S.,

las cuales se dedican a la elaboración de bebidas y sobre las cuales se brinda, además, información financiera consolidada.

De igual forma, incluye información al respecto a otras compañías relacionadas como Edinsa S.A.S., dedicada a la operación logística de transporte; Nutrium S.A.S., dedicada a la producción, conservación y transformación de la fruta, e Iberplast, compañía dedicada a la elaboración de preformas para envases y cajas.

CONTENIDO

Carta del Presidente.....	6
Crecimiento Rentable	8
Perfil de la Organización.....	12
Gobierno Corporativo cumplimiento, transparencia y ética empresarial.....	30
Compromiso con el Bienestar.....	42
Compromiso con la cadena de Valor.....	56
Compromiso con el Planeta.....	80
Compromiso con la Sociedad	120
Compromiso con Nuestra Gente (capital humano).....	130
Índice Contenido GRI.....	144





MIGUEL FERNANDO
ESCOBAR P.
Presidente

Carta DEL PRESIDENTE

(102-14, 102-15)

el Gobierno Nacional como meta. El consumo cayó, al igual que la producción industrial, siendo el sector de bebidas uno de los más golpeados.

Más allá de las variables macroeconómicas y fundamentales económicas, lo anterior se explica por situaciones como la incertidumbre en la opinión pública y la gente del común alrededor de la implementación del acuerdo de Paz firmado entre el gobierno y las Farc. Asimismo, por la reforma tributaria promovida por el Gobierno, que impactó sobre el consumo de los hogares y la producción de las empresas y por último, puntualmente en el sector bebidas, por las fuertes lluvias, las cuales tienen una incidencia directa sobre el negocio.

En medio de dichas dificultades y la situación compleja del país, ratificamos la solidez y el talante que tenemos, gracias a que asumimos la mejor actitud: tomarnos la vida con optimismo.

Nuestros ingresos llegaron a \$3,06 billones² e hicimos de la productividad el deber ser para mantenernos en perspectiva hacia las metas planteadas. Gracias a eso, terminamos 2017 con una rentabilidad positiva, que confirma un Ebitda de \$628.358 millones, superior en 3,1% con respecto a 2016.

Ese buen resultado se lo atribuimos a la capacidad de operación flexible y dinámica que permitió ser eficientes en el control de los gastos y la gestión de los costos. A lo anterior, sumamos el buen dinamismo que tuvimos en

Hace cuatro años comenzamos una ruta estratégica proyectada a 2024, que tiene como base crecer de forma rentable y sostenida, generando valor.

Hoy, en medio de un entorno cambiante, en el cual entendemos riesgos globales económicos, ambientales, sociales y tecnológicos¹ sobre los cuales los grupos de interés requieren respuestas permanentes, mantenemos el liderazgo histórico en el sector y avanzamos con resultados positivos, gracias al fortalecimiento de nuestras capacidades, la incursión en nuevos mercados, la participación en múltiples categorías y la búsqueda de opciones de internacionalización. Eso nos da una perspectiva muy optimista de cara a la meta planteada.

2017 fue un año retador. El crecimiento económico del país fue de 1,8%, cifra lejana al 2,5% que había anunciado

¹De acuerdo con la encuesta de percepción de riesgos globales 2017-2018 del World Economic Forum, estas categorías abarcan riesgos como los desastres naturales extremos, los ciberataques, los problemas asociados al cambio climático, las migraciones, los ataques terroristas, las crisis por agua y alimentos y el tráfico y comercio ilícito, entre otros.

²Sociedades que se indican como consolidadas en ingresos.

las categorías de mercado donde participamos, dejando a un lado el fantasma de la disminución del consumo generalizado.

Como siempre lo hemos hecho, vemos con optimismo lo que viene. 2018 no es la excepción y confiamos que obtendremos buenos resultados, porque tenemos las condiciones y capacidades suficientes para avanzar con los objetivos planteados.

Las complejidades del año estarán marcadas por la presión regulatoria, pero, más allá de eso, nosotros avanzaremos en la tarea de transformar nuestro portafolio por medio de la innovación y una mayor oferta de valor, teniendo siempre presentes las tendencias de mercado.

Tenemos argumentos para defender la relevancia de lo que hacemos. Un claro ejemplo es la voluntad de avanzar con los compromisos de autorregulación que trabajamos proactivamente con otras empresas del sector. El apoyo al deporte y la promoción de estilos de vida activos, seguirán dando cuenta de nuestro compromiso. Contamos, además, con la apertura a construir conjuntamente sobre los temas de la agenda nacional y queremos participar activamente en los espacios de discusión de las propuestas regulatorias que involucren a la industria para proponer, con argumentos sólidos y contundentes, acciones que propicien el bienestar.

El país comenzó a vivir una nueva etapa con la entrada en vigencia del acuerdo de Paz firmado entre el Gobierno y las Farc.

Es claro entonces, que las empresas están llamadas a aportar a las regiones que durante décadas estuvieron relegadas por el conflicto y lo deben hacer con programas y acciones de sostenibilidad que propicien la creación de una ciudadanía incluyente y tolerante, que fortalezca el respeto por la diferencia, las instituciones y el cuidado de los recursos naturales, entre otros.

Nuestro aporte al desarrollo del país es innegable y el momento que vivimos nos invita a aportar con creces.

Nosotros podemos jugar un papel relevante en el proceso de postconflicto por medio de la implementación de acciones de valor compartido en el marco del modelo de

sostenibilidad Uno más Todos. Programas como Hit Social Postobón y MiBici y MiPupitre Postobón, que hoy en día son reconocidos como herramientas de progreso social y comunitario para las regiones, seguirán transformando vidas, cambiando entornos y propiciando el desarrollo.

Avanzaremos en el fortalecimiento de la comunicación directa, franca y sincera que nos caracteriza, para que los grupos de interés conozcan mucho más que hacemos. Lo haremos sobre la base de la confianza y la credibilidad, haciendo todo con transparencia, porque la ética ha sido un eje central de comportamiento a lo largo de nuestra historia. No en vano, nos rigen estrictos parámetros de gobierno corporativo que respetamos y cumplimos bajo el convencimiento de hacer lo correcto y cumplir a cabalidad la ley.



El legado que nos da el buen nombre construido a lo largo de la historia, sumado al **compromiso** y la mística de nuestros colaboradores, crean una combinación ganadora que mantiene viva la motivación de darle lo mejor al país

En 2017, por medio de una campaña institucional altamente vinculante y llena de contenido, invitamos al país a tomarse la vida con optimismo. Hoy, luego del buen recibo que tuvo esta acción de comunicación en la opinión pública, ratificamos una vez más que el optimismo es una actitud que nos motiva a seguir dando lo mejor de nosotros para que el país avance.

Somos una organización altamente comprometida con lo que hacemos y con lo que nos proponemos. Por eso, el legado que nos da el buen nombre construido a lo largo de la historia, sumado al compromiso y la mística de nuestros colaboradores, crean una combinación ganadora que mantiene viva la motivación de darle lo mejor al país y seguir adelante con nuestros compromisos para que los colombianos se tomen la vida.



Nuestro **compromiso** es generar valor **económico, social y ambiental**. Buscamos la **rentabilidad** como condición de progreso.

Potenciamos las **oportunidades** de desarrollo por medio de un ejercicio económico que posiciona a la organización como **una de las más relevantes** para Colombia.



Crecimiento RENTABLE

Crecimiento RENTABLE

(202-1)

CRECIMIENTO BASADO EN LA GENERACIÓN DE VALOR

Somos una compañía que basa su crecimiento en la generación de valor. Nuestra perspectiva de negocio permite dinamizar un mercado altamente vibrante, lleno de oportunidades, en el cual, somos los líderes históricos en Colombia.

En 2017, colocamos 392 millones de cajas unitarias de bebida en el mercado*. Tuvimos ingresos por \$3,06 billones, ligeramente menores que en 2016 (0,5%) y terminamos con rentabilidades superiores al presentar un Ebitda de \$609.704 millones, un 3,1% mayor con respecto a 2016.



En 2017, nuestros ingresos alcanzaron los **\$3,06 billones**.

Valor económico directo, generado y distribuido	
Valor económico directo generado (VEG)	
Ingresos	\$3.068.172
Valor económico distribuido (VEGD)	
Costos operativos	\$1.975.322
salarios y beneficios sociales para los colaboradores	\$423.618
Pagos a gobiernos	\$422.690
Inversiones en la comunidad	\$13.332
Otros ingresos operacionales	\$14.049
Valor económico retenido (VER)	
VEG-VED	\$219.161

Cifras en millones de pesos.



En cuanto a volumen, colocamos **392 millones** de cajas unitarias de bebidas para que los colombianos se tomaran la vida.

* Una caja unitaria es una medida estándar que equivale a 24 botellas de 8oz.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

La empresa es un gran aportante al estado desde el punto de vista tributario. Entendemos con claridad la obligación con los distintos tributos de los que somos sujeto dentro del marco normativo local, regional y nacional, y confiamos en el buen manejo por parte de las instituciones públicas que los administran para que sean retribuidos en acciones que aporten al desarrollo de la sociedad y del país.

Obligaciones tributarias a la nación, departamentos y municipios	
Tipo de impuesto	2017
Impuesto de renta	\$116.709,6
Impuesto a la riqueza	\$6.926,0
Impuesto de renta para equidad (CREE)	-
Impuesto a las ventas - neto	\$245.166,2
Industria y comercio	\$29.535,9
Impuesto predial	\$8.158,5
Impuesto de vehículos	\$514
Impuesto al carbono	\$15,7
Impuesto al consumo	\$90,6
Impuesto a la gasolina	\$355,1
Impuesto alumbrado público	\$1.708,3
Impuesto publicidad exterior	\$42,3
Gravamen a las transacciones financieras	\$13.221,6
Otros impuestos	\$246,3
Total impuestos pagados	\$422.690

Cifras en millones de pesos.

(415-1)

CONTRIBUCIONES POLÍTICAS

Apoyamos el fortalecimiento de la democracia y entendemos que en las organizaciones políticas hay una base para hacerlo. Contribuimos de forma equilibrada y ponderada, con recursos económicos y en especie que aporten al funcionamiento de dichas organizaciones de acuerdo con la política interna que hemos definido para la gestión de contribuciones en especie y donaciones de dinero (No. BE1-04-158), que regula las contribuciones políticas.

Durante 2017, la compañía no realizó aportes a organizaciones políticas.

ENTIDADES QUE FIGURAN EN LOS ESTADOS FINANCIEROS

En Postobón trabajamos articulados con una serie de sociedades que pertenecen al sector bebidas de la Organización Ardila Lülle. Con ellas, la sociedad Postobón S.A. tiene acuerdos para la elaboración de bebidas. De igual forma, se apoya de otras que prestan servicios o proveen materias primas para el desarrollo de su objeto social. Estas son las sociedades sobre las cuales se entrega información financiera a manera de consolidado.

Entidades que figuran en los estados financieros	Postobón S.A.
	Gaseosas Lux S.A.S.
	Gaseosas Colombianas S.A.S.
	Gaseosas de Córdoba S.A.S.
	Gaseosas Hipinto S.A.S.
	Gaseosas de la Sabana S.A.S.
	Functional Beverage Company S.A.S.





Llevamos 114 años asumiendo el compromiso de contribuir al desarrollo de Colombia.

Trabajamos día a día para darles las mejores opciones a los colombianos para que se tomen la vida.



Perfil de la ORGANIZACIÓN

(102-2, 102-4, 102-6, 102-7)

Perfil DE LA ORGANIZACIÓN

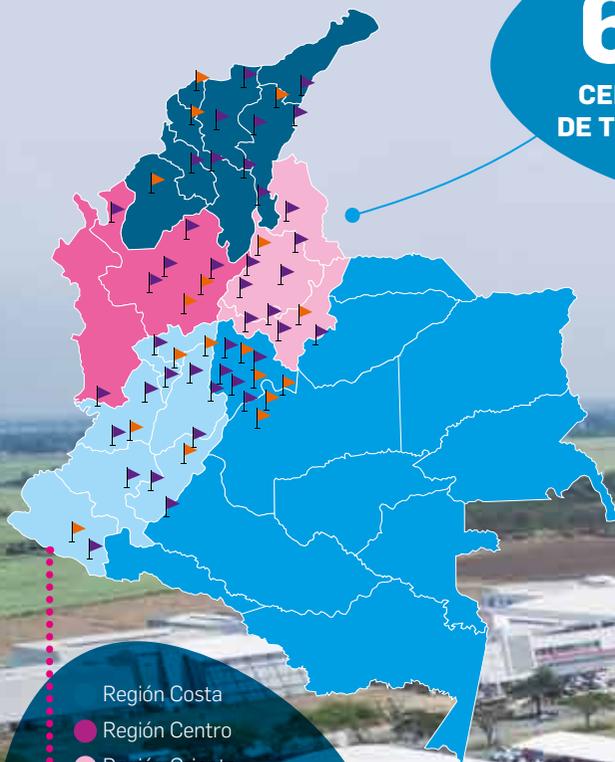
Hablar de Postobón es contar la historia de una compañía que ha dejado huella en Colombia. Llevamos 114 años contribuyendo al desarrollo del país, dinamizando un sector altamente relevante para la industria nacional, motor de la economía y amplio generador de empleo. Esto lo hemos logrado gracias a la capacidad de adaptación, a la vocación innovadora y al sentido y comprensión que tenemos sobre la sostenibilidad, como condición necesaria para nuestro crecimiento y el desarrollo del país.

69
CENTROS
DE TRABAJO



Experiencia con exportaciones en:

Europa, Estados Unidos (Costa Este)
Canadá, México, Guatemala, Salvador,
Costa Rica, Panamá, Aruba, Curazao,
Chile, Australia



Región Costa

Región Centro

Región Oriente

Región Antioquia

Región Occidente

Centro de Distribución (CEDI)

Centro productor

*Una caja unitaria es una medida estándar que equivale a 24 botellas de 8oz.

* Índice de Inversión Social Privada 2017 (JA&A, Semana Sostenible, Comfecámaras, Center for International Private Enterprise e Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olózaga).



MÁS DE
480
REFERENCIAS
DE PRODUCTOS



35
MARCAS

1.700
VEHÍCULOS
DE REPARTO



UNA RED
DE DISTRIBUCIÓN
QUE CUBRE EL
90%
DEL TERRITORIO
NACIONAL

Para que los colombianos
se tomen la vida

INGRESOS
\$3,06
BILLONES

EBITDA
\$628.358
MILLONES

VOLUMEN
\$392,3
MILLONES
CAJAS UNITARIAS
VENDIDAS*

GENERAMOS
OPORTUNIDADES
DE TRABAJO PARA
17.713
PERSONAS

\$13.332
MILLONES INVERTIDOS
EN PROGRAMAS
SOCIALES Y
AMBIENTALES

18
DEPARTAMENTOS
IMPACTADOS CON
PROGRAMAS DE
SOSTENIBILIDAD

CUARTA
COMPAÑÍA EN EL PAÍS
CON MAYOR INVERSIÓN
SOCIAL PRIVADA*

**DÉCIMO
CUARTA**

EMPRESA DEL PAÍS CON
MEJOR REPUTACIÓN

*ÍNDICE MERCOS EMPRESAS

**DÉCIMO
CUARTA**

EMPRESA CON MAYOR
RESPONSABILIDAD SOCIAL
Y GOBIERNO CORPORATIVOS

*ÍNDICE MERCOS RSE
Y GOBIERNO CORPORATIVO

RECONOCIDA COMO
EMPRESA ACTIVA
ANTICORRUPCIÓN

*PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

Planta Postobón Yumbo, Valle del Cauca.

NUESTRA OPERACIÓN

Operamos de forma eficiente para llegar con nuestro portafolio de productos a más de 400.000 clientes en todo el territorio nacional. De igual forma, contamos con un ejercicio de exportaciones que nos permite llevar marcas como Manzana Postobón, Colombiana, Hit y Hatsu, entre otras, a diferentes latitudes.

Operación nacional



Operación internacional

Dependiendo de las oportunidades y condiciones de mercado, realizamos diferentes tipos de acuerdos comerciales que permiten llegar a otras latitudes.



Nuestra estrategia corporativa y competitiva

La estrategia corporativa y competitiva de Postobón, la concebimos desde la generación de valor. Esta estrategia consolida una ruta de navegación consistente y vibrante de cara al crecimiento de la compañía, la cual planteamos desde 2014 en una perspectiva de trabajo de 10 años.

De acuerdo con lo anterior, nuestro equipo humano comenzó a trabajar para el cumplimiento de una Meta Estratégica Grande y Ambiciosa (MEGA), soportada en cinco objetivos estratégicos:

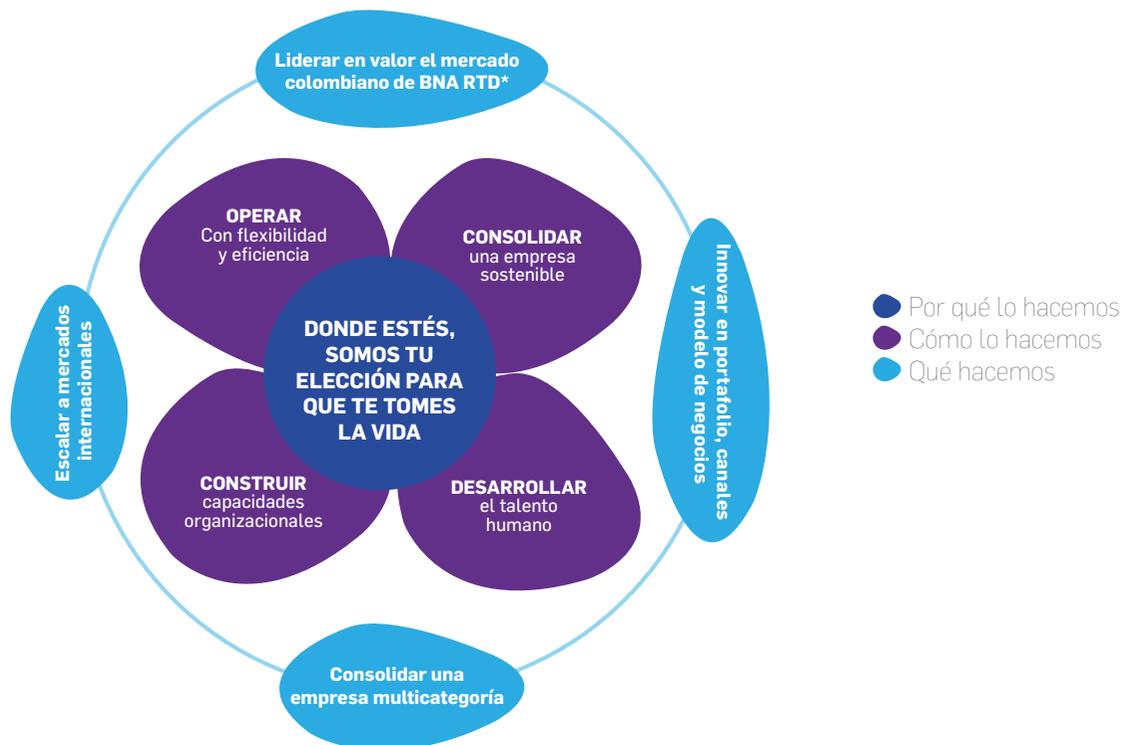
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



Por definición, Postobón es un desarrollador de categorías y un constructor de marcas, que busca ser líder en todos los segmentos, categorías y mercados donde participa, apalancándose de sus capacidades como la distribución masiva e intensiva.

Además, trabajamos para expandir el negocio central (bebidas listas para beber), crecer a otras posiciones geográficas e incursionar en otras categorías, utilizando como elementos direccionadores la innovación efectiva y la sostenibilidad, los cuales brindan ventajas competitivas y hacen parte constitutiva del ADN de la compañía.

ASÍ BUSCAMOS GENERAR VALOR



MODELO DE SOSTENIBILIDAD

Con el objetivo de hacer tangible y trabajar de forma estructurada nuestra visión de la sostenibilidad y cumplir así con nuestros preceptos de contar en todo lo que hacemos con un equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental, definimos en 2014 un modelo de sostenibilidad con seis focos de actuación.

Este modelo lo denominamos Uno más Todos, un nombre que exalta la relevancia y la visión de sostenibilidad de la organización, la cual busca unir esfuerzos, trabajar en red y articular acciones con

diferentes actores de la sociedad civil, del sector privado y público, para construir oportunidades de desarrollo sostenible.

Dichos esfuerzos se adelantan sobre la base de construir relaciones de confianza y credibilidad con los grupos de interés. Además, con la utilización de herramientas metodológicas orientadas por la innovación social, la co-creación y la alineación con estándares de sostenibilidad, permitiendo así la generación de valor de cara a las soluciones que plantea.

MODELO DE SOSTENIBILIDAD UNO MÁS TODOS



Articulación interinstitucional

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

(102-12, 102-13)

Somos conscientes de que los retos del desarrollo no pueden ser abordados individualmente. Por el contrario, requieren de la participación de muchos.

En ese sentido, la construcción de alianzas con instituciones públicas, privadas, agencias de cooperación internacional, emprendedores y todos aquellos que tienen visión de desarrollo, resultan claves no solo para fortalecer nuestro modelo de sostenibilidad, sino también para ampliar su impacto.

A lo largo de los años, hemos desarrollado una potente capacidad de hacer alianzas y trabajar en equipo, lo cual nos permite generar mayores impactos y co-crear bajo el establecimiento de redes de trabajo.

De esa forma, aportamos con programas y proyectos, a las políticas públicas para el desarrollo, a la visión compartida de progreso que tienen otros actores y a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se ha planteado la humanidad.

Aliados institucionales

- Consejo Colombiano para el Desarrollo Sostenible (Cecodes)
- Red del Pacto Global
- Asociación Nacional de Empresarios (ANDI)
- Proantioquia
- Reconciliación Colombia
- Corporación Cuenca Verde
- CEO Water Mandate
- Icontec
- Corporación Más Bosques
- Sistema de Cajas de Compensación Familiar (Comfama, Comfandi, Cafam).
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
- Consejo Nacional de Competitividad
- Universidad Eafit
- Universidad de La Sabana
- Fundación Ideas para la Paz
- Asocajas
- Acoplásticos
- Fundación Argos
- Cerrejón
- Fupad
- Bancamía
- Comfama
- Comfandi
- Coldeportes
- Comité Olímpico Colombiano.
- Fedeciclismo
- Fedebeisbol
- Fedepatinaje

(102-44, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 103-1)

Asuntos de importancia y materialidad del modelo de sostenibilidad

Los focos de actuación definidos en el modelo responden a los asuntos que hemos identificado como prioritarios para Postobón y son resultado de un análisis de materialidad llevado a cabo en 2010 y actualizado en 2011, bajo un enfoque de valor compartido basado en la teoría de Michael Porter y Mark Kramer (2011).

Si bien los fundamentos y las prioridades que definimos en 2014 para el modelo de sostenibilidad de la compañía son elementos que continúan vigentes, en 2017 reorganizamos los temas clave, reestructuramos definiciones sobre los focos, detallamos a nuestros grupos de interés y reevaluamos los asuntos que los componen.

Este ejercicio lo desarrollamos a la luz de la estrategia corporativa y competitiva de la compañía, teniendo muy presentes el objetivo estratégico de ser una compañía sostenible, así como los temas relevantes para el sector y el contexto actual del país.

Hicimos, entonces, un proceso de consulta mediante una encuesta virtual, bajo la metodología de muestreo intencionado o con propósito, seleccionando 46 casos "ricos en información", los cuales fueron mencionados por directivos y colaboradores de la compañía, así como personas externas, quienes ayudaron a determinar la importancia de los temas y, a su vez, consultar otros que fueran relevantes.

La siguiente tabla muestra los asuntos derivados de dicha consulta.

ASUNTOS RELEVANTES PARA POSTOBÓN Y SUS GRUPOS DE INTERÉS

Compromiso con la ética y el gobierno corporativo

Buscamos demostrar el compromiso intrínseco que tenemos con la ética y el buen gobierno por medio de un modelo de cumplimiento de las normas, que genere credibilidad y confianza con los grupos de interés.

Asunto	Objetivo
Ética transparencia y cumplimiento legal	Aplicar mecanismos de evaluación, prevención y mitigación de riesgos frente a conductas ilícitas, de corrupción, lavado de activos, financiación del terrorismo, conflicto de intereses, competencia desleal y en general, aquellas que atenten contra la ética y la legalidad.
Rentabilidad	Generar valor económico para hacer viable y atractiva la operación de la compañía, trayendo consigo beneficio para sus accionistas e inversionistas.
Buen gobierno Corporativo	Implementar buenas prácticas que orienten las relaciones entre la administración de la empresa, su Junta Directiva, sus accionistas y otras partes interesadas para el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la compañía.
Respeto y promoción de los Derechos Humanos	Actuar con la debida diligencia para no atentar o ser cómplice de vulneración de los Derechos Humanos.
Reputación y relación con grupos de interés	Gestionar el conjunto de percepciones que los diversos grupos de interés tienen sobre el comportamiento desarrollado por la compañía a lo largo del tiempo y su capacidad de generar valor para ellos.

Compromiso con el bienestar

Queremos que los grupos de interés cuenten con alternativas e información para la toma de decisiones conscientes sobre su bienestar, permitiendo así, la creación de hábitos de vida responsables y estilos de vida activos. Promovemos opciones en nuestro portafolio y el deporte, para que las personas se tomen la vida.

Asunto	Objetivo
Innovación de producto	Dinamizar el portafolio de productos, asegurando en su ciclo de vida la inclusión de criterios de bienestar, sociales, económicos, ambientales, regulatorios y funcionales, entre otros, que interpreten las tendencias de consumo.
Calidad e inocuidad	Garantizar la calidad y seguridad de los productos de cara al consumo.
Información sobre los productos	Diseñar, formular y ejecutar estrategias de mercadeo y comunicación que brinden al consumidor información precisa, adecuada y oportuna que lo motive y le permita tomar decisiones responsables sobre la ingesta de los productos.
Alimentación	Promover que los productos de la compañía contribuyan a una alimentación adecuada, de acuerdo con las necesidades dietéticas de la población.
Promoción del bienestar y la actividad física	Fomentar los estilos de vida saludables y activos por intermedio de la promoción de la actividad física, la alimentación adecuada y el consumo consciente.

Compromiso con el planeta

Adoptamos un enfoque preventivo y asumimos nuestra responsabilidad ambiental, fomentando iniciativas que promuevan el cuidado del recurso hídrico, la reducción de emisiones y el manejo de residuos, como asuntos prioritarios.

Asunto	Objetivo
Eficiencia de producción	Maximizar el rendimiento de la operación, el desempeño mecánico, energético y el uso general de los recursos.
Gestión integral del agua	Proteger, reforestar, compensar y restaurar los ecosistemas y su biodiversidad, de los que dependen las fuentes de agua que abastecen la operación de la compañía, monitoreando y controlando los vertimientos.
Economía circular	Reducir la generación de desechos y cerrar el flujo económico y ecológico de los materiales.
Cambio climático	Generar acciones para adaptarse a los riesgos o impactos del cambio climático y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero generadas en la operación, la logística o la venta de productos.
Movilidad sostenible	Generar estrategias que permitan la movilidad de personas y productos con altos estándares ambientales, de seguridad, integridad y bienestar, considerando las normas y la productividad de la compañía.

Compromiso con nuestra gente

Atraemos, desarrollamos y motivamos a nuestros colaboradores, ofreciéndoles oportunidades de desarrollo y un ambiente sano y seguro para desarrollar sus capacidades profesionales y personales.

Asunto	Objetivo
Calidad de vida y bienestar laboral	Desarrollar programas y beneficios que contribuyan a satisfacer las necesidades del empleado y medien entre sus intereses y los de la compañía, promoviendo un mayor sentido de pertenencia, compromiso y motivación.
Remuneración y reconocimiento	Lograr que los empleados reciban los beneficios y reconocimientos directos e indirectos, de acuerdo con su rol, esfuerzo, desempeño y contribución a los objetivos de la compañía.
Desarrollo de planes de carrera y formación	Promover el desarrollo del conocimiento y las competencias que impacten positivamente la productividad de los colaboradores y les permita proyectarse profesionalmente.
Derechos laborales	Fomentar el trabajo digno, la inclusión, la diversidad y respetar la libre asociación.
Salud y seguridad en el trabajo	Desarrollar iniciativas de prevención y control de riesgos de salud y seguridad y la cultura del autocuidado en los colaboradores, sus familias y los miembros de la comunidad.

Compromiso con la sociedad

Aportamos al crecimiento de la sociedad por medio de acciones que ayuden al desarrollo humano y territorial sostenible, en especial, de las comunidades que hacen parte de nuestra área de influencia como compañía.

Asunto	Objetivo
Iniciativas de Paz y reconciliación	Generar oportunidades de desarrollo e inclusión económica y social, a lo largo de la cadena de valor de la compañía, enfocados a población vulnerable (víctimas, desmovilizados, entre otros).
Ciudadanía corporativa	Contribuir a la sociedad, por medio de acciones de valor compartido, inversión social y programas solidarios, en el marco de un trabajo articulado con las políticas públicas de educación, cultura y deporte, entre otras.
Generación de empleo	Crear estrategias encaminadas a la contratación de mano de obra calificada y no calificada, en las áreas de influencia directa de las plantas de producción, o mediante la generación de oportunidades laborales en la cadena de valor.
Gestión de impactos en las comunidades aledañas	Desarrollar prácticas en los centros de trabajo, para garantizar la sana convivencia de la compañía y generar relaciones de confianza con las comunidades aledañas.

Compromiso con la cadena de valor

Orientamos las prácticas de adquisición, el desarrollo de productos y las relaciones comerciales, a partir de un sentido social y una consciencia ambiental, buscando crear valor compartido con los grupos de interés.

Asunto	Objetivo
Satisfacción del cliente	Atender y resolver las necesidades de los clientes de manera oportuna y correcta, asegurando calidad en el servicio.
Abastecimiento responsable	Promover en los proveedores críticos buenas prácticas relacionadas con la sostenibilidad desde lo social, lo laboral, lo económico y lo ambiental.
Proveedores agrícolas sostenibles	Potenciar el cumplimiento de buenas prácticas y estándares de sostenibilidad, contribuir con el desarrollo de proveedores agrícolas y fomentar modelos de negocios inclusivos y acuerdos comerciales competitivos.
Iniciativas de valor compartido con clientes	Desarrollar iniciativas de valor compartido que nos conviertan en aliados de nuestros clientes.

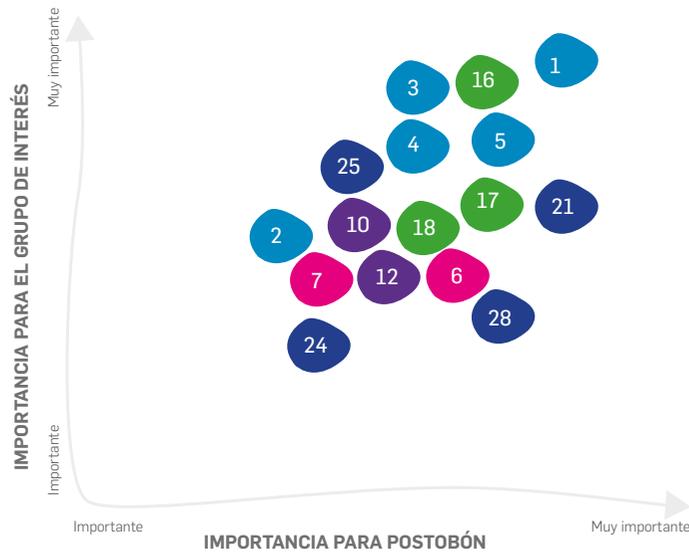
Los resultados de la validación se cruzaron con la información obtenida del estudio de reputación Reprack National Tracker³, realizado por la firma Reputation Institute, donde se evalúan las percepciones que tiene el público en general acerca de nosotros, sobre aspectos relevantes como la oferta, el trabajo, la integridad, el liderazgo, la innovación, la ciudadanía y las finanzas de la compañía.

Este proceso permitió concluir que los diferentes grupos de interés consultados tienen necesidades particulares de información sobre aspectos como el comportamiento ético, la contribución positiva a la sociedad, el uso responsable del poder en el mercado, la apertura y transparencia en nuestras operaciones, el apoyo a buenas causas y las acciones para la protección del medio ambiente.

³Descrito en detalle en el apartado Reputación.

Con base en lo anterior, diseñamos la siguiente matriz, la cual nos permitió hacer ajustes a nuestro modelo de sostenibilidad Uno más Todos:

MATRIZ DE ASUNTOS RELEVANTES



Todos los asuntos descritos anteriormente se evaluaron de acuerdo con los criterios de importancia para los grupos. De esa forma, luego de ubicarlos en una matriz, determinamos que aquellos (los que se indican en la gráfica) son los de mayor prioridad dada su relevancia, tanto para la compañía, como para los grupos de interés. Actualmente, centramos nuestras acciones en dichos asuntos, sin dejar de gestionar los otros temas de los focos de interés del modelo de sostenibilidad.

Paralelamente, de la mano con la firma Deloitte, llevamos a cabo un diagnóstico sobre el estado de avance en sostenibilidad, que incluyó un análisis de brechas frente a mejores prácticas y estándares.

Este ejercicio determinará una hoja de ruta con lineamientos que permitan acortar dichas distancias. Los resultados y el plan de trabajo de reducción de brechas será presentado por dicha firma en el transcurso de 2018.

Foco de actuación	Tema
Compromiso con la ética y el gobierno corporativo	1 Ética transparencia y cumplimiento legal
	2 Rentabilidad
	3 Buen gobierno corporativo
	4 Respeto y promoción de los Derechos Humanos
	5 Reputación y relacionamiento con los grupos de interés
Compromiso con la sociedad	6 Iniciativas de paz y reconciliación
	7 Ciudadanía corporativa
Compromiso con el bienestar	10 Innovación de producto
	12 Información sobre los productos
Compromiso con el planeta	16 Gestión Integral del Agua
	17 Economía Circular
	18 Cambio climático
Compromiso con la cadena del valor	21 Abastecimiento responsable
Compromiso con nuestra gente	24 Calidad de vida y bienestar laboral
	25 Remuneración y reconocimiento
	28 Salud y seguridad en el trabajo

(102-40, 102-42, 102-43, 102-44)

Nuestros grupos de interés

Para nosotros, los grupos de interés son más que un individuo o colectivo que se inquieta por las actividades o decisiones de la compañía.

Por eso, y consecuentes con nuestra visión histórica de trabajar pensando en la construcción de relaciones fuertes, basadas en la credibilidad y la confianza, los interpretamos como todo aquel, entendido como personas, grupos u organizaciones, con los que nos debemos involucrar y comprometer

para hacer efectivo el logro de la estrategia que hemos planteado para el crecimiento sostenible de la compañía y cumplir, a su vez, con las expectativas que ellos tienen de nosotros.

Nuestra declaración de compromiso con los grupos de interés hace parte del Código de Conducta que denominamos. Así Somos en Postobón y se sintetiza de la siguiente forma:

GRUPOS DE INTERÉS

ACCIONISTAS Y PROPIETARIOS



Entendemos y valoramos la relevancia de los accionistas. Nos alineamos con su su voluntad de aportar recursos para que la compañía genere valor no solo en el negocio, sino también en la sociedad y el medio ambiente.

Por eso, trabajamos en función del crecimiento de su inversión y de maximizar la rentabilidad de la compañía bajo criterios de sostenibilidad.

CONSUMIDORES



Trabajamos por la satisfacción de nuestros consumidores, ofreciendo productos innovadores y atendiendo sus necesidades y expectativas. De igual forma, promovemos en ellos el consumo consciente, el bienestar, la actividad física y, sobre todo, el empoderamiento para que tomen decisiones que los lleven a tomarse la vida.

CLIENTES



Servimos con excelencia a nuestros clientes, somos íntegros con ellos y crecemos conjuntamente por medio de relaciones comerciales que fomentan la confianza y la credibilidad entre las partes y que, además, respetan la legalidad y la libre competencia, siempre buscando el mutuo beneficio entre las partes y un aporte significativo al desarrollo del país.

GOBIERNO



Abordamos las relaciones con entidades de gobierno, control, supervisión y regulación, el gobierno y con entes de supervisión, bajo un marco de transparencia y respeto por la ley. En nuestras relaciones con el gobierno impera un espíritu de colaboración, inspirado en los principios del código de conducta Así Somos en Postobón.

COLABORADORES (EMPLEADOS)



Estamos comprometidos con el desarrollo integral de nuestro equipo humano como una condición que contribuya a su calidad de vida.

Las relaciones que tenemos con nuestros colaboradores se enmarcan en el respeto a la dignidad humana y se rigen por un espíritu de colaboración, trabajo en equipo, integridad y lealtad.

Incentivamos y valoramos los altos niveles de desempeño por parte de nuestros colaboradores y buscamos asegurar la retención del talento humano. Además, les brindamos condiciones y ambientes seguros y saludables para el desarrollo de su trabajo y los motivamos permanentemente para que disfruten su labor y fortalezcan el vínculo afectivo con una compañía completamente relevante para el progreso de Colombia.

Fomentamos el respeto a los Derechos Humanos y laborales de todas las personas que nos prestan servicios de forma directa o indirecta y contribuimos a la promoción de buenas prácticas en gestión del talento humano.

PROVEEDORES



Consideramos a los proveedores como aliados en el éxito de nuestros negocios y los elegimos mediante procesos competitivos, transparentes, regulados y verificados, que cumplan criterios como la calidad, el servicio ofrecido, la tecnología y el precio, entre otros. Aseguramos la uniformidad y la sana competencia en la forma como los invitamos a nuestros procesos de selección y como desarrollamos las relaciones de negocios con ellos.

COMUNIDAD



Buscamos que nuestras actividades tengan elementos de progreso para las comunidades, y lo hacemos desarrollando y apoyando programas sociales de alto impacto, que contribuyan a la construcción de capital social, a superar la pobreza y la inequidad y que brinden soluciones a los problemas sociales, ambientales y económicos, en las poblaciones donde tenemos presencia.

Nuestra principal responsabilidad es mitigar los impactos generados en la comunidad y utilizar los proyectos y programas del modelo de sostenibilidad Uno Más Todos, para apalancar dicho desarrollo.

MEDIO AMBIENTE



Entendemos el valor del cuidado de los recursos naturales y su relevancia para nuestro negocio. Promovemos su uso racional, su cuidado y protección mas allá de los mínimos legales, para garantizar un legado a las generaciones futuras.

Relacionamiento con grupos de interés

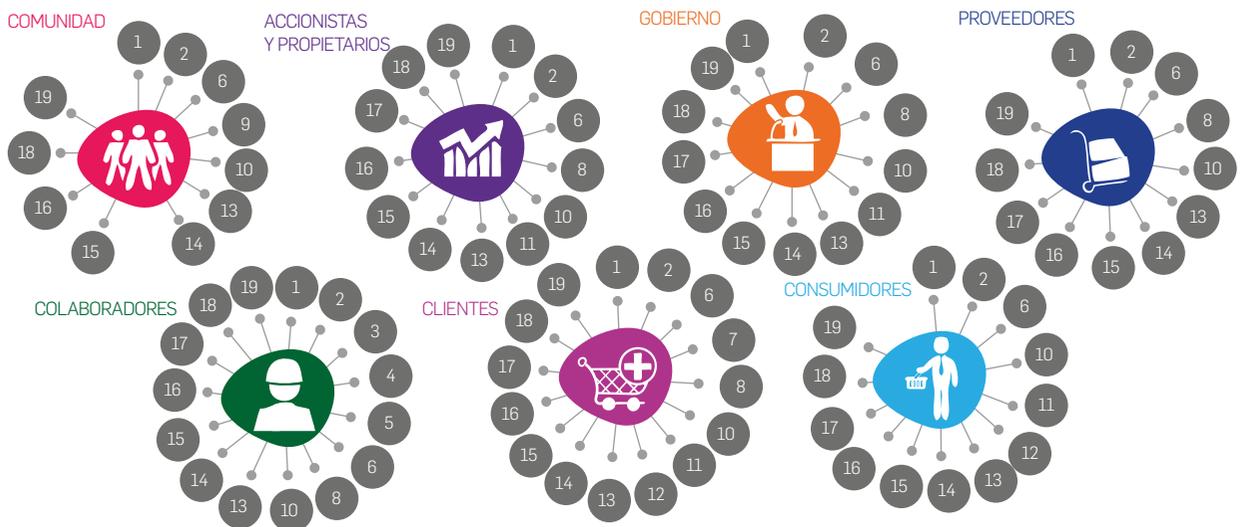
Comunicar es esencia para nosotros. Siempre pensamos la comunicación en doble vía, para que las relaciones con los grupos de interés se fortalezcan desde la confianza y la credibilidad.

Puntualmente, hacemos masiva la comunicación de los asuntos de sostenibilidad. Ese fue el caso del informe de sostenibilidad del año pasado, el cual llegó a 600 validadores de opinión y más de 75.000

personas, por medio de un documento impreso que circuló en el periódico La República.

Para 2018 y con base en la actualización de la materialidad, estableceremos nuevas estrategias puntuales de relacionamiento y diálogo con cada uno de nuestros grupos de interés, de acuerdo con los resultados de su categorización, que nos permitan generar mayor valor y aumentar el involucramiento.

PUNTOS DE CONTACTO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



1 Sitios web	6 Correos (físicos y electrónicos) corporativos	11 Comunicación relacional	16 Comunicación informativa y educativa
2 Redes sociales	7 Publicación El Buen Negocio Postobón	12 Línea Rosita (servicio al cliente)	17 Informes y reportes de gestión y de sostenibilidad
3 Intranet Nosotros Postobón	8 Comunicaciones formales	13 Línea de Transparencia	18 Relaciones públicas, patrocinios y eventos
4 Revista Somos Postobón	9 Relacionamiento directo y gestión social	14 Reportes autoregulación	19 Encuestas, estudios y sondeos
5 Comunicaciones internas	10 Comunicación masiva (medios masivos)	15 Comunicación promocional institucional y de marcas	

Reputación

Cuando las compañías gestionan su reputación logran generar percepciones positivas en los grupos de interés, permitiendo así contar con su apoyo. Sin embargo, para poder lograr esto, es necesario que todos los puntos de contacto que se generan, obedezcan a acciones bien transparentes y direccionadas.

Queremos seguir siendo una empresa querida y admirada por todos los colombianos y trabajamos para construir un vínculo emocional asociado a la estimación,

el sentimiento positivo, la admiración y la confianza que despertamos en todos los grupos de interés.

Este vínculo, permite asegurar actitudes y comportamientos, que construyen una relación en la cual los grupos de interés asumen comportamientos como recomendarnos, hablar positivamente, brindarnos el beneficio de la duda, confiar en lo que hacemos y apoyar nuestras actividades, entre otros.

De otro lado, las tendencias globales actúan en detrimento de la categoría de bebidas azucaradas y esto se traduce en acciones contra el buen nombre de la compañía y su objeto de negocio. Además, el entorno regulatorio es altamente crítico y busca especialmente control y tributación en temas como el uso del azúcar, el manejo de los envases postconsumo, la circulación de vehículos y la publicidad, entre otros.

Nosotros trabajamos para que la reputación de Postobón no se vea afectada en medio del ambiente complejo existente y gestionamos una comunicación vinculante, altamente empática y fuerte, para que los grupos de interés conozcan, opinen y comprendan bien nuestra visión de desarrollo sostenible y la forma cómo nos acoplamos a sus necesidades, exigencias y cuestionamientos.

En 2017 desarrollamos 950 acciones de comunicación con nuestros grupos de interés (excluyendo acciones de promoción y comunicación de mercadeo). Este número de acciones creció en un 25% con respecto a 2016, donde destacamos el desarrollo de la campaña “Me tomo la vida con optimismo”.

Esta campaña contribuyó a hacer conciencia sobre el momento por el que pasaba el país y generó una conversación asertiva entre los grupos de interés, incluyendo los medios de comunicación, sobre la necesidad de hacer del optimismo un motor para cambiar el ambiente de pesimismo por el cual atravesaba el país. Luego de la campaña, las encuestas que miden la percepción de optimismo en el país, mostraron un mejoramiento en dicha variable.

En conclusión, hacemos de la comunicación, una herramienta de gestión de la reputación y trabajamos en el corto plazo y mediano plazo (un horizonte de cinco años), en el fortalecimiento y aseguramiento de una comunicación corporativa clara, sencilla, objetiva, transparente, oportuna y coherente, que contribuya a las buenas relaciones con los grupos de interés, y aporte al logro de los objetivos estratégicos planteados por la Organización.



Somos una de las
15 empresas
con mejor reputación
de Colombia según
el Monitor Merco
Empresas 2017.



Nuestro RETO

Queremos consolidar la relación con nuestros grupos de interés sobre la base de la confianza y la credibilidad.



Nuestra META

Seguir siendo una de las compañías con mejor reputación de Colombia gracias a lo que hacemos y cómo lo hacemos.

Asegurar que los colombianos nos crean, admiren, crean y confíen en nuestras actuaciones.

Mantener en 2018 una calificación fuerte por parte de los grupos de interés en los atributos de reputación que medimos con estudios independientes.

Nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En septiembre de 2015, durante una cumbre histórica de las Naciones Unidas, dirigentes de todo el mundo aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Dentro de este marco y con base en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), se definieron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que entraron en vigor oficialmente el primero de enero de 2016, buscando promover en todos los países, sin importar su condición, prácticas que, más allá de poner fin a la pobreza, generarán crecimiento económico, abordarán problemáticas sociales generalizadas y protegerán el medio ambiente.

Los ODS cuentan con la particularidad de ser aplicables universalmente, al mismo tiempo que tienen en cuenta diferentes realidades, capacidades y niveles de desarrollo nacional. Bajo este racional, le otorgan al sector privado un papel activo, consistente con la capacidad transformadora que tienen las empresas concebidas desde su protagonismo en las dinámicas económicas.

A la luz de nuestra estrategia, los ODS se convierten en un elemento completamente articulado con el compromiso histórico que tenemos con el país y por eso, los incorporamos en la definición de los asuntos materiales consignados en el modelo de sostenibilidad Uno más Todos. Para lograr esto, hicimos un ejercicio de identificación de cuáles metas asociadas a los objetivos están influenciadas por nuestras actividades.

El resultado principal del ejercicio fue que, dado el alcance y tamaño de nuestras operaciones, todas las acciones que llevamos a cabo impactan de una u otra forma a todos los ODS. En algunos casos, el impacto es indirecto, derivado de externalidades positivas o de la misma interconexión existente entre unos objetivos y otros. Pero, en otros, se evidencia una relación directa, donde el potencial de contribuir desde el negocio es mayor, permitiendo acciones con mayor continuidad y escalabilidad.

A lo largo del informe, haremos alusión a aquellos ODS que identificamos como transversales a nuestro negocio.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





Somos una compañía que crece gracias a su capacidad de generar valor y lo hacemos porque buscamos ser la elección para que los colombianos se tomen la vida.





Promovemos el gobierno corporativo como una condición necesaria para el crecimiento y la sostenibilidad de la compañía.

- Las buenas prácticas y el comportamiento de nuestros colaboradores, basados en el autocontrol, permiten consolidar una compañía transparente y clara en sus procesos.



Gobierno corporativo,
CUMPLIMIENTO, TRANSPARENCIA
Y ÉTICA EMPRESARIAL

Gobierno corporativo

TRANSPARENCIA Y ÉTICA EMPRESARIAL

(102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-23, 102-24, 102-26, 102-30, 102-31, 102-35, 102-36)

MODELO DE GOBIERNO CORPORATIVO

Si algo nos rige es actuar con ética, transparencia, cumplir con el ordenamiento jurídico, respetar las normas y demostrar con criterio lo que hacemos, respaldándonos siempre en la generación de confianza y credibilidad ante los grupos de interés.

Somos consecuentes con nuestro valor corporativo que invita a ser ejemplo de integridad y hacer lo correcto en todo momento y circunstancia, tanto dentro como fuera de la compañía.

Nuestro modelo de gobierno corporativo estructura sus aspectos de fondo bajo las indicaciones de la Asamblea de Accionistas, la cual delega la toma de decisiones en la Junta Directiva y en la administración con sus diferentes niveles.

Órganos de gobierno

La Junta Directiva es el órgano encargado de aprobar y adoptar medidas específicas respecto a nuestro gobierno corporativo. En este sentido, sus funciones incluyen la orientación de políticas, la supervisión y control de las diversas áreas, el seguimiento de los programas y estrategias implementadas para el logro de objetivos, y la creación de mecanismos de enlace para los accionistas.

La Junta Directiva de la sociedad Postobón S.A. está integrada de acuerdo con la normatividad vigente en Colombia y por los Estatutos Sociales de la sociedad y, en la actualidad, no tiene conformados comités.

La elección de sus miembros está a cargo de la Asamblea General de Accionistas y se realiza a partir del sistema de cociente electoral. Los candidatos deben gozar de reconocida solvencia moral, tener amplia experiencia profesional en diferentes ámbitos y actividades, poseer los conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones y no hallarse incurso en causales de inhabilidad o incompatibilidad para ocupar el cargo.

Sus miembros no perciben ninguna remuneración por parte de la sociedad ni gozan de beneficio económico alguno, a excepción del miembro externo de la junta, que se incorporó a partir de 2017. Tampoco participan en la dirección ni en el control de la compañía y se guían únicamente por el interés social.

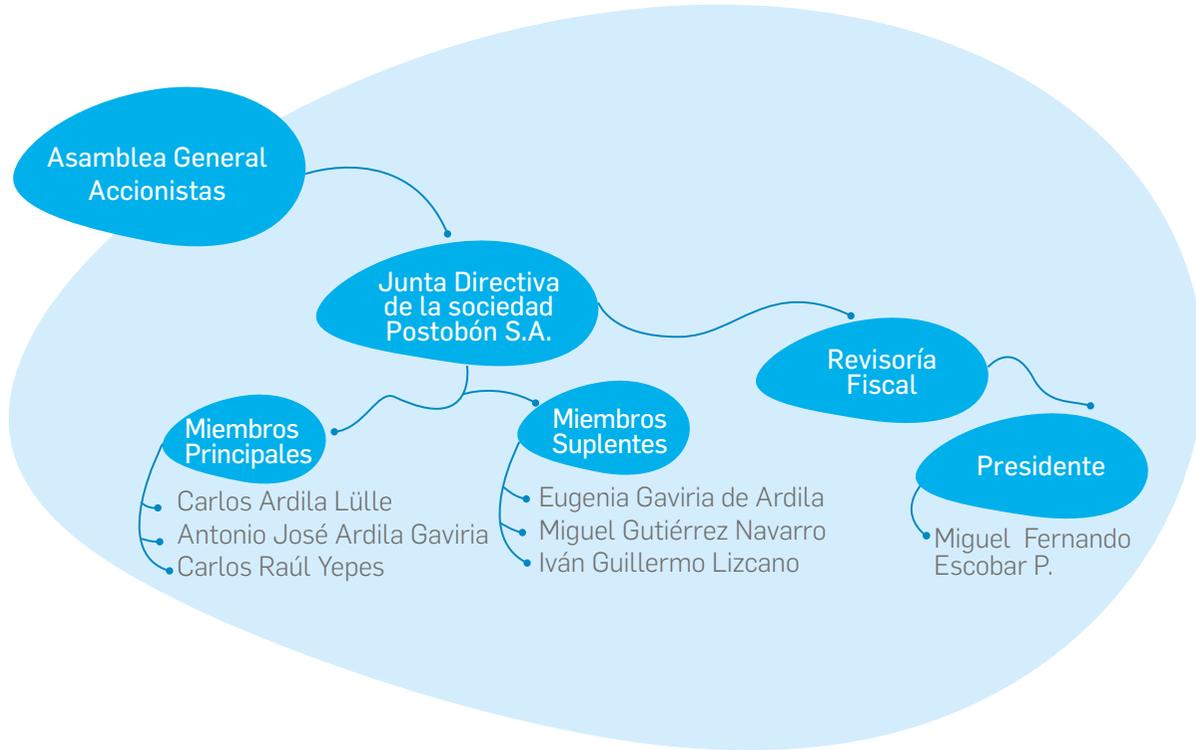
La Junta Directiva se reúne de forma mensual y revisa a profundidad los temas económicos, sociales y ambientales de la compañía.

Adicional a lo anterior, a la Junta Directiva le corresponde el nombramiento del presidente de la compañía y la aprobación del personal directivo. Para estos cargos, la remuneración consiste en una suma fija mensual que se recibe a título de salario integral.

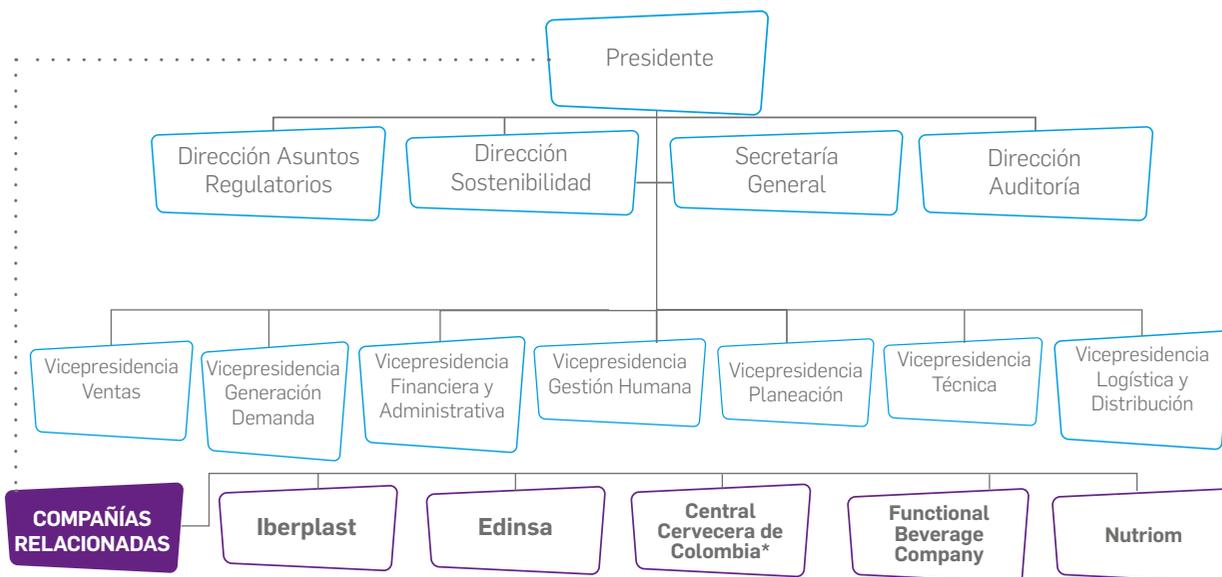
Dentro de las responsabilidades del presidente, se encuentran la planeación, la determinación de objetivos y de las acciones para alcanzarlos, el establecimiento de tareas para las diferentes áreas, y la dirección, control y supervisión del desempeño de la compañía.

Por su parte, el personal directivo tiene a su cargo la determinación de objetivos para las áreas que presiden, la implementación de estrategias, la orientación del comportamiento de sus funcionarios y la evaluación de su desempeño.

ÓRGANOS DE GOBIERNO



NIVEL DIRECTIVO Y COMPAÑÍAS RELACIONADAS



* Alianza con CCU de Chile.

Equipo directivo

Contamos con un Comité Directivo en el que participa el equipo directivo de primer nivel, conformado por vicepresidentes, el secretario General y algunos directores.

Este Comité se reúne mensualmente y hace seguimiento a las diferentes actividades estratégicas

de la compañía, incluyendo las acciones de sostenibilidad, de cara al cumplimiento de las metas y de objetivos estratégicos, así como el plan de negocios y la gestión de riesgos, entre otros.

El liderazgo sobre los asuntos de sostenibilidad está a cargo de la Dirección de Sostenibilidad, quién le reporta directamente a la Presidencia y hace parte de su comité.

COMITÉ DIRECTIVO POSTOBÓN



Miguel Fernando Escobar P.
Presidente



Andrés Bustamante Díez
Vicepresidente Técnico



Esteban Córdoba Velásquez
Secretario General



Federico Llano Molina
Vicepresidente
Planeación Financiera



Iván Darío Velásquez Uribe
Vicepresidente
Financiero y Administrativo



Juan David Vélez Gómez
Vicepresidente
Generación de Demanda



Juan Guillermo Palacio Monsalve
Vicepresidente
Gestión Humana



Jorge Ricardo Gutiérrez Escobar
Vicepresidente
Logística y Distribución



Juan Roberto García Duque
Vicepresidente
Nacional de Ventas



Emilia Restrepo Gómez
Vicepresidente
Transformación Digital



Martha Ruby Falla González
Directora
Sostenibilidad



Mariana Pacheco Montes
Directora
Asuntos Regulatorios



Mónica López Zapata
Directora
Auditoría



(102-16, 102,17, 102-25, 205-2)

TRANSPARENCIA, ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

Nuestro respeto por las normas y por el mercado, además de nuestra condición de líderes, nos lleva a actuar de forma diligente, correcta y transparente en todas las relaciones que entablamos.

Por eso, promovemos con convicción entre nuestro equipo humano de trabajo, clientes, proveedores, accionistas y demás grupos de interés, el mayor rigor en todos nuestros comportamientos.

Nuestros principios se cimientan en un enfoque de autocontrol que es aplicado por todos los colaboradores, al cual se suma el compromiso de directivos y líderes de ser ejemplo de comportamiento, buscando ser rigurosos en cada uno de los procesos, previniendo riesgos legales y reputacionales.

A esto, le sumamos la relevancia que tiene el manejo responsable de nuestros negocios, teniendo presente el cumplimiento de la norma y todos los preceptos de ley que los orientan.

Dicho enfoque permite reiterar el compromiso de cero tolerancia con el fraude, soborno, corrupción, y todos aquellos actos que van en contra de nuestros principios corporativos y de la legalidad.

Los valores corporativos

Las bases de nuestro comportamiento están cimentadas por los valores corporativos, principios que guían acciones, construyen nuestra esencia y nos permiten marcar la diferencia y comprometernos a mantener el liderazgo que ha marcado la senda de crecimiento de la compañía.

Con ellos, generamos identidad, formamos cultura organizacional, definimos lo que nos hace diferentes y lo que nos permite interactuar con los demás y, por supuesto, forman nuestro ADN.



“Promovemos y monitoreamos el Gobierno Corporativo, el Cumplimiento, la Transparencia y la Ética empresarial como principal instrumento para aportar al crecimiento y sostenibilidad de la Compañía”.

**Mónica López,
Directora de Auditoría**



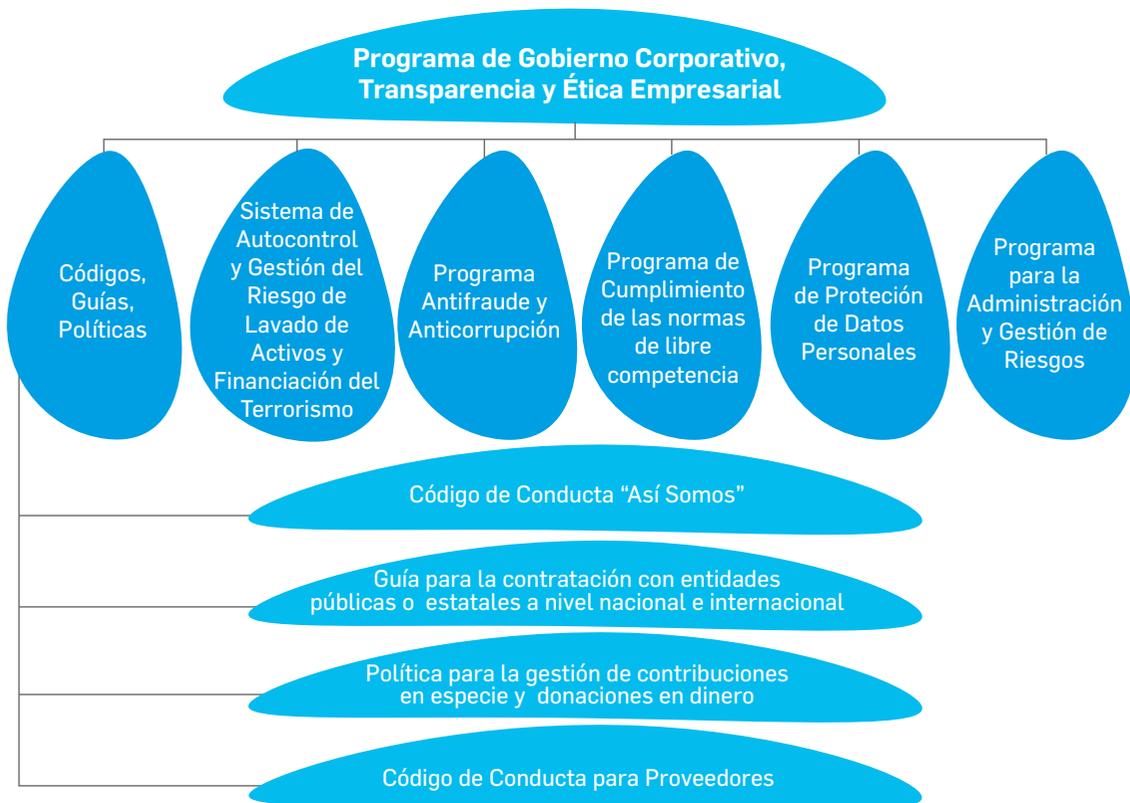
VALORES CORPORATIVOS



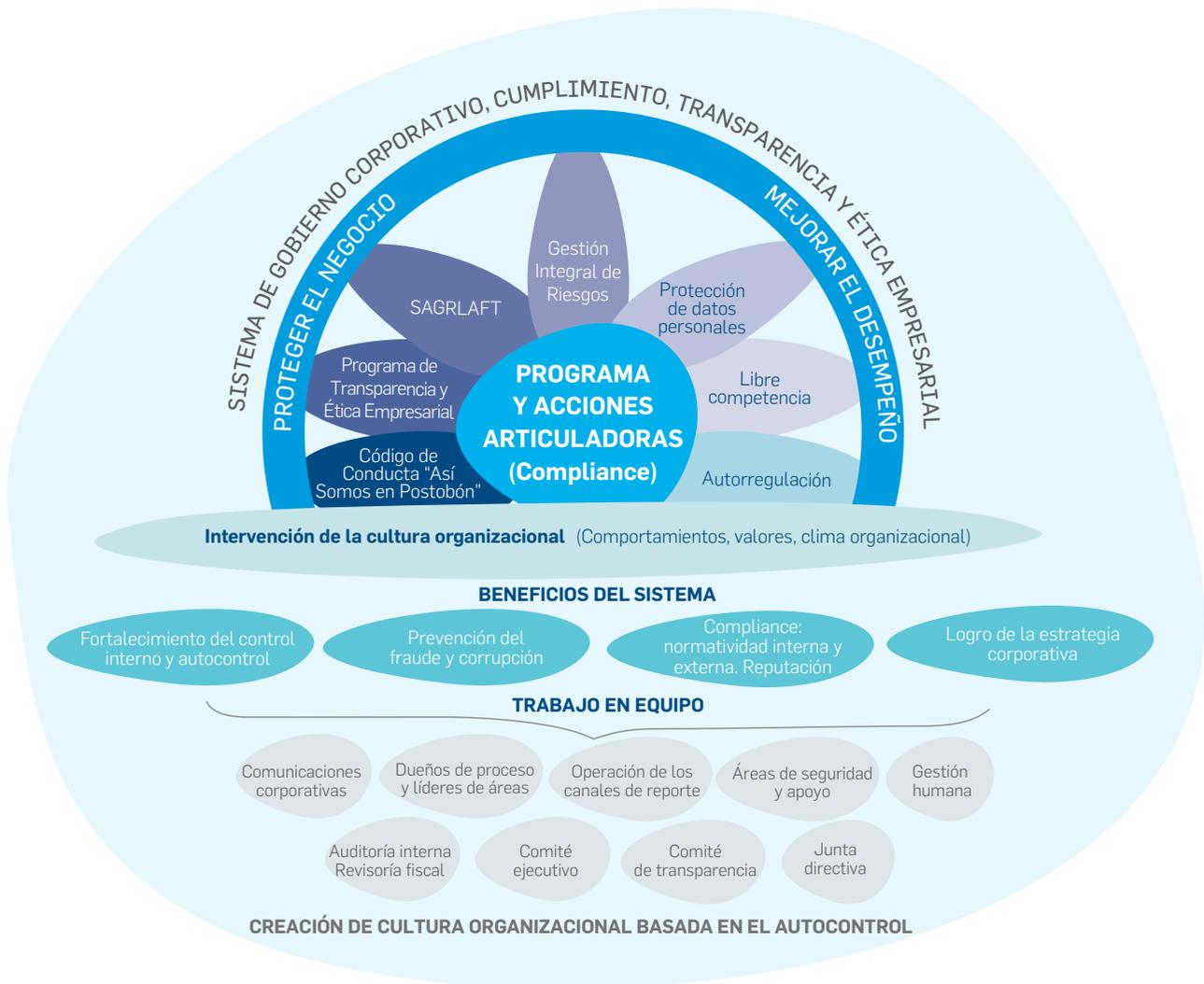
Enfoque de gestión

Contamos con un Sistema de Gobierno Corporativo, Cumplimiento, Transparencia y Ética Empresarial, que agrupa las políticas, programas y herramientas con las que damos respuesta a la Circular Externa 100-000003 de 2016, de la Superintendencia de Sociedades de Colombia, el cual fue fortalecido y afianzado durante 2017 y esperamos extenderlo gradualmente a todas las compañías relacionadas.

Este sistema refleja nuestra creencia motora sobre la importancia del buen comportamiento en todo lo que hacemos y permite incorporar en el día a día, el principio de Responsabilidad Demostrada (*Accountability*), que busca fortalecer en la organización, la mentalidad de responsabilidad en la actuación y de cumplimiento ante la ley.



ASÍ FUNCIONA NUESTRO SISTEMA



(POS-1, POS-2)

Logros del Programa de Gobierno Corporativo, Transparencia y Ética Empresarial

En nuestra Línea de Transparencia 018000123400, principal canal de reporte y consulta sobre prácticas que afecten el actuar ético, la transparencia e integridad de la compañía o de sus grupos de interés, recibimos durante este año, 373 alertas⁴, que fueron revisadas por el comité de Transparencia y Ética Empresarial que se reúne trimestralmente para tomar acciones, buscando aportar al fortalecimiento del Control Interno y Gobierno Corporativo.

Número de denuncias recibidas en la Línea de Transparencia			
2014	2015	2016	2017
9	191	497	373

De igual forma, en el fortalecimiento de las relaciones con nuestros aliados de negocio, creamos el Código de Conducta para proveedores, en el cual determinamos la forma como establecemos las relaciones comerciales de valor y sus principales responsabilidades.

⁴Los valores registrados corresponden a los casos reportados en la Línea de Transparencia, por conductas o situaciones que incumplen el programa de Transparencia y Ética Empresarial (con categoría como fraude, soborno, corrupción, imagen corporativa, irregularidades en el seguimiento a políticas)

Creamos, también, el Comité de Ética e Integridad, responsable de velar por la correcta aplicación del Programa de Gobierno Corporativo, Cumplimiento y Ética Empresarial, y la implementación de correctivos para garantizar la gestión acorde con nuestros principios.

Adicionalmente, por medio de metodologías de e-learning, implementadas en nuestra Universidad Postobón, formamos a 331 personas con contenidos relacionados con gobierno corporativo, ética y

cumplimiento empresarial, ratificando así el compromiso que tenemos con el tema.

Esto se complementó con campañas de sensibilización a nuestros empleados sobre el compromiso con la ética, la transparencia y la legalidad, las cuales se llevaron a cabo a través de nuestra red de medios de comunicación, como la revista Somos Postobón, que llega a todos los colaboradores de la compañía y la intranet Nosotros Postobón, la cual llega a más de 5.000 colaboradores.

LOGROS RELEVANTES SOBRE TEMAS CONSTITUTIVOS DE NUESTRO PROGRAMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

SAGRLAFT	Programa Antifraude y Anticorrupción	Libre competencia	Programa de Protección de Datos Personales
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimos al 100% con los requerimientos por parte de los entes de vigilancia y control, como Superintendencia de Sociedades y la Unidad de Investigación y Análisis Financiero. • Actualizamos nuestra normatividad interna de acuerdo con las modificaciones y adiciones requeridas por los entes de control. • Robustecimos la debida diligencia en el control sobre las entidades que actúan como nuestras contrapartes (clientes, proveedores, empleados) que son Personas Expuestas Políticamente (PEP), mediante nuestro formulario de vinculación y la verificación de su inclusión en listas restrictivas de lavado de activos y la financiación del terrorismo. • Sensibilizamos y comprometimos con documentos, recomendaciones y ejemplos de cómo reportar situaciones, a los colaboradores a dar cumplimiento en la materia. • Fortalecimos los mecanismos de acceso a las listas restrictivas y de lavado de activos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hicimos parte de la Red de Transparencia y Participación Ciudadana liderada por la Contraloría de Medellín. • Recibimos de la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República, el reconocimiento como Empresa Activa Anticorrupción. • Habilitamos en la intranet Nosotros Postobón el canal para la declaración de conflicto de interés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizamos el despliegue del Programa de Cumplimiento de las Normas de Libre Competencia en todas las operaciones del país. • Obtuvimos por parte de la Auditoría Externa, durante los dos semestres, las certificaciones sobre el cumplimiento del programa de libre competencia, de acuerdo con los requerimientos de la Superintendencia de Industria y Comercio. • Implementamos un módulo de capacitación virtual en la Universidad Postobón el cual fue tomado por todo el equipo de ventas y compras, cubriendo un total de 331 personas. • Promovimos el canal específico de reporte de situaciones que atenten contra la libre competencia. • Creamos un comité interno de libre competencia, que analiza y resuelve y promueve la libre competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizamos y mantenemos el Registro Nacional de Bases de Datos (RNBD) ante la Superintendencia de Industria y Comercio. • Contamos con un canal de reporte y consulta donde los empleados reciben asesoría y acompañamiento sobre el programa de protección de datos personales.

Retos para 2018

Para este año, planteamos retos orientados a:

Fortalecer nuestro sistema de Gobierno Corporativo, Cumplimiento, Transparencia y Ética Empresarial y afianzar su cumplimiento con los grupos de interés.

Establecer mecanismos y herramientas de monitoreo a los programas que hacen parte del Sistema, garantizando su correcto funcionamiento y cumplimiento.

Continuar con el monitoreo permanente y actualización del perfil de riesgo, utilizando como herramienta el registro de eventos de riesgo implementado.

Avanzar en la solidificación de nuestro compromiso con las mejores prácticas y seguir demostrando el compromiso que tenemos con el Gobierno Corporativo y la Transparencia.

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS

Entendemos la existencia de los riesgos como una condición latente y permanente en las acciones que desarrollamos para generar valor, cumplir con los objetivos propuestos y aportar al desarrollo del país.

Por eso, hacemos de la administración de riesgos, una herramienta para fortalecer las medidas de control, la gestión de los procesos, el talento humano, la infraestructura, la tecnología y el relacionamiento con grupos de interés, buscando preservar la integridad de los recursos de la compañía, así como la continuidad y sostenibilidad del negocio.

Con base en lo anterior, y conscientes de que permanentemente debemos identificar, analizar, evaluar, tratar, monitorear y comunicar basándonos principalmente en los lineamientos de la Norma ISO 31000 y los estándares COSO-ERM, en línea con el Sistema de Gestión de la Calidad de la compañía bajo la norma NTC/ISO 9001:2008.



Evaluación de los riesgos

Nuestra metodología de Gestión Integral de Riesgos permite evaluar los riesgos externos e internos a los que estamos expuestos

El análisis externo focaliza la gestión hacia la dinámica del negocio y las tendencias del entorno y de la industria de bebidas y alimentos a nivel nacional e internacional. El análisis interno, se refiere a los elementos que comprometen el desarrollo de la estrategia corporativa.

Con base en esta composición, articulamos las diferentes actividades corporativas y de procesos, identificando los cargos y transacciones críticas para prevenir, controlar, mitigar y trasladar los riesgos identificados.

De esa forma, podemos contar con medidas de administración de los riesgos expuestos anteriormente. En 2017, además de efectuar procesos de monitoreo permanente a cada uno de los procesos a nivel de riesgos estratégicos, desarrollamos las siguientes actividades:

- Realizamos asesorías a los procesos críticos para identificar riesgos.
- Planteamos acciones encaminadas al fortalecimiento de los controles que se ejecutan al interior de los procesos para minimizar la materialización de los riesgos.
- Avanzamos en el registro y análisis de eventos de riesgo operativo en los procesos, lo cual permitirá actualizar el perfil de riesgo individual en cada uno de ellos y el perfil de riesgo consolidado de la compañía.
- Continuamos con la integración de los demás sistemas de gestión al Sistema de Administración de Riesgos de la compañía.
- Revisamos el proceso de administración de seguros, con el fin de fortalecer la transferencia de riesgos como medida de control.
- Actualizamos el perfil de riesgo residual corporativo para reforzar la efectividad de los controles en procesos críticos, el seguimiento a planes de acción e indicadores de riesgo.

Cómo abordamos los riesgos

Para abordar los riesgos partimos de una gestión metodológica que permite hacer referenciación permanente de aquellos riesgos que afectan el entorno de negocios desde diferentes perspectivas.

Los criterios de evaluación los define el Comité Directivo de acuerdo con el nivel de tolerancia al riesgo que Postobón y sus compañías relacionadas están dispuestas a asumir. Los criterios son aprobados por la Junta Directiva y el Comité Ejecutivo y están definidos por la probabilidad de ocurrencia y la magnitud del impacto. Las escalas asignadas a los riesgos, de acuerdo con los criterios, reposan en la metodología que administra la Dirección de Auditoría.

De esa forma, tenemos como ejercicio:

Enfocar la administración de riesgos en la estrategia corporativa y competitiva y los procesos y proyectos que soportan el desarrollo de los negocios de Postobón y las compañías relacionadas.

Desarrollar acciones relacionadas con políticas corporativas, programas, procedimientos y formación, entre otros.

Centralizar, monitorear y diseñar planes de emergencia y de manejo de crisis, en los procesos clave para la continuidad del negocio.

Educar, formar y capacitar a todos los colaboradores sobre las implicaciones que tienen los riesgos y la forma como debemos asumirlos dentro de un marco de gestión.



La forma de abordar los riesgos nos brinda la posibilidad de incrementar nuestra ventaja competitiva, para alcanzar los objetivos estratégicos y garantizar la continuidad del negocio.

- Implementamos al interior de los centros de operación, el registro de eventos de riesgo como una herramienta de monitoreo.
- Adelantamos la implementación del Plan de Continuidad del Negocio.
- Definimos las matrices de riesgos de los procesos críticos de la compañía.

Retos para 2018

- Homologar el Sistema de Administración de Riesgo Corporativo en las nuevas empresas relacionadas con Postobón y los nuevos negocios en los que participemos.
- Fortalecer la cultura de autocontrol y gestión de riesgos para los trabajadores y directivos por medio de la Universidad Postobón.
- Fortalecer los controles con el fin de prevenir y mitigar el riesgo reputacional, legal y operativo al que nos encontramos expuestos.
- Monitorear de forma permanente los riesgos emergentes y cambios de perfil de riesgo corporativo.
- Avanzar en la definición e instauración de un sistema de administración de seguros.
- Monitorear la capacidad de gestión de los riesgos y definir estrategias para controlar, retener, administrar o transferir los resultados.
- Profundizar en los mecanismos de identificación y gestión de riesgos ambientales y otros derivados del cambio climático y de las implicaciones asociadas a la escasez de recursos, impactos energéticos, fuentes hídricas, cambios demográficos y tendencias de consumo.
- Fortalecer la promoción y formación de nuestros grupos de interés en asuntos relacionados con los Derechos Humanos y construcción de Paz.

Derechos Humanos

Los Derechos Humanos hacen parte de nuestras actuaciones diarias, pues son clave para el desarrollo de nuestra actividad empresarial y por eso, enmarcamos todas nuestras acciones de negocio, operaciones y relaciones desde su respeto y rechazamos cualquier acto que se constituya en un abuso o violación sobre los mismos.

La cultura organizacional que hemos desarrollado, así como nuestros estándares laborales, políticas, directrices y lineamientos, expresan nuestro compromiso auténtico con todos nuestros grupos de interés de promover la diversidad, inclusión y equidad de género, respetar la libre asociación y la negociación colectiva, actuar ética e íntegramente y, en general, ir más allá de todo lo dispuesto desde lo legal.

Somos suscriptores del Pacto Global y asociados a la Red del Pacto Global en Colombia, cuyo trabajo en 2017 con respecto a los Derechos Humanos se centró en la priorización del primer principio del Pacto: "Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia", por medio de la promoción de acciones de debida diligencia en las actividades de las empresas signatarias.

Siguiendo esta línea, implementamos criterios relacionados con los Derechos Humanos en el Código de Conducta para Proveedores, buscando garantizar el compromiso con su respeto y promoción a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

El Código se comunicó a 1.494 proveedores y en 2018 nuestro reto será asegurar el seguimiento a su implementación.



Somos los líderes en la industria de bebidas no alcohólicas en Colombia en valor y volumen

Buscamos brindar opciones de portafolio que van desde la indulgencia al máximo cuidado, permitiendo la toma consciente de decisiones de consumo.

100% de nuestro portafolio cumple con el etiquetado GDA*

*Presentaciones no retornables.



**Nuestro compromiso
CON EL BIENESTAR**

Nuestro compromiso CON EL BIENESTAR

(102-2)



Gaseosas

- Somos líderes en el segmento de sabores y en el segmento de colas negras hemos ganado participación relevante de mercado en los últimos tres años.
- Tenemos participación relevante de mercado con marcas como Manzana Postobón, sabores Postobón, Colombiana, Pepsi, 7UP y Sr Toronjo.
- Contamos con marcas regionales de tradición como Hipinto, Freskola y Popular.
- Tenemos en la categoría, los mayores desarrollos en empaques (vidrio retornable y no retornable, PET retornable y no retornable, aluminio y bag in box).



Nueva Generación

- Participamos en segmentos de hidratantes, energizantes y té listos para beber.
- En té, contamos con la marca Mr. Tea, líder del segmento.
- En hidratantes, las marcas Gatorade y Squash, brindan elementos funcionales para la actividad física.
- En energizantes tenemos la marca Speed Max y Peak, además distribuimos Redbull, marca líder a nivel mundial.





“Buscamos la satisfacción de nuestros consumidores, porque queremos que se tomen la vida. Brindamos soluciones innovadoras a sus expectativas y les damos opciones que propicien su consumo consciente”.

Juan David Veléz G.,
vicepresidente de Gestión de la Demanda



Cervezas*

- Buscamos brindar nuevas experiencias a los consumidores de cerveza.
- Contamos con marcas de talla mundial, que se destacan por su calidad y experiencia.
- Buscamos masificar marcas, para que se conviertan en dinamizadoras del mercado de cerveza en el país.
- Ejecutamos la experiencia de marca en los puntos de venta para que sea completamente atractiva para los consumidores.
- Consolidamos un portafolio encabezado por Heineken y otras marcas altamente relevantes como Coors Light, Sol, Tecate, Miller Lite, Miller Genuine Draft y Tres Cordilleras.



Aguas

- Contamos con agua Cristal, marca líder en la categoría.
- Tenemos marcas de tradición y liderazgo como Breña.
- H2Oh!, es líder en el segmento de aguas saborizadas y busca expandir la categoría a nuevas experiencias.
- Agua del Nacimiento es un agua de origen que se diferencia por su distribución exclusiva.
- Creamos Agua Oasis marca social, con la cual nos comprometemos a entregar parte de sus ventas a programas y proyectos que ayudan al mejoramiento de la calidad educativa.



Frutas

- Buscamos darles relevancia y valor agregado a las frutas y promovemos sus beneficios.
- Contamos con la marca líder del mercado: Hit.
- Tenemos marcas regionales como Tutti Frutti.
- Lanzamos innovaciones como Biofrut, marca con mayor contenido de fruta, sin colorantes, conservantes ni azúcar añadida, que se basa en mezclas de frutas como la fresa, la mora, el banano y el kiwi, entre otras.

* Promovemos el consumo responsable de bebidas alcohólicas y no aceptamos la venta de éstas a menores de edad. El exceso de alcohol es perjudicial para la salud.



(FP6, FP7, 416-1)

INNOVACIÓN DE PRODUCTO

La innovación es una condición intrínseca en todo lo que hacemos y el mercado así lo reconoce, pues somos creadores de categorías, marcas y desarrolladores de canales, entre otros, caracterizándonos por el dinamismo que demostramos gracias a la innovación.

Los consumidores son cada vez más exigentes y los nuestros no son la excepción. Las tendencias de consumo indican que buscan cada vez más frescancia e indulgencia, pero también, naturalidad, bienestar, reducciones calóricas e ingredientes funcionales.

Fieles, entonces, a esa condición de innovación que nos rige, incorporamos una metodología denominada *Stage Gate*, la cual asegura que todo el proceso de innovación ocurra de una forma estratégica, sistémica y ordenada.

Stage Gate se compone de cuatro fases que denominamos puertas (gates), las cuales se explican en la siguiente gráfica.

PUERTAS DE INNOVACIÓN, METODOLOGÍA STAGE GATE TRANSFORMACIÓN DEL PORTAFOLIO



Nuestra vocación por innovar nos ha llevado a trabajar fuertemente en la transformación del portafolio que ofrecemos.

Cada vez más, nuestras marcas y presentaciones se adaptan a las necesidades de los consumidores, interpretando las tendencias y los asuntos relacionados con la salud pública y el bienestar, especialmente en un tema: la reducción calórica.

Porcentaje del valor total de ventas que corresponde a productos reducidos en azúcar				
UEN	2014	2015	2016	2017
Aguas	100%	100%	100%	100%
Frutas	0%	3%	16%	13%
Gaseosas	1%	2%	2%	37%
Nueva generación ⁵	3%	5%	16%	29%

Si bien estos datos son consecuentes con las tendencias de mercado, las formulaciones tradicionales continúan siendo las más representativas en volumen de ventas, haciendo la salvedad de que hemos trabajado para que estas fórmulas tengan reducciones calóricas significativas sin comprometer sus sabores tradicionales.

De igual forma, en categorías como Bebidas de Nueva Generación y Frutas, sumamos ingredientes que le dan mayor relevancia al aporte nutricional o funcional de los productos (minerales y vitaminas, entre otros), brindando así una respuesta integral a las tendencias marcadas por los consumidores.

Porcentaje de productos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras				
UEN	2014	2015	2016	2017
Total de marcas				
Aguas	N/A	N/A	N/A	N/A
Frutas	4%	4%	4%	4%
Gaseosas	9%	9%	10%	11%
Nueva Generación	4%	4%	5%	6%
Marcas evaluadas para promover mejoras				
Aguas	N/A	N/A	N/A	N/A
Frutas	0%	0%	0%	1%
Gaseosas	0%	4%	2%	5%
Nueva Generación	0%	2%	1%	1%

El indicador da cuenta de las marcas cuyas formulaciones fueron evaluadas para ofrecer a los consumidores los mismos productos pero con alternativas bajas calorías o cero calorías.

⁵La única marca que no ha reducido el azúcar es Gatorade, pues por regulación, las bebidas Isotónicas deben contener azúcar.



**Nuestro
RETO**

Queremos innovar en nuestro portafolio con marcas y presentaciones que brinden experiencia, funcionalidad, conveniencia y bienestar a los consumidores.



**Nuestra
META**

En 2018, el 40% del volumen total de litros vendidos de las marcas de nuestro portafolio* será sin azúcar añadida.

En 2024, el 50% del volumen del volumen total de litros vendidos de nuestro portafolio* será sin azúcar añadida. 80% de nuestras marcas se fabricará con componentes naturales.

Las marcas que contengan azúcar añadida no tendrán más de 5 g por cada 100 ml

*Excluye marcas de franquicia.

(417-1, POS-11)

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE PRODUCTOS

Brindarles a los consumidores información completa sobre nuestros productos y sus componentes, así como facilitar su comprensión, constituye una expresión de respeto hacia ellos y un compromiso por parte nuestra con sus derechos.

Nos interesa promover el concepto de consumidor informado, para que pueda tomar decisiones conscientes sobre nuestros productos. Por eso, prestamos especial atención al etiquetado de nuestros productos y a las campañas de publicidad.

La información sobre los productos la enmarcamos en las resoluciones 333 de 2011 y 5109 de 2005 del Invima. Igualmente, como uno de los principales anunciantes del país, respetamos el Código de Regulación Publicitaria de la Asociación Nacional de Anunciantes (Anda) y damos aplicación al acuerdo de autorregulación para la promoción de estilos de vida saludables, que suscribimos en 2016, por medio de la Cámara de la Industria de Bebidas de la Andi,

en el cual asumimos el compromiso de regular la publicidad de bebidas en espacios donde la audiencia de niños menores de 12 años sea mayoritaria.

Porcentaje del volumen del portafolio etiquetado bajo GDA

UEN	2017
Aguas	15%
Frutas	100%
Gaseosas	63%
Nueva Generación	85%

Los productos que no tienen en sus empaques etiquetas GDA son los que corresponden a presentaciones en vidrio retornable. Ahora bien, entendiendo la importancia del tema, empezamos a incorporar en las botellas nuevas la leyenda "[más información www.postobon.com](http://www.postobon.com)", para que las personas puedan visitar en dicha página la información relacionada con las GDA del producto.

Para la categoría aguas, solo se etiquetan los productos que tienen algún tipo de componente adicional.

CUMPLIMIENTO AUTORREGULACIÓN

Comunicación y publicidad

Dando cumplimiento al acuerdo de autorregulación sobre los temas relacionados con promoción y publicidad, avanzamos en el cambio de imagen de las

neveras y equipos, ubicados en colegios.

Allí hemos sustituido imágenes publicitarias por mensajes promocionales. En este proceso prevemos inversiones cercanas a los \$58.000 millones.

Nuestro compromiso es no dirigir publicidad de bebidas a menores de 12 años a excepción de agua mineral y potable tratada, jugos 100% de fruta, bebidas cuyo contenido de fruta sea igual o superior a 12% y bebidas a base de cereal.

de los productos, su contenido nutricional y etiqueta, hay contenidos pedagógicos en formato de video, sobre lectura del etiquetado e información nutricional, entre otros, los cuales han sido visitados por más de 100.000 personas. Estos contenidos también pueden ser vistos en el canal oficial de Postobón en Youtube y en nuestras redes sociales.

De acuerdo con lo anterior, hemos cambiado nuestra comunicación dirigida a menores de doce años, y promovemos en ellos el consumo de agua y bebidas con contenido de fruta.

También restringimos la pauta y les exigimos a las comercializadoras de medios de comunicación, certificaciones neutrales de implementación de restricciones de pauta en franjas infantiles. Estas certificaciones se entregan trimestralmente.

Creamos el portal www.tomatelavida.com.co, el cual se lanzó a finales de septiembre y a la fecha ha sido visitado por más de 60.000 personas. En este portal, además de información

Campañas publicitarias

Nuestras marcas tienen como premisa generar valor y lo hacen invitando a asumir posturas de vida sinceras, que llaman a la acción y generan vínculos con los consumidores.

Gaseosas

Dentro de las campañas más emblemáticas, está Manzana Postobón y todo su territorio construido alrededor de su principal diferencial: el color y sabor con su plataforma *La Vida es Color de Rosa*. Punto aparte merece la campaña, *Porciones para compartir*, con la que Manzana Postobón invitó a los colombianos a cambiar el hábito de desperdiciar la comida y optar por compartirla.

Colombiana, la marca con atributos locales, resaltó el valor de lo que significa ser colombiano a través del arte, la cultura y la comida.

Pepsi, marca global de franquicia, con la que participamos en el segmento de colas negras, buscó marcar diferencia con una comunicación en la cual reta a los consumidores a buscar nuevas emociones por medio del concepto *Rompe La Rutina*.

Sr. Toronjo, nuestra marca que se conecta a la generación Z, avanzó en su comunicación, inspirada en sacar el toque ácido a través de la creación de un artista del género urbano.

Aguas

Fortalecimos la comunicación de Breña bajo el objetivo de invitar a disfrutarla en cualquier momento del día, haciendo mezclas con ingredientes como limón, cerezas y naranja, lo cual le da una dimensión superior y mayores posibilidades, desvinculándola del paradigma de mezclador solo para licor.

Con la marca Cristal invitamos a aprovechar las ventajas de su botella al ser eco amigable, conveniente e higiénica, evitando así el uso de la bolsa de agua.

Por su parte, la marca social Agua Oasis renovó su imagen y su botella, haciéndola más vinculante al exaltar con imágenes de los beneficiarios reales, el aporte que hace a la educación en Colombia.

Frutas

Con el concepto de "Dar" iniciamos la búsqueda de una conexión emocional única con nuestros consumidores,

diciéndoles que, así como a todos nos gusta dar lo mejor, Hit les da el mejor sabor de la fruta.

Bebidas de Nueva Generación

Mr. Tea, la marca líder en la categoría, invitó con su comunicación a vivir natural y a disfrutar la tradición milenaria de una planta como el té. De esa forma, la marca promocionó el concepto "prefiere lo mejor, prefiere lo natural".

Por su parte, Speed Max desarrolló campañas de comunicación, en las cuales invitó a las personas a recargarse de energía y a disfrutar grandes momentos como salir, bailar, compartir y viajar.

CUMPLIMIENTO AUTORREGULACIÓN

Educación en etiquetado

Todas las etiquetas de nuestros productos cuentan con información de ingredientes y tablas nutricionales de acuerdo con cada formulación, asegurando la correcta comunicación de los mismos.

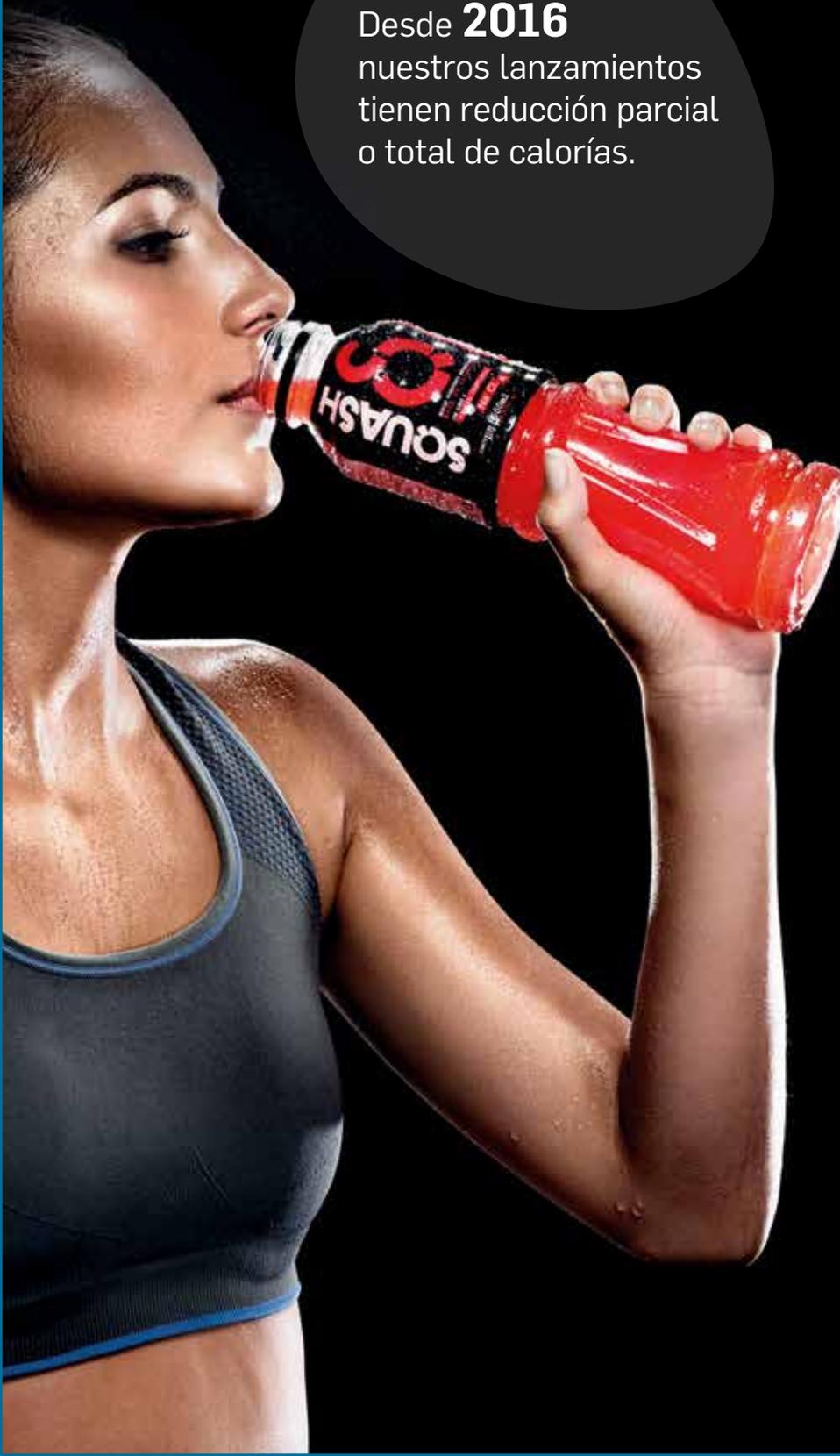
En cada etiqueta se encuentran las GDA, que son las viñetas con información de las cantidades diarias recomendadas de azúcar, calorías, sodio, grasas que debe consumir una persona.

Para facilitar el entendimiento de las etiquetas, creamos el portal www.tomatelavida.com.co, donde se puede consultar cada producto y se cuenta con herramientas pedagógicas para ayudar a la comprensión de los componentes.

De igual forma, por medio del programa Fenaltiendas de Fenalco, promovimos la capacitación a tenderos y pequeños comerciantes en distintas ciudades del país sobre temas de etiquetado. El objetivo, además de permitirles a ellos conocer y entender el etiquetado, fue crear consciencia de sus capacidades para ser multiplicadores ante sus clientes de la información sobre el etiquetado de los productos.



Desde **2016**
nuestros lanzamientos
tienen reducción parcial
o total de calorías.



HÁBITOS DE VIDA RESPONSABLES Y ACTIVOS

Nos interesa el bienestar de nuestros consumidores desde el punto de vista de la alimentación balanceada y la actividad física, pues tenemos claro que hacerlo, es una oportunidad para que ellos se tomen la vida.

Abordamos el concepto de alimentación balanceada teniendo como elementos direccionadores las diferentes normativas establecidas en el país, aplicables a las categorías de nuestro portafolio.

Reconocemos la importancia de las Recomendaciones de Ingesta de Energía y Nutrientes (RIEN) del Ministerio de Salud y Protección Social, como referencia para el desarrollo, reformulación y ajuste del negocio, y permanentemente, realizamos revisiones bibliográficas y técnicas sobre ingredientes, declaraciones y su relación con el estado de salud.

Adicionalmente, participamos de forma activa en eventos de gobierno y academia, con el fin de estar actualizados sobre las políticas y temas epidemiológicos de la población colombiana. Esto nos permite dar orientaciones técnicas en los procesos de innovación y desarrollo de productos actuales y futuros.

Queremos ofrecer opciones de productos que se adapten a cada necesidad y momento de consumo, que respondan a requerimientos energéticos particulares y contribuyan a la ingesta de nutrientes esenciales, de acuerdo con criterios de edad, sexo, nivel de actividad física y otros factores individuales determinantes.

De igual forma, producimos bebidas aptas para casos especiales como dietas restrictivas en calorías, patologías crónicas, práctica de actividad física, entre otros.

**CUMPLIMIENTO
AUTORREGULACIÓN**

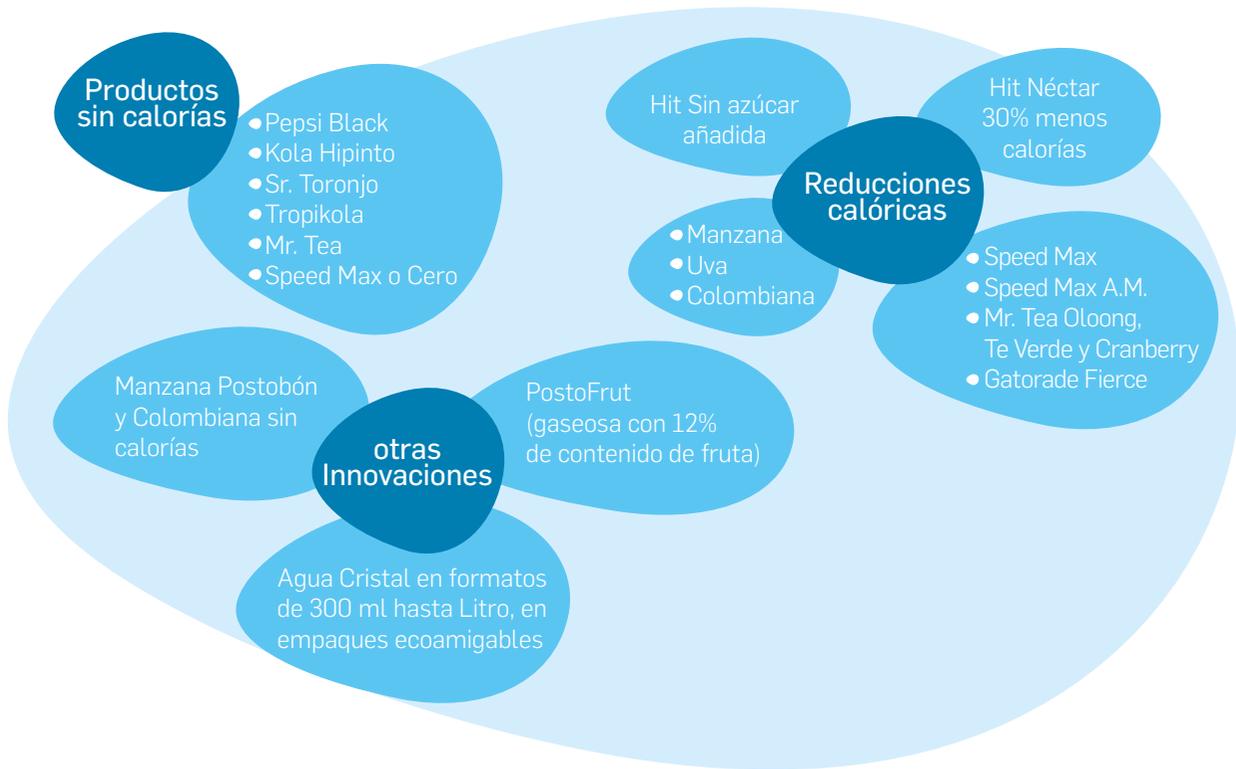
Innovación en presentaciones

Para cumplir con el compromiso de autorregulación que nos invita a proveer una variedad de empaques con diferentes tamaños de porciones, incluyendo tamaños pequeños, reducidos y opciones bajas en calorías o libres de ellas, hemos desarrollado innovaciones que brindan alta conveniencia a los consumidores, donde destacamos:

- La presentación no retornable de 250 y 400 ml de Manzana y Uva Postobón, Pepsi Black y Colombiana sin calorías.
- La reconversión de las presentaciones de 600 y 500 ml, a 400 ml, con el fin de preponderar los envases más pequeños.
- El lanzamiento de H2Oh! en 250 ml y lata 269 ml sin calorías.
- La presentación de Squash en 250 ml bajo en calorías.
- Agua Cristal en presentaciones de 300 ml, 600 ml y un litro, en empaques ecoamigables.
- El lanzamiento de Cristalina, marca que sustituye las bolsas de agua, con el fin de brindar más opciones de consumo, fortalecer la inocuidad y promover el agua como hidratante natural.

INNOVACIONES DE PRODUCTO

En el último año hemos lanzado nuevos productos y evolucionado nuestro portafolio, destacándose:



Finalmente, entendemos que la ingesta calórica equilibrada debe estar acompañada de actividad física y deporte, como una actitud de vida, que ayude a construir disciplina, hábitos recurrentes y sobre todo, que propicie el bienestar de la gente.

Por esta razón, hemos invertido más de \$187.000 millones en apoyo al deporte en los últimos ocho años, los cuales se ejecutaron en el marco de lo que llamamos *Plataforma Deportiva Multinivel*, un esquema de trabajo que nos permite apoyar el deporte desde perspectivas profesionales, sociales y recreativas.

3 DE INICIATIVA En 2017 invertimos cerca de \$19.500 millones en patrocinios, activaciones en eventos deportivos, hidratación para deportistas, promoción en medios, en programas de corte social como Talentos Deportivos Postobón y MiBici Postobón, en proyectos de promoción del fútbol para la construcción de Paz y reconciliación.

Apoyo al deporte	
Nivel	Tipo de apoyo
Profesional	Patrocinamos a todas las selecciones colombianas de patinaje, ciclismo y beisbol en todas sus categorías.
	Patrocinamos al Team Manzana Postobón, único equipo de Colombia, con la categoría Continental Profesional.
Social	Patrocinamos a los ocho principales equipos profesionales de fútbol del país.
	Apoyo a las escuelas de fútbol Atlético Nacional-Postobón, donde más de 13.000 niños están escritos.
	Promovemos el programa Ask for Choice, alianza con Nike para promover el deporte entre las niñas y permitirles empoderarse para hacer efectivos sus derechos.
Recreativo	Apoyamos la metodología Fútbol con Corazón, la cual busca la resolución de conflictos y la igualdad por medio del deporte.
	Promovemos el deporte y la actividad física en eventos recreativos como maratones, caminatas, festivales deportivos, ciclovías, y todo tipo de torneos donde la actividad física sea un elemento integrador, impactando directamente a más de 334.850 personas al año.

CUMPLIMIENTO
AUTORREGULACIÓN

Promoción
de estilos
de vida activos

Históricamente, hemos apoyado al deporte. Muchas de nuestras marcas tienen una afinidad desde lo funcional y otras conexión emocional con la actividad física. Funcionalidad y emocionalidad nos brindan, entonces, la posibilidad de conectar a la gente con el deporte.

El deporte les permite a las personas mejorar su salud, pero al mismo tiempo, las fortalece en valores como la responsabilidad y la disciplina, lo cual repercute positivamente en la configuración de una sociedad más íntegra.

Concebimos al deporte como una herramienta de confraternidad. Esto ha sido mandatorio de la Organización Ardila Lülle que tiene como filosofía apoyar, promocionar y difundir todas las actividades en las cuales se genere bienestar, Paz y desarrollo social. Estamos convencidos de que cada triunfo de los deportistas patrocinados por nosotros es inspirador para miles de colombianos que ven en el deporte una opción para disfrutar.

Somos reiterativos en el apoyo al deporte. Es un compromiso con la construcción de un mejor país y queremos que la gente tenga muy presente que siempre hemos acompañado al deporte y que lo seguiremos haciendo por mucho más tiempo.

Ask for Choice

Junto con el movimiento Coaches Across Continents, una iniciativa de Nike, implementamos el programa "Ask for Choice (*Pide la opción*), mujeres, Paz y reconciliación".

Este programa, que tuvo una duración de un año, se enfocó en el rol de la mujer para que, a través del deporte se fortalezca su desarrollo y empoderamiento.

En este programa, que desarrollamos en el municipio de Soacha, Cundinamarca; en Medellín, Antioquia, y en Bogotá, en las localidades de Ciudad Bolívar y Engativá, se dictaron más de 520 horas de actividades de empoderamiento a la mujer con deportes como el fútbol, el ciclismo, *Lacrosse* y básquetbol.

Igualmente, se dictaron más de 100 horas de campañas de educación en temas como igualdad de género, prevención de conflictos, salud y bienestar y habilidades para la vida y certificamos a 80 educadores de los cuales el 52% son mujeres.

El impacto es altamente significativo, pues beneficiamos a 50.000 personas, de las cuales el 50% están ubicadas en Bogotá y sus localidades.

Talentos Deportivos Postobón

Talentos Deportivos Postobón tiene como objetivo respaldar integralmente a 22 jóvenes deportistas entre los 12 y los 20 años para que se puedan desarrollar su proyecto deportivo y para que, a su vez, sean ejemplo de vida para otras generaciones.

En este programa, en el cual destinamos \$1.600 millones al año, es único en el país, demuestra resultados muy relevantes por parte de los talentos desde la perspectiva deportiva y personal, lo cual se ve traducido en la consecución de títulos y logros deportivos, así como el mejoramiento de sus marcas personales y las metodologías de preparación y entrenamiento.

En cuando a la formación personal, el programa los ha ayudado a fortalecer el ser, a romper estereotipos y paradigmas, permitiéndoles estudiar y demostrar que es posible ser deportista de alto rendimiento y tener buenos resultados académicos.

Adicionalmente, Talentos Deportivos Postobón ha propiciado la articulación de entidades del Estado como el Comité Olímpico Colombiano y Coldeportes con la empresa privada.



María Camila Osorio, tenista del programa Talentos Deportivos Postobón.

RESULTADOS DEL PROGRAMA TALENTOS DEPORTIVOS POSTOBÓN EN 2017



Académicos Y DE FORMACIÓN

100% de los talentos mejoró su autoestima, liderazgo y comportamiento en sus diferentes entornos

25% de los talentos ingresó a la **educación superior becados** por el programa

100 % de los talentos está **escolarizados**

100% de los talentos fue capacitado en competencias para sus vidas y en comunicaciones para ser **promotores de estilos de vida responsables**



Alejandro Perea, campeón Mundial de ciclismo paralímpico.



DEPORTIVOS

100% de los talentos mejoró su posición en el ranking nacional

40% mejoró su posición en el ranking internacional

Un talento deportivo se clasificó a los Juegos Olímpicos de la Juventud (Argentina 2018)

Un talento deportivo obtuvo tres medallas (incluyendo oro) en Juegos Paralímpicos



SELECCIONES NACIONALES Y TEAM MANZANA POSTOBÓN

Durante 2017, destacamos la actuación de los ciclistas y patinadores nacionales, quienes, gracias a nuestro patrocinio, participaron en las principales pruebas de sus disciplinas, obteniendo puestos relevantes como, por ejemplo, el título orbital por octava vez consecutiva en el Mundial de Patinaje.

Sin duda, es un reto para ellos llevar en sus uniformes una marca líder, que los colombianos tienen guardada en su corazón y que los acompaña en todos los momentos de sus vidas.

Por su parte, el Team Manzana Postobón, equipo que revivimos porque creemos en el talento y en la seriedad del proceso que llevan sus ciclistas, obtuvo la licencia para participar en la categoría continental profesional, la cual le permitió actuar en grandes competencias del circuito World Tour.

Gracias a esto, el equipo regresó después de 20 años a la Vuelta a España, prueba en la que años atrás dejó huella siendo campeón en la modalidad por equipos y podio en la clasificación general.

El Team Manzana Postobón fue el único equipo colombiano y latinoamericano, participante en la ronda ibérica en 2017.



**Nuestro
RETO**

Queremos movilizar a muchos más colombianos para que sientan el compromiso que tenemos con el bienestar y que lo vean traducido no solo en las opciones que brinda nuestro portafolio, sino también con el apoyo incondicional a la actividad física y el deporte colombiano.



**Nuestra
META**

Somos reiterativos en el apoyo al deporte. Es un compromiso con la construcción de un mejor país y queremos que la gente tenga muy presente siempre que hemos acompañado al deporte y que lo seguiremos haciendo por mucho más tiempo.

Nuestra meta es crecer el apoyo al deporte y la recreación en Colombia, como una herramienta de unión y confraternidad, impactando con actividades a más de 350.000 personas en el año.



Nuestro compromiso es aprovechar la cadena de valor, desde la sostenibilidad y la inclusividad.

Ayudamos a crecer a nuestros proveedores sobre la base de relaciones que generan valor para las partes.

Nos comprometemos con el campo y creamos oportunidades para pequeños empresarios de la fruta.

A close-up, profile view of a man with a mustache wearing a brown leather hat, looking towards a tomato plant in a field. The background is a blurred green landscape with a wooden fence. A blue and green curved graphic element is at the bottom left, containing white text.

**Nuestro
compromiso con la
CADENA DE VALOR**

Cadena de valor SOSTENIBLE E INCLUSIVA

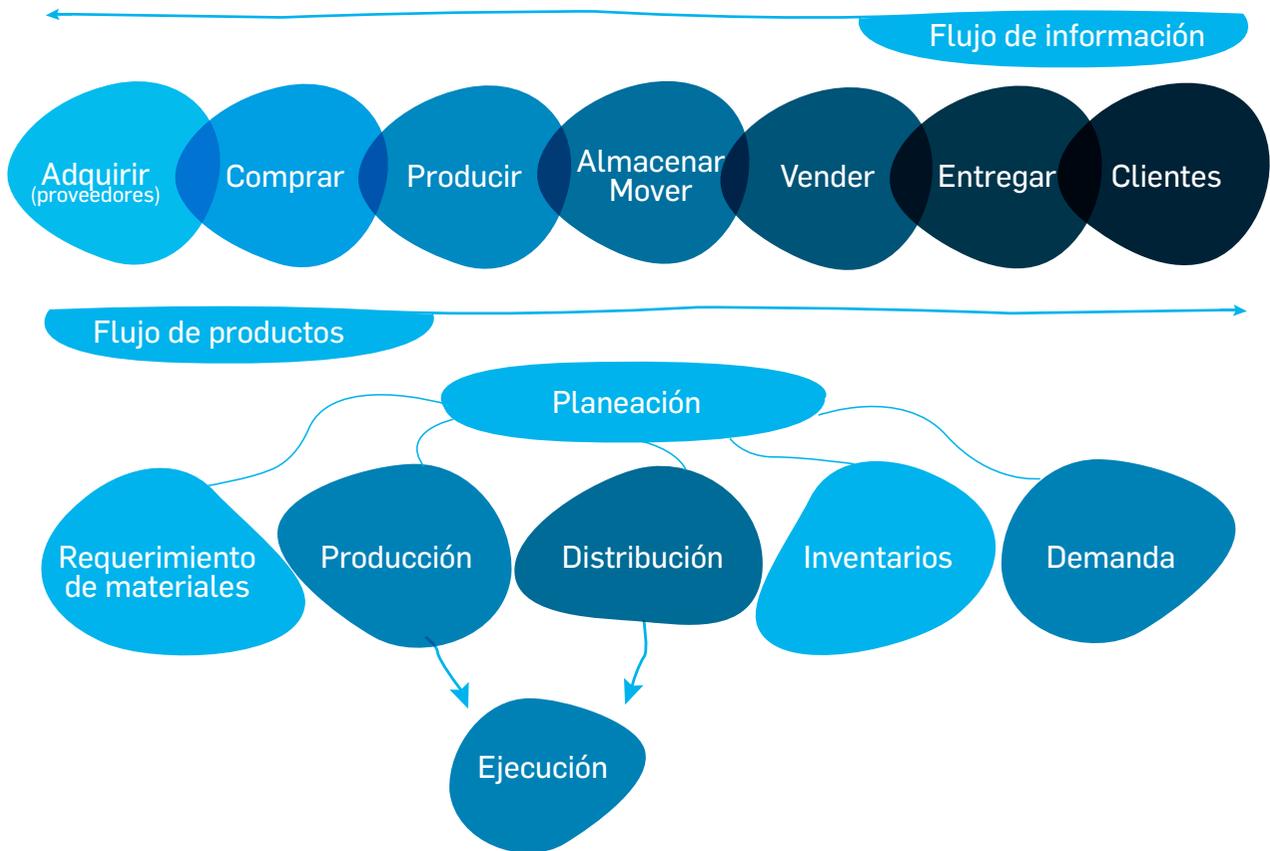
La industria de bebidas en Colombia representa aproximadamente 0,8% del Producto Interno Bruto del país y gran parte de ese aporte está dado por nosotros.



Además de contribuir profundamente en la generación de empleo en el sector, vemos en nuestra cadena de valor oportunidades que ayudan a fortalecer el desarrollo del país y, a su vez, intervienen en la consecución del Objetivo de Desarrollo Sostenible número ocho. Por medio de nuestras actividades productivas apoyamos al crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, al empleo pleno y productivo y al trabajo decente para todos.

(102-9)

ASÍ ES NUESTRA CADENA DE ABASTECIMIENTO





“Buscamos las relaciones de negocio sobre la base de la generación de valor, en el marco de la sana competencia teniendo presente normas de selección, homologación, evaluación y seguimiento de proveedores”.

Iván Darío Velásquez,
vicepresidente Financiero y Administrativo

(301-1, 308-2, 414-2, 412-3, FP1, POS-15, POS-16)

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

En 2017 configuramos un modelo de abastecimiento responsable que nos permite contar con el 89% de las compras centralizadas, el cual se basa en lineamientos y políticas transversales a toda la compañía.

Este modelo se articula con base en:

- El manual de Compras de Materiales, Bienes y Servicios, que establece definiciones, normas, procedimientos y políticas bajo las cuales se estructuran y regulan las actividades de compras, con el fin de proveer a la compañía de los materiales, bienes y servicios necesarios para su correcto funcionamiento y operación.
- El proceso de licitaciones, que establece los procedimientos que se deben realizar para las compras de mayor cuantía, desde la etapa de estructuración hasta la finalización del contrato.
- El código de conducta para proveedores, que establece los lineamientos de la relación comercial bajo parámetros de gobierno corporativo, cumplimiento, relaciones transparentes y prácticas de sostenibilidad.

Compras a proveedores locales

Creemos y le damos prioridad al abastecimiento local en los casos en los que las condiciones comerciales sean mejores o iguales.

Promovemos la creación de oferta nacional de insumos y mano de obra especializada cuando identificamos potencial, recursos y capacidades para sustituir la extranjera o por efectos asociados a la devaluación y le damos valor adicional a aquellos proveedores que actúan con un enfoque social y conciencia ambiental.

La tendencia decreciente del indicador del valor de compras a proveedores locales, obedece a un incremento importante en la compra de maquinaria y equipos importados, destinados a la ampliación de capacidades operativas y productivas.

Sin embargo, debemos destacar el aumento en el monto de las compras hechas, lo cual indica mayor generación de valor para los proveedores locales.

	Porcentaje del valor de las compras que corresponde a proveedores locales			
	2014	2015	2016	2017
Valor total de las compras	\$1.317,7	\$1.669,5	\$2.040,6	\$2.696
Valor de las compras a proveedores locales	\$1.147,2	\$1.430,6	\$1.779	\$2.040,4
Porcentaje del valor de las compras que corresponde a proveedores locales	87,3%	85,7%	87,2%	75,7%

Cifras en millones de pesos colombianos.

P05-17, P05-35, P05-36

Proveedores críticos

Los proveedores críticos son aquellos que pueden afectar o impactar directamente la calidad de los productos o los procesos de producción, distribución, venta o, de algún modo, nuestra reputación.

En nuestro caso, gran parte de los proveedores críticos de la cadena de abastecimiento hacen parte de la Organización Ardila Lülle –a la cual pertenecemos– con los que trabajamos articuladamente en la búsqueda de eficiencias y economías en escala, entre otros.

Evaluación y seguimiento a proveedores

La evaluación y seguimiento a proveedores se debe aplicar de acuerdo con la naturaleza de los mismos.

En nuestro caso, definimos estos criterios por el impacto que los materiales, bienes o servicios ofrecidos, puedan tener en la cadena de suministro de nuestros productos y por el monto de las negociaciones anuales que realizamos con ellos.

Para este ejercicio, contamos con el Comité Nacional de Selección y Evaluación de Proveedores, conformado por los directores y representantes de las direcciones de Compras y Comercio Exterior, Investigación y Desarrollo, Calidad y Desarrollo de Empaques. Este comité está encargado de:

- Analizar la necesidad de seleccionar nuevos proveedores.
- Realizar seguimiento a la aprobación de proveedores, analizar resultados y tomar decisiones posteriores a la evaluación o seguimiento de proveedores.
- Analizar resultados de las reclamaciones, retenciones y rechazos, posterior al control en la recepción de materias primas básicas y empaques.
- Aprobar el cronograma de seguimiento a proveedores y revisar semestralmente la matriz de proveedores que hacen parte de la cadena de suministro de exportación.

Antes de realizar cualquier transacción con los proveedores, la Dirección de Compras verifica la

legalidad de la constitución de las compañías con procesos como la revisión de su estado tributario y no estar reportadas en listas restrictivas como las de Naciones Unidas y OFAC. Esto se realiza por medio de un aplicativo de sistemas. Este proceso cuenta con el acompañamiento de las áreas de Auditoría y de la figura del Oficial de Cumplimiento.

Los proveedores a los que actualmente se les hace la debida diligencia de verificación son aquellos que suministran materias primas y materiales de empaque. Progresivamente, hemos aumentado el número de proveedores de otras categorías a quienes se les verifica su condición. De igual forma, en el proceso de registro de proveedores se les solicita a todas aquellas empresas legalmente constituidas, documentos de rigor que brindan información relevante a la hora de verificar idoneidad, calidad y cumplimiento legal, entre otros.

La tendencia del indicador responde al menor valor de las compras correspondientes a estos proveedores registradas durante 2017.

Somos responsables de nuestros productos durante todo su ciclo de vida y esto implica gestionar factores relacionados con el primer eslabón de la cadena: los proveedores. Por esta razón, hemos establecido procedimientos y estamos llevando a cabo iniciativas para ir más allá de lo transaccional y construir relaciones de alianza y confianza que permitan, además de garantizar el suministro de bienes y servicios para dar continuidad a la operación, crecer paralela y conjuntamente de forma sostenible.

Las relaciones que establecemos están enmarcadas en el código de conducta para proveedores, un documento en el que se establecen las conductas y comportamientos que potencian y le dan valor al vínculo comercial, sobre la base del compromiso con la ética, la transparencia, el medio ambiente, la sociedad y la legislación vigente, dando cumplimiento a su vez a los principios de compañía establecidos en el código de conducta Así Somos en Postobón y en el Programa de Transparencia y Ética Empresarial.

Nuestros criterios de evaluación están definidos en el manual de compras, y más allá de aspectos como calidad y oportunidad, hacen énfasis en elementos relacionados con Sistemas de Gestión y la inclusión

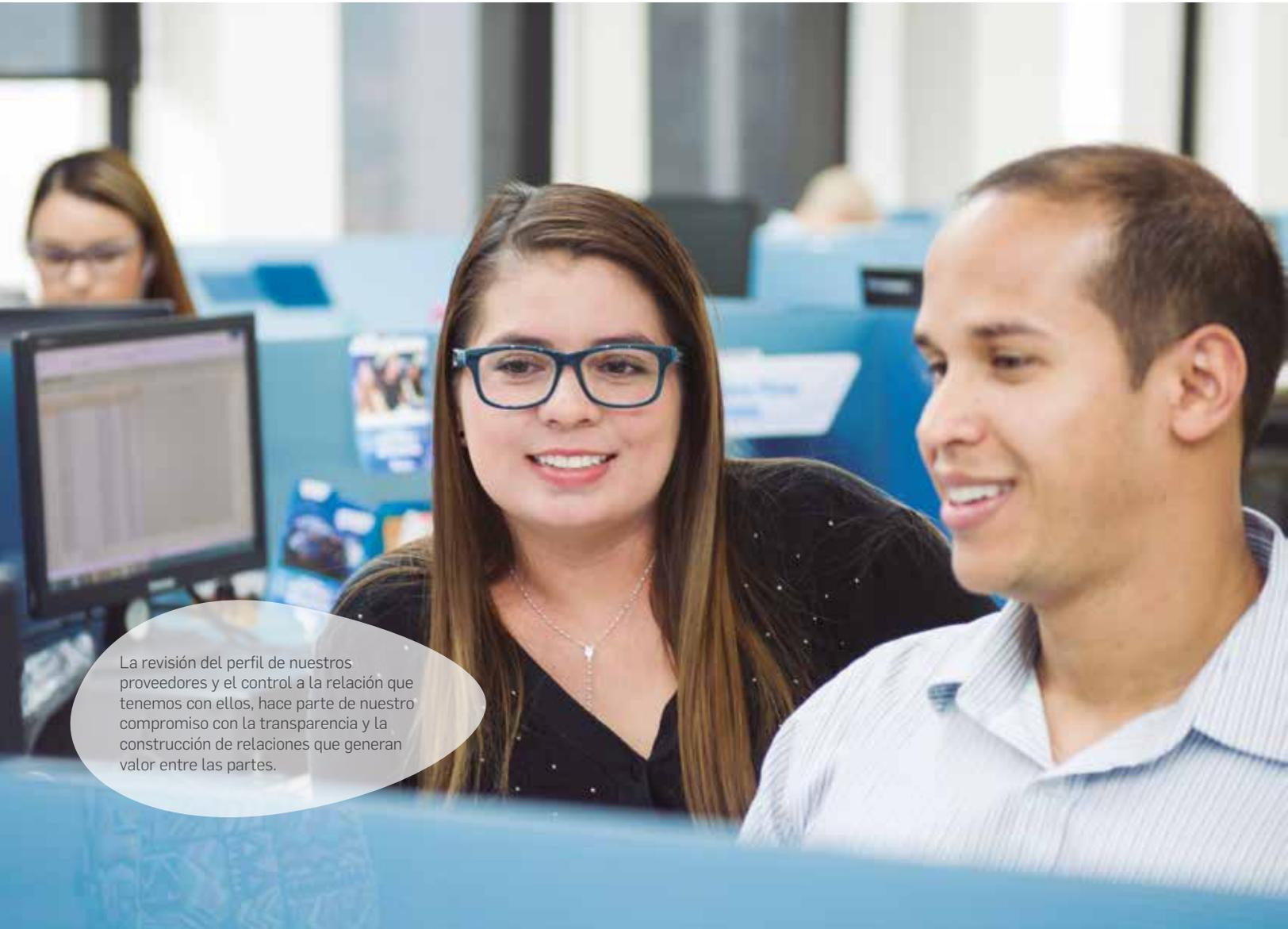
de temas ambientales, de seguridad industrial, responsabilidad social, BASC, OEA e inocuidad, entre otros.

En 2017 iniciamos un proyecto para desarrollar un esquema formal y estructurado que permita incluir criterios de sostenibilidad en los procesos de selección y evaluación de proveedores. Este proceso permitirá cerrar brechas en la adopción de buenas prácticas de sostenibilidad por parte de los proveedores y garantizar unas relaciones enmarcadas por criterios de equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económico.

Asimismo, buscamos realizar un chequeo preliminar, hacer seguimiento y construir planes de mejoramiento conjunto sobre las acciones que el proveedor desarrolla en materia de sostenibilidad y que son completamente relevantes para nosotros.

Cláusula contractual de transparencia y ética empresarial

Todos los contratos que suscribimos incluyen una cláusula de obligatorio cumplimiento por parte del contratista, en la cual acepta y se compromete a cumplir con nuestros preceptos éticos y de transparencia, al cumplimiento de la ley, las regulaciones y las demás políticas y programas que tengamos establecidos.



La revisión del perfil de nuestros proveedores y el control a la relación que tenemos con ellos, hace parte de nuestro compromiso con la transparencia y la construcción de relaciones que generan valor entre las partes.

Adicionalmente, como parte del ejercicio de monitoreo, durante los procesos de selección de proveedores, en la entrega de productos y ejecución de servicios y en las visitas de seguimiento, solicitamos certificaciones que garanticen el cumplimiento de la normatividad legal y laboral vigente. Esto lo llevamos a un documento que se anexa al historial del proveedor, el cual oficia como declaración de buenas prácticas laborales en materia de selección, compensación, salud ocupacional y no incurrancia en prácticas como el trabajo forzoso, entre otros, el cual es firmado por el representante legal.

Asimismo, exigimos certificaciones sobre la disposición adecuada de residuos peligrosos y contaminantes; certificación FSC⁶ y el registro de plantación para la compra de productos fabricados con madera, para los proveedores que aplique.

En cuanto a Derechos Humanos, con la expedición del código de conducta para proveedores, les extendimos a los proveedores la obligación de contar con prácticas que fomenten y respeten los Derechos Humanos y las condiciones adecuadas en términos de seguridad y salud en el trabajo, cuidado del medio ambiente, prácticas anticorrupción y de gobierno corporativo, entre otros.

Hoy, nuestros 582 proveedores más relevantes fueron notificados sobre la existencia del código y establecimos, además, contacto con otras 1.494 personas y empresas con las que hemos tenido relaciones comerciales para darles a conocer dicha información.

En 2018 profundizaremos en el cumplimiento de los lineamientos dados en el código de conducta para proveedores y estableceremos herramientas de seguimiento al tema.

Porcentaje del valor de las de compras correspondiente a proveedores que cumplen con la política de abastecimiento de la compañía (FP1)

	2014	2015	2016	2017
Valor de las compras totales	\$1.313,7	\$1.669,5	\$2.040,6	\$2.696
Valor de las compras a proveedores que cumplen la política de abastecimiento	N/D	\$1.105,5	\$1.372,5	\$1.025,1
Porcentaje de las compras a proveedores que cumplen la política de abastecimiento	N/D	66%	67%	38%

Cifras en millones de pesos colombianos.

⁶Gestores o propietarios de bosques cuyas prácticas cumplen los requisitos de los Principios y Criterios del Forest Stewardship Council



(POS-17, POS-35, POS-36)

Proveedores agrícolas sostenibles

Desarrollar a nuestros proveedores es un gran propósito que tenemos, pues sabemos muy bien que, además de ser clave para el modelo de negocio y el abastecimiento de la compañía, también contribuye al crecimiento económico y la competitividad de ellos.

Un claro ejemplo de esto es el proceso de desarrollo que tenemos con los proveedores de pulpa de fruta para la elaboración de los jugos Hit y Tutti Frutti, pulpa que es adquirida por intermedio de Nutrium, compañía relacionada con Postobón.

Cuando entramos al negocio de la fruta en 1997, nos dimos a la tarea de crear un modelo que busca fortalecer la capacidad productiva de pequeños agricultores y así vincularlos a nuestra cadena de valor.

Es así como identificamos qué frutas se pueden producir de manera competitiva en Colombia, proyectamos su demanda en el tiempo y desarrollamos iniciativas para buscar cuáles pequeños agricultores locales las puedan producir, asegurando calidad, buenas prácticas agrícolas y productividad.

Bajo ese modelo, nació en 1997 el programa Hit Social Postobón, que se dedica a desarrollar una cadena de abastecimiento de fruta inclusiva, por medio de la vinculación de agricultores como proveedores, bajo condiciones gana-gana, entre las cuales se destaca nuestro compromiso de comprarles su producción a precios competitivos y darles oportunidades de desarrollo, inclusión, equidad y productividad. Esto ha permitido que encuentren en nosotros a un aliado comercial clave para seguir adelante con su actividad agrícola.

El programa se enfoca en apoyar a los agricultores, principalmente, en dos perspectivas. La primera, facilitándoles el acceso a productos o servicios necesarios para la actividad agrícola como capital, insumos, tecnología y, segundo, ayudándolos a desarrollar las capacidades necesarias para que sean más competitivos y mejoren su calidad de vida, no solo por medio de acciones que aumenten sus conocimientos técnicos para el trabajo en el campo, sino también brindándoles habilidades de emprendimiento, fortalecimiento de sus asociaciones u organizaciones y apoyando sus proyectos de vida familiar.

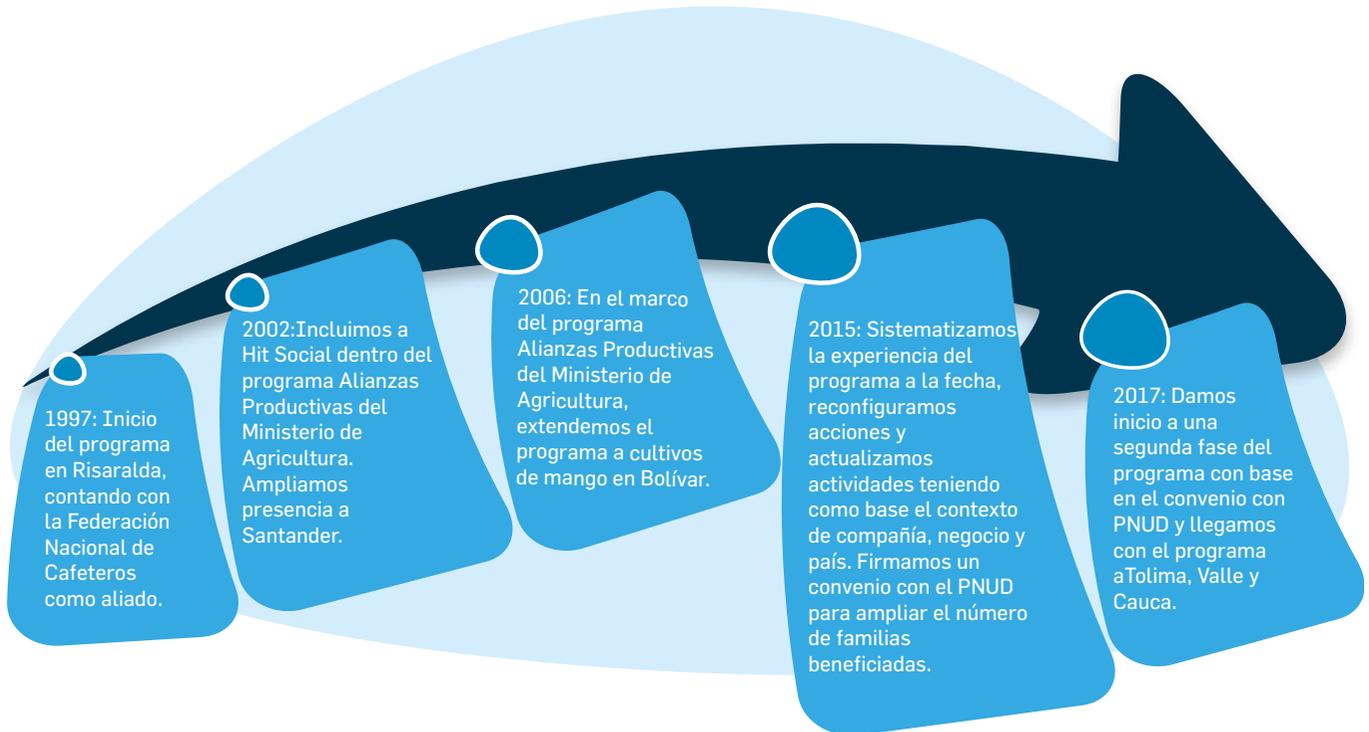
Componentes de Hit Social Postobón	
Componente técnico	Componente humano
<p>Perfilamos las capacidades de los agroempresarios.</p> <p>Generamos acciones que buscan mejorar las capacidades del agricultor y sus actividades productivas, mediante acompañamiento técnico, capacitaciones y talleres.</p> <p>Fomentamos prácticas agrícolas responsables y la certificación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).</p> <p>Ayudamos a identificar asuntos importantes para el cultivador como el abastecimiento de insumos y el manejo de agua.</p> <p>Desarrollamos iniciativas para que los agricultores accedan a sistemas de riego que mejoren su gestión del agua y mitiguen el riesgo por desabastecimiento de la misma.</p>	<p>Hacemos del desarrollo humano del agricultor y de su familia objetivo central del programa.</p> <p>Fortalecemos el tejido social rural de cara al post conflicto.</p> <p>Mejoramos la calidad de vida de los productores rurales, al contribuir con su independencia económica y al asegurar la continuidad a largo plazo en la relación comercial.</p> <p>Estamos cerca de los agricultores para generar lazos de confianza y mutuo beneficio. Celebramos con ellos fechas especiales como la Navidad, un evento tradicional de gran relevancia comunitaria.</p> <p>Desarrollamos alianzas con organizaciones como USAID y Microempresas de Colombia, para generar mecanismos de acceso preferencial al crédito para los beneficiarios y sus familias.</p> <p>Buscamos que los agricultores y sus familias tengan vigente el amor por el campo y siempre vean en este espacio las oportunidades de desarrollo.</p>

Evolución del programa Hit Social Postobón

El programa Hit Social Postobón ha tenido una evolución bastante interesante, en la que se ha adaptado a diferentes contextos de tiempo y lugar de cara a maximizar sus oportunidades.

El programa ha interpretado las dificultades del campo en las últimas décadas y se ha reconfigurado en diferentes aspectos con el fin de prevenir, mitigar y corregir los riesgos derivados de dichas complejidades.

Línea de tiempo programa Hit Social Postobón



Desarrollo de los cultivos de mora, lulo y mango					
Totales	2014	2015	2016	2017	
Hectáreas	1.209	1.305	1.332	725	
Familias beneficiarias	1.030	1.167	1.204	874	
Cantidad de fruta comprada (Ton)	2.415	2.894	2.796	3.809	
Total pagado (millones de pesos)	\$3.372	\$3.667,3	\$4.228,2	\$5.913,4	
Empleos generados año*	2.937	3.105	3.161	2.187	

* Una hectárea de mora genera de tres a cuatro empleos directos. Una hectárea de lulo genera entre de dos a tres empleos directos. Para mango, las cifras son proyectadas, pues las siembras toman cuatro o cinco años en dar producción. El número de familias indicadas corresponde a siembras posteriores a 2012.

- La variación en el número de hectáreas y familias entre 2016 y 2017 responde a un ajuste en las asociaciones de mora en Risaralda, las cuales depuraron su base de datos para incluir solo las familias en donde el cultivo era un componente del ingreso importante. Adicionalmente, se incluyeron nuevas familias de moreros de los departamentos del Valle del Cauca y Tolima.
- A finales de 2016, las asociaciones de lulo sembraron nuevas áreas, que comenzaron producción en 2017 generando un aumento en la cantidad comprada de fruta durante los últimos dos años. Adicionalmente, se vinculó una nueva asociación de lulo en Risaralda, que experimentó, junto con la asociación existente, un aumento en sus asociados entre 2016 y 2017, reflejando el atractivo que este cultivo tiene como actividad económica.
- Las cifras reportadas en el cultivo de mango en 2017 corresponden a cifras reales de las familias que actualmente se encuentran comercializando la fruta con Nutrium. Esto significa que en los próximos años puede esperarse un aumento en los valores.

Principales hitos del programa en 2017

Logramos la recertificación en producción orgánica de mango de los agricultores de Bolívar.

En Risaralda, implementamos un programa de acompañamiento directo a los agricultores, por medio de la asesoría técnica con el equipo de agrónomos de Nutrium.

Incluimos en el programa a nuevas familias de los departamentos del Valle del Cauca y de Tolima, las cuales se sumaron a las existentes en Risaralda y Santander. De esa forma, ampliamos la procedencia del abastecimiento de mora desde cuatro departamentos.

En 2018 consolidaremos un plan social complementario que permita:

- Tener mayor contexto productivo de los agricultores de lulo y los de Santander y Bolívar.
- Diagnosticar el estado social de los agroempresarios de cara al fortalecimiento asociativo de ellos y, de esa forma, tener líneas de acción para cerrar brechas tanto en lo productivo, como en lo social y lo asociativo.
- Desarrollar un plan de incentivos que reconozca a los agricultores más comprometidos y con mejor producción.

Crecimiento de Hit Social Postobón

A finales de 2016 firmamos una alianza con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que permitirá ampliar el alcance de la iniciativa y promover nuevos cultivos de mango, mora y guayaba, que beneficien a víctimas del conflicto y población vulnerable.

Esta etapa, que llamamos Fase II Hit Social, cuenta actualmente con recursos cercanos a los dos millones de dólares, que permiten beneficiar a 940 familias durante los dos años de vigencia de la alianza.

En 2017 comenzamos la implementación de esta fase con la inclusión de nuevos agricultores en Tolima, Cauca

y Valle del Cauca, los cuales están haciendo su proceso de adaptación a la dinámica del programa, además, preveemos que las nuevas familias beneficiarias, al contar con un paquete productivo que vincula otros cultivos, puedan ampliar sus ingresos tentativamente a dos salarios mínimos por mes. Vale la pena anotar que algunos de los nuevos agroempresarios ya cuentan con producción de fruta, pero la mayoría apenas inició la siembra de los cultivos.

En resumen, durante el inicio de la fase II realizamos actividades como:

- La socialización del proyecto a 3.200 potenciales beneficiarios, a miembros de los gobiernos nacional, departamental y local a entidades relacionadas con el desarrollo del campo, buscando contar con respaldo y potenciales alianzas.
- La producción de 91.000 plántulas plus de mango que se entregarán y sembrarán en 2018.
- La identificación y preselección de las familias de la nueva fase y las asociaciones a apoyar.
- La definición de los modelos productivos teniendo presente la combinación de los cultivos.
- La caracterización, georeferenciación y definición de una línea de base para el seguimiento de los nuevos beneficiarios del programa.

Ahora bien, en 2018, avanzaremos con la implementación de esta fase por medio de actividades como:

- La operación del programa de siembras.
- Las capacitaciones y programas de desarrollo técnico, social y asociativo de los agricultores y las asociaciones.
- El aseguramiento de la comercialización de producción existente y la vinculación de aliados comerciales para productos adicionales.
- La búsqueda de nuevos aliados que permitan profundizar las acciones del programa o ampliar su alcance.

Teniendo en cuenta que los cultivos de guayaba y mango son de ciclo largo, las actividades de la fase II, iniciando con la siembra de árboles, comenzarán etapa productiva cuatro años después para el caso del mango y tres años después para el caso de la guayaba, llegando a pico productivo ocho y seis años después, respectivamente.

Un programa que aporta a la Paz y la reconciliación

Tenemos un gran convencimiento de que Hit Social Postobón es una herramienta valiosa para aportar a la Paz y la reconciliación del país, pues permite mitigar el desplazamiento, generar pertenencia por la tierra y desarrollar el campo como condición clara para el progreso de Colombia.

No en vano, el programa ha sido catalogado por el Gobierno como verdadera herramienta para el post conflicto y fue merecedor del premio Emprender Paz, que otorga la corporación Reconciliación Colombia con el apoyo de la Embajada de Suecia.

Además, vale la pena destacar la creación de confianza que brinda el programa, algo completamente necesario para la reconciliación, pues las comunidades donde está Hit Social han sido tocadas por el conflicto, el desplazamiento y la inequidad.

Hit Social Postobón como negocio inclusivo

En el 2017 con el Programa Hit Social Postobón, comenzamos a hacer parte de Business Call to Action, una plataforma global de negocios inclusivos lanzada por las Naciones Unidas, con el objetivo de acelerar el progreso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible, permitiéndoles a las más de 200 empresas vinculadas tener mayor visibilidad y reconocimiento, hacer uso de herramientas para planificar el impacto social y el rendimiento empresarial, de cara a generar vínculos, intercambiar conocimiento e instaurar buenas prácticas en los negocios inclusivos.



Nuestro RETO

Consolidar a Hit Social Postobón como la confirmación de que vale la pena creer en todas las oportunidades que nos brinda nuestro campo.



Nuestra META

En 2018, por lo menos el 26% del mango, mora, lulo y guayaba, que compremos, provendrá del programa Hit Social Postobón y trabajaremos para llegar al 60% en 2024.

En 2024, por lo menos el 60% del mango, mora, lulo y guayaba que compremos, provendrá del programa Hit Social Postobón.

NUESTRO COMPROMISO CON LA CALIDAD

(POS-9, FP5)

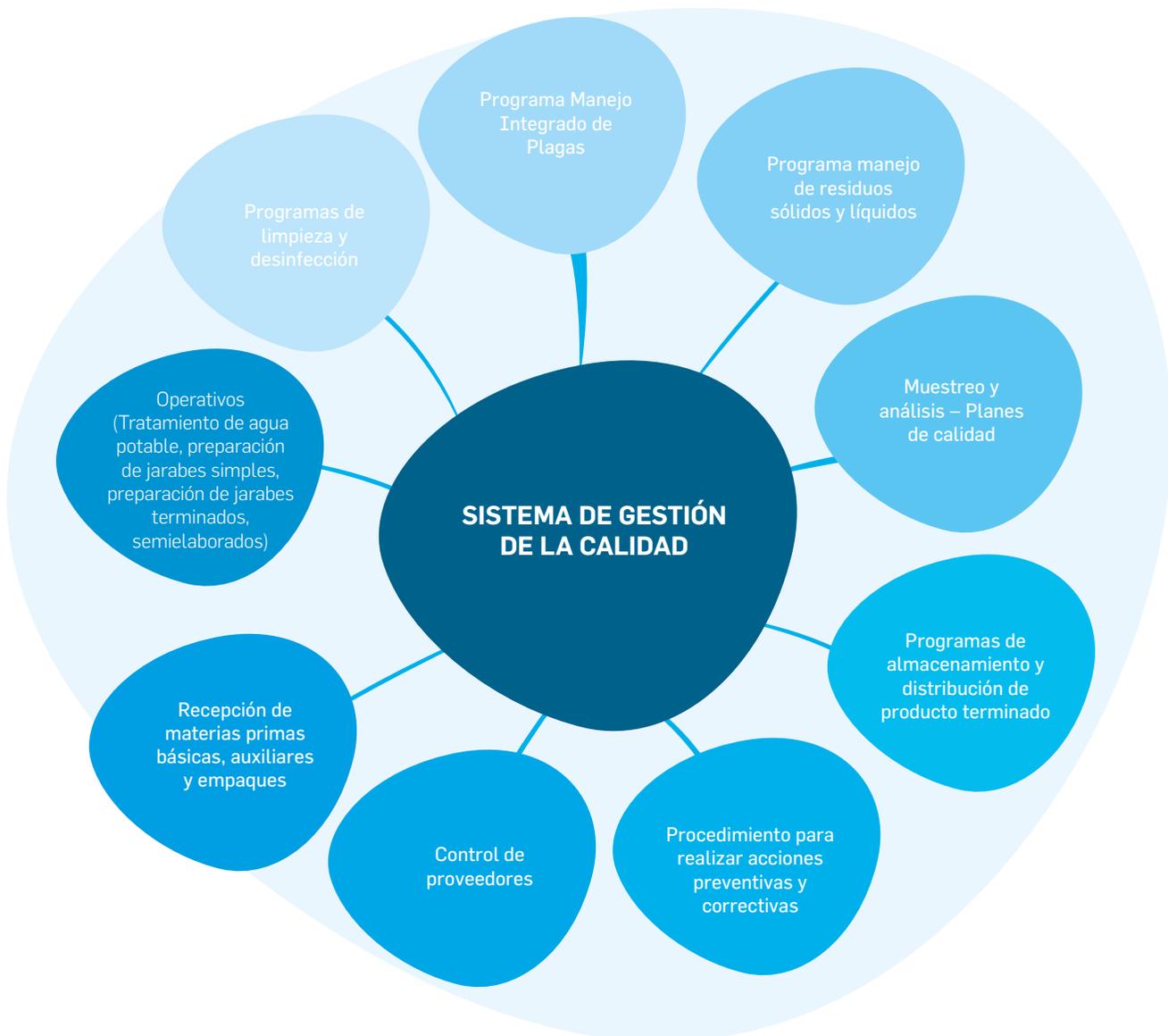
Calidad e inocuidad

La dimensión que le damos a la calidad en nuestros procesos productivos nos permite llegar con la confianza suficiente a los consumidores, quienes pueden sentirse tranquilos con la calidad del producto que consumen.

La calidad de producto la logramos realizando un control estricto a las materias primas, empaques,

procesos, almacenamiento y transporte de los productos, garantizando su integridad e inocuidad hasta la entrega al consumidor final.

Para esto, contamos con un sistema de gestión que garantiza la aplicación de las políticas de calidad e inocuidad, el logro de los estándares y la implementación de programas de gestión, para alcanzar los objetivos de calidad de cada operación



Además de cumplir estrictamente los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad, realizamos seguimiento a las contramuestras almacenadas en cada una de las operaciones y a productos de los puntos de venta, para verificar el cumplimiento de las variables de calidad y la edad del producto en el mercado.

Cada una de estos ítems hace parte, entre otros, del Indicador mensual de calidad que hemos definido para medir resultados, el cual tiene la siguiente fórmula:

$$\text{Calidad en planta} = \text{Producto en proceso} \times 0,5 + \text{Producto Terminado} \times 0,5$$

En 2017, nuestro índice de calidad de planta fue de 94,3. Este valor indica que estamos en una condición de muy buena calidad y tenemos control sobre todas nuestras operaciones. Nuestro compromiso es seguir mejorando para lograr la calidad de clase mundial en muchas más operaciones del país.

Medidas preventivas y correctivas

La seguridad alimentaria es una preocupación mundial, no sólo por su importancia para la salud pública, sino también por su impacto en el comercio internacional que exige rigor sobre los calidad y inocuidad de los alimentos que se comercian.

Como medidas preventivas en materia de calidad, tenemos cumplimiento estricto y seguimiento de cada una de los programas establecidos para cumplir con los estándares de calidad exigidos para cada categoría de producto.

Lo anterior nos lleva a tener un monitoreo permanente, que se realiza por medio de la ejecución de análisis y controles descritos en las fichas técnicas de las materias primas y los planes de calidad de cada proceso.

Adicional a esto, los controles también se realizan por medio de auditorías internas propias, las que realiza nuestro aliado PepsiCo para el seguimiento de las marcas que producimos para ellos y las de los diferentes entes de control y certificadores como, por ejemplo, el Icontec.

En dichas auditorías se generan planes de acción que parten del análisis de causa raíz en caso de existir una no conformidad. Esto deriva en el planteamiento e implementación de acciones correctivas inmediatas y acciones preventivas con el fin de garantizar que la situación se solucione y no se vuelva a presentar.

Para dar cumplimiento a temas relacionados con la inocuidad, implementamos un manual de Buenas Prácticas de Manufactura, el cual contiene los lineamientos y reglas que debe cumplir el personal que interviene en la producción en asuntos como el manejo de materias primas, condiciones de las instalaciones y equipos, del proceso productivo, el manejo de productos terminados y su transporte, dando cumplimiento así a Resolución 2674 de 2013 del Invima.

De igual forma, con la Universidad Postobón hemos desarrollado acciones de formación en Buenas Prácticas de Manufactura, para todas las personas que participan en el proceso productivo.

Inocuidad, un reto que cumplimos

Tenemos un gran compromiso: garantizar la inocuidad, porque la salud de nuestros consumidores es fundamental para el negocio y la reputación de la compañía.

Asumimos el reto de trabajar para instaurar los procesos de inocuidad y buenas prácticas en manipulación y producción de alimentos en todos nuestros centros de trabajo. Esto es una condición de competitividad, que nos ayuda a marcar diferencia y a lograr las metas que nos hemos propuesto como compañía de cara a la MEGA.

En 2014 iniciamos la implementación del proceso de certificaciones en inocuidad alimentaria, comenzando por el centro de trabajo Postobón Malambo. Dicho proceso tiene como base la norma NTC-ISO 22.000 y los requisitos de la FSSC⁷, los cuales plantean el estándar más exigente a nivel mundial.

⁷Foundation for Food Safety System Certification.

Esta certificación es altamente estricta en su implementación. Tiene procesos de auditoría exigentes y pocas compañías la alcanzan. A la fecha, en el mundo hay cerca de 14.000 empresas certificadas y en Colombia, en materia de manufactura de alimentos, hay aproximadamente 50 certificaciones.

En diciembre de 2016, por medio del Icontec, recibimos la certificación para el centro de trabajo y la entrega formal de la certificación se realizó en febrero de 2017.

Teniendo, entonces, como referente la experiencia de Postobón Malambo, el centro de trabajo Postobón Yumbo, Valle, comenzó a trabajar para fortalecer la cultura de buenas prácticas en manipulación de alimentos para conseguir su certificación en inocuidad.

En este proceso se han hecho inversiones en infraestructura y mantenimiento de cara a la inocuidad, que se ven traducidos en herramientas de limpieza de equipos, organización y adecuación de espacios, entre otros. Adicional a esto, desde la Universidad Postobón se viene trabajando en planes de formación y capacitación de cara a la certificación.

Adicionalmente, iniciamos la implementación de análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP) en las operaciones, con el fin de subir el nivel de exigencia interna y dar mayor garantía y los procesos de certificación en Buenas Prácticas de Manufacturas en las demás operaciones de la compañía.

Certificaciones con las que contamos

Actualmente, contamos con las siguientes certificaciones:

- ISO 9001: 2008 Sistemas de Gestión de la Calidad: otorgada por el ICONTEC con el alcance "Fabricación de Bebidas gaseosas, bebidas con jugo, refrescos de fruta, jugos 100%, néctares, bebida con leche, bebidas de Té, agua envasada, agua con gas, refresco de agua saborizada, refresco de agua saborizada con gas, hidratantes y energizantes".
- NTC 2740:2009: Sello de conformidad de producto Bebidas no alcohólica. Bebidas gaseosas o carbonatadas, otorgada por el ICONTEC.
- ISO/TS 2202-1, de prerrequisitos en materia de seguridad alimentaria.
- FSSC 22000, en inocuidad para la Fabricación de bebidas gaseosas envasada en las líneas de vidrio, PET y Bag in Box, de la planta Postobón Malambo.
- La Certificación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) otorgada por el Invima para la planta de Postobón Malambo.
- La Certificación de cumplimiento de los estándares del Supplier Quality Management System (SQMS) de la cadena de comidas MacDonalds para el centro de trabajo Lux Bogotá.



Retos de calidad e inocuidad para 2018

Dentro de nuestros retos más relevantes están:

Lograr la certificación del Invima en Buenas Prácticas de Manufactura en las plantas de Postobon Yumbo, Hipinto Piedecuesta, Lux Bogotá, Gaseosas Córdoba Neiva e Hipinto Cúcuta.

Implementar el sistema HACCP en todas las líneas de producción de la campaña.

Implementar el sistema de Gestión de Laboratorios ISO 17025 para todas las operaciones y el Laboratorio Corporativo.

Lograr la certificación FSSC22000 en inocuidad para el centro de trabajo Yumbo.

Lograr la certificación de la FDA para el Plan de Modernización de la Seguridad Alimentaria, en los centros de trabajo Postobón Medellín, Malambo y Yumbo; Lux Bogotá y la Planta de Componentes.

Nuestros procesos de producción se basan en protocolos de rigor. Gracias a esto, contamos con altos estándares y con certificaciones que dan cuenta de nuestro compromiso con la calidad.

Modelo de gestión comercial

Gracias a la visión integral que tenemos de nuestro trabajo, contamos con un modelo comercial que se basa en la generación de valor, con el cual atendemos a más de 400.000 clientes en los diferentes canales de ventas.

Partiendo de lo general, logramos activar una serie de estrategias articuladas que nos permiten llegar al mercado y a los clientes con nuestra oferta, adicionando componentes de desarrollo de punto de venta, experiencia de marca, relaciones de fidelidad y costo-beneficio, entre otros.

Gran parte de este trabajo se lo debemos a la articulación integral de las áreas de la compañía,

desde la generación de la demanda, la asertividad de la demanda, la planeación de la cadena de suministro, la coordinación de producción y la logística y la distribución, entre otros, las cuales fortalecen la activación de la oferta, proceso que desarrollamos desde nuestra Vicepresidencia de Ventas, en el cual, se incluyen entre otros, asuntos relacionados con el trade marketing, la ejecución en punto de venta, el servicio al cliente, el desarrollo de canales de venta, el acompañamiento a clientes y los negocios internacionales.

El siguiente cuadro explica los pasos de nuestro modelo de gestión comercial:

Modelo de gestión comercial								
Pasos previos a la venta				Proceso de ventas				
Generación de demanda	Estimación y planeación de demanda	Articulación con logística y distribución	Producción	Creación de demanda				
				Desarrollo de canales	Fuerza de ventas	Estrategias y alianzas	Entrega y distribución	Servicio al cliente
Acciones de mercadeo, desarrollo de marcas y producto.	Análisis y cálculos relacionados con la producción.	Acciones relacionadas con la articulación a nuestra distribución (primaria y secundaria).	Producción de las cantidades necesarias.	Acciones para desarrollar los canales tradicional, moderno, institucional, mayorista, clientes especiales, Premium, hogar y canal virtual.	Participación de la fuerza de ventas en todos los canales con el fin de generar las transacciones necesarias.	Negociaciones y vinculaciones bajo la perspectiva de una relación gana-gana con el fin de marcar diferencia en el mercado.	Entrega de producto a los clientes por medio de nuestra red de distribución.	Canales de comunicación puestos al servicio del cliente para mejorar su atención.

En 2017, nuestro ejercicio comercial permitió avanzar hacia los objetivos estratégicos de la compañía, especialmente apuntando a consolidar nuestro liderazgo en los diferentes canales donde tenemos presencia.

Gracias al trabajo en conjunto que hicimos con nuestro aliado PepsiCo, la cadena de comidas rápidas de sánduches Subway, nos eligió como su nuevo proveedor de bebidas para Colombia. Cerca de 350 puntos de venta ahora cuentan con la variedad única de nuestro portafolio.

Esta alianza fue el resultado del trabajo de muchas áreas de la compañía con las cuales logramos configurar una gran oferta de valor, completamente atractiva para los consumidores de Subway.

En ella se conjugan las mejores opciones para tomarse la vida con nuestras bebidas y la frescura de los sandwiches subs.

Asimismo, llegamos con la marca Hit sin azúcar añadida a McDonalds, la cadena líder a nivel mundial en comidas rápidas. Este producto comenzó a incorporarse en la Cajita Feliz, una referencia que aporta entre el 30% y el 40% de los ingresos de McDonalds.

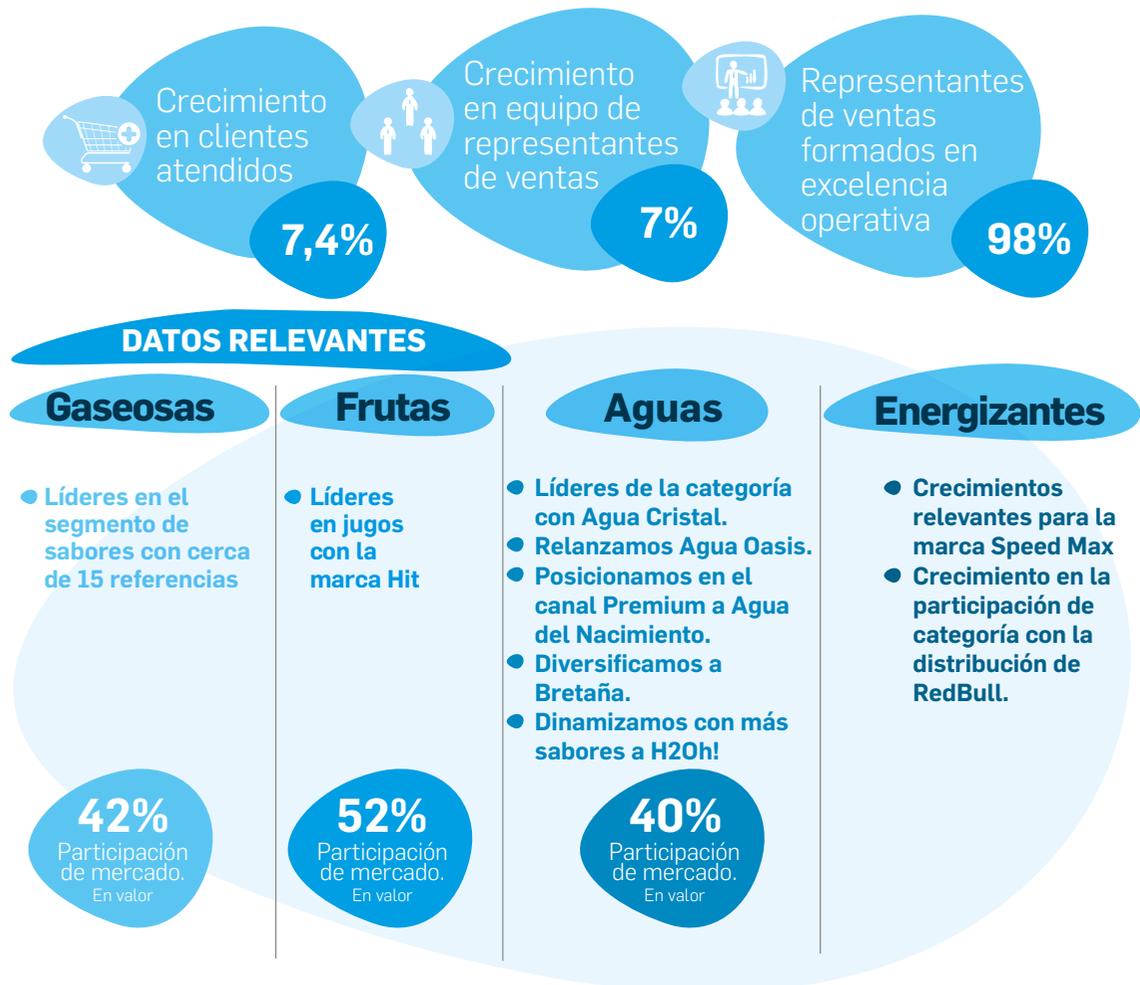
La llegada de Subway, así como la llegada a la Cajita Feliz de McDonalds, consolidan nuestro liderazgo en este grupo de clientes, y en el canal Quick Service Restaurant (QSR), altamente relevantes para nuestra generación de valor.

(102-43, 102-44)

COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES

Nuestra gestión comercial la hacemos bajo modelos probados y exitosos, los cuales nos han permitido tener posiciones de liderazgo en canales, marcas y formas de atención, siempre teniendo como base generación de valor permante a todos los clientes.

Estos son algunos resultados de nuestra gestión con clientes en 2017.



Compromiso con la excelencia

Fieles a los valores corporativos que nos invitan a vivir con excelencia, vivir para ganar y vivir para trabajar en equipo por un mismo reto, buscamos permanentemente desarrollar nuestras capacidades para lograr los mejores resultados de forma simple y práctica.

De acuerdo con lo anterior, creamos el programa Everest, una iniciativa que busca crear cultura corporativa enfocada a la excelencia operativa en los procesos comerciales, maximizando la ejecución en el punto de venta, el volumen, la rentabilidad y la participación de mercado.

Más comunicación

Contamos con canales altamente relevantes para la relación con los clientes. Algunos ejemplos de esto, son la tradicional línea de servicio al cliente Rosita de Postobón y el renovado periódico "El Buen Negocio Postobón", que llega con contenidos relevantes para su trabajo y sus vidas a 100.000 tenderos de las principales ciudades del país. Esta publicación se transformó a formato periódico para facilitar la lectura, mejorar el diseño y dinamizar el tipo de contenidos. La publicación es bimestral y se entrega gratuitamente.



Programa Juntos Postobón

En el 2017 hicimos un cambio en el programa de fidelización de la compañía, el cual, anteriormente denominamos Vale mi Gente y que hoy llamamos Juntos Postobón.

Este programa de relacionamiento busca incrementar el volumen de las ventas de nuestros clientes por medio de una experiencia diferente para ellos, donde la fidelización y la ejecución en el punto de venta son fundamentales para afianzar las relaciones.

El programa otorga beneficios por medio de un sistema de puntos asignados de acuerdo con las compras de nuestros productos. Estos puntos pueden ser redimidos por el cliente en un catálogo de premios enfocados a satisfacer necesidades detectadas en los tenderos como electrodomésticos y artículos para el hogar, entre otros.

En 2017 el programa alcanzó 20.076 clientes con un crecimiento en ventas del 5% con respecto al año anterior, logrando una redención del 90% de los puntos emitidos.

Crédito a tenderos

El programa Crédito Rotativo Especial Orientado (CREO) es un cupo entre \$80.000 y \$100.000 que se les otorga a los clientes con más bajos niveles de compra, con el fin de brindarles capital de trabajo.

Este programa nació con el fin de fidelizar y desarrollar los clientes con potencial de crecimiento, esperando mejorar sus ingresos y optimizar la visibilidad de nuestros productos dentro de su negocio.

En 2017 llegamos a 6.052 clientes activos con CREO. Sin embargo, en 2018 hicimos una reestructuración de fondo del programa, teniendo en cuenta el comportamiento de cada uno de los clientes, con el fin de darles mayor valor agregado.

De hecho, las acciones iniciales de este proceso de reestructuración ya comienzan a dar resultados. Por ejemplo, 4.000 nuevos clientes (tiendas, panaderías, cafeterías, restaurantes y licoreras) ingresaron a CREO para contar (corte a abril de 2018) con una población consolidada cercana a los 7.000 tenderos. Además, gracias a su crecimiento en ventas, 1.193 clientes beneficiarios del crédito, fueron incluidos en el programa Juntos Postobón, para beneficiarse así de puntos redimibles en premios, entre otros.

Mejoramiento de los niveles de servicio

Si algo nos ha caracterizado es la búsqueda permanente de elementos que nos permitan prestar un mejor servicio. 2017 no fue la excepción y por medio de la Línea Rosita, nuestro canal de servicio al cliente por excelencia, y otros medios con los que contamos, logramos generar acciones relevantes que derivaron en el mejoramiento de los niveles de servicio.

Vale la pena, entonces, destacar que las llamadas a la línea Rosita disminuyeron un 18%, que los requerimientos a la compañía por este canal se redujeron un 2% y que la solución en el primer contacto aumentó en un 21%.

Índice de satisfacción del cliente (102-43, 102-44)			
2014	2015	2016	2017
4,36	4,35	4,28	4,31

El indicador de satisfacción al cliente aumentó tres puntos respecto a 2016. Dentro de la experiencia, lo más relevante para el cliente corresponde a los puntos de contacto, seguido del poder e imagen de marca y por último la relación precio-producto.

Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR)

Dentro de las solicitudes que recibimos por parte de los clientes catalogadas como Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR), debemos indicar que el 51% correspondió a requerimientos asociados con activos publicitarios y equipos fríos, el 21% correspondió a solicitudes de servicio, el 18% a pedidos y el 10% a situaciones especialmente relacionadas con pedidos no entregados, mal entregados y falta de visita al cliente.



Nuestro RETO

Seguir siendo los aliados de nuestros clientes con relaciones basadas en la confianza, la credibilidad.

Ser los grandes aliados de nuestros clientes gracias a relaciones de confianza, credibilidad y excelencia en el servicio, siempre buscando el mutuo beneficio y un aporte significativo al desarrollo del país.



Nuestra META

Fortaleceremos a 300 clientes del canal Tienda a Tienda con nuestros programas de sostenibilidad.

Alcanzaremos niveles de excelencia en el servicio, medidos por medio de la Encuesta de Experiencia de Cliente Postobón, realizada por la firma Invamer.

Avanzaremos en la integración de los procesos de ventas a dinámicas alineadas con las mejores prácticas globales, incluyendo las experiencias digitales.

Fortaleceremos a 2.500 clientes del canal Tienda a Tienda con nuestros programas de sostenibilidad.

Alcanzaremos niveles de excelencia en nuestro compromiso con el servicio a los clientes.

Nuestra fuerza de ventas tiene las competencias y la formación necesaria para trabajar de la mano con los clientes, contribuyendo así a desarrollo y su crecimiento.



Fomento a modelos de microfranquicias

En 2015 nos convertimos en aliados de un programa desarrollado por Propaís y el Fondo Multilateral de Inversión-(Fomin) del Banco Interamericano de Desarrollo-(BID), para promover la creación y expansión de microfranquicias⁸ con formato de negocio en el territorio nacional, apuntando a poblaciones de bajos ingresos.

Teniendo en cuenta la representatividad de los negocios relacionados con nuestro objeto comercial en el inventario de empresas que son microfranquicias o tienen potencial para microfranquiarse, que se construyó como línea base para este proyecto, identificamos la posibilidad de jugar un papel clave en la creación y consolidación de los nuevos negocios, pues contamos con la experiencia, la capacidad y el conocimiento de mercado para acompañar el proceso de consolidación de los pequeños empresarios, de las marcas y orientar la toma de decisiones para lograr posicionarse con éxito.

COMPONENTES DE LAS MICROFRANQUICIAS



⁸Una Microfranquicia es una franquicia (transferencia de un modelo de negocios probado, con una marca reconocida en el mercado, formalizada empresarial y laboralmente) con un bajo monto de inversión y que puede generar un impacto social.

La meta inicial del proyecto fue beneficiar 20 empresas con asistencia técnica, para convertirlas en franquiciantes, otorgándoles un subsidio del 50% del valor de la consultoría para que se convirtieran en microfranquicias y abrir por lo menos 200 nuevos negocios en Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla.

Gracias a la buena gestión, en 2017 ingresaron a participar nuevas regiones como Meta, Quindío, Caldas, Tolima, Cauca, Casanare, Norte de Santander, Bolívar, Sucre, Nariño, Risaralda y Santander, y se vincularon siete nuevos aliados para sumar un total de 60 aliados comprometidos con el programa.

De igual forma, 38 empresas finalizaron el proceso de asistencia técnica y otras 13 iniciaron consultoría, además, se formaron 20 nuevos consultores para un total de 144 y se realizaron 11 ruedas de negocios.

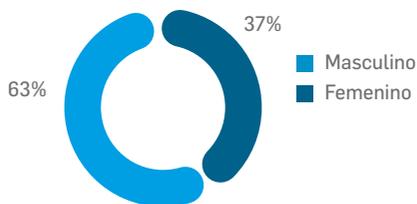
Apertura de nuevos negocios

Además de crear las capacidades para que las microfranquicias sean atractivas como formato de negocio, la satisfacción mayor en el programa es ver nacer nuevos negocios. En 2017, gracias al proceso del programa, se dio la apertura de 30 nuevos negocios de las marcas Alitas Colombianas, Picaditas, Cabellos Sanos, Bendito Arroz con Leche, Café Arangos, el Arca de Pascual, S.M Golden Bicafé, Summer Ice, Caseros a su Gusto, Ecolor, Scatda y Flying Dogs.

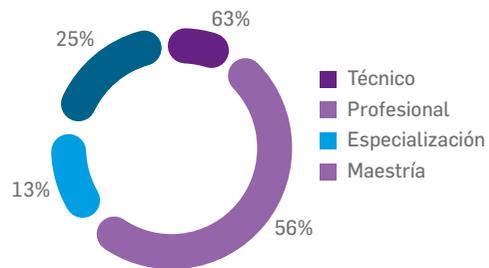
El canon de entrada promedio de cada uno de estos negocios fue de \$21,6 millones y cada local vende mensualmente en promedio \$32,3 millones, generando a su vez cinco empleos en promedio. El tiempo estimado de recuperación de la inversión está proyectado a 27 meses.

DATOS RELEVANTES DE LAS MICROFRANQUICIAS

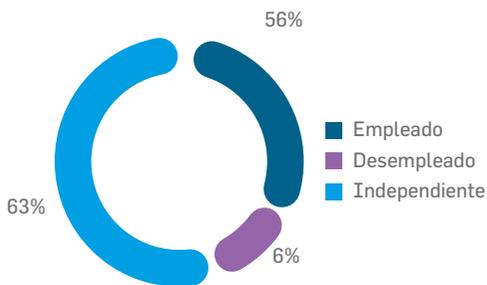
Género del franquiciado



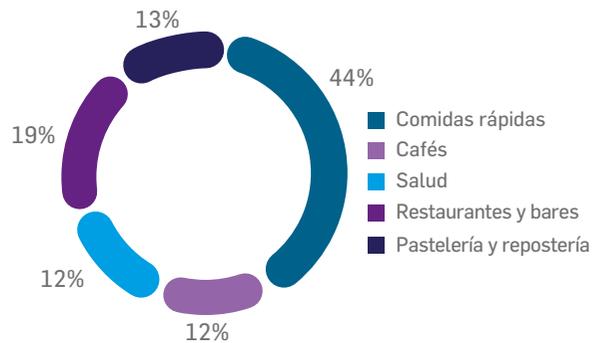
Nivel educativo del franquiciado



Situación laboral del franquiciado



Sector económico de la franquicia adquirida



En 2018, avanzaremos en la consolidación de este programa, buscando mayor comercialización y venta de microfranquicias así como su fortalecimiento regional.

De igual forma, buscaremos nuevos aliados y exploraremos, junto con Propaís, la escalabilidad del proyecto a otros países como Perú.

Minimarket 2x3

Fieles al compromiso que tenemos con la creación de oportunidades que apunten a la reconciliación de los colombianos, hemos apoyado el programa Minimarket 2x3, en el cual buscamos la generación de ingresos sostenibles para desmovilizados y víctimas del conflicto armado en Colombia.

Este programa desarrolla espacios de emprendimiento para sus beneficiarios, ofreciéndoles una nueva oportunidad en la vida civil y en el mundo laboral por medio de la creación de minimercados de barrio.

Gracias a los resultados iniciales del programa en 2015 y 2016, además de las lecciones aprendidas, el año pasado se conformó una nueva alianza entre la Agencia para la Reintegración y la Normalización (ARN), la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), Fenalco, Coltabaco y Postobón, para beneficiar a 14 personas, de las cuales siete son desmovilizados y siete víctimas, con la creación de tres nuevos minimercados en Sincelejo, Bello y Villavicencio, así como el fortalecimiento de tres minimercados existentes en Medellín, Barranquilla y Montería, y la inclusión de dos nuevos integrantes a minimercados que ya estaban en operación.





MANZANO
POSTOBON

UVA
POSTOBON

LIMÓN
POSTOBON

KOLA
POSTOBON

Colombiana
la nuestra

MANZANA
POSTOBON

MANZANA
POSTOBON

TAMARINDO
POSTOBON

NARANJA
POSTOBON

LIMÓN
POSTOBON

OLA
POSTOBON



Nuestro compromiso es con el medio ambiente. Cuidamos el agua, somos responsables con la gestión de los residuos, porque queremos un planeta para tomarnos la vida.

Entendemos los impactos que generan en el medio ambiente nuestro objeto de negocio y los gestionamos desde la prevención y la mitigación.



Compromiso
CON EL PLANETA

Nuestro compromiso CON EL PLANETA

(POS-28, POS-29)

La eficiencia en la producción es uno de nuestros indicadores estratégicos. Esto se debe a que no solo ayuda a determinar el uso correcto de nuestros activos y recursos, sino que refleja cómo nuestro equipo humano desarrolla sus competencias hacia la excelencia operacional, la disciplina operativa y el cuidado de los recursos.

Trabajar para ser eficientes nos lleva a abordar acciones desde diferentes perspectivas. Por citar solo algunas, hemos hecho del Mejoramiento Continuo, un motor de cambio cultural en nuestros equipos de trabajo para comprender formas de hacerlo cómo podemos mejorar y los logros, cuáles formas de hacerlo.

Otra de ellas es la búsqueda de eficiencia en las líneas de producción, la cual definimos como el tiempo que tomamos para que los sistemas operativos produzcan al 100%, teniendo siempre presentes los parámetros de calidad y de velocidad determinada, sobre el tiempo total de producción requerido por la demanda vigente.

A este concepto, le asociamos otros indicadores de productividad y rendimiento.

La productividad la medimos como la cantidad de cajas unitarias⁹ producidas por persona.

Este indicador, permite hacer gestión sobre el número de personas en nuestras líneas, y la eficiencia que demuestran en sus puestos de trabajo, incluyendo también las áreas de logística y ventas.

En términos de rendimiento, controlamos tres indicadores: Rendimiento de Agua, Rendimiento de Energía y Rendimiento de Azúcar. Estos indicadores



“Somos responsables frente a los impactos ambientales derivados de nuestra operación. Por eso, hemos adaptado un enfoque preventivo pensando en la sostenibilidad”.

Andrés Bustamante Díez,
vicepresidente Técnico.

hacen alusión a las cantidades utilizadas por litro de bebida producida y tienen relación directa con la sostenibilidad del negocio.

En 2017 demostramos una vez más que la gestión eficiente es clave para nosotros, pues, al mejorar los indicadores, contribuimos también a las metas de rentabilidad de la compañía.

Estos son algunos de los logros más relevantes en el tema:

- Incrementamos la eficiencia de producción de 69% a 71%, lo cual equivale a producir más de 40 millones de litros adicionales, con las mismas líneas y en el mismo tiempo. Ahora, nuestra meta es lograr una eficiencia del 75%.

⁹Una caja unitaria es una medida estándar que equivale a 24 botellas de 8 oz

- Incrementamos la productividad mensual de 14.300 cajas por persona a 16.150 cajas por persona, equivalente al 13%.
- Incrementamos el rendimiento del azúcar, del 97% al 98,2%, generando ahorros equivalentes a \$2.000 millones como resultado de la excelencia operativa.

(303-1, 306-1, 307-1, 304-3, 203-1, POS-22, POS-23, POS-24)

6 AGUA, ENERGÍA Y CLIMA **GESTIÓN INTEGRAL DEL AGUA**

Preservar el agua es una tarea que asumimos con gran compromiso, no solo porque se trata de la principal materia prima para la elaboración de nuestras bebidas y sin la cual no podríamos garantizar la continuidad de nuestro negocio, sino porque de este recurso depende la vida de esta generación y de las futuras.

Contribuimos al Objetivo de Desarrollo Sostenible número seis, al asegurar la disponibilidad y el manejo sostenible del agua y el saneamiento para todos, a las metas específicas del Gobierno Nacional respecto a:

- Mejorar la calidad del agua mediante la reducción de la contaminación, la eliminación de vertimientos, la minimización de químicos y materiales peligrosos liberados, la reducción a la mitad de la proporción de aguas residuales no tratadas, el aumento del reciclaje y reutilización segura.
- Aumentar sustancialmente la eficiencia del uso del agua en todos los sectores y garantizar la extracción y el suministro sostenible de agua dulce para abordar la escasez de agua, y reducir sustancialmente el número de personas que sufren de escasez de la misma agua.
- La gestión integrada de los recursos hídricos en todos los niveles, incluso mediante la cooperación transfronteriza según sea el caso, proyectando un horizonte de trabajo a 2030.
- Proteger y restaurar los ecosistemas relacionados con el agua, incluyendo montañas, bosques, humedales, ríos, acuíferos y lagos, proyectando dicha meta a 2020.

Considerando que en 2050 por lo menos una de cada cuatro personas se verá afectada por la escasez de agua, realizamos nuestra gestión por medio de acciones de prevención, reducción de consumo, mitigación de impacto y compensación, que nos permiten mantener un adecuado control sobre los riesgos y un desarrollo industrial eficiente, el cual se traduce en una ventaja competitiva.

En el marco del CEO Water Mandate, iniciativa a la que adherimos en 2014, definimos una estrategia con tres frentes de acción:

1. Optimización del uso del agua y minimización del impacto generado por la operación.
2. Protección de áreas de influencia hídrica de la operación.
3. Acceso al agua de las comunidades vecinas a nuestros centros de operación.

Optimización del uso del agua y minimización de impactos

Nuestra estrategia de gestión sostenible del agua se enfoca en el uso eficiente y ahorro del recurso en los procesos industriales de producción de bebidas, buscando siempre optimizar su uso.

Para eso, realizamos un seguimiento mensual al indicador de agua, que representa el consumo total y relativo a los litros de bebida producida en cada una de nuestras plantas, con el fin de identificar desviaciones respecto a los parámetros establecidos para cada uno de ellos.

El indicador de consumo agua por litro de bebida producida, hace parte del tablero de indicadores de la Vicepresidencia Técnica, la cual fija objetivos de cumplimiento y formula y ejecuta planes de acción para alcanzarlos.

Adicionalmente, en los seguimientos a los volúmenes captados de las fuentes naturales, validamos que éstos no excedan los valores de aprovechamiento sostenible definidos por las autoridades ambientales en las concesiones de agua.

Para los centros de operación, tenemos establecidos programas de ahorro y uso eficiente de agua, que tienen como principal objetivo revisar el balance hídrico e identificar los puntos de uso de mayor consumo para definir medidas de prevención y reducción.

Además, empleamos herramientas desarrolladas por la multinacional PepsiCo, como Perfilador de Agua, Diagnostic & Hotlist, que hacen parte del programa Resource Conservation (ReCon) y permiten hacer revisión detallada de las oportunidades de reducción en el consumo de agua.

	Captación total de agua según la fuente (m³)			
	2014	2015	2016	2017
Aguas subterráneas	2.809.031	1.890.791	2.630.261	1.989.811
Aguas superficiales	169.348	1.019.970	1.305.415	1.260.020
Acueducto municipal	3.662.759	3.925.697	3.630.759	3.377.758
Captación total de agua	6.641.138	6.836.458	7.566.435	6.627.588

	Consumo de agua en los principales centros de producción			
	2014	2015	2016	2017
Bello				
Acueducto municipal	510.980	586.181	597.945	556.986
Porcentaje sobre el total de agua captada país	8%	9%	8%	8%
Malambo				
Aguas subterráneas	1.038.621	246.858	65.449	56.132
Aguas superficiales	169.339	1.019.970	1.305.415	1.260.020
Porcentaje sobre el total de agua captada país	18%	19%	18%	20%
Piedecuesta				
Acueducto municipal	301.687	351.256	395.050	314.871
Porcentaje sobre el total de agua captada país	4,5%	5%	5%	4,7%
Gascol Centro				
Aguas subterráneas	234.817	236.800	228.474	203.660
Acueducto municipal	10.950	47.162	74.568	82.390
Porcentaje sobre el total de agua captada país	4%	4%	4%	4%
Gascol Sur				
Aguas subterráneas	296.279	275.666	331.370	443.460
Acueducto municipal	17.580	39.730	77.990	60.290
Porcentaje sobre el total de agua captada país	5%	5%	5%	8%
Lux				
Aguas subterráneas	80.128	121.546	179.388	203.680
Acueducto municipal	984.935	957.792	873.280	786.022
Porcentaje sobre el total de agua captada país	16%	16%	14%	15%
Yumbo				
Aguas subterráneas	15.308	51.729	905.785	486.667
Acueducto municipal	999.397	1.071.830	573.749	672.761
Porcentaje sobre el total de agua captada país	15%	16%	20%	17%
Cartagena				
Acueducto municipal	202.749	231.061	264.825	246.464
Porcentaje sobre el total de agua captada país	3%	3%	3%	4%

Más herramientas para la gestión del agua

En 2016 iniciamos la construcción de la matriz de riesgos del recurso hídrico, como herramienta que permita analizar la situación actual de nuestros centros productores en materia de uso, manejo del agua y factores internos y externos.

Esto permitirá determinar aspectos como la probabilidad de desabastecimiento, la competencia

por el uso y la influencia de la actividad industrial, entre otros.

En 2017 avanzamos en esta iniciativa mediante la evaluación de riesgos internos, formulando planes de acción que buscan atacar los mayores riesgos asociados a la disponibilidad de agua, permitiéndonos ser más sostenibles al cuidar el recurso hídrico, de cara a lograr nuestra MEGA.

Pensar el Agua

Contamos con un modelo diseñado por la Dirección de Calidad de la compañía, denominado Pensar el Agua, que permite diagnosticar, evaluar y proponer esquemas de optimización de agua para el ahorro y uso eficiente del a recurso, con validación técnico-económica.

Bajo este enfoque, hemos implementado acciones para disminuir el consumo de agua y los vertimientos líquidos. Estos son algunos de los resultados:

 <p>Planta de potabilización en Bello</p>	<p>Finalizamos el proyecto de ampliación y modernización de la Planta de Tratamiento de Agua Potable (PTAP), pasando de tener una capacidad de 80 a 180 m³/h, lo cual permite un mejor uso del recurso hídrico. En este proceso hicimos una inversión aproximada de \$7.600 millones.</p> <p>Optimizamos la planta de envasado de agua embotellada, cambiando el esquema de proceso por uno más eficiente, lo cual permite disminuir el uso de agua en un 50% en los procesos de limpieza.</p>
 <p>Planta de potabilización en Yumbo</p>	<p>Entregamos el proyecto de ampliación de la PTAP, mejorando la eficiencia y reduciendo o recuperando los rechazos que resultan de la potabilización con un sistema de ósmosis inversa. En este proceso se invirtieron aproximadamente \$7.200 millones.</p> <p>Esta instalación logró evitar el uso de 211.000m³, lo equivalente a aproximadamente al 60% del volumen de producción de la planta en el año.</p>
 <p>Planta de tratamiento Lux Villavicencio</p>	<p>Implementamos un equipo de ultrafiltración en la planta Lux Villavicencio, para mejorar el tratamiento del agua y evitar rechazos ocasionados por asuntos de calidad. La inversión aproximada fue de \$380 millones.</p>

Capacitaciones en potabilización

Por medio de nuestra Universidad Postobón, capacitamos a todos los jefes y supervisores de calidad (46 personas) en principios básicos de tratamiento, ahorro y operación de las plantas de potabilización de agua en un entrenamiento completo de una semana.

Recuperación de aguas de retrolavados de filtros de procesos de potabilización

Utilizamos diferentes procesos de potabilización dependiendo de la calidad de la fuente. Algunos de estos sistemas de potabilización incluyen el uso de arenas, carbón activado y floculadores. Por lo tanto, para mantenerlos en óptimo estado, es necesario lavarlos y eliminar algunos sedimentos que se acumulan. Este proceso se llama retrolavado, pues se hace pasar agua en sentido contrario al sistema.

En 2017, optimizamos las frecuencias de los retrolavados, logrando disminuciones en el agua utilizada entre 75 y 90% en las plantas Gascol Sur, Postobón Bello y Cartagena, Gaseosas de Córdoba Neiva, Montería, y Villavicencio e Hipinto Piedecuesta y Duitama, garantizando así la calidad del agua.

Puntualmente, en Gascol sur, concluimos el proyecto de automatización y ampliación de la capacidad de la PTAP, con una inversión aproximada de \$4.000 millones, para recuperar el agua utilizada en los retrolavados de los filtros y retornarla al proceso.

Esta instalación evitó que se extrajeran aproximadamente 45.000 m³ de agua en el año, lo equivalente al volumen de producción de tres

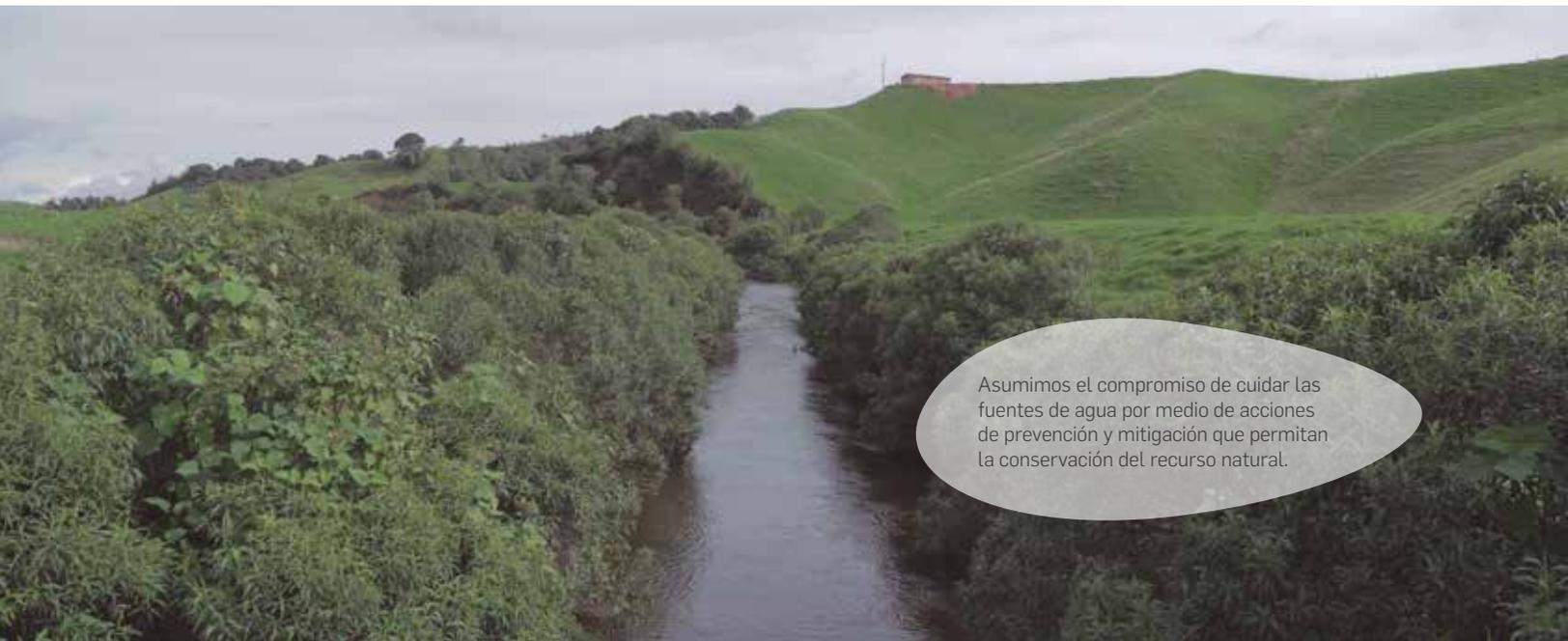
meses de la planta. Además, permitió la reducción y recuperación del agua de las lavadoras de envase, para emplearla en el enjuague inicial y en las lavadoras de cajas.

Lubricación seca y semiseca

Continuamos con la instalación de sistemas de lubricación seca y semiseca en los transportadores de producto envasado, lo cual reduce el consumo de agua entre el 60% y 70% en las líneas de envasado en vidrio.

Este sistema implementó la línea de envasado en vidrio en tamaño personal de Postobón Malambo. También se hizo el proceso de instalación en Hipinto Duitama, en la línea de vidrio de productos en tamaños personales y familiares. Por último, se implementó el sistema en Gascol Sur, en líneas de producto en tamaños familiar, personal y la línea de productos en lata.

Los beneficios obtenidos incluyen ahorros de agua por encima de un 60%, menores impactos ambientales a los recursos hídricos por la reducción de los contaminantes orgánicos aportados por los lubricantes en los vertimientos industriales (estimamos una disminución de 60% de Demanda Química de Oxígeno (DQO), mejoramiento de los coeficientes de fricción, menor generación de ruido, disminución en el consumo energético, un ambiente de trabajo mucho más seco, pisos sin charcos y sin espuma, disminución de riesgo de caídas del personal que opera en las áreas de envasado y menor humedad ambiental y carga microbacteriana en transportadores y ambientes de embotellado.



Asumimos el compromiso de cuidar las fuentes de agua por medio de acciones de prevención y mitigación que permitan la conservación del recurso natural.

Reducción de consumos de agua durante el proceso de limpieza en sitio de equipos (Clean in Place)						
Planta	Área	Actividad	Anterior (Realizando limpiezas de 5 y 7 pasos) m ³ /h	Nuevo (CIP Unifase) m ³ /h	% Ahorros	Comentarios
Postobón Yumbo	PTAP	Implementación de Single Step CIP en planta de tratamiento de agua.	438	186	57,5%	La nueva planta de tratamiento de agua inició utilizando limpiezas unifase. Los datos corresponden al cálculo de un mes. Los 438 m ³ /h es el valor proyectado si hubiésemos continuado con las limpiezas tradicionales en la PTAP.
Hipinto Piedecuesta	PTAP Líneas de agua envasada	Implementación de Single Step CIP. Reemplazo de cinco pasos a tres pasos con unifase en Planta de tratamiento de agua.	119	41	65,5%	Inició en diciembre de 2017. Los datos corresponde al cálculo de un mes.
Agua del Nacimiento	Líneas de Envasado	Implementación de Single Step CIP.	12,75	4,25	66,7%	Volúmenes solo de preparación de soluciones, no se tienen en cuenta los enjuagues pues la planta no tiene contadores. Los datos corresponden a un mes de un CIP de siete pasos.
Gascol Centro	PTAP Líneas de Envasado	Implementación de Single Step CIP.	585	325	44,4%	Inició en septiembre de 2017. Los datos corresponden al cálculo de un mes.
Gascol Sur	PTAP Líneas llenado en frío	Implementación de Single Step CIP. reemplazo de cinco pasos a tres pasos con unifase. Remplazo de siete pasos a cinco pasos en la planta de tratamiento de agua.	1.010	710	29,7%	Inició en septiembre de 2017. Los datos corresponden al cálculo de un mes.

Como resultado de las anteriores iniciativas y una gestión eficiente del agua, logramos un ahorro por encima de los 334.000m³, lo que equivale al volumen de producción de dos meses de todas las plantas del país, lo que se traduce en una reducción de costos de aproximadamente \$1.300 millones.

Consumo de agua por litro producido

Mejoramos el indicador de agua país con respecto a 2016. Esto fue resultado de las mejoras en rendimiento en la mayoría de las plantas del país, donde se destaca Yumbo (16,7%), Pereira (16,4%), Neiva (13,6%), Dosquebradas (13,2%), Duitama (12,1%), Gascol Sur (11,5%), Valledupar (7,3%), Montería (7%), Bello (2,8 %) y Piedecuesta (0,7%).

En diciembre de 2017, alcanzamos el mejor rendimiento de agua desde que se tiene reporte en el Balanced Scorecard, al obtener un rendimiento de agua de 2,68 litros captados por litro envasado. En diciembre de 2016 obtuvimos un indicador de 3,15.

Adicional a esto, implementamos una metodología de reporte diario del rendimiento de agua para todas las plantas, permitiendo hacer un análisis del uso del recurso y así formular planes de acción en búsqueda del mejoramiento del indicador.

	Índice de consumo de agua por litro de bebida producida					
	2014	2015	2016	2017	Meta 2018	Meta 2024
Indicador país	3,45	3,09	3,21	3,11	2,7	2,1

Vertimientos

Gestionamos las aguas residuales generadas en nuestros procesos productivos, de acuerdo con sus condiciones particulares y los parámetros de vertimiento definidos por las autoridades ambientales y las normas vigentes de orden regional y nacional.

Hemos definido diferentes alternativas de manejo, empleando las mejores tecnologías para alcanzar estándares de calidad que en algunos casos van más allá de las exigencias normativas.

Tratamiento de aguas residuales

Las aguas residuales son tratadas mediante sistemas de tratamiento fisicoquímicos y biológicos, compuestos por combinaciones totales o parciales de las siguientes unidades de proceso:

- Rejas de desbaste.
- Sedimentador (canales desarenadores).
- Trampa de grasas.
- Serpentin o reactor para CO₂.
- Tanque de neutralización.
- Tamiz estático.
- Tanque de contingencia.
- Tanque de equalización (Hidrólisis - Acidificación).
- Reactor de metanización (reactor anaerobio de metanización).
- Decantador trifásico de placas paralelas.
- Reactor aerobio (aireación extendida).
- Decantador secundario.
- Filtración en arena.
- Quemador de biogás.
- Tanque de almacenamiento de lodos.
- Espesador de lodos aerobios.
- Decantador centrífugo horizontal.
- Tolla de almacenamiento de lodos.
- Tanque de desinfección.

Estos sistemas de tratamiento son monitoreados internamente, además de realizar caracterizaciones semestrales con laboratorios acreditados por el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (Ideam), con el fin de garantizar el cumplimiento de los parámetros de calidad de los vertimientos.

Vertimiento total de agua, según método de tratamiento y destino			
2014	2015	2016	2017
Fisicoquímico-Biológico			
4.718.916	4.629.820	5.101.871	4.492.927

Nuevas plantas de tratamiento de aguas residuales

Dentro de nuestro programa de instalación y actualización de plantas de tratamiento de aguas residuales, podemos destacar los siguientes proyectos:

Instalación nuevas plantas	
Gaseosas Lux Bogotá	<p>Iniciamos un proyecto para complementar el sistema de tratamiento de aguas residuales en la planta de Gaseosa Lux Bogotá, con una inversión de \$3.700 millones, el cual consiste en la instalación de un sistema biológico aerobio de aireación extendida y decantador secundario que, sumado al sistema biológico anaerobio existente, mejora la remoción de la materia orgánica presente en el agua residual.</p> <p>Con este proyecto damos cumplimiento a la nueva norma de vertimientos del Ministerio del Medio Ambiente, reglamentada en la Resolución 0631 de 2015.</p>
Parque industrial Sanilia	<p>Empezamos la instalación de un nuevo sistema de tratamiento de aguas residuales industriales y domésticas, que atenderá a Central Cervera de Colombia, al interior del proyecto de infraestructura que denominamos Parque Industrial Sanilia, ubicado en el municipio de Sesquilé, Cundinamarca.</p> <p>La planta de aguas residuales contará con la última tecnología para el tratamiento de efluentes, que se basa en un pretratamiento para la remoción de grasas y aceites, sólidos gruesos y ajuste de pH, seguido de un proceso biológico de hidrólisis, acidificación y degradación anaerobia y aerobia, que permite la remoción de la materia orgánica y el nitrógeno.</p> <p>Este sistema incluye también el proceso de ultrafiltración, que permite la remoción de sólidos finos en suspensión, logrando altos estándares de calidad del efluente, con lo cual se cumple la norma nacional de vertimientos y los objetivos de cuidado y gestión del agua en la cuenca alta del río Bogotá, los cuales fueron establecidos por la autoridad ambiental. En la instalación de este sistema invertimos alrededor de \$8 millones de euros.</p>

Mejoramiento de sistema de tratamiento de aguas residuales con aplicación de bacterias y enzimas

Decidimos implementar dentro de nuestros procesos de tratamiento de aguas residuales, una alternativa de biodegradación que ayuda a mejorar la calidad de los vertimientos, mitigando en parte el impacto ambiental que nuestras actividades productivas tienen sobre el medioambiente.

Se trata del uso de bacterias y enzimas que optimizan los procesos de manera natural, permitiendo verter aguas con mejores características.

De esa forma, innovamos en la implementación de herramientas que nos ayuden a que la entrega de aguas residuales tenga menores impactos ambientales.

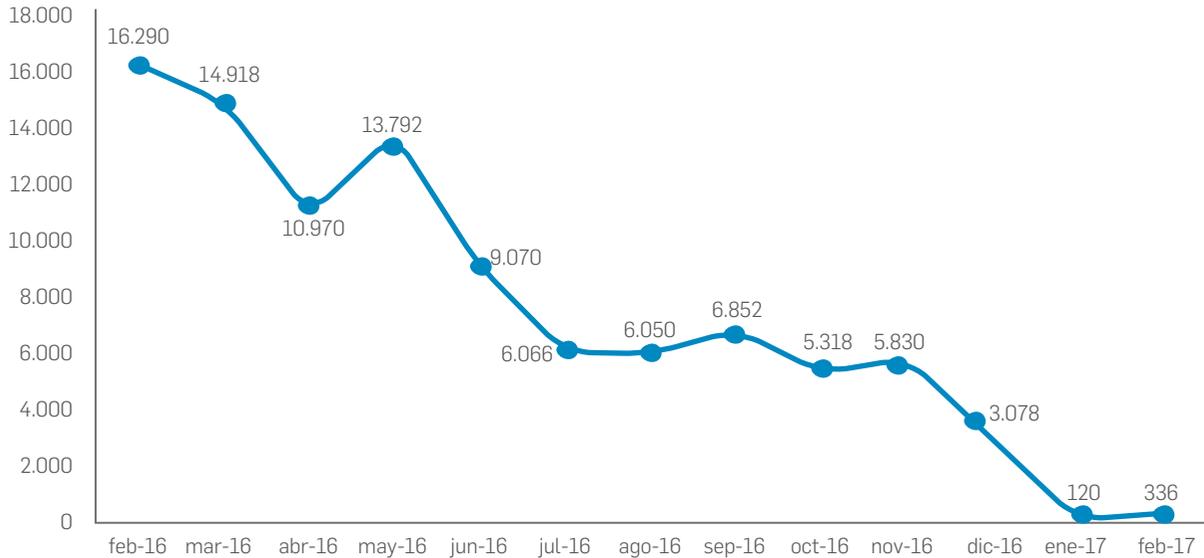
Reducción de consumos de CO₂ en el sistema de tratamiento de aguas residuales

Finalizamos un piloto en la planta de tratamiento de aguas residuales de Postobón Yumbo, el cual consistió en reemplazar el CO₂ que se usa en la neutralización de las aguas residuales, por el ácido contenido en los productos con desperfectos postindustriales que se generan en el proceso productivo, los cuales son descartados en los controles de calidad realizados por la planta.

En este piloto se obtuvieron excelentes resultados logrando a comienzos de 2017 reducir el consumo de CO₂, de 16 toneladas mensuales a valores inferiores a un kilogramo, llegando incluso a valores de cero en algunos casos.

Este proyecto trae importantes beneficios económicos y ambientales, pues además de no tener que demandar los recursos necesarios para su producción, evitamos escapes a la atmósfera durante la aplicación en el proceso.

REDUCCIÓN DE CONSUMO DE CO2 (KG) – PLANTA DE POSTOBÓN YUMBO



Multas

El rigor con el que trabajamos los asuntos ambientales ha permitido mitigar el riesgo de sanciones y multas relacionadas con asuntos de manejo ambiental. Sin embargo, como consecuencia de un proceso que inició en 2012 relacionado con vertimiento de agua, el año pasado tuvimos una sanción en la operación de nuestra planta de Yumbo.

Inicialmente, la multa fue de \$1.000 millones, la cual fue rebajada gracias a un derecho de reposición que

interpusimos, justificado en las gestiones para el permiso de vertimiento, el cual, a la larga, fue otorgado por la Corporación Autónoma Regional Del Valle del Cauca, autoridad ambiental para el tema; así como la demostración de que no hubo afectación al ambiente y que cumplimos con los parámetros establecidos por la normatividad ambiental sobre vertimientos de aguas residuales.

Con dicha evidencia y la buena gestión en el manejo y tratamiento del agua, el valor a pagar se redujo a \$293 millones.

	Multas significativas o sanciones administrativas por incumplimiento de normas ambientales			
	2014	2015	2016	2017
Valor monetario de multas	0	0	0	\$293.000.000
Número de sanciones no monetarias	0	0	0	0
Número de procesos de investigación abiertos que pueden acarrear multas o sanciones	0	0	0	0

Protección de áreas de influencia hídrica de la operación

Participamos en iniciativas voluntarias y obligatorias que promueven la protección de las cuencas abastecedoras y zonas de recarga de las fuentes que empleamos.

Nos apalancamos de esquemas como pago por servicios ambientales o compensación forestal directa, como el apoyo a fondos de agua e iniciativas de cuidado de los nacimientos y zonas de protección ambiental, para gestionar adecuadamente las compensaciones obligatorias asociadas a las concesiones de las fuentes de agua que aprovechamos.

Fondo de agua Cuenca Verde

Un fondo de agua es un modelo de conservación de largo plazo que une varios actores para concentrar recursos que permitan hacer inversiones de conservación y preservación de los ecosistemas cuenca arriba.

El Fondo de Agua Cuenca Verde, en particular, es una iniciativa público-privada que busca promover el desarrollo sostenible, mediante la protección de las cuencas abastecedoras de los embalses Riogrande II y La Fe, que proveen de agua a las poblaciones de los municipios del Valle de Aburrá.

Resultados gestión fondo de agua Cuenca Verde (cuenca Riogrande II)		
Línea de acción	Tipo de intervención	Actividades realizadas
Cultura del agua	Formación y educación	<ul style="list-style-type: none"> Se realizaron 48 talleres de socialización del fondo. Se hicieron 59 eventos experienciales con temas ambientales que incluyeron giras pedagógicas, siembras y talleres de educación ambiental, impactando a más de 1.804 personas. Se sembraron 12.500 árboles.
Gestión del recurso hídrico y la biodiversidad	Gestión predial	<ul style="list-style-type: none"> Se hicieron 48 acuerdos de intervención. Se recuperaron 59.745 metros lineales de riberas. Se restauraron 476 hectáreas de bosques. Se protegieron 199 hectáreas en riberas. Se gestionó la protección de 107 nacimientos de agua.
	Saneamiento básico integral	<ul style="list-style-type: none"> Se instalaron 98 sistemas de tratamiento para las aguas residuales domésticas. Se hizo mantenimiento a 24 sistemas de tratamiento para las aguas residuales domésticas. Se benefició a más de 670 personas. Se hicieron inversiones cercanas a los \$746 millones. Se evitó que 19 toneladas de materia orgánica y sólidos llegaran a las fuentes de agua.
	Control de erosión	<ul style="list-style-type: none"> 67 metros lineales revegetalizados en la quebrada La Aldaña. Se hizo un estudio hidrológico e hidráulico para protección de 25 metros lineales de cauce con procesos erosivos activos, en Río Chico, en Belmira, Antioquia. Se removieron y reubicaron los escombros de 20 metros lineales de gavión en la quebrada La Borrascosa, en El Retiro, Antioquia.
Prácticas de producción sostenible	Prevención de deforestación	<ul style="list-style-type: none"> Instalación de nueve estufas eficientes y establecimiento de seis huertos leñeros, para prevenir la deforestación de bosques nativos.
	Ganadería sostenible y buenas prácticas	<ul style="list-style-type: none"> Suministro de 37 bebederos ahorradores y 24 tanques de almacenamiento que contribuyen al uso eficiente y ahorro de agua. Establecimiento de 3.760 metros lineales de cercos vivos y siembra de 179 árboles dispersos, para favorecer biodiversidad e incentivar el regreso de la fauna nativa. Establecimiento de cuatro pasos de ganado, para evitar la contaminación directa de las fuentes hídricas.

BanCO2

En 2017 decidimos suscribir un convenio con la organización Más Bosques, entidad que opera la estrategia de pago por servicios ambientales bajo el esquema BanCO2 en alianza con 20 autoridades ambientales del país.

BanCO2 es un modelo de gestión que les permite a las familias que habitan en ecosistemas estratégicos, convertirse en guardabosques y recibir una compensación económica durante un período, atada a un proceso de capacitación y al desarrollo de proyectos productivos e inversiones que permitan hacer la iniciativa sostenible.

Por medio de un proceso que incluyó consideraciones ambientales y socioeconómicas, seleccionamos a 16 familias en Yumbo, Valle y Bello, Antioquia, lugares donde se encuentran dos de nuestras operaciones más representativas, para beneficiarse de las actividades de BanCO2.

En 2018, iniciaremos las actividades de educación, el proceso de bancarización, los desembolsos

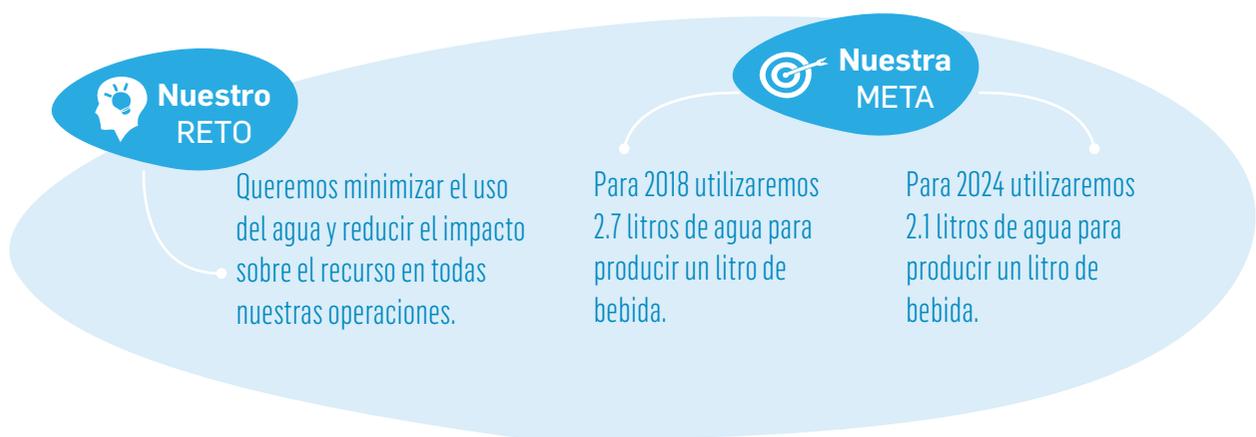
y la ejecución de actividades productivas y de conservación.

Compensaciones obligatorias

En la actualidad, se ha acentuado la frecuencia de fenómenos de variabilidad climática como El Niño y La Niña, con situaciones de inundaciones, y en otros casos sequías devastadoras. Este desequilibrio climático, genera a su vez un desbalance en el ciclo hidrológico que puede llevar a escasez y problemas de calidad del agua.

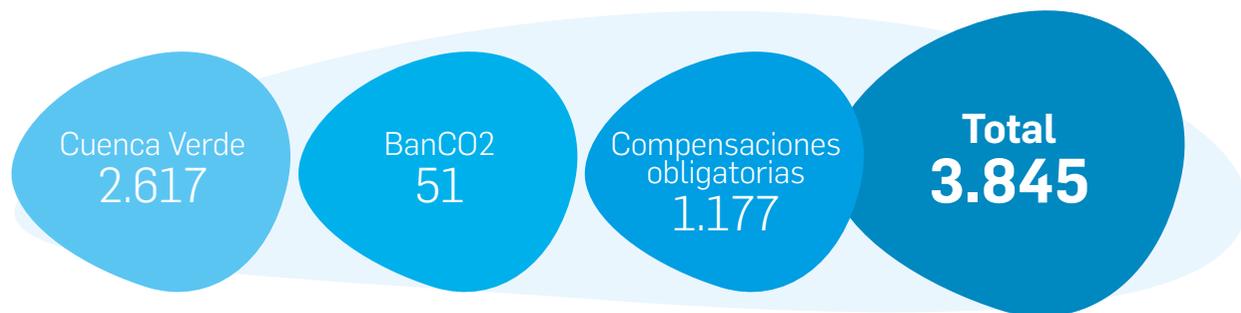
Con la recuperación de las áreas de captación por medio de reforestación protectora y su conservación, se genera y mantiene una cobertura sobre el suelo que favorece la regulación del ciclo hidrológico.

De acuerdo con lo anterior, hemos llevado a cabo acciones con el objetivo de compensar el impacto generado por el uso del recurso hídrico, a las cuales se les hace seguimiento permanente para garantizar su impacto positivo en el tiempo.



Compensaciones obligatorias	
Hipinto Piedecuesta	<p>En el marco de las obligaciones establecidas por la autoridad ambiental, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga, y de cara a la concesión de aguas subterráneas de la planta de Hipinto Piedecuesta, en 2016 realizamos un proceso de reforestación mediante el establecimiento de 1.075 plántulas en el predio La Honda, ubicado en la vereda Lagunetas del municipio de Girón, Santander, con el fin de contribuir a mejorar las condiciones ecológicas del sitio y del medioambiente.</p> <p>Para la siembra de las 1.075 plántulas, se usaron varias especies nativas y una sola diferente a las que se da en la región, las cuales, bajo el criterio y experiencia de los ingenieros forestales a cargo del proyecto, se eligieron con características que les permitieran adaptarse a las condiciones climáticas del lugar. Destacamos, entonces, la siembra de <i>Acacias mangium</i>, tulipanes africanos, samanes, guayacanes amarillos y rosados, gualandaies y gallineros.</p> <p>Para garantizar su adecuado desarrollo, en 2017 continuamos con el proceso de mantenimiento y cuidado de estos árboles, logrando su asentamiento y consolidación en el terreno. En 2018, continuaremos con las acciones de conservación de los árboles sembrados como compensación.</p>
Gaseosas Lux Villavicencio	<p>En el marco de las obligaciones establecidas por la autoridad ambiental, la Corporación para el Desarrollo Sostenible de La Macarena (Cormacarena), y de cara a la concesión de aguas superficiales de la planta Gaseosas Lux Villavicencio, a comienzos de 2015, realizamos un proceso de reforestación mediante el establecimiento de 500 plántulas, en el predio La Arboleda, ubicado en la vereda El Carmen del municipio de Villavicencio, Meta.</p> <p>Esta reforestación tuvo como fin contribuir a mejorar las condiciones ecológicas del sitio y del medioambiente asociadas a la fuente hídrica el Nacedero, la cual se utiliza para la producción de la marca Agua del Nacimiento.</p> <p>Para la siembra de las 500 plántulas, se escogieron varias especies, las cuales bajo el criterio y experiencia de los ingenieros forestales a cargo del proyecto, tenían características que les permitían adaptarse a las condiciones climáticas del lugar. De esa forma, se sembraron plántulas de Yopo, Guamo y Cachimbo.</p> <p>Para garantizar su adecuado desarrollo, en 2017 continuamos con el proceso de mantenimiento y cuidado de estos árboles, logrando su asentamiento y consolidación en el terreno. En 2018, continuaremos con las acciones de conservación de los árboles sembrados como compensación.</p>
Parque Industrial Sanilia	<p>En el marco de las obligaciones establecidas por la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR), y de cara a la concesión de aguas superficiales del río Bogotá a usarse en el Parque Industrial Sanilia, durante 2017 realizamos la compra de un predio con una extensión de 1.176 hectáreas, que se extiende por zonas priorizadas por la CAR como de importancia estratégica para la conservación del recurso hídrico con prioridad muy alta y alta.</p> <p>Este predio está localizado en el municipio de Sesquilé, Cundinamarca, aguas arriba del punto de captación del Parque Industrial Sanilia, cuya extensión está definida con base en los criterios de la CAR para el rendimiento hídrico de la zona, por lo cual, las 1.176 hectáreas adquiridas compensan más del 100% del agua del río que será empleada en las operaciones, garantizando así su sostenibilidad.</p> <p>Esta compensación es de gran importancia para la cuenca del río Bogotá y la región, teniendo en cuenta que se encuentra ubicada en las zonas de protección declaradas como reserva forestal protectora productora de la cuenca alta del río. Adicionalmente, se encuentra en zona de páramo y en un nivel de muy alta conservación, que es también corredor de especies de gran importancia como el oso andino y con ecosistemas clave como humedales y zonas de frailejones, de gran valor para la recarga hídrica del río Bogotá.</p>

HECTÁREAS PROTEGIDAS O CUBIERTAS BAJO ALGÚN TIPO DE CONVENIO



Acceso al agua de las comunidades vecinas a centros de operación

Desarrollamos iniciativas para facilitar el acceso a agua potable y reducir la vulnerabilidad hídrica de las comunidades donde operamos.

En 2015, con el acompañamiento de EPM y PepsiCo, buscamos aportar al mejoramiento de la calidad de vida en las comunidades de nuestra zona de influencia, como es el caso del municipio de Malambo, Atlántico.

De esa forma, constituimos el Fondo Agua Fuente de Vida, teniendo como base una problemática marcada en el municipio: los hogares se veían en la necesidad de tomar agua de pozos sin tratar, conectarse de forma indebida al sistema o abastecerse por medio de pimpinas vendidas por personas especuladoras, porque carecían de las condiciones económicas para conectarse al servicio regular de acueducto.

De acuerdo con lo anterior, y con un aporte entre las partes de \$1.200 millones, nos dimos a la tarea de crear un programa que permitiera facilitar a familias de los estratos 1, 2 y 3, el acceso al servicio de agua potable de forma normalizada, entregando acometidas domiciliarias a clientes residenciales bajo un esquema de subsidio y financiación.

A esta alianza, se sumaron la Fundación EPM y Acesco como apoyo para el proceso de intervención social del proyecto, la empresa Watertech con la donación de 1.580 medidores y Aguas de Malambo (filial de EPM) con un aporte de \$700 millones, logrando contar con recursos para impactar a 5.660 hogares.

En 2017 finalizó la normalización de las viviendas con micromedición, para un total de 22.000 usuarios impactados.

La ejecución de la primera fase tuvo grandes resultados, especialmente en temas relacionados con infraestructura de agua potable, cultura y educación ambiental, destacando los siguientes:

- Generación de nuevos hábitos y cambios en la cultura, promoviendo el uso responsable y eficiente del servicio público de agua por parte de la comunidad.
- Sensibilización en la cultura del uso eficiente y ahorro del agua en ocho sectores del municipio impactando 251 personas.

- Formación de 350 estudiantes y 13 docentes en 10 instituciones educativas.
- Motivación sobre el cuidado del recurso hídrico a niños mediante la realización de un concurso de cuento.
- Apropiación del Fondo en torno a los procesos de gestión social y de educación ambiental, de acuerdo al interés por parte de instituciones educativas, grupos de jóvenes y líderes comunitarios, para dar continuidad a los procesos iniciados.
- Contribución a la calidad de vida, mejorando las condiciones de salud pública, evidenciada en la disminución de enfermedades transmitidas por el consumo o uso del agua, así como las consultas por enfermedades generales, de acuerdo con los indicadores reportados por la Secretaría de Salud del Municipio
- Incremento en la cultura de la legalidad, tangible con la variación positiva del 15% promedio respecto a lo facturado en el primer semestre 2016–2017.
- Reducción del cobro de la factura, antes equivalente a \$10.000 por 12m³, actualmente equivalente a \$770 cobro por m³ consumido.
- Contribución a la disminución de pérdidas de producción de agua por 252.746 m³/año aportando al mejoramiento en la eficiencia del servicio.
- Creación de un sistema de facturación equitativo, garantizando el cobro de consumos reales.

Actualmente, trabajamos en el reestablecimiento de las condiciones necesarias para adelantar una fase II, que responda a las necesidades de la población en términos de suministro e infraestructura para el almacenamiento de agua potable, a fin de generar mayor continuidad del servicio de agua potable. La implementación de esta segunda fase se ha retrasado pues depende de estudios y obras de infraestructura a cargo de la empresa local Aguas de Malambo.

Resultados salud pública Fondo Agua Fuente de Vida

Patologías	2015	2016	Variación (%)
Dengue	569	289	-49%
Diarrea	339	4	- 99%
Parasitosis	408	305	-25%
Dermatitis	355	201	-43%
Diarrea	364	127	-65%

Retos para 2018

En 2018, ratificaremos el cumplimiento de la meta de reducción de consumo de agua por litro de bebida establecida en 2,7 litros.

Mejoraremos la capacidad instalada de tratamiento con dos grandes proyectos. El primero, la ampliación de la planta de tratamiento de Postobón Malambo, para pasar de tratar 50 lt/s a 110 lt/s y, segundo, una nueva planta de tratamiento para el Parque Industrial Sanilia, la cual tratará inicialmente 100 lt/s.

Realizaremos capacitaciones a los jefes y supervisores de calidad en prácticas y principios avanzados en el

tratamiento y operación de plantas de potabilización de agua, con enfoque a la eficiencia del uso del recurso hídrico.

Continuaremos con la instalación de sistemas de lubricación seca y semiseca en las líneas de envasado de productos en vidrio.

Buscaremos nuevas alternativas de reducción de consumo, con el cambio de los productos de limpieza y desinfección empleados para sanear las instalaciones de producción, por productos unifase, los cuales realizan en un solo paso, tanto la limpieza como la desinfección, lo que generaría ahorros considerables en el consumo de agua, siempre y cuando logren mantener las condiciones de inocuidad de las instalaciones.

Seguiremos trabajando en la elaboración de la matriz de riesgo hídrico, evaluando los riesgos externos, con el apoyo de la empresa consultora Antea Group.

Avanzaremos con el proceso de capacitación e implementación de las herramientas del programa Resource Conservation (ReCon) como el Perfilador de Agua y Diagnostic & Hotlist, para la reducción del consumo de aguas en los centros productores.

Evaluaremos diferentes alternativas de tratamiento para remover contaminantes de los efluentes de las lavadoras de envase retornable, con el objetivo de aprovechar el agua residual de estos equipos y retornarlos al proceso. Para eso, instalaremos pilotos de trenes de tratamiento en las plantas embotelladoras de mayor producción del país.



(301-1, 301-2, 301-3, 203-1, 306-2)

12 PROMOVER
Y CONSUMIR
RESPONSABLES

ECONOMÍA CIRCULAR

En Colombia se producen 26.726 toneladas de residuos por día y se estima que el 30% de dichos desperdicios son materiales reciclables. Sin embargo, por diferentes motivos siguen llegando a los rellenos sanitarios.

Por esta razón, el país se propuso trabajar en pro de asegurar patrones de consumo y producción sostenibles y para 2030, disminuir sustancialmente la generación de residuos mediante la prevención, la reducción, el reciclaje y la reutilización.

Nosotros, alineados con esa meta y conscientes de nuestros impactos en materia de generación de residuos, queremos ser parte de la solución, para lo cual creamos un programa de Economía Circular que busca:

- Promover el consumo de bebidas en envases retornables.
- Diseñar envases y empaques con enfoque de ciclo de vida.
- Promover el reciclaje de los envases y empaques compuestos de plástico, papel, cartón, vidrio, metal y multicapa.

Durante 2017 tuvimos avances muy importantes en los tres pilares del programa, los cuales se describen a lo largo de este capítulo.



“Contamos con un programa de Economía Circular, que busca reincorporar materiales a actividades productivas mediante la reutilización y el reciclaje, minimizando la generación de residuos y reduciendo el uso de materiales vírgenes”.

Martha Ruby Falla,
directora de Sostenibilidad



Cantidad de material empleado para empacar y embalar los principales productos por tipo, porcentaje susceptible de ser reciclado y porcentaje de incorporación de material reciclado

Vidrio	2016	2017
Peso	58.823 Toneladas	50.659 Toneladas
Porcentaje del material que es susceptible de ser reciclado	100%	100%
Porcentaje del total que corresponde a material reciclado	41%	40%
Aluminio (lata)	N/A	N/A
Peso	955 Toneladas	997 Toneladas
Porcentaje del material que es susceptible de ser reciclado	100%	100%
Porcentaje del total que corresponde a material reciclado	48%	48%
Polycarbonato	2016	2017
Peso	669 Toneladas	569 Toneladas
Porcentaje del material que es susceptible de ser reciclado	100%	100%
Porcentaje del total que corresponde a material reciclado	27%	27%
Pet (envase)	2016	2017
Peso	30.787 Toneladas	26.664 Toneladas
Porcentaje del material que es susceptible de ser reciclado	100%	100%
Porcentaje del total que corresponde a material reciclado	25%	31%
Cartón (corrugado)	2016	2017
Peso	2.503 Toneladas	2.468 Toneladas
Porcentaje del material que es susceptible de ser reciclado	100%	100%
Porcentaje del total que corresponde a material reciclado	100%	100%
Madera (estibas)	2016	2017
Peso	5.304 Toneladas	2.764 Toneladas
Porcentaje del material que es susceptible de ser reciclado	100%	100%
Porcentaje del total que corresponde a material reciclado	0%	0%
Polietileno de alta densidad (cajas plásticas)	2016	2017
Peso	1.520 Toneladas	1.683 Toneladas
Porcentaje del material que es susceptible de ser reciclado	100%	100%
Porcentaje del total que corresponde a material reciclado	30%	30%

Consumo de bebidas en envases retornables

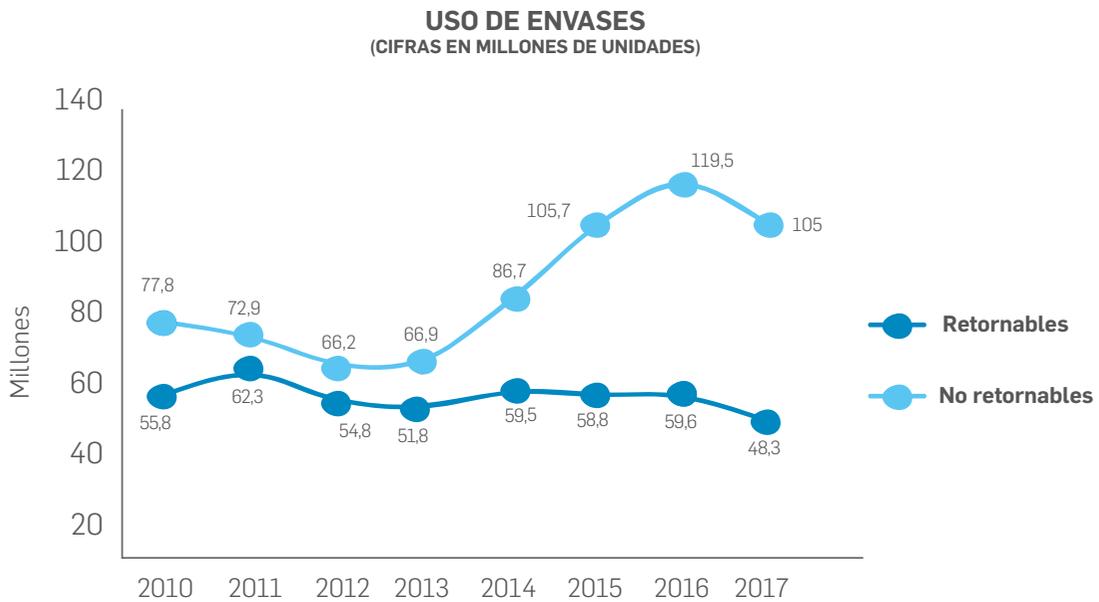
Los envases retornables son una alternativa de consumo que no contribuye a la generación de residuos postconsumo, a la contaminación del ambiente o a la saturación de los sistemas de disposición de residuos. Esto se debe a que nosotros hacemos directamente el proceso logístico en reversa, el cual permite recoger todos los envases en el mercado.

Asimismo, cuando un envase no es apto para retornar al mercado, aseguramos su reciclaje mediante

convenios con empresas dedicadas a este fin, como es el caso de OI-Peldar.

A pesar de que el vidrio es amigable con el medio ambiente, esta presentación no ha sido tan dinámica como las no retornables, pues el consumidor prioriza conveniencia a la hora de tomar sus decisiones.

Nuestro compromiso es seguir trabajando para mantener vigente la relevancia del vidrio entre los consumidores y que ellos comprendan las ventajas que tiene como aporte a la sostenibilidad.



En respuesta a esta tendencia, desarrollamos diferentes estrategias de mercadeo y comunicaciones que buscan revertir la situación. Entre las campañas más recientes se encuentran:

La Tapa Millonaria: promoción que involucró todos los productos en presentación retornable. En esta campaña se invirtieron más de \$3.000 millones en premios, representados en dinero o convenios con aliados. Durante la campaña, todas las tapas estuvieron premiadas.

Cruzados: Campaña con la imagen del ex futbolista Faustino Asprilla y la modelo Natalia París, la cual premio el consumo de bebidas en envases retornables.

Retrovasos: Promoción en donde el consumidor podía reclamar vasos con la imagen de las marcas, a cambio de tapas de productos retornables.

Adicional a las campañas y promociones mencionadas, las marcas también buscaron posicionar el consumo en presentación retornable, dándole protagonismo visual a esta presentación en los comerciales, vallas y fotos.

De igual forma, se diseñaron estrategias de precio para incentivar en los clientes la compra de bebidas retornables.

Enfoque de ciclo de vida en el diseño de envases y empaques

A la hora de diseñar un envase y empaque adicional se deben considerar elementos como la estética, la funcionalidad o conveniencia, la capacidad de proteger la calidad del producto y el costo, entre otros.

Nosotros tenemos claro lo anterior y por tanto diseñamos con enfoque circular y de ecoeficiencia en donde propendemos por eliminar o minimizar los factores externos negativos, en el cual incluimos un análisis del tipo material que se usa y su potencial de ser reciclado (el cual depende de elementos técnicos como la posibilidad física o química de ser recuperado

o revalorizado), así como elementos contextuales, que varían de una región a otra, como la disponibilidad de infraestructura para el reciclaje, la existencia de un mercado de materiales y una logística para recuperarlo y aprovecharlo.

En los últimos años hemos logrado avances importantes en el diseño de los envases y empaques, reduciendo el impacto ambiental de los mismos y generando eficiencias que también benefician a la compañía.

Los principales logros en los últimos años se resumen así:

Acciones de diseño de envases y empaques con ciclo de vida					
2014		2015		2016	2017
UEN Gaseosas					
Botellas	Lanzamos la iniciativa para reemplazar el 50% del material PET virgen, por resina fabricada a partir de botellas recicladas. Este lanzamiento se hizo en las presentaciones familiares, en donde se utilizan altos volúmenes de materia prima. Las botellas lanzadas en la iniciativa son también 100% reciclables.	Realizamos pruebas que permitieron el aligeramiento del envase de Pepsi vidrio 350 ml. La reducción fue de 13 g, que corresponde a 3,7% del peso total del envase.	Aprobamos y comenzamos a usar resina PET reciclada en un 50% para el resto de presentaciones de gaseosas en envase PET no retornable.	Redujimos el peso de las botellas de gaseosas de 250 ml y 400 ml pasando de 23,6 g a 20,6 g. Con esta innovación evitamos colocar en el mercado 34,5 toneladas de material de PET cada mes, lo cual equivale a 414 toneladas al año.	
		Utilizamos 4.004 toneladas de resina PET fabricada con envases reciclados. Esto equivale a: Recuperar 120 millones de botellas, a un ahorro en energía comparable al consumo de 74.178 hogares y a la reducción de emisiones de CO2 equivalentes a retirar de las calles 2.831 vehículos. Generamos beneficios para 2.831 personas del sector reciclador.	Incrementamos el uso de resina PET reciclada a 7.392 toneladas equivalentes a recuperar 291 millones de botellas, al ahorro en energía comparable al consumo de 76.344 hogares, la reducción de emisiones de CO2 equivalentes a retirar de las calles 2.914 vehículos. Generamos beneficios para 2.914 personas del sector reciclador.	Incrementamos el uso de resina PET reciclada a 8.415 toneladas que equivale a recuperar 332 millones de botellas, al ahorro en energía comparable al consumo de 86.910 hogares y la reducción en las emisiones de CO2, equivalente a retirar de las calles 3.317 vehículos. Homologamos otros proveedores de PET fabricado a partir de botellas recicladas, con el propósito de poder aumentar el uso de esta resina, reducir el consumo de materia prima virgen y avanzar en el camino a una economía circular.	

Acciones de diseño de envases y empaques con ciclo de vida				
	2014	2015	2016	2017
UEN Gaseosas				
Tapas				<p>Eliminamos el uso del liner en las tapas de gaseosas, reduciendo el uso de materiales a uno. Esta modificación redujo el peso de la tapa pasando de 3,12 g a 2,45 g.</p> <p>Con este cambio evitamos colocar en el mercado 11,16 toneladas de material de empaque al mes, que equivalen a 133,92 toneladas por año.</p> <p>Adicionalmente, facilitamos el proceso de separación para el reciclaje al ser un diseño monomaterial.</p>
Etiquetas				<p>Iniciamos pruebas de etiquetas termoencogibles con reducción de 50 micras a 45 y 40 micras de espesor, para evaluar su desempeño en producción, almacenamiento y transporte.</p> <p>Los resultados positivos de la prueba nos permiten entrar a la fase de evaluación industrial que de ser exitosa tendría impactos ambientales y financieros positivos.</p>
Botellas				<p>Luego de tres años de trabajo, logramos eliminar la barrera de oxígeno en los envases de PET para jugos Hit 500 ml, sin afectar la calidad del producto. Esta iniciativa favorece el proceso de reciclaje de botellas PET en Colombia, abriendo la posibilidad al reciclaje de 9.938 toneladas al año.</p>

Acciones de diseño de envases y empaques con ciclo de vida				
	2014	2015	2016	2017
UEN Aguas				
Botellas		Aprobamos el uso de resina PET elaborada a partir de botellas recicladas en un 50%, para los envases de nuestras marcas de agua.	<p>Redujimos el peso de la botella de agua Cristal 600 ml en 37%, pasando de una botella de 16 g a 10 g, lo que equivale a una reducción anual en el uso de PET de 415 toneladas.</p> <p>Redujimos el peso de la botella de agua Cristal 420 ml en 47,5%, pasando de una botella de 16 g a 8,4 g, lo que equivale a una reducción anual en el uso de PET de 52,3 toneladas.</p> <p>Redujimos el peso de la botella de agua Cristal 1.000 ml en 25%, pasando de una botella de 35 g a 26 g, lo que equivale a una reducción anual en el uso de PET de 18,14 toneladas.</p>	
Tapas		Hicimos pruebas de sustitución de la tapa tradicional con liner interno y de dos materiales, por tapa corta de un solo material y sin liner.	Redujimos el peso de la tapa de agua Cristal en 59%, correspondiente al consumo de 100 toneladas menos de polietileno de alta densidad al año. Esta iniciativa representó ahorros económicos anuales del orden de \$1.200 millones.	Eliminamos el liner en las tapas de agua reduciendo el uso de materiales a uno. Esta modificación redujo el peso de la tapa pasando de 2,85 g a 2,3 g. Con este cambio evitamos la colocación en el mercado de 39 toneladas de plástico al año. Adicionalmente, facilitamos el proceso de separación para el reciclaje al ser un diseño monomaterial.
Etiquetas		Reemplazamos el uso de PVC en las etiquetas por PET, lo cual genera un menor impacto ambiental.		
Otros		Eliminamos el 100% de las precintas utilizadas en los envases de agua Cristal y Oasis en todas sus presentaciones, evitando colocar en el mercado este material.	Aprovechamos 86 toneladas de plástico mediante el reciclaje de los tapones de botellón de agua. Este material se utilizó en la fabricación de 52.050 tapones nuevos, los cuales incluyeron entre 30 y 40% material reciclado.	
		Recuperamos el 34% del material de los tapones de botellón de agua. Este material se utilizó para la fabricación de 29.725 soportes, equivalentes al 65% del total de botellones comprados en el año.		

Acciones de diseño de envases y empaques con ciclo de vida					
2014		2015		2016	2017
UEN Nueva Generación					
Botellas					Reducimos el peso de la preforma de la botella de Gatorade 500 ml, la cual pasó de 30 g a 26 g. Esta innovación nos permitió evitar la colocación de 32 toneladas de material al mes (384 toneladas al año).
Tapas					Reducimos el diámetro de la tapa de Gatorade, de 38 mm a 33 mm. La disminución en el consumo de materia prima y material de empaque puesto en el mercado fue de 8,8 toneladas por mes, equivalentes a 105,6 toneladas al año.
Otros					
Cajas, estibas, plásticos	Reutilizamos el polietileno de las cajas, el cual era usado para producir nuevas cajas con material 50% remolido y 50% virgen.	El 90% de las compras de estibas provinieron de bosques certificados que tienen como objetivo asegurar una gestión forestal ambientalmente apropiada, socialmente beneficiosa y económicamente viable. El 45% de las cajas de cartón corrugado, fueron fabricadas con fibra certificadas FSC. El 100% se fabricaron con fibra reciclada en su totalidad.	En 2016, el 69% de las estibas compradas provinieron de bosques certificados. El 50% de las cajas se fabricaron bajo certificación FSC y el 100% se fabricaron con cartón reciclado en su totalidad.		Caracterizamos el uso de termoencogible, para suprimir la variabilidad de espesores, materiales y proveedores entre las diferentes operaciones. Definimos los parámetros óptimos e hicimos pruebas para iniciar homologación, logrando estandarizar inicialmente 20% de los espesores utilizados. Esta iniciativa permitirá reducir el consumo de material, reflejándose en ahorros asociados a una mayor cantidad de metros de termoencogible por el mismo costo.

De acuerdo con lo anterior y gracias a la gestión, hemos consolidado grandes avances, aumentamos el uso de la resina Ekopet, pasando de 4.004 toneladas en 2015 a 8.415 toneladas en 2017 y redujimos el uso total de resina en más de más de 1.075 toneladas gracias a mejoras de diseño

PROMOVER EL RECICLAJE DE LOS ENVASES Y EMPAQUES

Adicional a promover el uso de envases retornables y a diseñar envases y empaques que puedan ser reciclados y tengan un mejor desempeño ambiental, también fomentamos el reciclaje y trabajamos en diferentes etapas de la cadena logística para aumentar la eficiencia y lograr mayores volúmenes de recuperación de todos los materiales de envases y empaques que utilizamos.

Reciclar es Chévere

En alianza con EkoRed y Enka de Colombia, nuestra marca Cristalina lideró una iniciativa que busca cerrar el ciclo de las botellas PET y dinamizar la cadena de recuperación y reciclaje, involucrando activamente todos los actores que hacen parte de ella, mediante un ejercicio de sensibilización que los empodera de su papel y responsabilidad dentro del esquema logístico.

De esa forma, los consumidores, tenderos, recicladores y bodegas de reciclaje contribuyen para aumentar los volúmenes de recolección, evitando que los envases vayan a los rellenos sanitarios y se conviertan en basura. Al fortalecer el proceso de recolección, no solo logramos que una mayor cantidad de material pueda ser transformada y utilizada en la fabricación de nuevas botellas, sino que ayudamos a crear una cultura de separación en la fuente y a dignificar la labor del reciclador.

⁹Gránulos de PET reciclado, cristalizado, de alta viscosidad y bajo acetaldehído.



Nuestras botellas de PET para bebidas carbonatadas son **100% reciclables** y se elaboran con **50% resina Ekopet⁹**, fabricada por Enka de Colombia, nuestro aliado estratégico en el tema.

El proyecto se implementó inicialmente en el centro de Barranquilla, donde los niveles de reciclaje eran bajos pero con potencial importante de crecimiento. Su ejecución en la zona estuvo a cargo de la organización de recicladores Puerta de Oro, bajo la supervisión de EkoRed.

En este programa, proyectamos sensibilizar a 100 tenderos, 50 recicladores y seis bodegas de la zona centro de Barranquilla, con el propósito de presentar el objetivo general de la propuesta y comprometerlos en la tarea asignada. Durante el proceso, otros 48 puntos donde se comercializan nuestros productos y 12 recicladores más, manifestaron su interés de recibir la capacitación y unirse también a la iniciativa.

Para la puesta en marcha, entregamos una dotación de uniformes, tulas, triciclos a los recicladores; canecas a los tenderos para la recolección de las botellas y una compactadora para el acopio de reciclaje. Adicionalmente, diseñamos una campaña de comunicaciones con fuerte énfasis en radio para fortalecer el proyecto. Creamos, también, una logística de recolección para garantizar la captación del material recuperado por los tenderos, recicladores y las bodegas.

Por último, hicimos acompañamiento al proceso con gestores ambientales en un periodo de tres meses en la zona seleccionada.

Los resultados fueron muy satisfactorios. El 69% de las toneladas recuperadas se recogieron en los 148 puntos (tiendas, hoteles, centros comerciales, entre otros) del centro de Barranquilla, el 31% restante fue recuperado por los recicladores en las rutas que ellos hacen en el centro y en los barrios aledaños.

Aunque la iniciativa finaliza en 2018, los resultados preliminares muestran una proyección de recolección de 25 toneladas de PET, durante el primer trimestre de ejecución, cifra que supera las metas planteadas para este primer piloto. Actualmente, nos encontramos evaluando opciones para darle continuidad al proyecto, aumentar su cobertura y replicarlo en otros lugares del país.

Volúmenes de recolección de material reciclar es chévere (Toneladas)			
Asunto	Primer mes	Segundo mes	Tercer mes
Recolección en puntos	5,2	6,1	9,1
Recolección en las calles	3,7	1,8	3,3
Total Captación:	9	8	12,5
% captado en puntos sensibilizados	58%	76%	73%

Sistema Kaptar-Postobón

Firmamos una alianza con la empresa Effiteco, para la instauración del Sistema Inteligente Kaptar, una metodología propia de dicha empresa que funciona por medio de kioscos ubicados en lugares como colegios, universidades, centros comerciales, entre otros, con los cuales que optimizan la logística recolección de materiales aprovechables como botellas de PET, envases de Tetra Pak y latas de aluminio; facilitan la comunicación de contenidos de educación en separación en la fuente y permiten la entrega de beneficios e incentivos a los ciudadanos que reciclan,

El objetivo de esta alianza es incrementar para 2019, los niveles de recolección en 10 toneladas mensuales y poder incorporarlos dentro de nuestro ciclo productivo potencializando así la presencia de marca y fortaleciendo la imagen corporativa de Postobón como una compañía altamente comprometida con el medio ambiente.

En 2018 instalaremos ocho kioscos en diferentes puntos del área metropolitana de Medellín, en los que los usuarios podrán entregar envases y obtener a cambio puntos que son redimibles en beneficios.

Separar Transforma

Separar transforma es una iniciativa de educación y transformación de comportamientos liderada por la

Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos de Bogotá (UAESP) que, en alianza con otros actores de la industria como Darneel, TetraPak, Alpina, Eko Red, Pepsico y nosotros, así como los centros comerciales, busca mejorar la separación en la fuente, mediante una sensibilización a consumidores y personal de servicios generales de los centros comerciales.

Por medio de apoyos visuales como vitrinas y exhibidores, los visitantes de los centros comerciales aprendieron sobre separación de residuos, al ver envases fabricados con materiales reciclados postconsumo.

MiPupitre Postobón

El programa MiPupitre Postobón, que nació en 2014 como alternativa para aumentar los volúmenes de recolección y reciclaje postconsumo de Tetra Pak, se ha convertido en una de las iniciativas más relevantes para nosotros, gracias al aporte que hacemos al medio ambiente y a la educación.

Con el programa entregamos mobiliario escolar fabricado con material posconsumo de Tetra Pak, en instituciones educativas públicas de diferentes partes del país. El impacto social de MiPupitre, al beneficiar miles de estudiantes de instituciones educativas de bajos recursos, sirve como incentivo para motivar a los consumidores a separar en la fuente y reciclar, y, por otra parte, garantizar ciclos cerrados de reciclaje y aumentar los volúmenes de recolección del material.

La fabricación de los pupitres, bibliotecas y sillas, corre por cuenta de un emprendedor social que ha recibido nuestro apoyo, el cual se encarga de compactar las cajitas y hacer láminas altamente resistentes a la humedad y los cambios de temperatura, las cuales se convierten en el mobiliario.

Gracias MiPupitre Postobón, en el que invertimos más de \$600 millones al año, beneficiamos a diez instituciones educativas en seis departamentos (Bolívar, Valle, Cundinamarca, Córdoba, Atlántico y Santander), y reciclamos 250 toneladas de material en 2017, equivalentes al 10% del volumen que pusimos en el año en el mercado.

Con MiPupitre Postobón estamos dinamizando la cadena de reciclaje, incentivando a los recuperadores a prestarle más atención a este material para incrementar sus volúmenes de recolección y generando más empleo e ingresos para un sector clave en la economía.

Cajitas llenas de futuro

En alianza con Tetra Pak Colombia, llevamos a cabo una campaña de fomento al reciclaje con la participación del ex jugador de fútbol de la Selección Colombia Mario Yepes.

En esta campaña les enseñamos a los consumidores de qué está hecho el material de Tetra Pak, el cual, además de ser producido con cartón de bosques sostenibles certificados FSC, es 100% reciclable.

La campaña, que se hizo en medios digitales, alcanzó a cerca de cinco millones de personas y se convirtió en caso de éxito para Tetra Pak global.

Responsabilidad Extendida del Productor

Desde 2015, el Gobierno Nacional busca la implementación de la norma de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), un enfoque de política ambiental en el que la responsabilidad del



Una silla de preescolar del programa MiPupitre Postobón, se hace con **740 cajitas de Tetra Pak**, una silla escolar con **960**, una universitaria con **1.693**, una mesa con **2.604**.

productor se extiende a la etapa postconsumo del ciclo de vida del producto.

Esta iniciativa nace como parte de los requisitos que debe cumplir Colombia para el ingreso a la OECD¹⁰. Desde entonces, trabajamos con iniciativas propias y participamos gremialmente en la estructuración técnica y operativa de la norma, de forma que se puedan lograr los objetivos ambientales propuestos de forma costo-eficiente y costo-efectiva.

Durante 2017 avanzamos con el Comité de Envases y Empaques de la ANDI, en el que se conformó un equipo para apoyar al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en el desarrollo de la normatividad que regulará la Responsabilidad Extendida, en las industrias de bebidas, alimentos, cosméticos y aseo.

Adicionalmente, nos vinculamos al grupo de trabajo liderado por el Departamento Nacional de Planeación en el marco de la Misión de Crecimiento Verde, junto con otras empresas privadas, gremios, academia y asociaciones, y fuimos ponentes y patrocinadores de diferentes eventos de nivel local, regional, nacional e internacional, relacionados con la gestión postconsumo de envases y empaques.

Por otra parte, llevamos a cabo tres proyectos de reciclaje que buscan conocer mejor el funcionamiento de la cadena, para así poder implementar acciones enfocadas a aquellos elementos que más resultado pueden generar en la recolección y aprovechamiento de residuos postconsumo.

¹⁰Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Retos para 2018

Estandarizaremos el 40% de los calibres de termoencogibles utilizados en las plantas.

Homologaremos las etiquetas termoecogibles de 40 y 45 micras. Caracterizaremos y estandarizaremos el 40% del material de empaque corrugado que usamos,

para optimizar el almacenamiento y transporte de bebidas en presentación Tetra Pak litro.

Optimizaremos el material de empaque corrugado para la presentación Tetra Pak litro. Aligeraremos las preformas para llenado en caliente en un 14%, las tapas de 28 mm en un 14%, las tapas de botellón en un 19% y el peso de los botellones en un 9%.



Residuos postindustriales

Orientados en la aplicación de buenas prácticas ambientales, hemos definido dentro de nuestro sistema de gestión ambiental, normas y protocolos encaminados al buen manejo integral de residuos sólidos.

Específicamente, la norma interna manejo integral de residuos o desechos peligrosos y no peligrosos, establece los procedimientos a seguir por cada centro productor y de distribución, con el fin de garantizar la adecuada gestión de los residuos generados, mediante el aprovechamiento o valorización, tratamiento o disposición, según el esquema de clasificación y las técnicas determinadas por la legislación ambiental nacional.

En general, la norma busca orientar a los centros en la aplicación de un plan integral de residuos sólidos, bajo los siguientes lineamientos de obligatorio cumplimiento:

- Encauzar los esfuerzos en minimizar la generación de residuos y desechos peligrosos y no peligrosos y maximizar su aprovechamiento, por medio de la reutilización y el reciclaje.

- Establecer puntos de recolección en las áreas de producción o generación de residuos, con los respectivos recipientes para la clasificación y separación en la fuente.
- Registrar y hacer seguimiento de las cantidades generadas de residuos.
- Definir rutas con frecuencia de recolección interna en los puntos de separación en la fuente.
- Tener centros de acopio en los cuales se almacenen los residuos o desechos peligrosos y no peligrosos para su posterior gestión. Los centros de acopio deben cumplir con las características establecidas por la norma.
- Contratar empresas gestoras para el tratamiento, aprovechamiento o disposición final de los residuos, que cuenten con los permisos o autorizaciones ambientales vigentes otorgadas por las autoridades ambientales competentes.
- Cumplir con todos los lineamientos de control y reporte, requeridos por las autoridades ambientales competentes.

Peso total de residuos peligrosos y no peligrosos generados en la operación, según tipo y método de tratamiento									
Descripción	Método de aprovechamiento	2014		2015		2016		2017	
		Ton Gen	%	Ton Gen	%	Ton Gen	%	Ton Gen	%
No peligrosos									
Orgánicos de origen vegetal y animal	Compostaje	497,411	90%	150,73	66%	113,489	85%	168,347	85%
Vidrio con excepción del vidrio de los tubos rayos catódicos y otros vidrios activados	Reciclaje	10.913,8	100%	10.154,7	100%	10.844,1	100%	11.590	100%
Escombros, materiales, elementos, concretos y agregados sueltos de construcción, de demolición, y capa orgánica, suelo y subsuelo de excavación	N/A	76,9	0%	156,1	0%	75,7	0%	14,662	0% ¹¹
Papel y cartón	Reciclaje	13.353,5	100%	1.515,4	100%	16,634	100%	1.940,3	100%
Caucho	Reuso y Reciclaje	35	101%	58,9	100%	40,2	100%	16,4	100%
Plástico	Reciclaje	2.132,3	100%	2.220,4	100%	2.233,2	100%	2.776	100%
Madera	Reuso	863,359	100%	1.213,3	100%	1,634,4	98%	1.391,9	100%
Metálicos en forma masiva o no dispersable, incluso los montajes de generación eléctrica y chatarra, excluidos los de la lista RESPEL	Reciclaje	522,9	100%	409,8	100%	571,3	100%	649,3	100%
Demás residuos o desechos metálicos o que contengan metales, excluidos los metales de forma masiva y los de la lista RESPEL (Chatarra, material metálico, tapa corona, latas de producto terminado)	Reciclaje	314,1	100%	364	100%	410,2	100%	326,5	100%
Minerales no clasificados previamente	Reúso	109,9	84%	53,7	95%	77,6	57%	75,8	27% ¹²
Lodos de plantas de potabilización, excluidos los de la lista RESPEL	Compostaje	7,1	0%	120,3	95%	108,7	100%	300,4	26% ¹³
Lodos de tratamiento de aguas residuales industriales, excluidos los de la lista RESPEL	Compostaje	537,8	100%	759,3	100%	567,4	53%	1,037,8	73%

¹¹ Este residuo solo fue reportado como generado por la planta de Bello, pues el gestor no pudo aprovecharla por su estado.

¹²La disminución en el aprovechamiento en los minerales no clasificados previamente como los lodos de Planta de Tratamiento de Agua Potable, carbón activado y tierras diatomeas del proceso de tratamiento de agua potable, se debe a que son contaminados con otros materiales y no pueden ser utilizados para compostaje o reciclaje y deben ser dispuestos como residuos ordinarios.

¹³La disminución en el aprovechamiento de Lodos de tratamiento de agua de potabilización, se debe a que son contaminados con otros materiales y no pueden ser utilizados para compostaje y deben ser dispuestos como residuos ordinarios.

Peso total de residuos peligrosos y no peligrosos generados en la operación, según tipo y método de tratamiento									
Descripción	Método de aprovechamiento	2014		2015		2016		2017	
		Ton Gen	%						
Demás residuos o desechos no clasificados previamente, excluidos los de la lista RESPEL	N/A	3.894,3	0%	4.231,6	0%	5.611	0%	6.098,3	0%
Demás residuos o desechos metálicos o que contengan metales, excluidos los metales de forma masiva y los de la lista RESPEL (chatarra ferrosa, acero inoxidable, cobre y todo residuo metálico)	Reciclaje	0	81%	0	0	133,3	100%	133,3	100%
TOTAL NO PELIGROSOS		21.240,5	80,9%	24.108,6	79,2%	23.950,9	74,8%	24.112,4	71,9%
Peligrosos									
Desechos metálicos y desechos que contengan aleaciones de cualquiera de las sustancias siguientes: antimonio, arsénico, berilio, cadmio, plomo, mercurio, selenio, telurio, talio, pero excluidos los desechos que figuran específicamente en la lista B.		0,00	0%	0,04	0%	1,1	0%	0	0%
Montajes eléctricos y electrónicos de desecho o restos de éstos que contengan componentes como acumuladores y otras baterías incluidos en la lista A, interruptores de mercurio, vidrios de tubos de rayos catódicos y otros vidrios activados y capacitadores de PCB.	Reciclado o recuperación	4	68%	5	0%	8,5	95%	2	36% ¹⁴
Desechos resultantes de la producción de hidrocarburos halogenados alifáticos (tales como clorometano, dicloroetano, cloruro de vinilo, cloruro de alilo y epicloridrina).		0,00	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Desechos resultantes de la producción, preparación y utilización de tintas, colorantes, pigmentos, pinturas, lacas o barnices.		0,00	0%	0	0%	0	0%	0	0%

¹⁴La disminución en el aprovechamiento de los residuos resultantes de montajes eléctricos, se debe a su estado final, lo cual no permite ser recuperado o reciclado para ser utilizado nuevamente u otros fines.

Peso total de residuos peligrosos y no peligrosos generados en la operación, según tipo y método de tratamiento									
Descripción	Método de aprovechamiento	2014		2015		2016		2017	
		Ton Gen	%	Ton Gen	%	Ton Gen	%	Ton Gen	%
Desechos de soluciones ácidas o básicas, distintas de las especificadas en el apartado correspondiente de la lista B (véase el apartado correspondiente de la lista B B2120).		0,7	0%	0,3	0%	0,77	0%	0	0%
Envases y contenedores de desechos que contienen sustancias incluidas en el Anexo I.		1,39	0%	0,1	0%	0,2	0%	0,7	0%
Sustancias químicas de desecho, no identificadas o nuevas, resultantes de la investigación y el desarrollo o de las actividades de enseñanza y cuyos efectos en el ser humano o el medio ambiente no se conozcan.		0	0%	0	0%	0,1	0%	0,1	0%
Desechos resultantes de la producción, preparación y utilización de tintas, colorantes, pigmentos, pinturas, lacas o barnices.	Reciclado o recuperación	4,9	19%	4,3	0%	6,9	1%	4,1	17%
Desechos resultantes de la producción, preparación y utilización de resinas, látex, plastificantes o colas y adhesivos.	Reciclado o recuperación	0	40%	1,6	0%	0,4	0%	0	0%
Sustancias químicas de desecho, no identificadas o nuevas, resultantes de la investigación y el desarrollo o de las actividades de enseñanza y cuyos efectos en el ser humano o el medio ambiente no se conozcan.		0,5	19%	0,1	0%	0,1	0%	0	0%
Desechos de carácter explosivo que no estén sometidos a una legislación diferente.		0	0%	0	0%	0,	0%	0	0%
Residuos resultantes de las operaciones de eliminación de desechos industriales.		1,1	0%	0,8	0%	2,7	0%	0,5	0%

Peso total de residuos peligrosos y no peligrosos generados en la operación, según tipo y método de tratamiento									
Descripción	Método de aprovechamiento	2014		2015		2016		2017	
		Ton Gen	%						
Desechos que tengan como constituyentes: Telurio, compuestos de telurio.		0,1	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Desechos que tengan como constituyentes: Cadmio, compuestos de cadmio.		0	0%	0	0%	0,2	0%	0,3	0%
Desechos que tengan como constituyentes: Plomo, compuestos de plomo.	Reciclado o recuperación	33,5	91%	28,9	0%	21,8	90%	6,2	62% ¹⁵
Desechos que tengan como constituyentes: Soluciones ácidas o ácidos en forma sólida.		7,8	0%	0,7	0%	4,5	0%	0,3	0%
Desechos que tengan como constituyentes: Soluciones básicas o bases en forma sólida.		1,1	6%	0,9	0%	1,4	0%		0%
Desechos que tengan como constituyentes: Disolventes orgánicos, con exclusión de disolventes halogenados.		0	0%	0,1	0%	0,3	0%	3	0%
Desechos que tengan como constituyentes: Compuestos organohalogenados, que no sean las sustancias mencionadas en Y39, Y41, Y42, Y43, Y44).		30,1	0%	34,9	0%	40,7	0%	11,9	0%
Desechos resultantes de la producción, la preparación y la utilización de disolventes orgánicos.		0	0%	0	0%	0	0%		0%
Desechos de aceites minerales no aptos para el uso a que estaban destinados.	Reciclado o recuperación	90,4	46%	92,7	0%	87,6	39%	60,4	47%
Mezclas y emulsiones de desechos de aceite y agua o de hidrocarburos y agua.		1,3	0%	1,6	0%	2,8	0%	6,1	0%
TOTAL PELIGROSOS		181,1	43,0%	177,7	43,0%	184,7	35,5%	100,5	36,4%

¹⁵La disminución en el aprovechamiento de los residuos que contienen plomo, se debe a su estado final, lo cual no permite ser recuperado o reciclado para ser utilizado nuevamente u otros fines.

Es importante resaltar que el reúso de los diferentes tipos de residuos, está sujeto al estado y condición final del material de desecho. Por lo tanto, puede ser limitado su aprovechamiento y generar variaciones en la recuperación.

Si bien, el objetivo principal en el manejo integral de residuos está enfocado en reducir, reciclar y reutilizar, también es importante destacar que implementamos una adecuada disposición y tratamiento final de los residuos, buscando la mitigación y disminución de impactos negativos al ambiente. Todo lo anterior, lo soportamos con las actas de tratamiento y disposición final, que entregan los gestores a cada planta productora.

Durante 2017, llevamos a cabo varias acciones para mejorar en términos de la gestión integral de residuos postindustriales:

- Ajustamos las frecuencias de cambio en los filtros de carbón activado, utilizados en el proceso de tratamiento de agua potable, pasando de 1 a 2 años. De esta forma, extendimos la vida útil del insumo, generando un impacto ambiental positivo al reducir la generación de residuos. En total, el consumo fue de 40 toneladas menos respecto al año anterior.
- Implementamos chequeos preventivos en las operaciones para validar el cumplimiento de los lineamientos frente a las especificaciones técnicas de almacenamiento y compatibilidad de los residuos, que derivaron en acciones de mejora en términos de demarcación, orden y aseo de los centros de acopio.
- Participamos activamente en los programas postconsumo definidos a nivel nacional, relacionados con el aprovechamiento de residuos como pilas, baterías, luminarias y aparatos eléctricos y electrónicos. Esto con el fin de ayudar al buen manejo de los mismos y reducir los costos por disposición.
- Realizamos una prueba piloto en la planta Hipinto Piedecuesta para la disposición final de los activos fríos (neveras) que se dan de baja, buscando generar un menor impacto ambiental, al valorizar y aprovechar con terceros los diferentes residuos

generados en el despiece de los equipos. Gracias a sus resultados, buscamos replicar esta iniciativa en todos los centros productores.

- Identificamos aspectos a mejorar que incluyen la implementación de acciones para reforzar el control interno en la generación y clasificación de residuos y la adecuación de las instalaciones de los centros de acopio de nuestras sedes, con el fin de mejorar procesos y buenas prácticas de almacenamiento y clasificación de residuos. De igual forma, realizamos campañas ambientales en manejo de residuos para el personal de todas las plantas productoras a nivel país.

(201-2, 302-1, 302-3, 302-4, POS-18, POS-20, POS-31, 305-1, 305-2, 305-4)

13 ACCIÓN POR EL CLIMA

CAMBIO CLIMÁTICO

El cambio climático es un asunto prioritario para Colombia y el mundo. De igual forma, se convierte en un tema prioritario en nuestra gestión pues sus efectos pueden generar riesgos para el abastecimiento, la operación y la distribución de nuestros productos.

Planear y emprender acciones para adaptarse a sus efectos y contribuir con la mitigación del mismo, asegura la estabilidad económica y social de nuestra compañía.

En concordancia con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 13, que hace referencia a reducir el consumo de energía y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero, asumimos el compromiso de generar ahorros, mitigar los riesgos y proyectar los efectos positivos en el medio ambiente, con lo cual podemos marcar diferencia en el sector de bebidas.

Con el objetivo de lograr un uso cada vez más eficiente de la energía eléctrica, durante 2017 implementamos el Sistema de Gestión Energética, basado en la norma NTC-ISO 50001, que propone un sistema de mejora continua a partir del modelo Planificar, Hacer, Verificar, Actuar (PHVA) para lograr, entre otros, beneficios como el mejoramiento del indicador de rendimiento de energía eléctrica, la disminución del costo por caja producida, la reducción del consumo de energía eléctrica con implementaciones básicas y moderadas e inversiones con alta tasa de retorno, la minimización

del tiempo de detección y corrección de fallas, el aumento de la efectividad de los mantenimientos, el cumplimiento de los requisitos legales, de adhesión y regulatorios¹⁶, y reducir la huella de carbono y las emisiones de gases de efecto invernadero.

El plan en gestión de energía se definió en 2015, para ser desarrollado en varias etapas: estructuración, capacitación, caracterización, implementación del Sistema de Gestión de Energía, identificación y formulación de proyectos de Uso Racional de la Energía (URE).

Durante 2017, con el acompañamiento de la Universidad Pontificia Bolivariana, capacitamos en Gestión y Uso Eficiente de la Energía, al comité interdisciplinario de gestión energética conformado por 15 personas de la Vicepresidencia Técnica; realizamos el primer piloto de caracterización a nivel país en la planta de Postobón Medellín, y trabajamos en las definiciones de las metas para 2018.

Eficiencia energética y fuentes alternativas

En 2017 firmamos con la empresa Celsia, el primer contrato de suministro de energía fotovoltaica para la planta de Postobón Yumbo, con ahorros en costo del kilovatio-hora y reducción de 3.546 Toneladas-año de CO₂.

En el primer semestre de 2018 terminaremos los trabajos de interconexión y pruebas entre la granja fotovoltaica de Celsia y la subestación eléctrica de la planta. Para el segundo semestre se iniciará el suministro de energía equivalente a 9,14 GWh/año.

Adicionalmente firmamos con Empresas Públicas de Medellín (EPM), un contrato de suministro de energía eléctrica a largo plazo (ocho años) con tarifa plana Indexada, para mitigar el riesgo al momento de un fenómeno del Niño y evitar un incremento elevado en el costo del kWh por consumos de energía eléctrica.

OBJETIVOS DE GESTIÓN Y USO EFICIENTE DE LA ENERGÍA



Postobón Medellín

Dar inicio durante el primer trimestre de 2018 a la etapa de identificación y generación de proyectos de ahorro de energía eléctrica.



Hipinto Piedecuesta y Postobón Yumbo

Culminar etapas de estructuración, capacitación y caracterización. Iniciar la etapa productiva de Identificación y Generación de proyectos de ahorro energía.



Gaseosas Lux Bogotá

Implementar las etapas de estructuración, capacitación y caracterización. Proyectar e identificar proyectos asociados para ejecutar en 2019.

¹⁶Ley 1715 de 2014, Ley 697 de 2001 y Decreto 3683, COP 21, entre otros.

Consumo de energía por fuentes fijas (MWH) (302-1)				
Fuente de generación	2014	2015	2016	2017
Electricidad	102.830.271	114.664.346	121.269.758	111.701.311
Gas natural	161.975.794	163.092.605	177.210.492	159.900.943
Fuel oil	0	0	0	0
Diesel	8.224.236	6.697.441	12.960.945	7.220.776
Energías renovables	0	0	0	0
Propano	14.141.431	14.651.804	16.134.353	14.696.297
Gasolina	675.265	1.014.344	1.247.288	1.230.211
Total	287.846.997	300.120.541	328.822.836	294.749.537

Los consumos energéticos reportados corresponden a la sumatoria de los totales para nuestros centros de producción. Los consumos eléctricos incluyen equipos de producción, iluminación, oficinas y montacargas eléctricas. Los consumos de combustibles incluyen consumos de calderas, hornos, estufas, generadores y montacargas.

Los datos fueron obtenidos de las siguientes fuentes:

- Consumos de electricidad: EPM.

- Consumos de combustibles: GNF, EPM, Gases del Caribe.

El consumo de diesel se afecta por factores de uso de plantas eléctricas en las operaciones. Por ejemplo, los cambios en las condiciones climáticas del país en 2017, al salir del intenso calor y del Fenómeno del Niño presentado durante 2016, hace que se tenga mayor disponibilidad y estabilidad en el servicio, disminuyendo el uso de las plantas eléctricas.

La reducción también se debe a mejores prácticas en el uso de los generadores diesel con menores tiempos de uso durante el encendido para el mantenimiento de dichos equipos.

Intensidad energética

El indicador de Intensidad Energética tuvo una reducción de tres puntos, consecuente con las acciones emprendidas para mejorar el rendimiento. La tabla a continuación muestra una evolución histórica, dando cuenta de la reducción en la intensidad energética, consecuencia de la buena gestión.

Intensidad energética				
	2014	2015	2016	2017
Consumo total de energía	287.846.997	300.120.541	328.822.836	294.749.537
Cajas unitarias producidas	211.612.242	389.160.368	412.822.737	379.345.617
Intensidad energética	1,36	0,77	0,80	0,78

Rendimiento de energía (cajas unitarias por kwh de energía)

El indicador de Rendimiento de Energía Eléctrica se calcula mensualmente en todos los centros de producción y se reporta en el tablero de indicadores de la compañía. Este indicador representa el número de cajas unitarias producidas por cada kwh de energía eléctrica. Para determinar el total año, se divide el número de cajas unitarias totales del año entre el consumo de energía eléctrica en kwh totales año.

Para efectos de este informe, se calculó el rendimiento de energía térmica, siguiendo el mismo método del indicador anterior y abarca, también, los combustibles consumidos para generación de energía térmica al interior de las plantas productivas, no se incluye los consumos de vehículos de reparto ni camiones.

	Rendimiento de energía			
	2014	2015	2016	2017
Rendimiento energía eléctrica	3,25	3,36	3,46	3,33
Rendimiento energía térmica	1,82	2,06	1,97	2,07

Se observa un incremento en el rendimiento de energía térmica en 2017 con respecto a 2016, lo cual se traduce como una mejora en los procesos productivos con los combustibles consumidos para generación de energía térmica en las operaciones.

Una de las principales causas es la disminución de la generación de energía eléctrica con plantas diesel en los centros productores, además de menores consumos de gas natural en procesos de calderas por disminución en la cantidad de cajas producidas en 2017.

	Reducción del consumo de energía			
	2014	2015	2016	2017
Porcentaje de reducción en el consumo de energía eléctrica	ND	-10,32%	-5,45%	8,57%
Porcentaje de reducción en el consumo de energía térmica	ND	-0,24%	-10,65%	13,39%

Los resultados del indicador evidencian que 2017 fue un año en el que se presentaron reducciones en el consumo de energía eléctrica y térmica, mientras en los años anteriores el consumo tuvo tendencia a aumentar.

La reducción en 2017 en el consumo de combustibles, para la generación de energía térmica con respecto a 2016, se traduce en una reducción en el porcentaje de consumo de energía térmica. Como ejemplo, para las operaciones, al disminuir la productividad, se reduce el consumo de combustibles como el gas natural, además de lo mencionado en la reducción de consumo en combustible diesel, lo cual impacta directamente y se traduce una disminución del porcentaje en el consumo de energía.

Emisiones directas de gases de efecto invernadero

Para el cálculo de los Gases de Efecto Invernadero (GEI) se utilizó el inventario de Factores de Emisión de Combustibles Colombianos, actualización 2016, suministrado por la UPME en su página web, que incluye una plantilla de cálculo¹⁷.

¹⁷ Esta herramienta en versión web puede ser encontrada en el siguiente link: www.upme.gov.co/Calculadora_Emisiones/aplicacion/calculadora.html

Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) derivadas de la producción*				
Fuente	2014	2015	2016	2017
Gas natural	32.379	32.602	35.424	31.964
Diesel	1.970	1.604	3.104	1.730
Propano	3.553	3.681	4.054	3.693
Gasolina	145	218	268	265
Emisiones fugitivas (pérdidas de CO ₂)	390,10	1.717,46	365,19	557,37
Total emisiones alcance 1	38.437	39.823	43.216	38.208

* En toneladas de CO₂ equivalente.

Para el diesel, las emisiones directas están relacionadas al consumo de éste energético. En 2016 el consumo de diesel fue superior con respecto a 2015 y 2017 lo cual se traduce en mayores emisiones para dicho año, mientras en los años 2015 y 2017 se tuvieron niveles de consumo similares, como se observa en los cuadros de resultados de consumo y emisiones directas.

Para el cálculo de emisiones se incluyeron los gases dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄) y óxido nitroso (N₂O). También se discriminó entre fuentes de emisión fijas y fuentes de emisión móviles.

Para las emisiones fugitivas (pérdidas de CO₂), la volatilidad está relacionada con el rendimiento de CO₂ en las plantas productoras para cada año, valores que son entregados por el sistema SAP, de acuerdo con los consumos teóricos y reales en las operaciones, lo cual se traduce en emisiones por pérdidas de éste gas.

Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero*				
Total emisiones alcance 2	2014	2015	2016	2017
	17.070	19.034	24.133	22.228

*Al generar energía en toneladas de CO₂ equivalente.

Las emisiones indirectas están relacionadas al consumo de electricidad en la compañía. El consumo en las operaciones de 2014 a 2017 se obtiene de los valores facturados a través del contrato de suministro de energía eléctrica que se tiene con EPM

y del cuadro de indicadores técnicos que se actualiza mensualmente con la información de todos los centros de producción.

Con los consumos consolidados por año, se utiliza el inventario de Factores de Emisión de Combustibles Colombianos (FECOC), actualización 2016, suministrado por la UPME en su página web.

	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (305-4)			
	2014	2015	2016	2017
Valor total de emisiones de GEI (Alcance 1 y 2)	55.507	58.857	67.348	60.436
Cajas unitarias producidas	211.612.242	389.160.368	412.822.737	379.345.617
Intensidad de las emisiones	0,03%	0,02%	0,02%	0,02%

Alianza South Pole-Postobón

En 2017 suscribimos con la firma South Pole una alianza para evaluar la factibilidad de proyectos propios con posibilidad de generar reducciones de GEI y acreditarlos para la emisión de bonos de reducción de emisiones.

En el ejercicio hecho con esta firma se evaluaron las siguientes iniciativas:

- Reducción de emisiones por reforestación y deforestación, evitada como resultado de las acciones implementadas por Cuenca Verde.
- Reducción de emisiones por renovación de montacargas y cambio de las mismas a eléctricas o de gas natural.
- Potencial de reducción de emisiones por consumo de energía solar en el centro productor Postobón Malambo, proyecto que se espera implementar en próximos años.

Luego de la evaluación de los proyectos y su reducción real o potencial de emisiones, se concluyó que bajo los escenarios existentes, solo las iniciativas de Cuenca Verde cuentan con condiciones de aplicabilidad para buscar una certificación. Las demás, podrían ser aptas vía ampliación o adaptación.

Esta consultoría constituye la línea base para que desarrollemos un plan de acción fundamentado en el estado actual de las iniciativas que tenemos y la capacidad para potenciarlas o crear otras nuevas.

Fuentes móviles

Nuestra capacidad de distribución está conformada por una flota propia de 2.013 camiones de distintas características, dentro de los cuales sobresalen vehículos con configuración según el Ministerio de Transporte C3S2 (tractocamiones con semirremolques botelleros de dos ejes), C3S3 (tractocamiones con semirremolques botelleros y carrocerías de tres ejes), C2 (camiones sencillos de dos ejes).

La flota de vehículos por tipo de transporte, está dividida en flota de transporte primario (atiende los requerimientos de transporte de materias primas, empaques y producto terminado entre plantas productoras y también entre plantas productoras y distribuidoras) y la flota de transporte secundaria (realiza transporte del producto entre las plantas o centros de distribución y los distintos clientes de la compañía).

Para la gestión de la flota primaria los tractocamiones y algunos semirremolques botelleros, tienen instalados

dispositivos de localización automática de vehículos, con los cuales se obtiene información del motor y de la operación del vehículo.

Las variables más importantes que se extraen a través de los dispositivos son los kilómetros recorridos, el consumo de combustible, el tiempo en mínima o ralenti, el tiempo en crucero, las aceleraciones y frenadas bruscas.

La información recopilada se utiliza para establecer el buen funcionamiento de las unidades y también para consolidar reportes donde se evidencien los hábitos de manejo del conductor, para posteriormente establecer, si opera o no, la unidad de forma adecuada o requiere acompañamiento.

Actualmente, contamos con un programa de incentivos a los conductores que operan el vehículo dentro de los parámetros exigidos por los fabricantes de las unidades y para la compañía.

La flota secundaria se gestiona por medio de indicadores, dentro de los cuales podemos resaltar quejas y reclamos, rechazos de producto y costos de operación de la flota.

Para garantizar la movilidad con altos estándares ambientales, de seguridad, integridad y bienestar, hemos realizado inversiones en equipos de transporte y camiones de reparto que cumplen la norma ambiental vigente en el país (Euro IV) con bajas emisiones de óxido nítrico y material particulado, con carrocerías fabricadas en aluminio 100%, cerradas para garantizar el buen estado del producto al igual que su seguridad.

También, hemos adquirido semirremolques botelleros de última generación con componentes híbridos (acero, aluminio), sistemas de autoinflado, antivolcamiento, rines de disco y rieles logísticos para facilitar el transporte de producto con empaque retornable y no retornable, techo elevadizo y sistema de cerrado de carpa tipo corredera. Implementamos además, un programa de mantenimiento que cumple los estándares de los fabricantes para garantizar la confiabilidad y disponibilidad de los vehículos, soportado en la instalación de los dispositivos de geolocalización.

Renovación de flota y manejo eficiente

En 2017 renovamos 43 montacargas, 34 de ellos de GNV, tres de GLP y seis de gasolina.

Implementamos, también, el Plan Estratégico de Seguridad Vial, el programa de Certificación de Operarios de Montacargas y el Plan Integral de Formación de Conductores, que incluyen, entre otros, programas de conducción eficiente, validación de bachillerato, educación técnica en conducción de vehículo articulado y formación para conducción de tractocamión en fundamento de carga terrestre.

De esa forma, avanzamos en la responsabilidad y compromiso que hemos asumido con el comportamiento en las vías, el cual incluye componentes integrales desde lo técnico y desde la formación de nuestros colaboradores, brindando, además, oportunidades de crecimiento profesional y personal.

Consumo de energía por fuentes móviles

La siguiente tabla muestra el comportamiento en términos de consumo, que han tenido los activos móviles de la compañía que requieren algún tipo de energía.

Consumo de energía por fuentes móviles (302-1)				
Fuente	2014	2015	2016	2017
Electricidad	1.799.315 KWH	1.891.985 KWH	2.115.910 KWH	2.837.830 KWH
Gas natural	443.901 m ³	441.967 m ³	480.726 m ³	315.703 m ³
Fuel oil	No	No	No	No
Diesel (galones)	2.894.102	3.129.984	3.350.952	3.354.890
Energías renovables	No	No	No	No
Propano	1.325.725 kg	1.493.536 kg	1.769.576 kg	1.851.507 kg
Gasolina (galones)	352.296	361.587	409.411	338.484

El Plan de Seguridad Vial

El Plan Estratégico de Seguridad Vial es un instrumento de planificación que contiene las acciones, mecanismos, estrategias y medidas que deben adoptar las diferentes entidades, organizaciones o empresas del sector público y privado existentes en Colombia.

De acuerdo con eso, Edinsa, Postobón empresa y relacionada con nosotros y encargada de la administración y operación de la flota de transporte, se dieron a la tarea de estructurar dicho plan, con lo cual fortalecen su compromiso social, minimizando los riesgos de accidentalidad, promoviendo la cultura de calidad vial.

El propósito de la implementación del Plan Estratégico de Seguridad Vial (PESV) es sensibilizar a los colaboradores internos y al personal externo, frente a los factores de riesgo en la vía y a la creación de una cultura de calidad vial. De esa forma, se pueden lograr objetivos como:

- Generar compromiso permanente para minimizar los riesgos en el transporte de carga.
- Formar y sensibilizar sobre los hábitos seguros en la vía.
- Conservar el medioambiente, controlando, por medio de una conducción eficiente, la emisión de gases y el menor consumo de combustible.
- Disminuir el índice de incapacidades por accidentalidad vial, incrementando la eficacia y productividad.
- Reducir las estadísticas de accidentalidad vial.
- Contribuir a la disminución de muertes ocasionadas por accidentes de tránsito.
- Disminuir los gastos por reparaciones de los vehículos por accidentes en las vías.
- Brindar información sobre los sitios y líneas de atención, en caso de algún accidente vial y atención a víctimas.

En 2017 las fuentes móviles generadas por los activos de la compañía, generaron 44.330 toneladas de CO₂, equivalentes a 14,7 toneladas año por equipo, el número de equipos y el total de emisiones por cada unidad es el siguiente:

Generación de emisiones por tipo de equipo			
Equipos	2017		
	No. Equipos	Total Emisiones CO ₂ (ton)	CO ₂ /Equipo ton/año
Livianos y especiales	486	1.683,7	3,4
Montacargas gasolina	34	1.891,7	55,6
montacargas GLP	265	6.107	23
Montacargas GNV	34	616,2	18,12
Montacargas Eléctricas	92	550,7	5,9
Estibadores Eléctricos	58	14	0,2
Motos	16	7,4	0,4
Reparto	1.824	3.938,65	2,1
Tractocamiones	189	29.519,88	156,1
Total año	2.998	44.330	14,7

Al realizar el análisis de las variaciones de las emisiones de CO₂ de 2017 vs 2016, observamos que se presentó una disminución de 507 toneladas de CO₂ año, equivalentes en porcentaje a una disminución de 1,13%.

Igual sucedió con las toneladas de CO₂ por equipo, las cuales disminuyeron en -0,1 toneladas en cifras absolutas y en porcentaje -0,67%, el detalle del análisis de las variaciones por equipo se detalla en la siguiente tabla:

Variación de las emisiones												
Equipos	2016			2017			Variación 2017-2016 (abs-%)					
	No Equipos	Total Emisiones CO ₂ (ton)	CO ₂ /Equipo ton/año	No Equipos	Total Emisiones CO ₂ (ton)	CO ₂ /Equipo ton/año	No Equipos	Total Emisiones CO ₂ (ton)	co ₂ /equipo/ton/año			
Livianos y especiales	484	1.512,31	3,12	486	1.683,75	3,46	2	0,41%	171	11,34%	0,34	10,88%
Montacargas gasolina	95	2.744,14	28,89	34	1.891,78	55,64	-61	-64,21%	-852	-31,06%	26,75	92,62%
montacargas GLP	207	5.836,84	28,20	265	6.107,08	23,05	58	28,02%	270	4,63%	-5,15	-18,27%
Montacargas GNV	35	938,38	26,81	34	616,24	18,12	-1	-2,86%	-322	-34,33%	-8,69	-32,40%
Montacargas eléctricas	68	407,04	5,99	92	550,7	5,99	24	35,29%	144	35,29%	0	0,00%
Estibadores eléctricos	58	14,02	0,24	58	14,02	0,24	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Motos	49	6,57	0,13	16	7,42	0,46	-33	-67,35%	1	12,88%	0,33	245,69%
Reparto	1.804	4.432,60	2,46	1.824	3.938,65	2,16	20	1,11%	-494	-11,14%	-0,30	-12,12%
Tractocamiones	212	28.944,29	136,53	189	29.519,88	156,19	-23	-10,85%	576	1,99%	19,66	14,40%
Total año	3.012	44.836,2	14,9	2.998	44.330	14,79	-14	-0,46%	-507	-1,13%	-0,10	-0,67%

La metodología de cálculo difiere con respecto a la reportada en el Informe de Sostenibilidad 2016, debido a que se normalizaron los valores teniendo presente los factores de conversión del Anexo Técnico IV del Decreto 926 de junio 20 de 2017 del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Las disminuciones en las emisiones de los montacargas de gasolina de la compañía obedecen a la decisión de realizar conversión de montacargas que operaban con gasolina a GLP.

Por esta razón, aumentan las unidades de montacargas que operan con GLP al igual que las emisiones de estas máquinas en 270 toneladas año (un montacarga que opera con gasolina genera nueve kilogramos de CO2 por galón de combustible, mientras que un montacarga que opera con GLP genera 6,33 kg de CO2 por galón).

Los montacargas que operaron con Gas Natural Vehicular (GNV) disminuyeron las emisiones en 322 toneladas año CO2 debido a una renovación de la flota en 43 unidades. Los nuevos equipos son más eficientes en el uso de combustible (2,42 m³ / hora vs. 4,89 m³ / hora de GNV).

En 2017 se incrementó el número de montacargas eléctricas en 24 unidades, estos equipos generaron 144 toneladas de CO2 año. Un montacargas eléctrico genera 5,99 kilogramos de CO2 x kw hora.

Las motocicletas disminuyeron en 33 unidades, debido a la decisión de venta de estas unidades a terceros.

Aunque en 2017 los camiones de reparto se incrementaron en 20 unidades (pasamos de 1.804 camiones a 1.824), las emisiones de CO2 en toneladas/año disminuyeron en 494, al igual que las emisiones por vehículo (0,30 toneladas año). Lo anterior es resultado del menor consumo de combustible por un uso más racional. Pasamos, además, de un consumo de ACPM en 2016 de 436.560 galones a 387.695 galones en 2017.

Las cifras de camiones de reparto corresponden a los vehículos de servicio de las plantas, porque el suministro es realizado por las distintas sociedades de distribución.

En 2017 los equipos tractocamiión se disminuyeron en 23 unidades, debido a que tomamos la decisión de sacar de operación vehículos con antigüedad cercana a los 20

años. Las emisiones de estos equipos se incrementaron en 576 toneladas año, en porcentaje 1,99%.

Las cifras del consumo de combustible por kilómetro recorrido corresponden a la flota de tractocamiones. En 2017, el consumo de combustible por kilómetro fue de 6,08 (se consumieron 2.931.025 galones y se recorrieron 17.818.904 kilómetros).

En 2016, el rendimiento por kilómetro de combustible fue de 6,05 kilómetros por galón, lo cual implica que se produjo una ligera mejora en el uso de la energía.

Bonos de carbono

Por medio de la firma South Pole, realizamos una compra de bonos de carbono por valor de \$43 millones para compensar 13.464 toneladas de CO2 frente a las 44.330 toneladas emitidas por fuentes móviles.

Entregas (%) en horas valle	
2017	
Número total de entregas	23.415,600
Número de entregas que se realizan horas valle	14.283,516
Porcentaje entregas	61%



Definir una estrategia de disminución de emisiones que nos permita dar cumplimiento a los compromisos de COP 21 de Paris para el año 2030 y adaptarnos a las próximas normas legislativas y regulatorias sobre el tema.



oasis
agua
Ayudar refresca



**Nuestro compromiso
CON LA SOCIEDAD**

Nuestro compromiso CON LA SOCIEDAD

Con los programas de nuestro modelo de sostenibilidad Uno más Todos, aportamos a que Colombia sea un mejor país y avance por el camino de la Paz y el desarrollo humano sostenible”.

Miguel Fernando Escobar Penagos,
Presidente

(413-1)

Tenemos un amplio compromiso con el país. Queremos generar valor para la sociedad y para las comunidades vecinas a nuestras operaciones. Por eso, realizamos importantes inversiones por medio de programas robustos, bajo un enfoque de valor compartido, pero también llevamos a cabo donaciones a otras entidades vinculadas con causas sociales y culturales.

Toda nuestra gestión se enmarca en nuestro Modelo de Sostenibilidad que denominamos Uno más Todos y se articula con las principales políticas públicas de educación, cultura, bienestar y deporte.

De igual forma, contamos con la Fundación Haciendo Equipo de Postobón que promueve, diseña, desarrolla y ejecuta proyectos sociales enmarcados dentro del Modelo de Sostenibilidad de la compañía.

La Fundación es un ente autónomo que recibe donaciones de Postobón y otros aliados, recursos con los cuales desarrolla programas de valor compartido y responsabilidad social.

Para conocer más sobre la Fundación, visite su sitio web www.fundacionhaciendoequipo.com.

		Inversiones sociales (POS-37)			
		2014	2015	2016	2017
Valor de las inversiones en gestión social		\$3.577	\$1.924	\$3.589	\$4.357
Programas de valor compartido		N/D	\$1.850	\$2.118	\$2.445
Donaciones	Dinero	\$8.803	\$5.890	\$4.347	\$6.12
	Especie	N/D	\$585	\$557	\$409

* Cifras en millones de pesos

GESTIÓN DE IMPACTOS EN LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS

Buscamos establecer relaciones duraderas y armónicas con nuestros vecinos, incentivando el progreso de las comunidades donde operamos, por medio de la promoción del desarrollo humano y territorial sostenible.

Queremos que nuestra presencia sea sinónimo de bienestar y progreso. Por eso, implementamos acciones que permitan reconocer las diferentes necesidades, problemáticas, intereses y deseos de la sociedad, para diseñar proyectos, establecer alianzas, crear programas y tomar decisiones que contribuyan a optimizar las condiciones de las regiones.

Sabemos que cualquier tipo de producción industrial genera impactos, positivos y negativos, en las comunidades. Nosotros buscamos mitigar los impactos negativos potenciar los positivos para tener relaciones altamente armónicas con las comunidades.

Dando continuidad al estudio de impacto y tipificación realizado en 2014, en 2016 realizamos un primer ejercicio de socialización de resultados con los centros de trabajo Bello, Piedecuesta, Malambo, Cartagena, Yumbo, Lux, Gascol Centro y Gascol Sur, donde, por medio de un taller, los equipos de ventas y operaciones validaron los temas valorados como críticos, priorizaron otros asuntos derivados de coyunturas locales y plantearon algunas iniciativas para implementar con el acompañamiento de la Dirección de Sostenibilidad.

En 2017 iniciamos la puesta en marcha de los planes de acción con un primer ejercicio en Gascol Sur Bogotá, donde dos de las problemáticas sociales destacadas estaban relacionadas con el empleo y la seguridad.

Para este caso, decidimos llevar la metodología de Fútbol con Corazón, como modelo de intervención comunitaria, buscando promover a través del deporte la formación en valores, el empoderamiento de la mujer y el trabajo en equipo, al tiempo que genera nuevos puestos de trabajo.

Nosotros nos encargamos, entonces, de poner en marcha una escuela de fútbol en la comunidad de la zona de influencia del centro de trabajo Gascol Sur, durante 18 meses, tiempo en el cual capacitamos a cuatro entrenadores y atendemos a 80 niños y niñas. Luego del tiempo de intervención, quedará una capacidad instalada en la comunidad para que funcione de forma autosostenible.

A la fecha, hemos hecho la caracterización de la población, que continuará con el proceso de inscripción y selección de los participantes a principios de 2018.



EDUCACIÓN COMO MOTOR DEL DESARROLLO

La educación es uno de los temas claves para el desarrollo humano sostenible y se ha convertido en un propósito mundial incluido en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, que plantean como desafío para el 2030, garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje para todos (ODS 4).

Con base en ese planteamiento, se espera que los niños y niñas terminen los ciclos de la enseñanza primaria y secundaria, la cual debe ser gratuita, equitativa, de calidad y producir resultados pertinentes y eficaces, propiciando que los jóvenes accedan en condiciones de igualdad a una formación

técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.

Nosotros apoyamos con programas y proyectos varias líneas estratégicas de la Política Educativa Nacional, especialmente en los temas relacionados con el desarrollo de la infraestructura, la cobertura y la calidad. Para esto, enfocamos esfuerzos en proyectos que ayudan a:

- Remover los obstáculos para la cobertura.
- Reducir los índices de deserción escolar causados por la falta de transporte y alimentación.
- Promover la calidad de la educación, mejorando el desempeño de alumnos y maestros.

Agua Oasis, nuestra marca social

El mejoramiento de la calidad de la educación es un pilar fundamental para lograr la transformación del país y el crecimiento de sus habitantes.

Sabemos que, al igual que nosotros, muchas personas desean aportar de alguna forma para lograr ese objetivo. Por esta razón, creamos una plataforma para hacerlo: agua Oasis, una marca social comprometida con la educación.

En 2009 nació la primera agua embotellada del país con el compromiso vitalicio de donar un porcentaje de las ventas para la financiación de iniciativas con el único fin de ayudar a mejorar la calidad educativa.

Desde entonces, Oasis ha contribuido a la financiación de una serie de programas con alto impacto en la educación colombiana.

Durante el último año, la marca destinó cerca de \$500 millones para apoyar los programas operados por la Fundación Haciendo Equipo, y desde su creación, ha aportado más de \$9.000 millones a programas educativos.

En 2017, Oasis estrenó una nueva imagen, saliendo al mercado con botellas donde se muestran imágenes de los niños que han sido beneficiarios de los programas, una presentación que se convierte en agradecimiento a todos los que deciden aportar.

En 2018, la decisión nuestra es la de aumentar el aporte de agua Oasis a la educación. De esa forma, por cada botella vendida, se destinará \$500 para financiar los programas educativos apoyados por la marca. Para conocer más de Oasis, contamos con el sitio web www.ayudarrefresca.com



MiBici Postobón

El tiempo de desplazamiento es una de las principales causas de la deserción escolar en las zonas rurales de Colombia. Ante esa realidad, nos dimos a la tarea de distribuir bicicletas a niños, niñas y adolescentes que diariamente caminan entre 45 minutos y dos horas para ir a la escuela, con un modelo de intervención

basado en la metodología "estudiar para ser dueño" de la fundación World Bicycle Relief, el cual nos permite acompañar por dos años a los beneficiarios, quienes durante ese tiempo "pagan" la bicicleta asistiendo a clases, obteniendo buenas notas y dándole un uso adecuado a la misma.



MiPupitre Postobón

Luego de cuatro años de creado, el programa MiPupitre Postobón ha entregado 21.300 piezas de mobiliario, para beneficio de más de 36.900 estudiantes de nueve departamentos de Colombia.

En este programa, invertimos más de \$2.500 millones y hemos ayudado a la creación de cerca de 60 empleos, gracias al apoyo de un emprendimiento social llamado Proplanet, ubicado en La Estrella, Antioquia, el cual se dedica a la elaboración del mobiliario que entrega el programa.

Asimismo, el programa busca generar impacto ambiental al aumentar los volúmenes de recolección y recuperación de envases Tetra Pak, haciendo cada vez más atractivo este material para el sector reciclador. MiPupitre Postobón ha permitido reciclar 758 toneladas de envases de Tetra Pak, equivalentes a 13 millones de cajitas convertidas en mobiliario escolar.

En 2017 apoyamos a 6.045 niños, niñas y adolescentes con 4.466 piezas de mobiliario escolar en Cartagena, Sesquilé, Piedecuesta, Montería, Yumbo, Ayapel y Malambo.

107

Millones de cajitas de Tetra Pak convertidas en pupitres

9

departamentos impactados

Hemos entregado

21.300

piezas de mobiliario para beneficio de 36.900 estudiantes

\$2.600

millones invertidos desde la creación del programa

En 2017 beneficiamos a

6.045

estudiantes con 4.466 piezas de mobiliario

Concurso Nacional de Cuento

Agua Oasis fue el gran patrocinador del Concurso Nacional de Cuento RCN-Ministerio de Educación en 2017.

Este concurso tiene como objetivo promover la escritura creativa de los niños y jóvenes desde el ejercicio de la reflexión crítica y la interpretación de la realidad. Además de promover la participación de los estudiantes del país, el concurso ha brindado a herramientas pedagógicas y didácticas a cientos de docentes por medio de talleres y laboratorios de escritura creativa.

En esta versión del concurso, participaron 21.991 niños y jóvenes de 1.081 Instituciones Educativas ubicadas en 657 municipios del país. 25 de ellos fueron ganadores y recibieron el reconocimiento en el marco del Hay Festival, realizado en Cartagena en enero de 2018.

Proyecto social Kufu

EL proyecto social Kufu fue una actividad que desarrolló la compañía en La Guajira, bajo el marco de los focos de actuación Buen Vecino y Hábitos de Vida Responsables, de su modelo de sostenibilidad.

El objetivo de KUFU fue contribuir al bienestar de los niños y niñas de la región, mediante la promoción de estilos de vida saludables, acompañados por la donación de una bebida fortificada con vitaminas y minerales que, según la Resolución 333 de 2011 del Ministerio de la Protección Social, al contener un 20% de micronutrientes adicionados, puede denominarse como excelente fuente de micronutrientes, entendidos como vitaminas y minerales.

El proyecto tuvo dos componentes de intervención. El primero, la entrega gratuita durante seis meses de la bebida fortificada en micronutrientes. Entre julio y diciembre se entregaron dos raciones de la bebida a 3.125 niños en las instituciones seleccionadas como acompañantes de la merienda y el almuerzo. En total, se entregaron más de 600.000 raciones. El segundo, la promoción de hábitos de vida saludables y estilos de vida activos. La intervención estuvo orientada por un enfoque basado en la entrega de información, la participación comunitaria y la formación de capacidades en los niños, niñas, padres de familias y docentes, para que, de esa forma, se obtuviera como resultado la creación de hábitos de vida saludables.

Por tratarse de un proyecto social de carácter integral, celebramos una alianza con Fucolde, entidad creada por la Fundación Panamericana para el Desarrollo (Fupad). El objetivo de la alianza fue hacer seguimiento a la entrega de la bebida y desarrollar actividades de promoción de hábitos de vida activos y responsables, por medio de talleres y procesos de formación con los niños, padres de familia y directivas de las instituciones, así como los líderes de la comunidad.

Luego de la intervención, estos fueron los principales resultados:

3.125 niños y niñas acompañaron su refrigerio con bebidas con alta fuente de micronutrientes, además, desarrollaron capacidades y hábitos para el autocuidado.

291 padres de familia se formaron con herramientas y conocimientos prácticos para contribuir a una vida saludable en sus hogares y para tomar mejores decisiones en materia de alimentación e hidratación.

Además, los niños y niñas desarrollaron capacidades y hábitos de autocuidado impartidas por sus padres.

Las instituciones educativas adoptaron acciones encaminadas a generar entornos saludables a través del reciclaje y el aprovechamiento de botellas y cajas en embellecimiento y ornato.



**Nuestro
RETO**

Fortalecer nuestro compromiso con la educación y hacer de ella la mejor herramienta para que miles de personas se tomen la vida.



**Nuestra
META**

En 2018, apoyaremos a cerca de 10.000 personas con nuestros programas de educación.

Para 2024, apoyaremos a cerca de 90.000 personas con programas educativos.

Litros que Ayudan

Litros que Ayudan es la primera plataforma virtual para donar agua y hacer efectiva la solidaridad de los colombianos en momentos de emergencias y crisis por desabastecimiento.

La plataforma funciona en alianza con la Cruz Roja Colombiana y cuenta con el apoyo de Place to Pay, lo cual hace posible contar con aliados para cumplir con el objetivo que nos propusimos al crearla: hacer altamente efectiva la solidaridad de los colombianos.

El programa funciona como una gran bolsa virtual que recibe los aportes voluntarios de la comunidad. Nosotros los convertimos en litros de agua y por cada litro donado, adicionamos un 25% haciendo que la solidaridad se multiplique.

Cuando se presenta una emergencia por desabastecimiento o necesidad de agua, la cual es declarada por la Cruz Roja Colombiana, nosotros activamos el proceso de producción y entrega, asumiendo los costos logísticos asociados.

Durante 2017, se recibieron donaciones de 4.999 colombianos por \$353 millones. Con ello, pudimos atender seis emergencias: la avalancha en Mocoa, las inundaciones en Manizales y Corinto, Cauca, y las emergencias en El Retén y Fundación, Magdalena.

En total, fueron entregados 229.665 litros de agua, de los cuales 172.249 litros fueron donados por los colombianos y 57.416 litros por nosotros, beneficiando a 114.832 personas.

La plataforma está permanentemente activa en www.litrosqueayudan.com y recibe donaciones durante todo el año con el objetivo de tener recursos disponibles para atender rápida y oportunamente cualquier situación de crisis.

Donación a bancos de alimentos

Durante el año entregamos 559.833 unidades de producto por valor de \$409 millones que beneficiaron a 158.243 personas en 303 municipios.

Voluntariado corporativo

Con el objetivo de contar con una propuesta que permita contribuir al desarrollo de nuestros colaboradores en el ámbito social, aumentar su sentido de pertenencia

y generar al mismo tiempo un impacto significativo en las comunidades y el país, iniciamos la estructuración del modelo de voluntariado, como parte de un trabajo conjunto entre la Vicepresidencia de Gestión Humana y La Fundación Haciendo Equipo.

Actualmente, el proceso se encuentra en la etapa de definición del marco de actuación, y se proyecta iniciar con pilotos de puesta en marcha durante el primer semestre de 2018.

Iniciativas de Paz y reconciliación

El momento histórico por el que atraviesa Colombia exige que cada actor en el escenario de país reflexione e identifique su papel frente a las necesidades que acarrea una sociedad en posconflicto.

La vulnerabilidad de muchos territorios, la falta de tejido social sólido y la ausencia de oportunidades económicas, son algunos de los factores que facilitaron que ciertas regiones del país se constituyeran en centros de desarrollo del conflicto.

Por lo tanto, transformar estos espacios en escenarios de reconciliación, requiere pensar desde las dinámicas propias del territorio, empoderar a las comunidades y focalizar recursos que permitan identificar y potenciar sus propias capacidades.

El sector privado, como dinamizador de la economía, debe ser un aliado estratégico del Estado en este proceso. Las empresas deben generar y direccionar acciones hacia los territorios donde puedan contribuirle, de manera competitiva, a las economías locales más estáticas. Pero estas acciones, lejos de ser filantrópicas o paternalistas, deben ser consecuentes con su saber hacer y sus operaciones regulares y deben tener sentido para las comunidades, de manera que por convicción se involucren en su propio desarrollo.

Nosotros reconocemos el papel y la responsabilidad que podemos asumir con actuaciones en el proceso de reconstrucción del tejido social e implementamos acciones fundamentadas en la creencia de que para que exista Paz en Colombia, debemos generar aportes a partir de una agenda que incluya de forma

explícita, el fortalecimiento de la competitividad del sector rural y agrícola y la creación de oportunidades laborales y económicas que promuevan una cultura de la formalidad.

Bajo este racional, hemos identificado dos etapas en nuestra cadena de valor desde las cuales podemos contribuir directamente al desarrollo: desde el abastecimiento, obteniendo las frutas para la elaboración de nuestros jugos de pequeños agricultores mediante modelos inclusivos, fomentando el retorno y la permanencia en el campo a partir de la generación de condiciones dignas y estables de empleo; y desde la distribución y comercialización, apoyando la creación de microfranquicias cuyo objeto de negocio esté relacionado con el nuestro. Con ambos enfoques, promovemos la asociatividad, fomentamos la solidaridad, buscamos objetivos comunes y trabajo en equipo, asuntos claramente necesarios para llegar a la reconciliación.



En 2018 apoyaremos a cerca de **3.000 personas vulnerables y víctimas del conflicto**, con proyectos como Hit Social Postobón y el programa de microfranquicias. Además, focalizaremos nuestras acciones de educación en las llamadas Zonas Más Afectadas por el Conflicto Armado (Zomac)

Una ventana para soñar

Apoyamos la iniciativa Una Ventana para Soñar, la cual fue promovida por la corporación Reconciliación Colombia, entidad de la cual somos socios fundadores, la cual busca identificar, acompañar y fortalecer emprendimientos desarrollados por la población afectada por el conflicto armado.

Una ventana para soñar fue la primera feria virtual de emprendimiento diseñada en Colombia y contó con el liderazgo de Google para su estructuración tecnológica.

En ella, las víctimas y las personas en proceso de reintegración se podían apropiar de competencias en administración y gestión, además de empoderarse en el uso creativo de Tecnologías de la Información y la

Comunicación (TIC), para mejorar sus oportunidades de generación de ingresos y de formación.

Fueron más de 100 personas beneficiadas, que participaron en la fase de formación en temas como marketing digital, manejo de redes sociales, administración de contenidos, uso de plataformas virtuales, uso de herramientas de edición de imagen y otros recursos online, innovación y liderazgo empresarial.

En total, participaron más de 100 iniciativas en la primera edición de este programa. Para consultar más sobre la iniciativa, visita el sitio web www.unaventanaparasonar.com



Tenemos el compromiso de gestionar el talento humano en toda su dimensión.

Nuestra gente se diferencia por vivir ampliamente los valores corporativos y vibrar con la mística que proyecta la compañía.



Capital HUMANO

Compromiso CON NUESTRA GENTE

Ofrecer a nuestro equipo humano una opción laboral que propicia y facilita su desarrollo, crecimiento profesional y económico, es algo que tenemos claro.

Nuestros colaboradores hacen posible el logro de las metas que nos proponemos y son ellos quienes con su talento, soportan la consolidación de la organización para mantener su sitio de liderazgo en la industria de bebidas.

Nuestra estrategia se apalanca en las capacidades de la gente y por esa razón, nuestro modelo de gestión humana está centrado en una propuesta de valor que incluye estabilidad laboral, condiciones adecuadas para el trabajo y sobre todo, un ambiente que posibilita el desarrollo personal y profesional.

Somos una organización que vive en constante aprendizaje, donde reconocemos el valor del talento de las personas que conforman nuestro equipo de trabajo, para lograr resultados superiores y evolucionar positivamente.

NUESTRO MODELO DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

La estrategia corporativa y competitiva involucra procesos que buscan la gestión del capital humano. Esto hace referencia no solo a la forma como planificamos y organizamos el equipo humano en términos de capacidades organizacionales, sino también a los procesos de aprendizaje organizacional a través de programas como la Universidad Postobón, herramienta para la gestión del conocimiento en el mundo de las bebidas, y las acciones que desarrollamos para atraer y retener el talento que necesitamos.



“Acompañamos a las personas para que crezcan integralmente y contribuyan con el logro de los objetivos corporativos. Esto lo hacemos sobre tres pilares: el fortalecimiento del desempeño individual y grupal, su calidad de vida y su productividad”.

**Juan Guillermo Palacio M.,
vicepresidente Gestión Humana**

Movilizamos la cultura organizacional, privilegiando aquellos valores que nos identifican y diferencian: Vivimos por el respeto a nuestra gente, para ser ejemplo de integridad, para trabajar en equipo por un mismo reto, para tomarnos la vida, para ganar, para marcar la diferencia y para dejar huella. Adicionalmente, fortalecemos el clima organizacional adecuado como un elemento fundamental de la motivación.

(102-7, 102-8, 405-1, 401-1, POS-32, POS-33, POS-34, 401-3, 202-2)

Generación de empleo

Nuestro negocio es fuente permanente de oportunidades laborales en todos los niveles contribuyendo así con el mejoramiento de la calidad de vida de miles de personas. Además, nuestra capacidad de generar empleo nos lleva a impactar positivamente en el desarrollo del país y en el fortalecimiento de su fuerza laboral.

Nuestros colaboradores cuentan con todas las condiciones laborales, son justamente remunerados, tienen protección a sus derechos y ejercen sus funciones en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad.

Número de empleados (102-7, 102-8 405-1)						
Categoría laboral	2015		2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Directos						
Fijo	790	219	834	281	912	197
Indefinido	5.812	1.429	6.503	1.664	6.273	1.850
Obra o labor (a través de temporales)	1.376	125	1.333	132	953	345
Aprendices SENA - Universitarios	138	180	150	225	254	94
Total	8.116	1.953	8.820	2.302	8.392	2.486
	10.069		11.122		10.878	
Indirectos (sin especificación de género)						
Distribuidores	2.763		2.893		4.972	
Contratistas	1.841		2.236		1.863	
Total	4.604		5.129		6.835	
TOTAL GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES LABORALES	14.673		16.251		17.713	
Incremento con respecto a año anterior	N/D		11%		9%	

	Contrataciones y rotación		
	2015	2016	2017
Número de contrataciones	3.474	4.402	3.849
Índice de contrataciones	34,5%	39,6%	35,4%
Rotación media	31,7	35	36,8

Los cargos operativos y de jornadas nocturnas tienen altos niveles de rotación, la cual se interpreta dada la complejidad de labores.

Edad de los colaboradores						
Edad	2015		2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Hasta 25 años	1.139	380	1.258	420	1.153	344
Entre 26 y 30 años	1.938	569	2.141	629	2.019	605
Entre 31 y 40 años	3.189	687	3.523	759	3.295	1.024
Entre 41 y 50 años	1.270	209	1.403	231	1.302	339
Más de 50 años	580	108	641	119	624	174

Antigüedad de los colaboradores						
Edad	2015		2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menos de un año	2.879	743	3.180	821	2.170	846
Entre 1 y 5 años	3.573	855	3.947	944	3.973	1.036
Entre 6 y 10 años	1.057	250	1.168	276	1.569	429
Entre 11 y 20 años	330	66	365	73	415	97
Más de 20 años	277	39	306	43	265	78

Nivel de escolaridad						
Nivel educativo	2015		2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Primaria	104	42	115	46	108	53
Bachiller	6.828	1.462	7.542	1.615	7.060	1.861
Técnico	582	181	643	200	602	230
Estudiante universitario	246	74	271	82	254	94
Profesional	356	195	393	215	368	248

Niveles de reincorporación al trabajo y de retención luego de licencia de maternidad o paternidad						
	2015		2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Empleados que tuvieron derecho a licencia	254	128	315	109	357	143
Empleados que ejercieron el derecho a licencia	254	128	315	109	357	143
Empleados que se reincorporaron al trabajo después de finalizar la licencia	254	128	315	109	357	143
Empleados que se reincorporaron al trabajo después de finalizar la licencia y conservaron su empleo por más de un año	232	95	263	87	329	117
Índice de reincorporación al trabajo	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Índice de retención	90,5%	74,2%	83,5%	79,8%	92,2%	81,8%

Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas

100% de los directivos de donde se realiza la operación pertenecen a las comunidades locales.

(405-2, 202-1, 401-2)

Remuneración y reconocimiento

Nuestro sistema de compensación es fijo para el 60% del personal activo y no está atado a resultados de gestión. Los beneficios extralegales de orden económico se regulan mediante pacto colectivo.

En los cargos de orden comercial, específicamente relacionados con ejecutivos y representantes de ventas, contamos con un sistema de remuneración fijo-variable donde el 60% del ingreso se genera por concepto de comisiones e incentivos. Las métricas utilizadas en sistema obedecen a volúmenes de venta frente a un presupuesto. Este sistema beneficia a un total de 3.500 empleados.

Relación entre el promedio salarial de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría laboral (405-2)

Categoría laboral	Promedio Salarial							
	2014		2015		2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Aprendiz	\$616.000	\$616.000	\$644.350	\$644.350	\$689.455	\$689.455	\$737.717	\$737.717
	Relación		Relación		Relación		Relación	
	1		1		1		1	
Empleados salario comisión	N/D	N/D	\$1.681.000	\$1.652.000	\$1.813.464	\$1.768.477	\$1.930.690	\$1.919.080
	Relación		Relación		Relación		Relación	
	N/D		1		1		1	
Empleados salario fijo	N/D	N/D	\$2.123.000	\$2.018.000	\$2.211.409	\$2.248.432	\$2.745.486	\$2.658.219
	Relación		Relación		Relación		Relación	
	N/D		1		1		1	
Personal operativo	N/D	N/D	\$1.639.217	\$1.605.097	\$1.779.488	\$1.704.226	\$959.526	\$951.507
	Relación		Relación		Relación		Relación	
	N/D		1		1		1	
Dirección general	N/D	N/D	\$31.862.000	\$21.000.000	\$35.164.000	\$33.500.000	\$41.905.556	\$32.333.333
	Relación		Relación		Relación		Relación	
	N/D		1,5		1		1,3	

Relación entre salario base de la compañía y salario mínimo legal vigente

Descripción	2014	2015	2016	2017
Salario base de la compañía	\$617.000	\$648.000	\$694.000	\$743.000
SMLV	\$616.000	\$644.350	\$689.455	\$737.717
Relación	1	1	1	1

Prestaciones sociales				
	2014	2015	2016	2017
Valor primas	N/D	\$9.932	\$13.878	\$16.718
Descripción primas	N/D	Prima extralegal junio Prima extralegal diciembre	Prima extralegal junio Prima extralegal diciembre Prima vacaciones	Prima extralegal junio Prima extralegal diciembre Prima vacaciones
Valor auxilios	N/D	\$1.393	\$1.772	\$2.252
Descripción auxilios	N/D	Auxilio educación Auxilio lentes Auxilio jubilación Auxilio muerte Auxilio invalidez Auxilio matrimonio Auxilio maternidad Auxilio extralegal transporte	Auxilio educación Auxilio lentes Auxilio jubilación Auxilio muerte Auxilio invalidez Auxilio matrimonio Auxilio maternidad Auxilio extralegal transporte	Auxilio educación Auxilio lentes Auxilio jubilación Auxilio muerte Auxilio invalidez Auxilio matrimonio Auxilio maternidad Auxilio extralegal transporte

*Cifras en millones de pesos.

(404-3, 403-4 POS-27)

Desempeño y contribución a los objetivos estratégicos

Contamos con un Sistema de Desempeño y Contribución Individual, que llamamos SUMMA. Su objetivo es asegurar la consecución de los resultados del negocio por medio de la concertación de objetivos individuales, el fortalecimiento de una cultura de medición y la retroalimentación permanente entre jefe y empleado.

SUMMA es un sistema integral que permite no solo gestionar el nivel de desempeño de las personas por su contribución con objetivos y metas, sino también el nivel de competencias que se requiere en cada uno de los cargos y los objetivos individuales de desarrollo que tanto el jefe como empleado identifican.

Durante 2017, implementamos el sistema e iniciamos con 573 personas que tienen responsabilidades asociadas a liderazgo de equipos de trabajo y procesos.

(102-41, 403-4)

Derechos laborales

Nuestra política de empleo se fundamenta en uno de nuestros valores corporativos: vivimos por el respeto a nuestra gente.

Respetar la dignidad y la integridad de las personas, así como los compromisos con los grupos de interés y la sociedad, es clave en nuestro trabajo. Valoramos

la diferencia y construimos relaciones de confianza basadas en el buen trato. De esta forma, la igualdad de oportunidades, la equidad de género, la satisfacción laboral y el sentido de pertenencia se convierten en elementos propios de la cultura corporativa de Postobón.

En los procesos de selección, somos incluyentes y respetuosos de la diversidad en cuanto a género, raza u origen de las personas que participan para la ocupación de vacantes.

Contamos con 10 personas con discapacidad declarada, que laboran en la compañía y otras 400 identificadas con algún tipo de limitación, para las cuales buscamos mantener su estabilidad laboral y su calidad de vida en el trabajo, permitiéndoles ser verdaderamente productivos y contribuir, de esa forma, a su realización como personas y a los objetivos de la compañía.

En 2017 nos unimos a la fundación Best Buddies (Amigo del Alma), para trabajar por la integración social y laboral de las personas con discapacidad intelectual, e impulsar así su participación social y educativa. Con este tipo de oportunidades abrimos la puerta a generar mayores posibilidades y mejorar la calidad de vida de muchas personas, permitiéndoles que desarrollen las herramientas necesarias para integrarse a la sociedad y sostener un empleo productivo.

Por otra parte, siempre hemos sido respetuosos del derecho de libre asociación y negociación colectiva. Bajo ese criterio, firmamos convenciones colectivas de trabajo con las organizaciones sindicales Sinaltrainbec y Asontragaseosas. Igualmente, hemos atendido negociaciones colectivas con la organización sindical Sinaltrainal, así como

llevar a buen término laudos arbitrales suscritos con Sinaltrainbec y Unisintragal.

De otro lado, suscribimos pactos colectivos de trabajo con colaboradores no sindicalizados, en donde damos estricto cumplimiento a lo acordado, sin que se haya dado motivo a reclamaciones administrativas o judiciales.

Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos				
	2014	2015	2016	2017
Número de empleados cubiertos por convenios colectivos	N/D	6.079	8.325	8.457
Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	N/D	60%	75%	78%

(403-1, 403-2)

Salud y seguridad

La salud y la seguridad de nuestros colaboradores son un eje primordial. Esto nos permite gestionar y contrarrestar los riesgos en nuestros procesos, con el fin de evitar la materialización de los mismos.

Sin embargo, en aquellos casos en los que pese a estos esfuerzos se han materializado, afectando la integridad o la salud de los empleados, hemos hecho análisis y establecido controles para disminuir la probabilidad de que ocurran de nuevo por las mismas causas, aunque también somos conscientes que existen otros peligros sobre los cuales carecemos de injerencia, como el riesgo público y de tránsito, en donde son los terceros quienes pueden afectar a nuestros colaboradores.

Hemos recorrido un camino importante con la implementación y consolidación de la estrategia Misión Cero, la cual se encuentra apalancada en el autocuidado, es decir, en el compromiso de cada uno de los colaboradores y equipos de trabajo para asumir conscientemente acciones de prevención y control de los riesgos de salud y seguridad en el trabajo, extendiéndolas a sus familias y a los miembros de la comunidad.

Esta estrategia tiene como base un compromiso: "cuidate, que yo te cuidaré". Si cada colaborador

se cuida, pues también estará cuidando a sus compañeros de equipo.

Esta estrategia nos ha permitido tener un contacto más cercano con las realidades de nuestros empleados y gestionar así, un mayor número de acciones preventivas mediante Reportes de Condiciones Peligrosas, para la mitigación o eliminación de los riesgos (en el mejor de los casos), logrando controles más efectivos.

Contamos con líderes del programa Misión Cero en las cinco regionales, trabajamos de la mano con nuestra Administradora de Riesgos Laborales (ARL), para manejar de forma más apropiada los casos de salud y constituimos Brigadas de Emergencias de los centros de trabajo, brindando capacitación a sus integrantes para el desarrollo de habilidades que les permitan estar preparados ante posibles emergencias.

Además, cada centro productor y los tres CEDI de mayor tamaño (Itagüi, Madrid y Zapaquirá), cuentan con Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST), donde participa en promedio el 10% del personal activo de cada uno de ellos.

Los resultados de Misión Cero comienzan a ser evidentes, dados los indicadores de salud y seguridad en el trabajo de 2017, que demuestran una disminución en la tasa de accidentalidad nacional del 11,6% en comparación con 2016.

Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo ¹⁸				
Regional	2016		2017	
	Tasa de lesiones			
Antioquia	N/D		9,1	
Occidente	N/D		13	
Centro	N/D		8,3	
Costa	N/D		11,4	
Oriente	N/D		12,4	
Principales causas de los incidentes: Accidentes de tránsito, contacto con elementos y golpes contra objetos.				
Número de trabajadores que presentaron enfermedades profesionales				
Regional	2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Antioquia	0	0	0	0
Occidente	1	0	1	0
Centro	1	0	3	0
Costa	0	1	3	0
Oriente	1	0	0	0
Promedio de días perdidos				
Regional	2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Antioquia	2.798	532	3.095	486
Occidente	1.616	417	1.588	558
Centro	3.555	415	3.313	448
Costa	4.430	530	4.339	1.797
Oriente	983	115	1.267	160
Tasa de ausentismo				
Regional	2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Antioquia	0,5%	0,2%	0,5%	0,3%
Occidente	0,4%	0,5%	0,4%	0,6%
Centro	0,4%	0,2%	0,4%	0,2%
Costa	0,9%	0,5%	1%	1,3%
Oriente	0,3%	0,1%	0,4%	0,1%
Número de víctimas mortales				
Regional	2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Antioquia	N/D	N/D	1	0
Occidente	N/D	N/D	0	0
Centro	N/D	N/D	0	0
Costa	N/D	N/D	1	0
Oriente	N/D	N/D	0	0

¹⁸La extracción de datos para los indicadores de los años 2014, 2015 y 2016 es compleja debido a cambios en la fórmula de consolidación, por tanto no es factible tener un dato para efectos comparativos.

Retos para 2018

En 2017 documentamos e implementamos de forma parcial un programa de manejo seguro de montacargas, con el fin de desarrollar controles operativos y formar en competencias a nuestros operadores, permitiéndoles contar con mayores niveles de conciencia frente a los riesgos y disminuir consecuentemente su probabilidad de materialización. En 2018, nos propusimos llevar a cabo acciones transversales con colaboradores y contratistas para la gestión integral de los riesgos laborales, buscando reducir la accidentalidad en un 20%, mediante la continuación de Misión Cero y la implementación del Plan Estratégico de Seguridad Vial-Misión Cero en la vía.

Además, gestionaremos los factores de riesgo asociados a las enfermedades laborales, mediante la actualización de sistemas de vigilancia epidemiológica de la compañía e implementaremos el programa de factores psicosociales para la intervención de los factores intralaborales (según medición).

(404-1, 404-2, POS-26, POS-39)

Planes de carrera y formación

Nuestra estrategia corporativa establece retos importantes con relación al talento humano, asociados al desarrollo de nuevas capacidades para el

cumplimiento de objetivos, siendo el conocimiento, un factor determinante para el aprendizaje organizacional.

De acuerdo con lo anterior, no solo debemos asegurar el conocimiento central de la compañía, sino también ciertas capacidades en las personas y los equipos. Al ser ambos claves para la sostenibilidad y el crecimiento, es necesario fortalecer una cultura de constante aprendizaje.

Conscientes, entonces, de la obligación que tenemos de formar a nuestro talento humano como condición para la generación de altos niveles de desempeño y productividad, con el liderazgo de la Vicepresidencia de Gestión Humana y el apoyo permanente de la Presidencia, creamos la Universidad Postobón, un espacio propicio para la construcción y el fortalecimiento de competencias técnicas y humanas, que contribuye al mejoramiento continuo de la organización.

La Universidad Postobón busca integrar y administrar el conocimiento del mundo de las bebidas y pretende elevar la formación como base de crecimiento sostenible a la categoría de variable estratégica.



Escuelas temáticas de la Universidad Postobón	
Escuela Técnica	Busca ayudar a mejorar el desempeño y optimizar los costos, mejorar la cultura operativa y producir con calidad y oportunidad. Aquí se concentra todo el conocimiento de producción, calidad, mantenimiento maquinaria e I+D.
Escuela Comercial	Desarrolla contenidos relacionados con ventas, canales, trade marketing, servicio al cliente y la implementación de activos y equipos en el mercado.
Escuela Logística y Distribución	Incluye todo lo relacionado con almacenamiento, planeación de la cadena de suministro y distribución de la compañía, buscando aportar al mejoramiento de los niveles de servicio, costo logístico y productividad.
Escuela de Administración y Humanidades	Reúne los temas de las disciplinas relacionadas con administración, finanzas y temáticas transversales y corporativas que fortalecen la estrategia de la compañía.

Asimismo, afianzamos la relación y definimos convenios con 17 Universidades reconocidas en el país por su gestión académica, administrativa y calidad en educación y con el SENA, como operador clave en la cualificación y certificación de normas de competencias, programas técnicos y tecnológicos y convenios de educación continua especializada que articulamos con nuestras escuelas formativas.

También llevamos a cabo un proceso para el mejoramiento del estilo de liderazgo y dirección de la organización. En este proceso participan 310 líderes de la compañía quienes por medio del programa de liderazgo Nuestra Esencia, fortalecieron sus

competencias y capacidades para el manejo de equipos de trabajo.

Nos propusimos convertir la gestión del conocimiento en un activo estratégico, desaprender y reaprender capacidades específicas y desarrollar otras para innovar en nuevos retos de la compañía, asegurar personal competente para soportar la estrategia de crecimiento y construir rutas de desarrollo personal y planes individuales de desarrollo y eso lo logramos con nuestra Universidad Postobón, en la que formamos a personas que marcan la diferencia, que están comprometidas con el corazón y con la mente porque aman lo que hacen.

Promedio de horas de capacitación por empleado								
Categoría laboral	2014		2015		2016		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Directo	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	5.416	956
Temporal	N/D	N/D	N/D	N/D	ND	N/D	1.663	144
Aprendiz	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	180	250

Empleados promovidos durante el año			
2014	2015	2016	2017
N/D	369	384	199

Beneficiados con programas de gestión de habilidades y formación continua

Somos conscientes de la necesidad de formación continua para los colaboradores. En ese sentido, patrocinamos y financiamos programas de formación continua en universidades y centros de estudio de alto nivel. En 2017, le permitimos a 62 colaboradores hacer efectivo este tipo de apoyo.

Beneficiados con becas y financiación

Contamos con una alianza con el fondo para la educación superior Lumni, en la cual financiamos estudios de pregrado, especializaciones y maestrías que estén enfocadas desde los planes de desarrollo individual.

De igual forma, contamos con una serie de becas de la Universidad Eafit que han sido determinadas para programas asociados a las necesidades estratégicas de la compañía, las cuales se manejan como parte de la oferta académica de la Universidad Postobón.

(POS-25)

Calidad de vida y bienestar laboral

Realizamos una medición de factores psicosociales con 7.368 empleados, buscando revisar y evidenciar situaciones de riesgo y tener un punto de referencia para poder emprender acciones, al tiempo que damos cumplimiento a los requerimientos de ley.

Adicionalmente, en el segundo semestre del año llevamos a cabo una encuesta de clima organizacional que fue aplicada a 6.798 personas en todos los centros de trabajo, donde se evidenciaron niveles del 78% de percepción positiva.

De acuerdo con los resultados de ambos ejercicios, definimos un plan de acción enfocado en tres temas: continuar fortaleciendo el estilo de dirección y liderazgo, robustecer el sistema de aprendizaje por medio de la Universidad Postobón y acompañar y desarrollar los sistemas internos de comunicación y su efectividad en la relación jefe- colaborador, entre pares y áreas de trabajo.

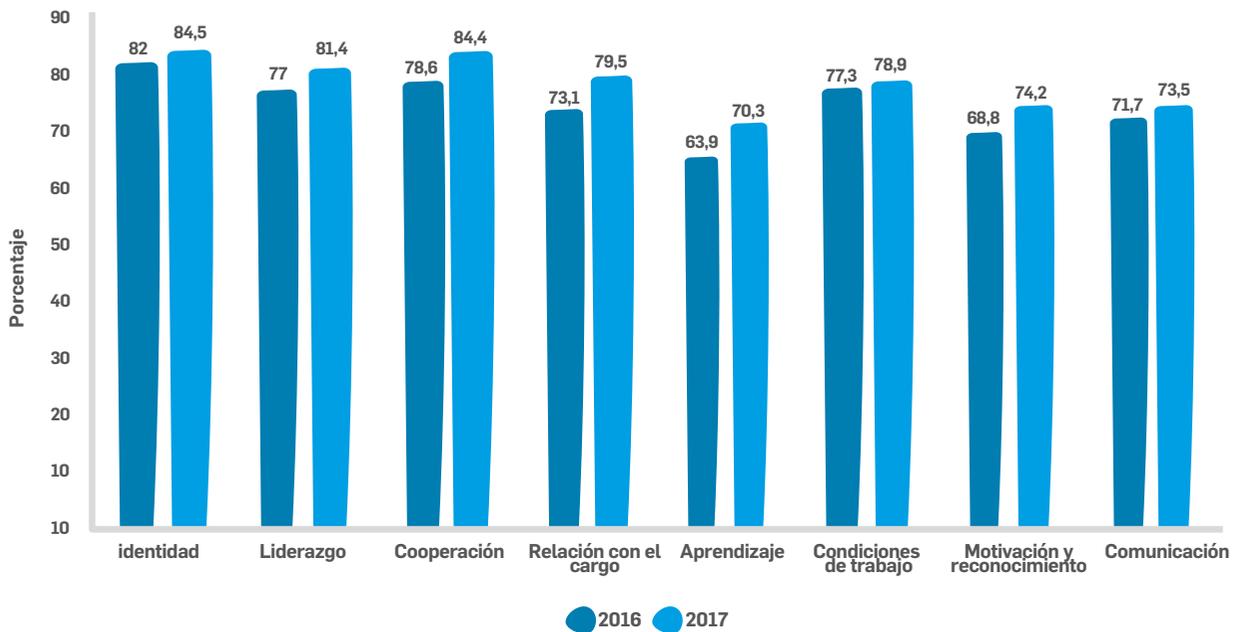
Las acciones implementadas durante el año para incrementar la calidad de vida y el bienestar laboral, se focalizaron desde formación y desarrollo, capacitando y acompañando a los empleados en diferentes programas que impactaran la calidad de vida, sus condiciones de trabajo respecto a la relación con jefes y compañeros, adecuación de lugares de trabajo, revisión y ajuste de perfiles ocupacionales para distribución de la carga laboral y acompañamiento a los diferentes equipos, apoyando su relacionamiento e interacción, consolidando toda la estructura y dinámica del estilo de dirección, desde el programa de formación de líderes, llamado Nuestra Esencia.



POS-25 Resultados de la medición de clima organizacional



Oficina Central



Nuestro RETO

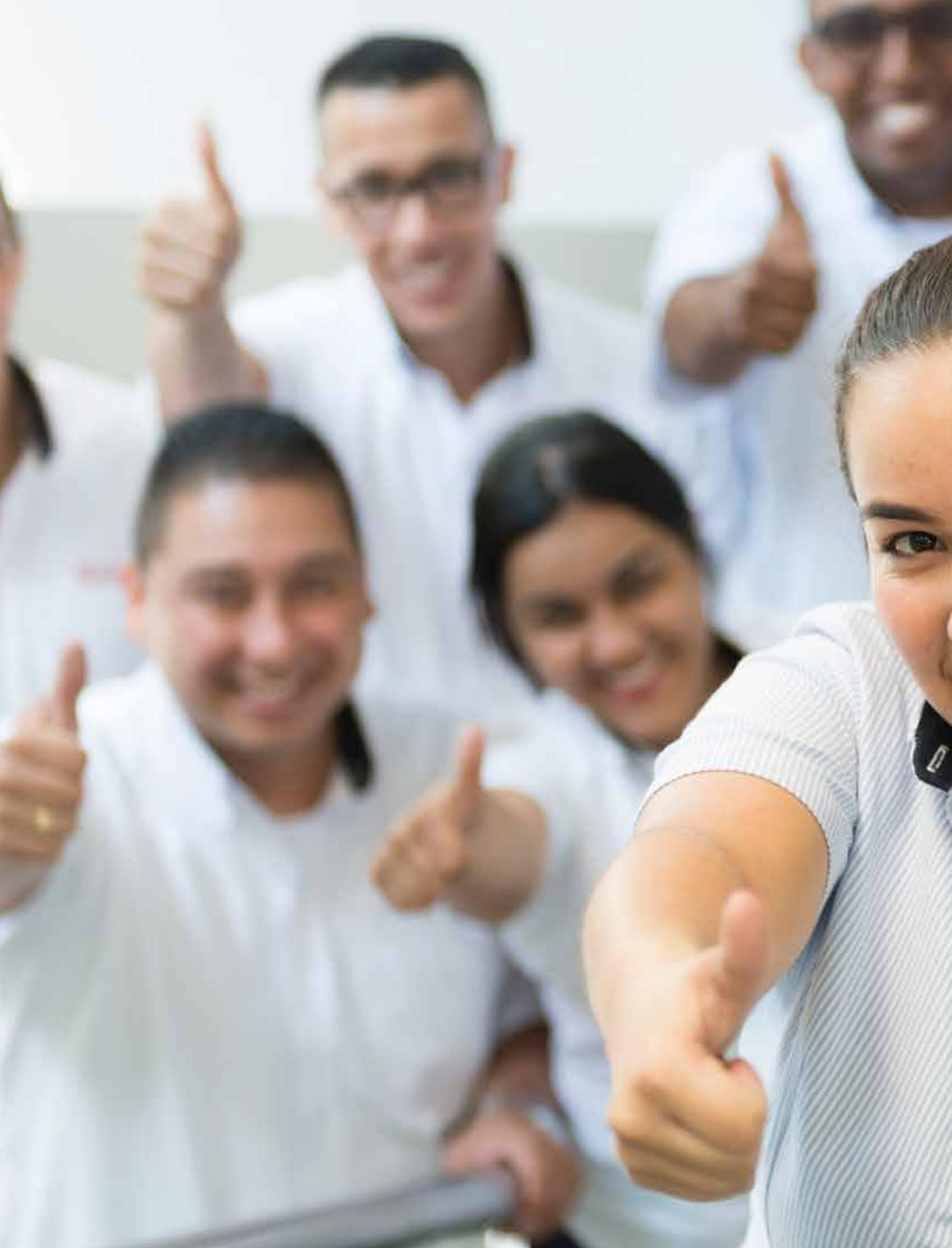
Potenciar las capacidades de nuestros colaboradores, brindándoles opciones desde la Universidad Postobón, protegiendo y cuidando su integridad física y propiciando ambientes de trabajo marcados por una cultura que refleje nuestros valores.

Nuestra META

En 2018 estaremos por encima de 70 puntos en la calificación general de la encuesta interna de clima laboral y en 2024 por encima de 80.

80% de nuestros colaboradores directos contará con planes de aprendizaje.







Índice

CONTENIDO GRI

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
102-14	Carta del Presidente	Declaración sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia,	
102-15	Carta del Presidente	Principales efectos, riesgos y oportunidades.	
201-1	Crecimiento Rentable	Valor Económico Directo Generado y Distribuido.	
201-4	No aplica	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	
203-1	Gestión Integral del Agua Economía Circular	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	
415-1	Crecimiento Rentable	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	
102-1	Postobón S.A.	Nombre de la organización.	
102-2	Perfil de la Organización, Nuestro compromiso con el bienestar	Principales marcas, productos y servicios.	
102-3	Postobón Oficina Central - Medellín - Edificio Coltejer	Lugar de la sede central de la organización.	
102-4	Perfil de la Organización	Países donde opera.	
102-5	Sociedad Anónima, Regimen Común y Gran Contribuyente	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.	
102-6	Perfil de la Organización	Mercados de los que se sirve (con desglose geográfico, tipos de clientes y destinatarios).	
102-7	Crecimiento Rentable, Perfil de la Organización, Generación de Empleo	Tamaño de la organización: número de empleados, número de operaciones, ventas netas, capitalización deglosada en deuda y patrimonio y cantidad de productos que se ofrecen.	Ventas netas, capitalización deglosada en deuda y patrimonio.
102-10	Mariquita, Chigorodó y Santa Marta pasan de ser centros de producción a ser centros de distribución	Cambios significativos en el tamaño, la estructura, propiedad accionaria o cadena de suministro.	
102-12	Articulación Interinstitucional	Iniciativas externas que la organización ha adoptado.	
102-13	Articulación Interinstitucional	Asociaciones a las que pertenece la organización.	
102-45	Alcance y cobertura del informe	Entidades que figuran en los estados financieros.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
102-46	Materialidad del modelo de sostenibilidad	Proceso para determinar el contenido de la memoria y cobertura de cada aspecto. ¿Cómo se aplicaron los principios para la elaboración de memorias para determinar el contenido?.	
102-47	Materialidad del modelo de sostenibilidad	Lista de los aspectos materiales.	
103-1		Cobertura de cada aspecto material.	
103-1		Límite de cada aspecto material fuera de la organización.	
102-48		Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.	
102-49		Cambios en el alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	
102-40	Participación de los Grupos de Interés	Lista de los grupos de interés.	
102-42	Participación de los Grupos de Interés	¿En qué se basa la elección?.	
102-43	Participación de los Grupos de Interés	Frecuencia de la participación de los grupos de interés.	
102-44	Materialidad del modelo de sostenibilidad, Participación de los grupos de interés	Cuestiones que hayan surgido a partir de la participación de los grupos de interés, evaluación hecha por la organización y qué grupos hicieron el planteamiento.	
102-50	Enero-diciembre 2017	Período de reporte.	
102-51	2016	Fecha del reporte más reciente.	
102-52	Anual	Frecuencia de reporte.	
102-53	Martha Ruby Falla mfalla@postobon.com.co Directora de Sostenibilidad	Contacto.	
102-54, 102-55, 102-56	Generalidades del Informe	Indicar la opción de conformidad, índice GRI e informe de verificación, si lo hay.	
102-18	Modelo de Gobierno Corporativo	Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités y responsabilidad sobre asuntos ESG.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
102-19	Modelo de Gobierno Corporativo	Proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	
102-20	Modelo de Gobierno Corporativo	Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales. Sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno?	
102-22	Modelo de Gobierno Corporativo	Composición del órgano superior de gobierno y sus comités: ejecutivos y no ejecutivos, independencia, antigüedad, número de otros puestos y actividades significativos y naturaleza de tales actividades, sexo, miembros de grupos sociales con representación insuficiente, competencias relacionadas con los efectos económicos, ambientales y sociales, representación de grupos de interés.	
102-23	Modelo de Gobierno Corporativo	¿La persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo?	
102-24	Modelo de Gobierno Corporativo	Procesos y criterios de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, indicando si se tienen en cuenta aspectos como diversidad, independencia, conocimientos especializados y experiencia en ámbitos ESG.	
102-25	Transparencia, ética y cumplimiento	Procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de interés.	
102-26	Modelo de Gobierno Corporativo	Funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
102-30	Modelo de Gobierno Corporativo	Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	
102-31	Modelo de Gobierno Corporativo	Frecuencia con la que el órgano superior de gobierno analiza los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	
102-32	Presidente	Comité o cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados.	
102-35	Modelo de Gobierno Corporativo	Políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección (retribución fija y retribución variable, retribución basada en el rendimiento, retribución en acciones, primas, acciones de dividendo diferido o acciones transferidas, primas o incentivos a la contratación, indemnizaciones por despido; reembolsos, pensiones de jubilación). ¿Cuáles son los criterios relativos al desempeño en temas ESG que afectan a la política retributiva?	
102-36	Modelo Corporativo	Procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección.	
102-16	Transparencia, ética y cumplimiento	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento como código de conducta y ética.	
102-17	Transparencia, ética y cumplimiento	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	

Tabla GRI

Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
205-1	Los riesgos de Ética y cumplimiento están identificados y evaluados cómo compañía, y están segmentados por contrapartes (clientes, proveedores, empleados, distribuidores y accionistas) asociados a cada uno de los procesos, pero no están segmentados por centros	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	
205-2	Transparencia, ética y cumplimiento	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	
205-3	No se han confirmado casos de corrupción	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	
206-1	En 2017 tuvimos un procedimiento legal relacionado con libre circulación de facturas, relacionado con el mecanismo de factoring. Actualmente, el tema se encuentra en investigación por parte de las autoridades competentes y la compañía hizo sus descargos de defensa y derecho	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	
419-1	No se han generado sanciones	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	
201-2	Cambio climático	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.	
FP5	Asuntos relacionados con la producción	Certificaciones con que cuenta la organización y porcentaje del volumen de producción manufacturado en centros certificados por un tercero independiente, de acuerdo a estándares internacionales en producción de alimentos.	
FP6	Innovación de producto	Porcentaje del volumen total de ventas por categoría de productos que han sido reducidos en grasas saturadas, grasas trans, sodio o azúcar.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
FP7	Innovación de producto	Porcentaje del volumen total de ventas por categoría de productos que contienen ingredientes nutricionales adicionales como fibra, vitaminas, o aditivos funcionales.	
416-1	Innovación de producto	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	
416-2	No se presentaron	Incumplimientos a la normativa o códigos voluntarios relativos a la salud y seguridad de los productos y medidas adoptadas (no se incluyen los casos en los que la compañía no mostró intencionalidad).	
417-1	Información y publicidad de productos	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	
417-2	No se presentaron	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	
102-2	No se presentaron	Venta de productos prohibidos o en litigio.	
419-1	No se presentaron	Multas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	
417-3	Tuvimos siete reclamos por parte de los consumidores relacionados con actividades promocionales como Cruzados o la Tapa Millonaria, por inconvenientes en el proceso de redención de premios. Se dio respuesta directa y se dio solución a cada caso.	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras, la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	
303-2		Fuentes de agua que han sido afectadas por la captación de agua.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
304-1	No aplica	<p>Instalaciones que estén ubicadas en áreas protegidas o de gran valor para la biodiversidad.</p> <p>Indique en km² la superficie de las instalaciones operativas (subestaciones, líneas de transmisión y sedes administrativas) propias, arrendadas o gestionadas, que sean adyacentes o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.</p> <p>Estás últimas corresponden a aquellas que no cuentan con protección legal pero cuyas importantes características en términos de biodiversidad han sido reconocidas por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, entre ellas están los hábitats cuya conservación es prioritaria (a menudo definidos en las estrategias y los planes de acción nacionales para la biodiversidad redactados al amparo del Convenio para la Diversidad Biológica de las Naciones Unidas).</p> <p>Este indicador corresponde a la suma de las áreas de subestaciones, líneas de transmisión y sedes administrativas que apliquen con el criterio anterior. En el caso de líneas de transmisión, estimar la longitud y multiplicar por los anchos de las zonas de servidumbre.</p> <p>Si es posible discriminar dichas áreas por el tipo de hábitat protegido o de gran valor para la biodiversidad.</p>	
304-2	No aplica	<p>Impactos en la biodiversidad que se derivan de las actividades, productos y servicios.</p> <p>Reportar el área consolidada y discriminar por tipo de cobertura vegetal.</p> <p>Reportar la superficie de coberturas vegetales afectadas y número de árboles</p> <p>Acompañar esta información con un listado de las principales especies afectadas (Nombre común y/o nombre científico).</p>	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
304-3	Gestión integral del agua	Hábitats protegidos o restaurados. Además señale: -¿El éxito de las acciones de restauración fue o está siendo verificado por profesionales externos independientes? -Describa el estado del área al final del periodo objeto de la memoria. Incluye medidas de compensación tanto obligatorias como voluntarias.	
304-4	No aplica	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones. Reportar el listado de especies afectadas tanto durante la construcción como durante el mantenimiento, Para la etapa de construcción se podrá referir al inventario de flora y fauna consignado en el EIA el cual se deberá hacer publico, bien sea mediante publicación directa como re direccionando a los sitios web de las autoridades ambientales respectivas. Para operación y mantenimiento se podrá referir a los reportes públicos del Sistema de Gestión Ambiental (SGA) donde se indiquen las principales especies arbóreas afectadas durante el mantenimiento (Nombre común y/o nombre científico). En dichos listados señalar aquellas especies afectadas que se encuentran incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación.	
306-1	Gestión integral del agua	Vertimiento total de aguas, según naturaleza y destino.	
306-3	No aplica	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	
306-5	No aplica	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentia procedentes de la organización.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
307-1	Gestión integral del agua	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. Indique los procesos de investigación que podrían acarrear multas y sanciones para la empresa, tanto monetarias como no monetarias, sanciones administrativas o judiciales resultantes del incumplimiento de la normativa ambiental y aquellas que se adeudan (pasivos) al cierre del año de reporte.	
301-2	Economía Circular	Porcentaje de los materiales utilizados que son reciclados.	
301-3	Economía Circular	Porcentaje de los productos vendidos y su material de embalaje que se reciclan al final de su vida útil, por categoría de producto.	
306-2	Economía Circular	Peso total de residuos peligrosos (de acuerdo con lo establecido por la legislación nacional del lugar de generación) y no peligrosos (todas las demás formas de residuos sólidos o líquidos, con excepción de las aguas residuales) generados en la operación, según tipo y método de tratamiento. Indique también el peso total de los residuos que tuvieron método de tratamiento como el compostaje, la reutilización, el reciclaje, la recuperación y de aquellos que fueron vendidos por las compañías y el valor en USD de dicha venta.	
306-4	No aplica	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	
103-2	No se presentaron	Número de reclamaciones ambientales.	

Tabla GRI

Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
305-1	Cambio climático	<p>Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (alcance 1).</p> <p>Entre las fuentes no renovables se encuentran los combustibles que se emplean en generadores y vehículos propios o bajo el control de la organización.</p> <p>Son fuentes de energía no renovables: los combustibles destilados a partir del petróleo o del crudo (tales como la gasolina y el gasóleo); el gas natural (entre otros, el Gas Natural Comprimido (CNG) y el Gas Natural Licuado (LNG)); los combustibles producto del procesamiento del gas natural y del refinado del petróleo (el butano, el propano, los Gases Licuados del Petróleo (LPG)).</p> <p>Se debe reportar siempre para los últimos cuatro años.</p> <p>Indique las emisiones directas brutas de GEI (Alcance 1) provenientes de fuentes que la organización controla o posee, tales como centros o procesos físicos que liberan gases de efecto invernadero a la atmósfera. Reportar en toneladas métricas de CO2 equivalente, sin considerar el comercio de derechos de emisión, es decir, la compra, venta o transferencia de derechos y compensaciones</p> <p>Reportar conforme al Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte relativo al Protocolo de GEI del WRI y el WBCSD y a la NTC-ISO 14064-1.</p> <p>Como parte del Alcance 1 reportar las emisiones directas de gases de efecto invernadero procedentes de la combustión de combustibles en fuentes estacionarias en la Generación de electricidad y refrigeración; las emisiones directas de gases de efecto invernadero procedentes de la combustión de combustibles en fuentes estacionarias en la Generación de electricidad y refrigeración; las emisiones fugitivas de los extintores y las emisiones de hidrofluorocarburos (HFC) de los equipos de refrigeración y aire acondicionado (excluyendo las emisiones de FS6 para evitar doble conteo).</p> <p>Reportar conforme al Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte relativo al Protocolo de GEI del WRI y el WBCSD y a la NTC-ISO 14064-1.</p>	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
305-2	Cambio climático	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2). Indique las emisiones indirectas brutas de GEI (Alcance 2) en toneladas métricas de CO2 equivalente, que se producen al generar la electricidad que se adquieren a otras organizaciones para su consumo, sin considerar el comercio de derechos de emisión, es decir, la compra, venta o transferencia de derechos y compensaciones. Reportar conforme al Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte relativo al Protocolo de GEI del WRI y el WBCSD y a la NTC-ISO 14064-1. Para este alcance el factor de emisión de datos se toma del cálculo del operador del mercado. Por lo tanto, el método que se utiliza es el método basado en la ubicación. Se debe reportar siempre para los últimos 4 años.	
305-4	Cambio climático	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	
305-7		NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas.	
302-1	Cambio climático	Consumo de energía. Entre las fuentes renovables están los biocombustibles (que se adquieren para uso directo). Son fuentes de energía renovables: geotérmica, eólica; solar, hidroeléctrica; biomasa. Se debe reportar siempre para los últimos cuatro años. Entre las fuentes no renovables se encuentran los combustibles que se emplean en generadores y vehículos propios o bajo el control de la organización. Son fuentes de energía no renovables: los combustibles destilados a partir del petróleo o del crudo (tales como la gasolina y el gasóleo); el gas natural (entre otros, el Gas Natural Comprimido (CNG) y el Gas Natural Licuado (LNG)); los combustibles producto del procesamiento del gas natural y del refinado del petróleo (el butano, el propano, los Gases Licuados del Petróleo (LPG)). Se debe reportar siempre para los últimos cuatro años. Cantidad de electricidad que se adquiere para su consumo. Se debe reportar siempre para los últimos cuatro años.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
302-3	Cambio climático	Intensidad energética.	
302-4	Cambio climático	Reducción del consumo de energía.	
413-1	Nuestro compromiso con la sociedad	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	
103-2	No se presentaron	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	
102-9	Cadena de Valor Sostenible e Inclusiva	Describa la cadena de abastecimiento.	
301-1	Economía circular	Materiales usados por la organización (renovables y no renovables, por peso o volumen).	
301-1	Abastecimiento responsable	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	
FP1	Abastecimiento responsable	Porcentaje del volumen de compras correspondiente a proveedores que cumplen con la política de abastecimiento de la compañía.	
		Porcentaje del volumen de compras verificado por un estándar de producción internacional.	
308-1	Reto para 2018	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	
308-2	Abastecimiento responsable	Impactos ambientales negativos, reales y potenciales en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	
414-1	Reto para 2018	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	
414-2	Abastecimiento responsable	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	
412-3	Abastecimiento responsable	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de Derechos Humanos o que han sido objeto de análisis en materia de Derechos Humanos.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
407-1	No se han identificado	Identificación centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	
408-1	<p>Sí se han identificado proveedores con riesgo significativo especialmente en trabajo infantil en los cultivadores de fruta.</p> <p>- Por medio del programa Hit Social se dan capacitaciones a los cultivadores con el fin de sensibilizarlos sobre la importancia de la educación académica en los niños, la cual debe prevalecer sobre las labores agrícolas.</p> <p>- Las compras que se hacen en Asia se realizan a través de comercializadoras que verifican y certifican las condiciones apropiadas de fabricación de estos productos.</p>	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	
		Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	
414-1	Reto para 2018	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los Derechos Humanos.	
414-2	Reto para 2018	Impactos negativos significativos en materia de Derechos Humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	
414-1	Reto para 2018	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	
414-2	Reto para 2018	Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	
102-43 102-44	Modelo de Gestión Comercial	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
418-1	No se presentaron	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	
102-8	Generación de empleo	<p>a. Número de empleados por contrato laboral y sexo.</p> <p>b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo.</p> <p>c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo.</p> <p>d. Tamaño de la plantilla por región y sexo.</p> <p>e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas.</p> <p>f. Comuníquese todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).</p>	
102-41	Derechos laborales	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	
401-1	Generación de empleo	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	
401-2	Remuneración y reconocimiento	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	
401-3	Generación de empleo	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	
402-1	La compañía se ciñe específicamente a lo establecido por las normas laborales colombianas, cuya regla general es de dos meses	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de éstos en los convenios colectivos.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
405-1	Generación de empleo	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	
405-2	Remuneración y reconocimiento	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	
103-2	No se presentaron	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	
202-1	Remuneración y reconocimiento	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	
202-2	Definiendo comunidad local como territorio nacional, el 100%	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	
FP3	No se presentaron	Porcentaje de tiempo laboral perdido debido a huelgas o paros.	
403-1	Salud y seguridad	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	
403-2	Salud y seguridad	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	

Tabla GRI			
Indicador	Apartado	Cobertura	Omisión
403-3	Los cargos relacionados con la operación del área de empaque y productos tienen una alta sensibilidad para generar enfermedades laborales debido al constante levantamiento de cargas y movimientos repetitivos que se generan durante los turnos de trabajo. Asimismo, los conductores de montacarga, al mantener posturas estáticas en la conducción de los vehículos y por la vibración de los mismos, también se encuentran propensos a desarrollar enfermedades laborales. Por otra parte, el personal de producción es sensible a generar enfermedades de tipo laboral asociadas al ruido, debido a la constante exposición en el ambiente.	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	
403-4	Salud y seguridad en el trabajo	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	
404-1	Desarrollo de planes de carrera y formación	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	
404-2	Desarrollo de planes de carrera y formación	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	
404-3	Desempeño y contribución a los objetivos estratégicos	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	
406-1	No se presentaron	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	
411-1	No se presentaron	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	
412-1	Reto para 2018	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de Derechos Humanos.	
103-2	No se presentaron	Número de reclamaciones sobre Derechos Humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	

Indicadores POSTOBÓN (POS)		
Indicador	Apartado	Cobertura
POS-1	Transparencia, Ética y Cumplimiento	Número de denuncias recibidas en la línea ética.
POS-2	Transparencia, Ética y Cumplimiento.	Número de personas capacitadas en temas relacionados con ética y anticorrupción.
POS-8	3.33.	Número de reclamaciones por cada mil clientes.
POS-9	Calidad e inocuidad.	Índice de calidad de planta.
POS-10	100%	Porcentaje de campañas publicitarias que cumplen el acuerdo de autoregulación.
POS-11	Información y publicidad de los productos.	Porcentaje del volumen del portafolio etiquetado bajo GDA.
POS-15	Abastecimiento Responsable.	Porcentaje de proveedores que ha firmado el código de conducta
POS-16	Nuestro Modelo de Abastecimiento.	Centralización de las compras.
POS-17	Proveedores agrícolas sostenibles.	Volumen de compras de fruta correspondiente a proveedores atendidos por Hit Social .
POS-18	Cambio climático.	Rendimiento energético.
POS-20	Cambio climático.	Porcentaje de entregas en horas valle.
POS-21	Cuatro Reportadas a la Superintendencia de Puerto y Transportes desde junio 2017.	Número de infracciones.
POS-22	Optimización del uso del agua y minimización del impacto generado por la operación.	Consumo de agua en los principales centros de trabajo.
POS-23	Optimización del uso del agua y minimización del impacto generado por la operación.	Índice de consumo de agua por litro de bebida producida.
POS-24	Protección de áreas de influencia hídrica de la operación.	Hectáreas protegidas o cubiertas bajo algún tipo de convenio.
POS-25	Calidad de vida y bienestar laboral.	Resultados de la encuesta de clima organizacional.
POS-26	Desarrollo de planes de carrera y formación.	Número de empleados promovidos.
POS-27	Remuneración y reconocimiento.	Participación en programa de desempeño individual SUMMA..
POS-28	Nuestro compromiso con el planeta.	Eficiencia de producción.
POS-29	Nuestro compromiso con el planeta.	Productividad mensual.
POS-30	Desarrollo de planes de carrera y formación.	Inversión en programas de formación y capacitación.
POS-31	Cambio climático.	Compensación de GEI a través de compra de bonos.
POS-32	Generación de empleo.	Antigüedad promedio.
POS-33	Generación de empleo.	Edad promedio.
POS-34	Generación de empleo.	Escolaridad.
POS-35	Proveedores agrícolas sostenibles.	Número de familias beneficiadas por Hit Social.
POS-36	Proveedores agrícolas sostenibles.	Número de hectáreas cubiertas por Hit Social.
POS-37	Nuestro compromiso con la sociedad.	Inversión en programas de ciudadanía corporativa.
POS-38	11%	Crecimiento ventas en el exterior.
POS-39	Desarrollo de planes de carrera y formación.	Número de empleados beneficiados con becas y financiación en Educación Superior y Posgrado.
POS-40	No se han recibido.	Número de denuncias recibidas en la línea ética por Derechos Humanos.



Desde el momento en que nacimos trajimos un compromiso. Nosotros en Postobón, queremos ayudar a que se cumpla de la mejor forma:

Acompañándote para que te tomes la vida.

Postobón

**CUANDO POSTOBÓN AVANZA,
TODA COLOMBIA LO HACE**

Contáctenos

www.postobon.com

comunicaciones@postobon.com.co

 Postobon

 @postobonoficial

Sede Oficina Central: Calle 52 #47 - 42 Teléfono: 5765100/Edificio Coltejer-Medellín




LINEA DE TRANSPARENCIA
01-8000-123400
Postobón