

2012

INFORME DE SOSTENIBILIDAD



Definición de negocio

Compañía global e innovadora enfocada a cautivar al consumidor con alimentos prácticos y gratificantes, sustentada en una marca sombrilla fuerte, marcas reconocidas y el desarrollo de productos de alto valor percibido, dirigidos a la base de consumo a través de una comercialización eficaz. Comprometida con un esquema de sostenibilidad que involucra a todos sus Grupos de Interés.

2012

INFORME DE SOSTENIBILIDAD





CONTENIDO



Acerca del Informe



CAPÍTULO 2:
Balance ecológico



Mensaje del Presidente



CAPÍTULO 3:
Desarrollo social
y fomento de la
competitividad



Nuestra Empresa



CAPÍTULO 4:
Nuestros colaboradores



Nuestra gestión
de sostenibilidad



CAPÍTULO 5:
Satisfacción de clientes
y consumidores



CAPÍTULO 1:
Eficiencia económica
y crecimiento continuo



Carta de verificación
de Deloitte



ACERCA DEL INFORME

Este es el cuarto Informe de Sostenibilidad del Grupo Empresarial Colombina, que cubre el periodo entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2012, el cual da cuenta de los resultados y las nuevas iniciativas desarrolladas en los cinco Pilares Estratégicos de Sostenibilidad definidos por la compañía para desarrollar su gestión.

La totalidad de respuestas a los indicadores, así como la tabla GRI, están publicadas en nuestra página web www.colombina.com/sostenibilidad para su consulta.

La información contenida en este informe cubre nuestras seis plantas de producción, distritos de ventas y filiales internacionales.

Este reporte ha sido elaborado siguiendo los lineamientos de la guía G3 del Global Reporting Initiative y el Suplemento Sectorial de Procesadores de Alimentos, y cumple con los requerimientos de un informe con nivel de aplicación A+, según la calificación otorgada por la firma Deloitte. Esto demuestra nuestro compromiso con realizar una gestión no solo responsable sino transparente con nuestros grupos de interés.

Contacto

José Fernando Ochoa

Vicepresidente de Mercadeo Corporativo

jfochoa@colombina.com

Luis Eugenio Cucalón

Vicepresidente de Gestión Humana

Líder Comité RSE

lcucalon@colombina.com

Colombina S.A.

Casa Matriz Grupo Empresarial Colombia

Carrera 1 No. 24-56

Edificio Belmonte

Teléfono (572) 8861999

Fax (572) 8851811

Cali, Colombia



MENSAJE DEL PRESIDENTE

Es para mí un placer presentarles nuestro cuarto informe de sostenibilidad 2012, un año de crecimiento y evolución en nuestra gestión, en el cual se tomaron dos decisiones importantes.

La primera de ellas, después de haber hecho una extensa auto-evaluación sobre la estrategia de sostenibilidad, fue establecer cinco pilares estratégicos de actuación, lo cual nos permitió focalizar la gestión y ofrecer a nuestros grupos de interés un modelo que permite comparar y evidenciar la evolución año tras año. Estos pilares representan cada capítulo del informe, lo que implica que conocerán los mayores logros y retos de cada uno.

La segunda se refiere a la decisión de nombrar a Big Brother como el programa bandera de sostenibilidad de la compañía, pues sabemos que crecer sosteniblemente es posible en la medida que nuestro entorno también crece, y en este sentido, compartir conocimiento trae desarrollo y riqueza colectiva.

Por otra parte, cumplir con los principios del Pacto Global sigue siendo una prioridad para Colombina, lo cual se ve reflejado en el desarrollo de un nuevo esquema de relaciones laborales, al abrir una subdirectiva del sindicato Sintracolombina en nuestra planta de galletería y pasar de 959 a 1.933 colaboradores sindicalizados.

Todo este esfuerzo nos ha permitido seguir generando resultados satisfactorios: en ventas presentamos un crecimiento del 7%, y en EBITDA, del 15,7%, y logramos un margen EBITDA de 13,7%. La calificadora de riesgo Fitch & Ratings mantuvo nuestra calificación AAA y así reafirmó nuestra solidez financiera; además, fuimos reconocidos como la sexta empresa con mejor reputación en Colombia.

Continuaremos trabajando con pasión y convicción para lograr los objetivos a largo plazo que nos hemos trazado, manteniendo una estrecha relación con nuestros grupos de interés y contribuyendo al desarrollo de las comunidades donde estamos presentes.

CÉSAR A. CAICEDO J.

Presidente Ejecutivo
del Grupo Empresarial Colombina



NUESTRA EMPRESA

Motor de progreso regional

Con más de ocho décadas de gestión, Colombina se ha establecido como una empresa multilatinamericana líder del sector de alimentos que viene proporcionando sabor a la vida de sus consumidores en 49 países y constituyendo una positiva imagen de nuestro país.

Nuestra presencia en Colombia, Estados Unidos, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Puerto Rico, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú y Chile se ve representada en una robusta cadena de distribución, la cual nos permite ser motor de progreso en la región latinoamericana.

US\$736 millones de ventas
 US\$233 millones de ventas en exportaciones
 US\$101 millones de EBITDA 13,7% sobre ventas
 722.208 clientes alrededor del mundo
 US\$11 millones invertidos en RSE
 + 8.801 colaboradores
 37 centros de distribución
 12 países con operación propia
 6 plantas de producción
 =

85 años creando momentos únicos de sabor con marcas reconocidas por consumidores de toda la región

La Constancia

Coffee DELIGHT

nucita

Crakeñas

Colombina Helados

Choco Break

BONBON BUM

Robin Hood

choc y melos

Grissly

millows

Bridge

Piazza

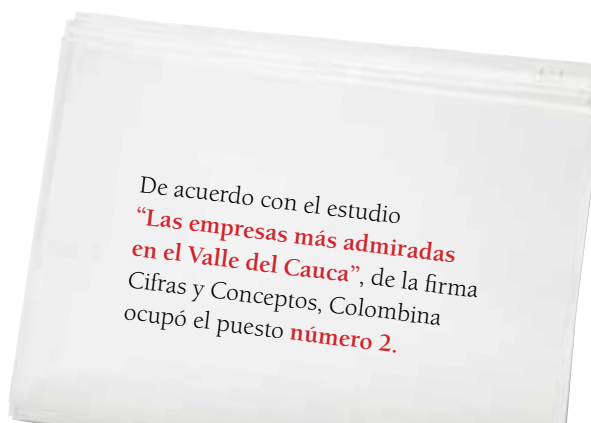
MIX

Xtime



Lo que los medios hablan de nosotros

El 2012 fue un año en el que reforzamos el posicionamiento de nuestra compañía. Estos son algunos de los reconocimientos obtenidos:



El Consejo de la Orden de Independencia de la Asamblea Departamental del Valle del Cauca otorgó el grado de Comendador a Colombina, por sus 85 años de labores dedicadas a la producción y comercialización de alimentos, y su contribución al desarrollo sostenible con Responsabilidad Social Empresarial. Adicionalmente, reconoció un mérito especial a la gestión de nuestro Presidente, el Dr. César Augusto Caicedo Jaramillo, y al Dr. Jacobo Tovar Caicedo, Vicepresidente de Confitería.



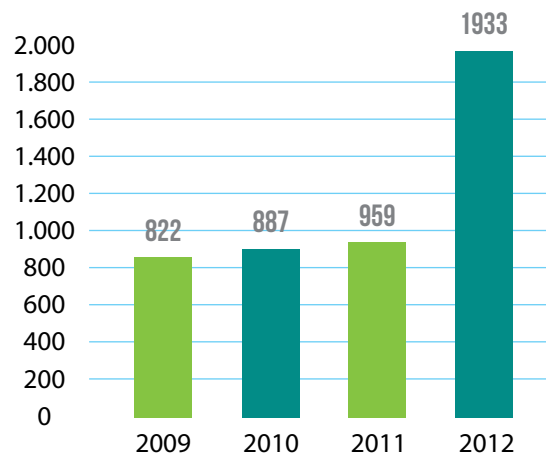
LO MÁS DESTACADO 2012

Nuevo esquema de relaciones laborales

El pasado 26 de julio nació la Subdirectiva del Sindicato de Colombina del Cauca, que pertenece al Sindicato Sintracolombina. Este modelo de concertación laboral es una muestra más del respeto a la libre asociación y al reconocimiento de los derechos a la Negociación Colectiva, siempre manteniendo una respetuosa y satisfactoria relación con sus asociados, generando espacios de participación y diálogo transparente para tratar temas de interés en beneficio de las partes.

Con este proceso se abre paso a una nueva etapa de las relaciones, donde se generan mecanismos de diálogo permanente en términos amistosos y de confianza. Este nuevo acuerdo laboral se orienta hacia la sostenibilidad de la compañía y el beneficio de los colaboradores, dentro de un excelente clima laboral.

COLABORADORES SINDICALIZADOS



Construimos una nueva planta de producción de Galletería en Santander de Quilichao

Durante el 2012 se ejecutaron inversiones por COP\$21.000 millones, consistentes principalmente en la expansión industrial de la planta ubicada en Santander de Quilichao. Dichas inversiones incluyeron la construcción de una nueva nave de producción, adquisición de nuevas líneas productivas y mejoras de las instalaciones actuales. Las inversiones realizadas han contribuido a contar con una excelente infraestructura productiva, para continuar con un crecimiento sostenible y competitivo.

Colombina Clase Mundial

Ser Manufactura de Clase Mundial nos permitirá:

- Pasar de buenos a excelentes
- Ser el mejor lugar para trabajar
- Tener un modelo de negocio replicable



En Colombina nos hemos trazado el objetivo de ser una compañía de clase mundial, que fundamenta su crecimiento en el capital humano y la vivencia de sus valores para así ofrecer a clientes y consumidores productos de excelente calidad, bajo costo y sabor infinito. Es así como iniciamos el proyecto CCM - Colombina Clase Mundial, mediante el cual se busca que nuestras operaciones estén fundamentadas en una gestión apalancada por la implementación de las mejores prácticas y la obtención de resultados de desempeño sostenibles en el tiempo. De esta forma lograremos convertirnos en una empresa de Manufactura de Clase Mundial.

Las mejores prácticas que implementaremos se agrupan en dos categorías:

Categoría 1

PRÁCTICAS FUNDAMENTALES. Son la base de este proceso; entre ellas se encuentra liderazgo y gestión del cambio, medio ambiente, salud y seguridad, trabajo en equipo, 5S, gestión visual y mejora enfocada.

Categoría 2

PRÁCTICAS PILARES. La implementación de estas prácticas se realizará después de que las prácticas fundamentales estén en funcionamiento; estos pilares son: mantenimiento autónomo, cuidado de activos, reducción de tiempos de cambio y calidad.

Auditoría sistema de gestión ambiental bajo la norma ISO 14001



El pasado mes de septiembre del 2012 nuestra Planta de Confitería fue evaluada, aprobada y recertificada con respecto a la norma internacional ISO 14001:2004, que hace parte de su sistema de gestión ambiental, aplicable a las actividades de fabricación y comercialización de Dulces (duros y blandos), Chocolatería, Masmelos, Gomas, Chiclos y Snacky, con la extensión de la certificación a su nueva planta de Chocmelos.

Cómo nos ven

“Colombina tiene compromiso y elevado nivel de responsabilidad por la alta dirección y los encargados del sistema de gestión ambiental de Colombina La Paila. Se evidencia búsqueda continua de un mejoramiento, enfocado al control y minimización de los impactos ambientales, por medio de la designación de un presupuesto de \$300 MM para la ejecución de las acciones correctivas planteadas. Existe un alto compromiso para el cumplimiento de los requisitos legales aplicables. Esta compañía tiene un enfoque sólido y consolidado hacia una sostenibilidad empresarial, siguiendo los lineamientos del programa de Responsabilidad Social Empresarial”.

SGS COLOMBIA

NUESTRA GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD

Nuestros pilares de sostenibilidad →

Balace ecológico



Desarrollo social y fomento de la competitividad



Grupos de interés →

Medioambiente

Sociedad, Comunidad, Proveedores

Iniciativas →

Agua
Energía y emisiones
Residuos

Big Brother
Desarrollo de la Comunidad: Fundación Colombiana y Relación con la comunidad
Proveedores

Análisis de materialidad

Evolucionamos nuestra estrategia de sostenibilidad

Durante el 2012 realizamos un análisis de materialidad, que nos permitió redefinir los pilares estratégicos, cada uno de ellos justificado bajo las necesidades de nuestros grupos de interés y una serie de indicadores diseñados adicionales a los del Global Reporting Initiative, para medir el desempeño en el tiempo. Estos son nuestros pilares y las iniciativas que guiarán nuestra gestión en cada uno de ellos.

Satisfacción de clientes y consumidores



Cientes y Consumidores

Nuestros colaboradores



Colaboradores

Eficiencia económica y crecimiento continuo

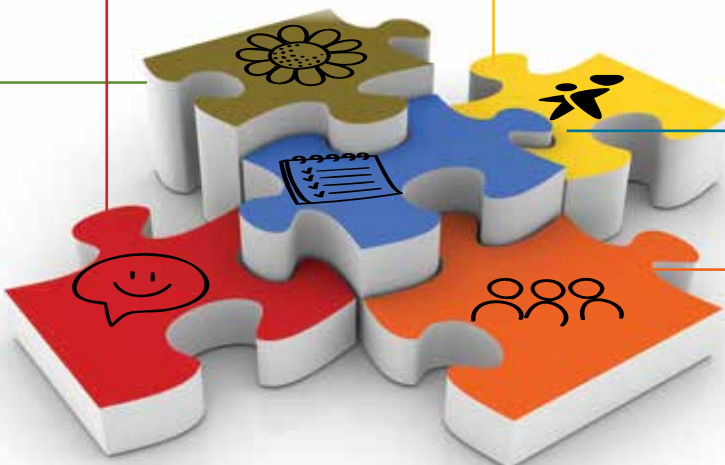


Accionistas y Estado

Satisfacción de clientes
Marketing responsable
Innovación
Desarrollo de Productos saludables, nutritivos y seguros

Bienestar laboral
Salud y seguridad de los colaboradores
Desarrollo del talento humano

Comportamiento ético
Gestión de riesgo
Nuestro Gobierno corporativo



Cumplimiento de nuestros objetivos 2012

Pilar de sostenibilidad

Iniciativa



Eficiencia económica
y crecimiento continuo

- Comportamiento Ético
- Gestión de riesgo y plan de continuidad
- Gobierno Corporativo
- Resultados financieros 2012



Balance
ecológico

- Agua
- Energía y emisiones
- Residuos



Desarrollo social
y fomento de
la competitividad

- Comunidad / Fundación
- Big Brother
- Proveedores



Nuestros
colaboradores

- Desarrollo del talento humano
- Bienestar laboral
- Salud y seguridad
- Evaluación de desempeño
- Estrategias de Retención



Satisfacción
de clientes
y consumidores

- Satisfacción al cliente
- Marketing responsable
- Innovación de productos
- Productos saludables,
nutritivos y seguros

Objetivos 2012

Cumplimiento



- Cumple completamente
- Cumple parcialmente
- No cumple

- Cero casos de corrupción
- Mapa de riesgo corporativo actualizado y planes de continuidad por UEN entregados
- Actualización de la Encuesta Código País
- Cumplimiento Ventas y EBITDA

- Cumplimiento meta de consumo (4,28 mt3/ton producida)
- Medición Huella de Carbono alcance 1 y 2, Plantas Confeitería y Galletas
- Porcentaje de residuos aprovechados

- 100% cumplimiento del presupuesto programas
- Cumplimiento número Proveedores Big Brother (6)
- Objetivo Proveedores Certificados

- Cumplimiento del presupuesto número de personas capacitadas
- Cumplimiento planes de acción derivados de la Encuesta de Clima Organizacional 2011
- Disminución de la tasa de accidentalidad
- Aumento en número de personas evaluadas con Plan de Alineación del Desempeño
- Cumplimiento objetivo de rotación de cargos claves

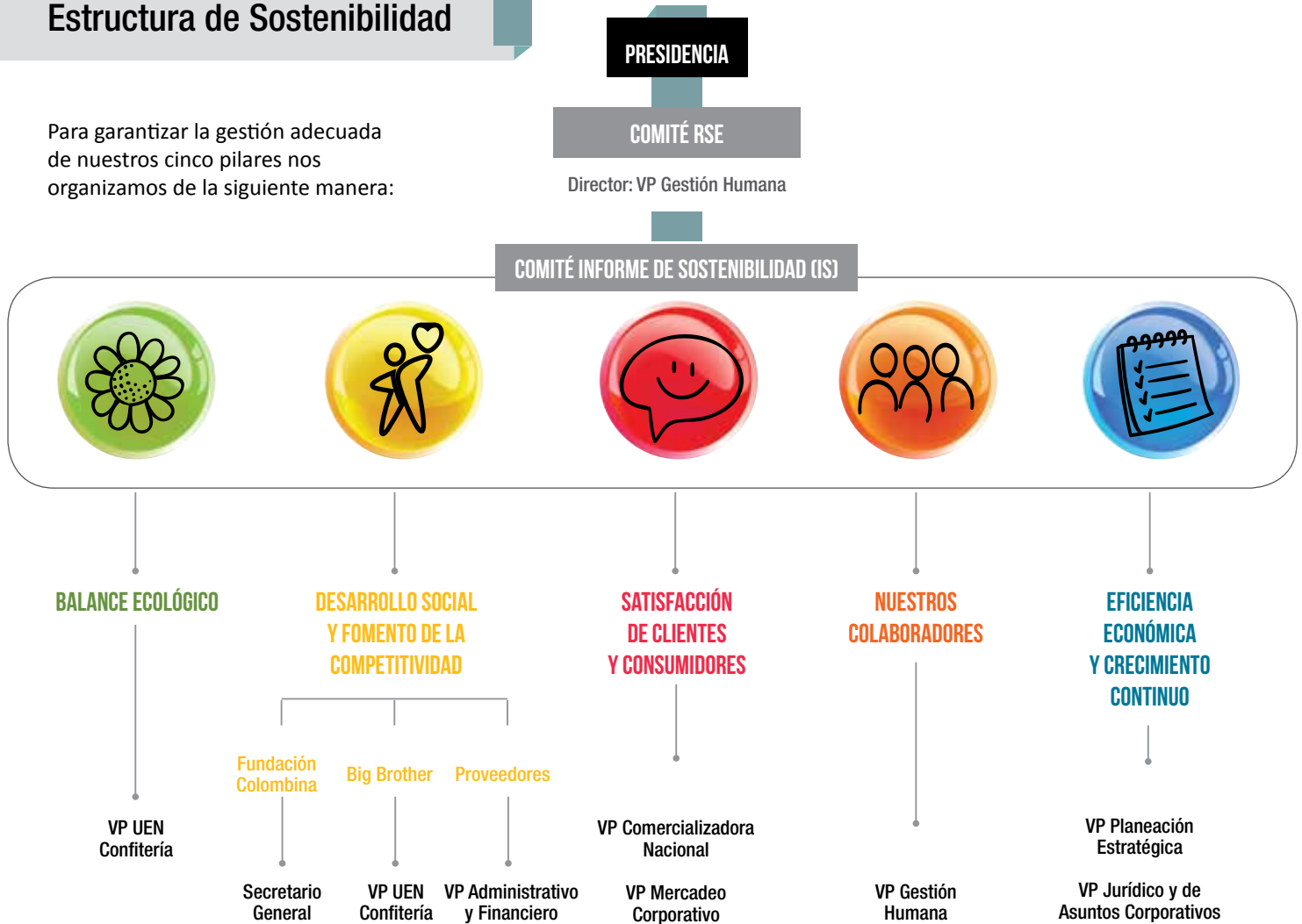
- Calificación estudio de servicio al cliente 4/5
- Implementar Código voluntario de marketing
- Cumplimiento presupuesto número de lanzamientos
- Aumentar el porcentaje de ventas nacionales de productos con GDA





Estructura de Sostenibilidad

Para garantizar la gestión adecuada de nuestros cinco pilares nos organizamos de la siguiente manera:



Así nos comunicamos con nuestros grupos de interés:

La creación de los cinco pilares de sostenibilidad nos permite atender los intereses y las expectativas de cada uno de nuestros grupos de interés; por lo tanto, es necesario mantener y fomentar relaciones de confianza a través de canales de comunicación de doble vía.



MEDIOAMBIENTE

- Reuniones con Fundaciones Asoribu y Aurpa
- Reuniones y visitas a las comunidades aledañas a las plantas
- Participación en comités ambientales de la ANDI
- Reuniones con las Corporaciones Autónomas Regionales



COMUNIDAD

- Reuniones con líderes comunitarios
- Informe de sostenibilidad
- Encuesta a colaboradores beneficiarios sobre el impacto de programas de la Fundación Colombina

PROVEEDORES

- Evento de certificación de proveedores
- Visitas y reuniones
- Auditorías
- Sección de proveedores página web

Valoración de sostenibilidad

Con el apoyo de la firma Contreebute realizamos una valoración sobre nuestra situación actual en sostenibilidad e identificamos fortalezas, riesgos y oportunidades, a través de un análisis ambiental, social y económico, el cual arrojó como resultado **un puntaje consolidado de 72,6 sobre 100, de nuestra gestión**. Los siguientes fueron los criterios evaluados en cada dimensión:

Puntaje
consolidado de
72,6 sobre 100



PUNTAJE
61,1

Dimensión ambiental

- Política e institucionalidad ambiental en la organización
- Cambio climático
- Desempeño ambiental
- Empaques y materias primas
- Cobertura de directrices ambientales
- Cumplimiento legal



PUNTAJE
82,2

Dimensión social

- Derechos humanos
- Relación con comunidades
- Política e institucionalidad de la responsabilidad social en la organización
- Seguridad industrial y salud ocupacional
- Equidad e igualdad en empleados
- Cobertura de directrices sociales
- Bienestar de los empleados



PUNTAJE
73,5

Dimensión económica

- Responsabilidad del producto y servicio al cliente
- Gobierno Corporativo
- Anticorrupción y antisoborno
- Planeación y evaluación de riesgos
- Innovación
- Cadena de abastecimiento
- Salud y nutrición

De acuerdo con el estudio realizado por la Bolsa de Valores de Colombia con el fin de evaluar la gestión de sostenibilidad de las empresas, Colombina se situó por encima del puntaje promedio de Latinoamérica en el sector de alimentos.



CLIENTES Y CONSUMIDORES

- Tracking Colombina
- Focus Group
- Encuesta de satisfacción al cliente
- Boletín virtual
- Youtube
- Twitter
- Facebook



COLABORADORES

- Encuesta de clima organizacional
- Revista Colombina Sin Fronteras
- Carteleras internas
- Intranet
- Comités primarios
- Línea Colombina Ética
- Informe de sostenibilidad
- Negociación colectiva
- Reuniones con Sindicato



ACCIONISTAS

- Junta Directiva
- Asamblea General de Accionistas
- Informe financiero
- Sección Inversionistas en Página Web

GOBIERNO

- Participación en gremios
- Reuniones con entes de control



Eficiencia económica y crecimiento continuo

→ Grupos de interés
Accionistas y Estado



ENFOQUE DE GESTIÓN

Uno de nuestros objetivos estratégicos es crear valor a largo plazo para los accionistas. Por esto, la eficiencia económica y el crecimiento continuo son un compromiso con ellos y con el entorno en el cual operamos, apoyando todas nuestras acciones en un Código de Gobierno Corporativo, el análisis de los riesgos del negocio, planes de contingencia ante la ocurrencia de cualquier infortunio y un comportamiento basado en la ética y la transparencia.

Iniciativas

Nuestro Gobierno corporativo
Gestión de riesgo
Comportamiento ético

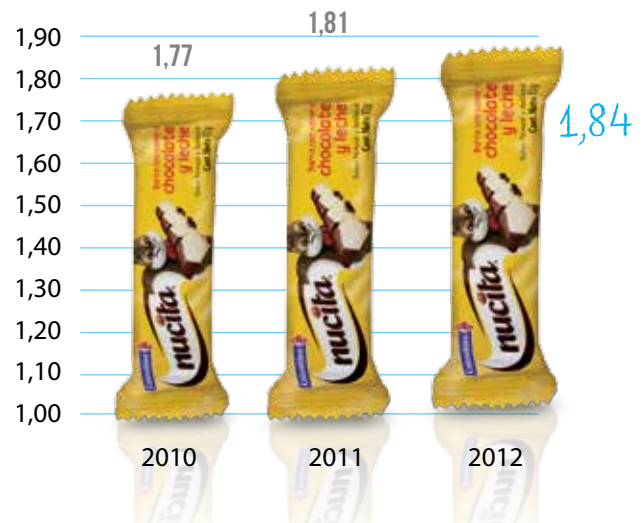


DESEMPEÑO ECONÓMICO

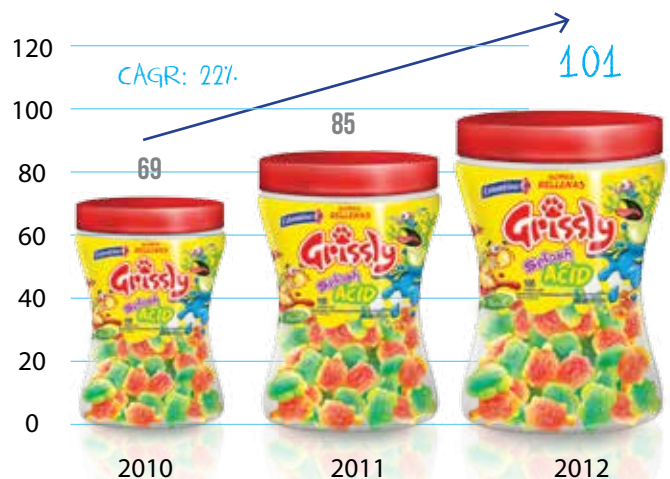
VENTA NETA
USD \$MM



DEUDA NETA / EBITDA



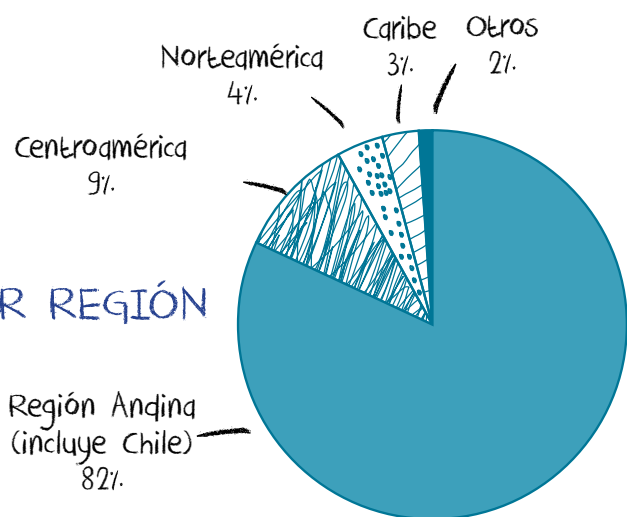
EBITDA
USD \$MM



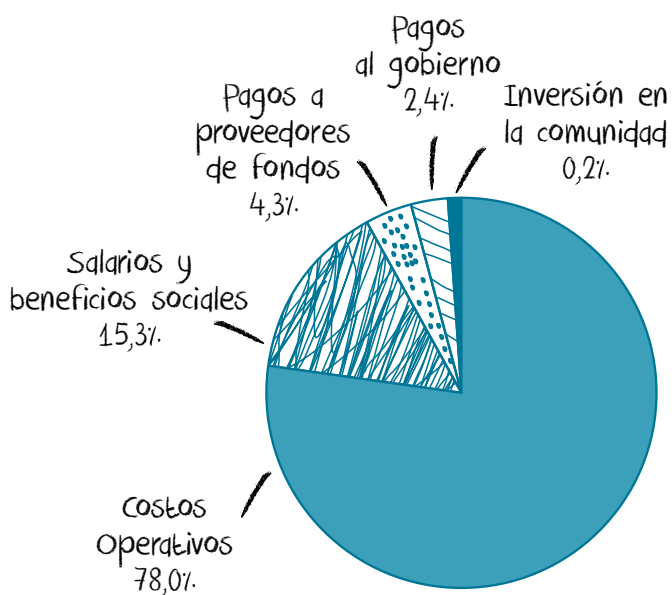
UTILIDAD NETA USD \$MM



VENTAS POR REGIÓN



VALOR ECONÓMICO CREADO Y DISTRIBUIDO





NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO

El Código de Gobierno Corporativo y la Encuesta Código País se encuentran en nuestra página web

www.colombina.com/sostenibilidad



Así se estructura nuestro Gobierno Corporativo:

Asamblea de Accionistas

Junta Directiva

Presidente Ejecutivo

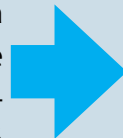
Revisor Fiscal

Comité de Presidencia

RELACIONES GREMIALES

Nuestra incidencia en políticas públicas es fuerte a través de la participación en la actividad gremial en la cual hemos permanecido activos durante varios años.

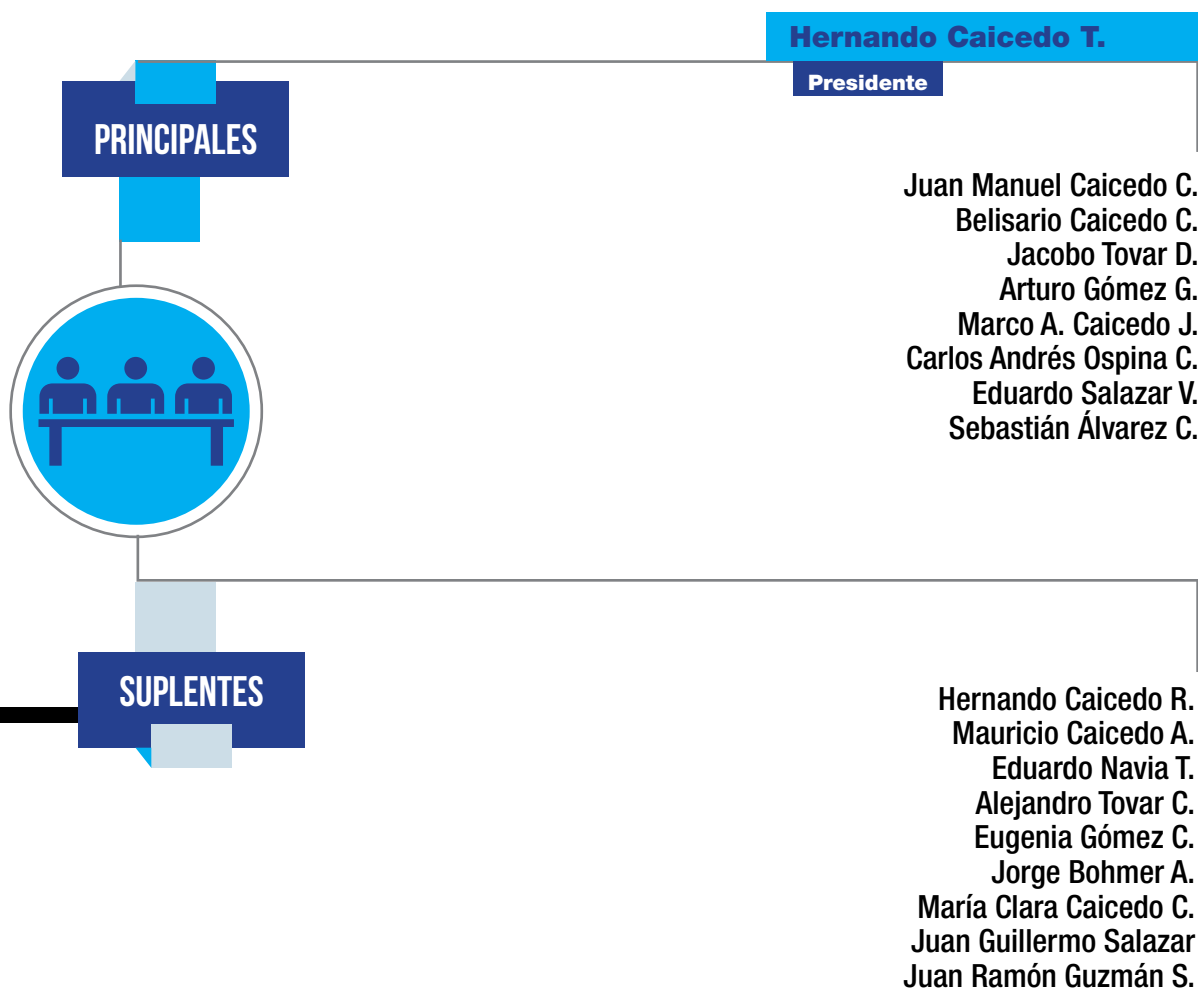
En la ANDI, en particular en la Cámara de la Industria de Alimentos, participamos en un Comité Especial de Confitería el cual cumple funciones enfocadas específicamente en la dulcería y la chocolatería. En este comité promovemos el propósito de convertir el sector de confitería en un jugador de clase mundial.



Gremios y asociaciones en los que participamos:

- ANDI
- AMCHAM
- ICONTEC
- LOGyCA
- FENALCO
- Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena
- Consejo Nacional Cacaotero
- ANALDEX
- BASC
- CUEEV

MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA



Colombina publica la Encuesta Código País, la cual se remite a la Superintendencia Financiera de Colombia. Esta encuesta refleja la situación de la compañía para el periodo entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2012, frente a las recomendaciones establecidas en el Código País en relación con las prácticas de Gobierno Corporativo.





GESTIÓN DE RIESGO

Nuestra gestión de riesgo tiene tres dimensiones:



PROYECTO SyPred

SYPREL

Modelo financiero basado en la información de BI (Business Intelligence) de SAP, permite hacer simulaciones y escenarios "What if".

Este modelo de simulaciones financieras nos permite cuantificar los posibles impactos de las variables antes descritas en la rentabilidad de la compañía. Las variaciones en los precios de las principales materias primas, generadas, entre otras razones, por el cambio climático, son capturadas en el modelo, lo cual nos permite cuantificar el impacto en la rentabilidad del negocio y tomar medidas para minimizarlo.

De esta forma estamos preparados para reaccionar inmediatamente y con planes documentados ante cualquier evento disruptivo y así generamos mayor confianza a nuestros accionistas e inversionistas.

Política de cobertura

Tasa de cambio
Azúcar
Maíz
Trigo

Por medio de ésta se monitorea y se minimiza el impacto de las fluctuaciones de los precios de las principales materias primas y de la tasa de cambio.

ERM (Enterprise Risk Management)

Mapa de riesgos por UEN

Sistema de Gestión de Riesgos, que nos permite mapear los principales riesgos corporativos y gestionar la minimización de los mismos.

BCP (Business Continuity Plan)

Plan por planta detallado para principales líneas

A través de este sistema de gestión en continuidad de negocios podemos establecer planes de contingencia, para asegurar la estabilidad de la compañía en caso de presentarse una interrupción de las operaciones ocasionada por un siniestro.



CÓMO NOS VEN

Calificación Fitch & Ratings

Por segundo año consecutivo la sociedad calificador de riesgo Fitch & Ratings nos otorgó la calificación AAA con perspectiva estable, lo que representa nuestra calidad, solidez y excelentes estándares en todos los procesos.

“ La calificación refleja la destacada posición competitiva de Colombina en el mercado de consumo masivo en Colombia y otros países de la región, el amplio acceso al mercado financiero local que le da cierta flexibilidad ante eventuales necesidades de liquidez, y el conservador perfil crediticio que ha venido presentando el cual se espera que se mantenga en el largo plazo. La calificación considera también la flexibilidad de sus operaciones y la conservadora política de manejo de costos y liquidez, que le ha permitido enfrentar escenarios adversos manteniendo sus márgenes de rentabilidad relativamente estables, en un negocio altamente competitivo y sensible a la volatilidad de precios de sus principales materias primas y de movimientos de tipo de cambio en los países donde opera.

CALIFICADORA FITCH & RATINGS

DURANTE EL
2012

SE RECIBIERON 28 REPORTE A TRAVÉS DE LA LÍNEA COLOMBINA ÉTICA, Y EN TODOS LOS CASOS SE TOMARON LAS MEDIDAS CORRECTIVAS.

En Colombina creemos que la ética es el mejor generador de confianza y reputación para nuestra compañía. Estamos seguros de que una gestión ética y transparente nos permite tener un ambiente laboral predominado por valores como lealtad, honestidad, respeto y justicia, además de garantizar la sostenibilidad de nuestra organización, lo que representa un futuro estable para quienes pertenecen a ésta.



COMPORTAMIENTO ÉTICO

Previendo 100% la corrupción

En el 2012 se han desarrollado las siguientes actividades, con el fin de continuar fortaleciendo el programa anticorrupción y prevenir los riesgos relacionados:



- ▶ Ampliación del alcance de la línea Colombina Ética para lograr que además de los colaboradores, terceros puedan reportar los casos relacionados con corrupción y violación de la Política de Ética de Negocios y casos relacionados con discriminación y acoso.
- ▶ Como parte del proceso de inducción corporativa, se continuó entregando la Política de Ética de Negocios al 100% de los colaboradores que ingresaron a la compañía.
- ▶ Elaboración del “Código de Conducta para la Gestión Comercial”, en el cual se establecen las principales reglas de conducta que la compañía espera que tengan sus vendedores, para llevar a cabo la gestión comercial en una forma ética acorde con los valores corporativos. La meta para el año 2013 es incorporarlo en la Política de Ética de Negocios y hacer una campaña de divulgación dentro de la “Escuela de Ventas”.
- ▶ Durante el 2012 se presentaron dos incidentes de corrupción, en los que los colaboradores involucrados fueron retirados de la compañía e incluso en uno de los casos el expleado restituyó a la empresa el dinero objeto del fraude. Para determinar estos incidentes se

aplicó el criterio de materialidad y se reportaron únicamente los casos que representan pérdidas estimadas mayores a \$10 millones.

- ▶ Se continuó emitiendo el Boletín de Manejos Indevidos, en el cual se divulgan los casos más importantes de fraude, con el fin de crear conciencia acerca del cumplimiento de la ley y las normas internas de la compañía, así como de las consecuencias laborales e inclusive penales de su incumplimiento.

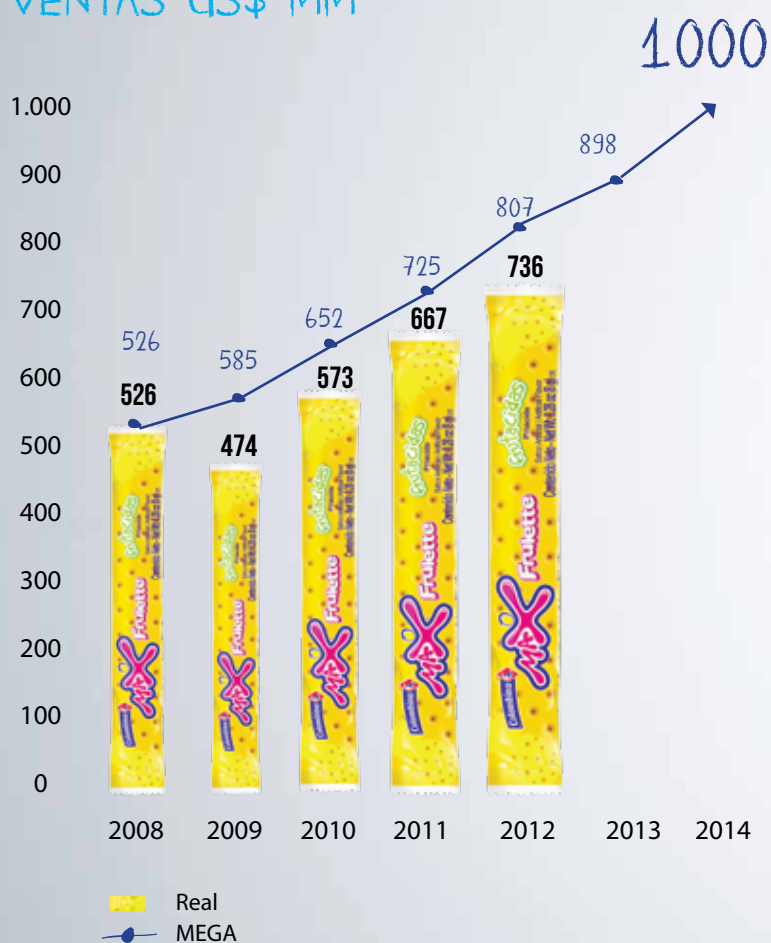
En el 2012 se realizó un refuerzo, a través de capacitaciones en la Política de Conflicto de Interés, con los 610 colaboradores que se considera que tienen más riesgo de verse envueltos en este tipo de situaciones, por su contacto con clientes o proveedores.

No se presentaron casos judiciales por prácticas corruptas contra la compañía, ni casos similares en contra de empleados.



LOS RETOS

VENTAS US\$ MM



Cumplimiento del
 objetivo MEGA:
 Ventas netas en el 2014
 un billón
 de dólares





Balance ecológico

→ Grupos de interés

Medio ambiente

ENFOQUE DE GESTIÓN

Nuestras plantas y colaboradores están cada vez más comprometidos con el logro de las metas de indicadores de producción y consumo sostenible. Por eso hacemos continuos esfuerzos para mitigar el impacto de las operaciones, apoyados en nuestra Política Ambiental que se encuentra disponible en la página web www.colombina.com/sostenibilidad



Para el logro de resultados satisfactorios en lo referente a dichas metas, contamos con un Comité de Balance Ecológico, integrado por líderes de todas nuestras plantas de producción, el cual se encarga del control y seguimiento de los indicadores de gestión de nuestros tres grandes focos de actuación: Agua, Energía y Emisiones y Residuos.

Iniciativas

Agua
Energía y Emisiones
Residuos



ESTRUCTURA DEL COMITÉ DE BALANCE ECOLÓGICO:

En Colombina buscamos que nuestra gestión ambiental esté supervisada por personas expertas en cada una de nuestras plantas de producción. Es así como nuestro Comité de Balance Ecológico es liderado por el Vicepresidente de Confitería e integrado por jefes, gerentes y directores de calidad en las plantas de Galletas, Helados, Conservas y Procalidad (Guatemala), y una Jefe de Gestión Ambiental y Seguridad en la planta de Confitería.



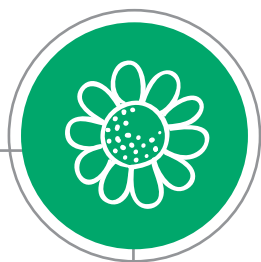
**JEFE GESTIÓN
AMBIENTAL
Y SEGURIDAD**

Planta Confitería

**VICEPRESIDENTE UEN
CONSERVAS**

Director de Calidad
Planta La Constancia





LÍDER COMITÉ AMBIENTAL
Vicepresidente UEN Confitería

**VICEPRESIDENTE UEN
HELADOS**

Jefe Aseguramiento de Calidad
Planta Helados

**VICEPRESIDENTE UEN
GALLETERÍA**

Jefe de Calidad
Planta Galletería

**VICEPRESIDENTE REGIÓN
CENTROAMÉRICA**

Gerente de Calidad
Planta Guatemala

COP \$4.897 millones

invertidos en favor
del medio ambiente en el 2012

AGUA

Continuamos realizando mediciones periódicas, a través de indicadores que nos permiten controlar y tomar medidas necesarias de ahorro.

CONSUMO DE AGUA M³/TON



Objetivo 2013: 4,4 m³/ton

Objetivo 2013 vs. año base (2010): -23%

Real 2102 vs. año base (2010): -18%

CUIDANDO NUESTROS RECURSOS

DENTRO DE NUESTRAS INICIATIVAS PARA LA REDUCCIÓN DE CONSUMO DE AGUA Y VERTIMIENTOS, RESALTAMOS LOS PROYECTOS RELACIONADOS CON LOS SISTEMAS DE RECIRCULACIÓN DE AGUA Y LAS PLANTAS DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES - PTAR.

OTRAS INICIATIVAS PUEDEN ENCONTRARSE EN NUESTRA PÁGINA WEB:

WWW.COLOMBINA.COM/SOSTENIBILIDAD

Recirculación de agua en homogeneizador:

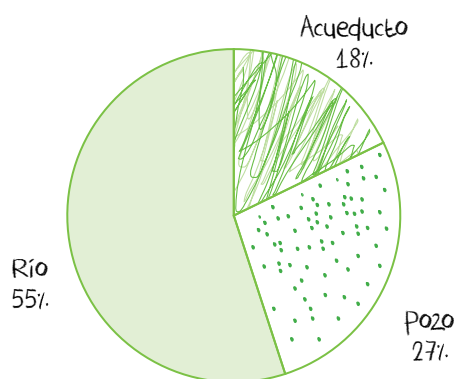
En las dos plantas de Helados se implementó un sistema de recirculación del agua de enfriamiento del homogeneizador en el área de procesos.

- En la planta de Medellín, gracias a este sistema se redujeron los volúmenes de consumo; por tanto, el indicador global durante el 2012 se mantuvo por debajo del obtenido en el 2011. El consumo promedio del 2012 fue de 1.839 m³/mes, frente a 1.842

m³/mes en el 2011, a la vez que el incremento en la producción fue de 7%.

- En la planta de Bogotá la eficiencia en consumo de agua, en función del incremento de la producción, muestra una reducción considerable del indicador. El promedio del indicador en el 2011 fue de 7,12 m³/ton, y para el 2012 fue de 4,32 m³/ton.

CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA POR FUENTES/M³



Vertimientos

Gracias al plan de inversiones de los últimos tres años en los sistemas de tratamiento de aguas residuales, logramos reducir en 68% los vertimientos.

VERTIMIENTOS: KG DQO/TON



Estos datos no incluyen la planta de Guatemala

Objetivo 2013: 1,8 m³/ton

Objetivo 2013 vs. año base (2010): -70%.

Real 2102 vs. año base (2010): -68%.

Proyectos de Tratamiento de Aguas Residuales

En las plantas de Helados se realizaron los estudios requeridos para el diseño de las plantas de tratamiento de aguas residuales, lo cual garantizará el cumplimiento de los estándares definidos en la legislación nacional. La inversión realizada para el diseño y construcción de estas plantas asciende a 1.600 MM de pesos. En cuanto a nuestra planta de Dulces y Galletas ubicada en Guatemala, se llevó

a cabo el estudio de impacto ambiental y se presentó ante el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, que finalmente otorgó el aval gubernamental para la construcción de la PTAR para el 2013. Con respecto a nuestra planta de Confitería, desde el 2011 se está llevando a cabo una completa modernización y ampliación de la capacidad de la PTAR.

En el 2012 se cerró la fase 1 del proyecto (Adecuación del Sistema de Pretratamiento) y se dio inicio a la fase 2, que consiste en la construcción y adecuación de los reactores biológicos, como parte de las mejoras proyectadas en pro de la modernización.

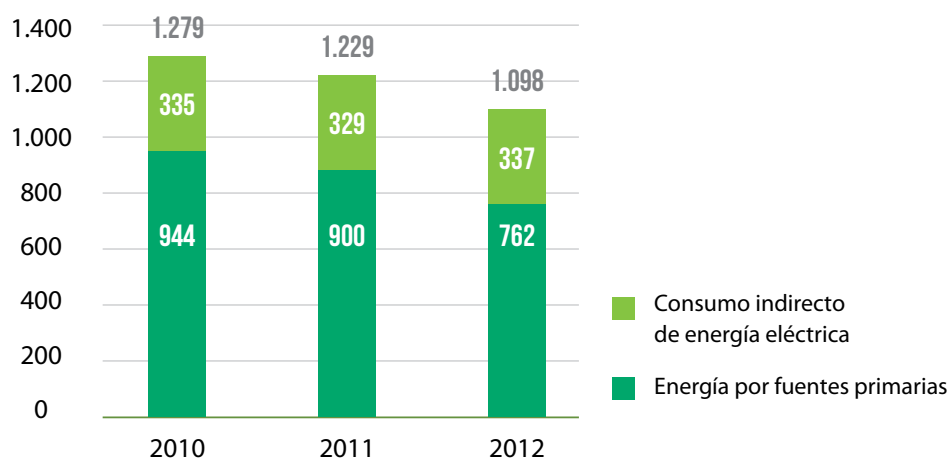


ENERGÍA Y EMISIONES

Energía

Reducir el consumo de energía no solo nos hace ser más eficientes en nuestras operaciones, sino que nos permite reducir nuestra huella de carbono, considerando fuentes de energía más limpias para reemplazar la utilización de combustibles fósiles.

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA, KWH/TON



Objetivo 2013: 1.150 kwh/ton

Objetivo 2013 vs. año base (2010): -10%

Real 2102 vs. año base (2010): -14%

CUIDANDO NUESTROS RECURSOS

DENTRO DE LAS INICIATIVAS DE REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA HEMOS LLEVADO A CABO DIVERSAS ACTIVIDADES, QUE PUEDEN ENCONTRARSE EN NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.COLOMBINA.COM/SOSTENIBILIDAD



ESTAS SON ALGUNAS DE LAS MÁS DESTACABLES:

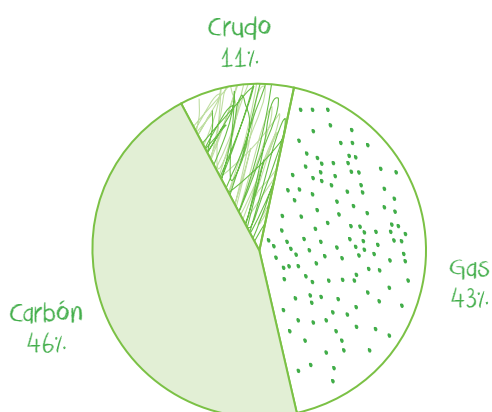
Planta Confitería

Instalación de motores de alta eficiencia Premium.

La utilización de motores de alta eficiencia permitió optimizar el consumo de energía de los equipos. La eficiencia de los motores antiguos es aproximadamente de 80%, mientras que la de los motores Premium es de 94%.

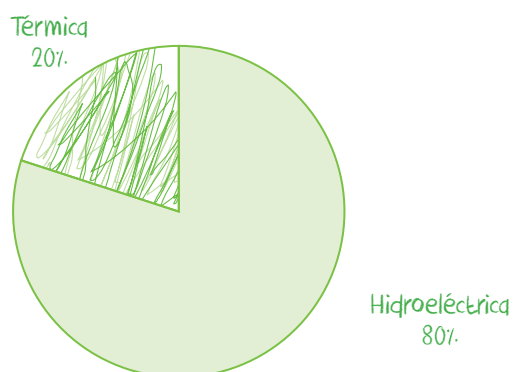
CONSUMO TOTAL ENERGÍA PRIMARIA:

145.840.684 KW/H



TOTAL CONSUMO FUENTES DE ENERGÍA INDIRECTA:

64.289.385 KW/H



Esta relación se determinó de acuerdo con la consulta realizada a la empresa de energía EPSA.

Es importante destacar que entre mayor sea el consumo de energía hidroeléctrica es mejor para el medio ambiente, pues ésta no genera emisiones de gases efecto invernadero de ningún tipo.



Planta Helados Medellín

Recuperación de condensado en líneas de vapor. Se implementó un sistema de recuperación de condensado para mejorar la eficiencia energética de la caldera y se lograron reducciones en consumo de gas natural superiores al 50%, mientras que el gasto económico se redujo en 43 millones de pesos.

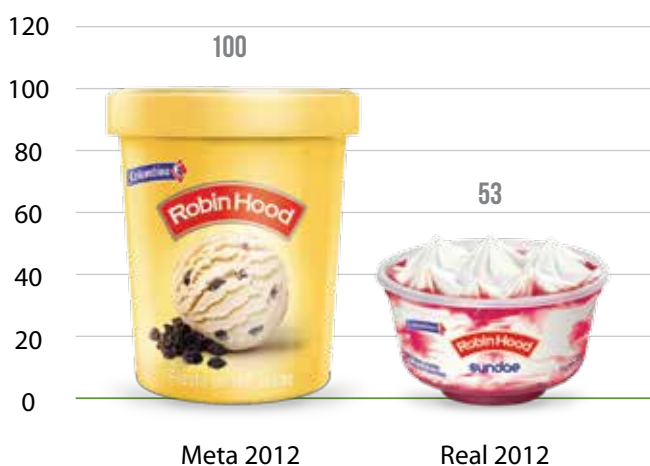
Planta de Galletas

Instalación de domos transparentes. En la nueva planta de producción se instalaron domos transparentes para aprovechar la luz natural y disminuir el consumo de energía.

EMISIONES

Somos conscientes de que las emisiones de gases efecto invernadero generadas por algunos de nuestros procesos productivos tienen impactos negativos en el medio ambiente. Por esto iniciamos el proceso de medición de huella de carbono, con el fin de establecer mejoras en nuestros sistemas de combustión y así lograr reducirla.

EMISIONES ATMOSFÉRICAS- MATERIAL PARTICULADO: MG/M³



La norma establece 100 mg/m³, indicador que superamos ampliamente. Este indicador corresponde a la planta de Confitería.

EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO: KG CO₂ /TON



Objetivo 2013 vs. año base (2011): -19%. Esta medición corresponde al alcance 1 y 2 de las plantas de Galletería y Confitería.

CUIDANDO NUESTRO PLANETA

MEDIR NUESTRA HUELLA DE CARBONO SE HA CONVERTIDO EN UNA PRIORIDAD. POR ESTO, EN DOS DE LAS PLANTAS EN LAS QUE SE CONCENTRA EL 66% DE NUESTRA PRODUCCIÓN TOTAL SE LLEVÓ A CABO LA MEDICIÓN DE ALCANCE 1 Y 2 Y EN TODAS LAS DEMÁS PLANTAS ESTÁN EN MARCHA PROYECTOS PARA LA OBTENCIÓN DE NUESTRA HUELLA A NIVEL CORPORATIVO. ESTAS Y OTRAS INICIATIVAS PARA LA REDUCCIÓN DE EMISIONES PUEDEN ENCONTRARLAS EN NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.COLOMBINA.COM/SOSTENIBILIDAD

Proyecto medición huella de carbono

La medición de la huella de carbono de los años 2011 y 2012 para nuestras plantas de Confitería y Galletería, se llevó a cabo en acuerdo con la firma LOGyCA -CLI- Centro Latinoamericano de Innovación en Logística. La medición contempló el alcance 1 y 2, que comprende no solo las emisiones directas de gases efecto invernadero (provenientes de fuentes que son propie-

dad o están controladas por la empresa), sino las emisiones indirectas asociadas a la electricidad (emisiones de la generación de electricidad adquirida y consumida por la empresa).

En julio del 2012 la autoridad ambiental CVC otorgó el permiso de emisiones atmosféricas a la empresa Colombina S.A., por un periodo de cinco años.

COLOMBINA Y EL CAMBIO CLIMÁTICO



2008

Colombina es la primera empresa de la Región Andina que participa en el mercado de reducciones de CO₂ de Estados Unidos, e ingresa a la Bolsa de Cambio Climático de Chicago (CCX), mediante la obtención del primer lote de "Bonos Verdes".

2009 - 2010

Se lleva a cabo la primera medición de la huella de carbono, alcance 1 y 2, en nuestra planta de Confitería.

2011

Se inicia el proyecto de medición del inventario de gases efecto invernadero con la firma LOGyCA, en las plantas de Confitería y Galletería.

2012

Se concluye el proceso de medición de huella de carbono, alcance 1 y 2, de las plantas de Galletería y Confitería, a cargo de la firma LOGyCA.

En la Planta de Helados Medellín, con el apoyo del Centro Nacional de Producción Más Limpia, se inició la medición de gases de efecto invernadero.

Hemos reducido en 12% nuestras emisiones de gases efecto invernadero.

En la Planta de Helados Medellín

se inició la medición de gases efecto invernadero, con el apoyo del Centro Nacional de Producción Más Limpia. Durante el año 2012 se empezó con la recopilación de la información requerida para el inventario de emisiones, proceso que espera finalizarse hacia abril del 2013.

En la Planta de Helados Bogotá

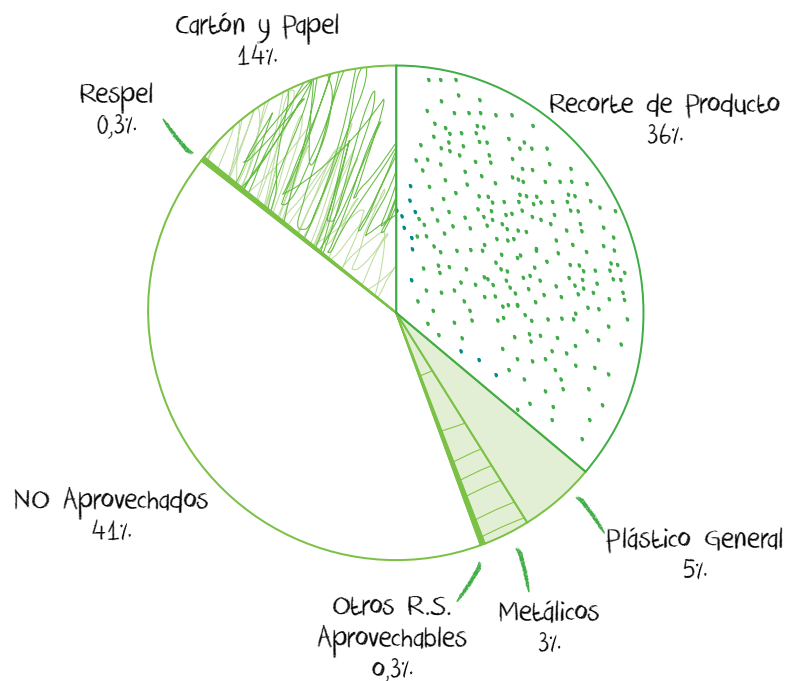
se socializó el proyecto de medición de huella de carbono, para involucrar a las áreas que generan gases de efecto invernadero. Se dará inicio a la recopilación de la información del 2013, y se están desarrollando las bases de datos para mantener actualizada la información requerida para futuras mediciones.

RESIDUOS

En Colombina nos interesamos por generar conciencia respecto a la adecuada disposición de residuos sólidos y su reutilización, lo que nos ha permitido generar cambios importantes en nuestra cultura organizacional, mitigar impactos ambientales y obtener beneficios económicos.

TOTAL RESIDUOS SÓLIDOS SEGUN TIPO Y METODO DE TRATAMIENTO:

9.866 TON



CUIDANDO NUESTRO PLANETA

ENTRE LAS INICIATIVAS PARA PROCURAR LA MEJOR DISPOSICIÓN Y LA MENOR GENERACIÓN DE RESIDUOS, DURANTE EL 2012 LLEVAMOS A CABO EL PROYECTO "REÚSO CONTINUO DE MATERIALES".

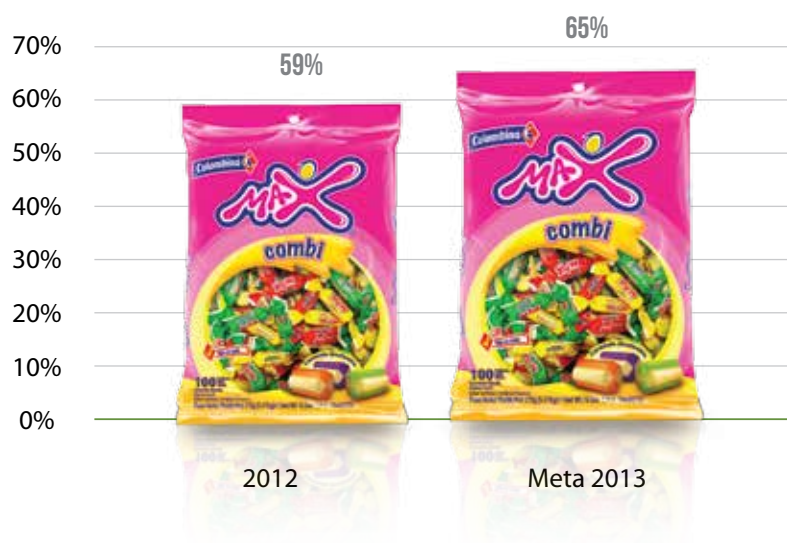
OTRAS INICIATIVAS PUEDEN ENCONTRARSE EN NUESTRA PÁGINA

WWW.COLOMBINA.COM/SOSTENIBILIDAD

Proceso de reutilización de corrugados en planta

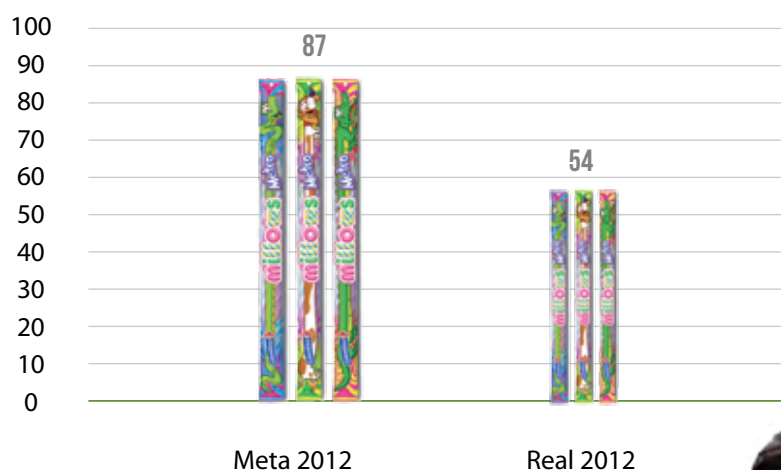
Mediante el Proyecto "Reúso continuo de materiales (concepto Green Box)" logramos reducir el impacto ambiental ocasionado por el consumo de materiales de embalaje a lo largo de la cadena, valiéndonos de un sistema que permite reutilizar continuamente las cajas de cartón corrugado y a la vez cumplir con los estándares de calidad definidos. En este proceso se garantiza la inocuidad del material, acorde con las políticas de la compañía. Este proyecto se inició en el último trimestre del 2012.

APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS



Del total de residuos sólidos generados, el 59% es aprovechado en el proceso de reciclaje externo y el 41% restante no se aprovecha, se dispone en Relleno Sanitario Autorizado. Nuestra meta para el 2013 es lograr el aprovechamiento del 65% de los residuos sólidos generados por la operación de las plantas de producción.

PESO TOTAL DE RESIDUOS: KG/TON



En el 2012 tuvimos en cuenta la medición del residuo de la carbonilla generada en la caldera del carbón.

Este indicador no incluye la planta de Guatemala.

Beneficios ambientales:

Reducción en el consumo de fibra vegetal, debido a la postergación en la compra de nuevos materiales.

Beneficios económicos:

- Reducción en el costo de adquisición, de entre 30 y 50%.
- Reducción en costos de fletes, almacenamiento, operativos e inventarios.
- La concientización sobre la adecuada manipulación de los materiales de empaque evita daños en el producto terminado.

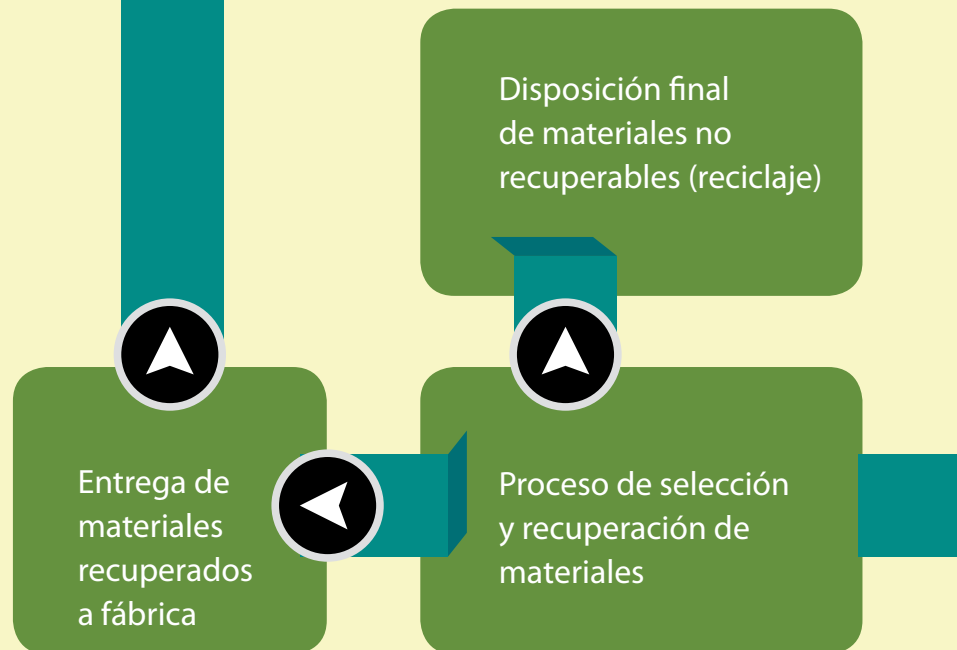


Éste es el proceso realizado por la empresa Recovering, encargada de la recuperación de los materiales:

PROCESO ACTUAL



PROCESO RECOVERING

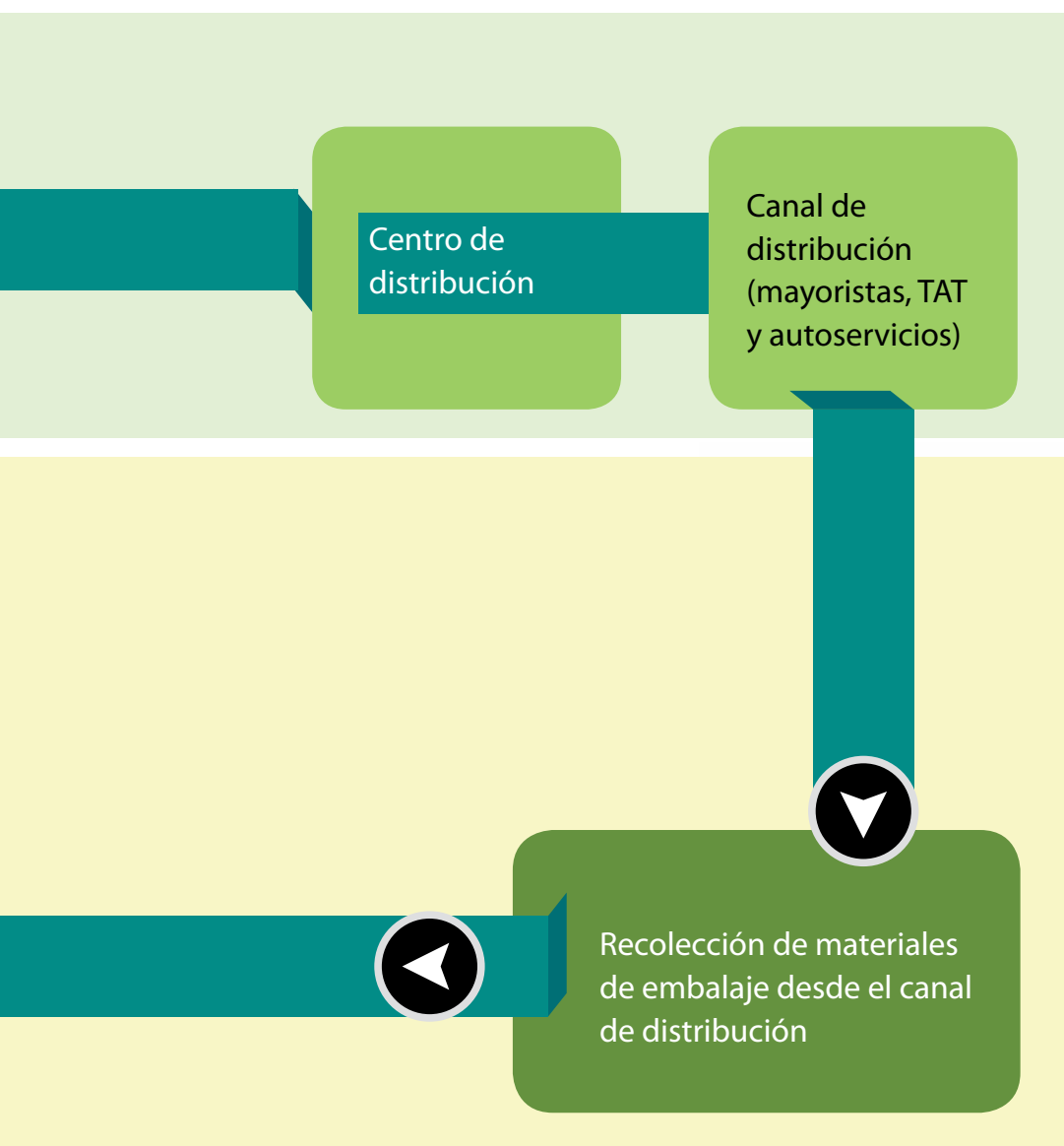


Con la implementación del proyecto hemos logrado los siguientes resultados:



97 toneladas de corrugado reutilizado

Evitamos la tala de 1.650 árboles, el consumo de 2.912 m³ de agua y 737.762 kw.



LOS RETOS

1

Para el 2014 Colombia habrá disminuido un 23% el consumo de energía eléctrica vs. el consumo registrado en el 2010.

2

En el año 2014 el consumo de agua será 23% menor, comparado con el registrado en el 2010.

3

En el 2014 habremos medido el alcance 1 y 2 de la huella de carbono de todas nuestras plantas.



Desarrollo social y fomento
de la competitividad

→ Grupos de interés

Sociedad, Comunidad y Proveedores

ENFOQUE DE GESTIÓN

Nuestro enfoque en este pilar está orientado al desarrollo y crecimiento del programa Big Brother, el fortalecimiento de las relaciones con nuestros proveedores y el desarrollo de las comunidades donde estamos presentes a través de la Fundación Colombina.

Iniciativas

Big Brother

Desarrollo de la Comunidad:

Fundación Colombina y

Relación con la comunidad

Proveedores



BIG BROTHER: UNA APUESTA A LA COMPETITIVIDAD

En Colombina estamos seguros de que nuestro crecimiento sostenible no será mayor si nuestro entorno no crece al ritmo que soñamos. Por eso, nuestra empresa ha decidido dar pasos más grandes e impulsar con ella una región, un país. Es así como en el 2012 Big Brother fue nombrado por la Presidencia Ejecutiva como el Programa Bandera de Responsabilidad Social.



Este programa consiste en apadrinar pequeñas empresas haciendo transferencia de conocimientos y mejores prácticas, con el fin de apoyarlas en su crecimiento administrativo, financiero y comercial y brindarles las herramientas para la creación de su departamento de comercio exterior.

A través de Big Brother contribuimos al mejoramiento de pequeñas empresas, generando mediante la transferencia de conocimiento mayores ingresos y empleo, lo que se ve representado en crecimiento para la región.

El desarrollo del programa Big Brother está a cargo de un comité liderado por la Vicepresidencia de la Unidad de Negocio de Confeitería, quienes a su vez cuentan con el apoyo de funcionarios de la compañía, los cuales de manera voluntaria dedican horas laborales para la capacitación y acompañamiento a las empresas.

Fases de implementación de Big Brother



Durante el 2012 se dedicaron 390 horas voluntarias de formación y acompañamiento al programa.

Cómo nos ven

Empresas beneficiadas

Hasta el momento el programa ha beneficiado a seis empresas: Polietilenos del Valle, Litografía Autónoma del Valle - LAVALLE, Agraff Industrial S.A., Plasmega S.A.S., Microempaques Impresores y Amano Nativa, de los cuales los primeros tres culminaron su proceso en mayo del 2012.

Polietilenos del Valle fue la primera empresa que obtuvo los beneficios de Big Brother, y culminó su proceso en el año 2011. Logró excelentes resultados, como los siguientes:

ANTES DE BIG BROTHER	DESPUÉS DE BIG BROTHER
Producción de 110 ton/mes	Producción de 135 ton/mes
1.320 ton/año	1.620 ton/año
Ventas en el 2010 de 8.800 MM	Ventas en el 2011 de 11.000 MM
8 referencias con Colombina	34 referencias con Colombina
	Inversión en infraestructura por 24 MM con proyección de una nueva planta.



“ Para Sidecomex, Big Brother es un orgullo y una satisfacción como compañía, porque nos ayuda a desarrollar nuestro plan estratégico y nuestra misión de velar por la región y nuestra comunidad...”.

FREDDY EUGENIO GUTIÉRREZ

GERENTE GENERAL DE SIDECOMEX

“ El programa Big Brother ha sido una oportunidad gigantesca de crecimiento para la compañía, donde hemos aprendido a mejorar nuestros procesos y nos han dado una capacitación intensiva en Comercio Exterior...”.

MARIO ANDRÉS ECHEVERRY

GERENTE LITOGRAFÍA AUTÓNOMA DEL VALLE - LAVALLE

“ Para Agraff, el programa Big Brother ha sido una extraordinaria oportunidad que nos ha servido para mejorar nuestros procesos y nos ha abierto los ojos hacia el mundo para exportar...”.

VAGN AAGE

GERENTE GENERAL DE AGRAFF



LOS RETOS

1

Llegar a cinco empresas beneficiadas en el 2013.

2

Lograr que las empresas beneficiadas repliquen el programa con sus pequeños proveedores.



ESTRECHANDO RELACIONES CON NUESTROS PROVEEDORES

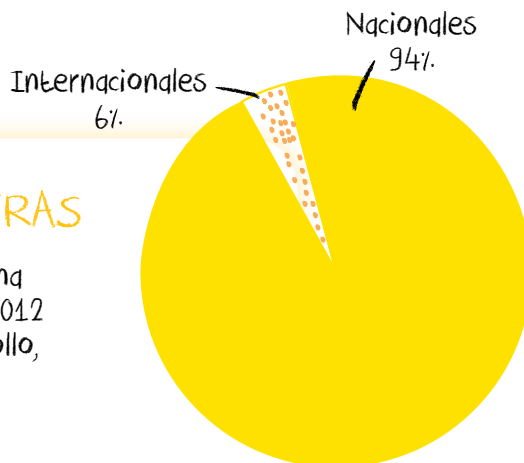
Nuestros proveedores son un aliado fundamental para el desarrollo del negocio; por esto mantenemos relaciones de confianza y transparencia a través de diferentes iniciativas y sobre todo promoviendo en ellos las mejores prácticas, de tal manera que cumplan con los más altos estándares de desempeño y calidad.

La relaciones con nuestros proveedores se basan en los siguientes criterios:



NUESTROS PROVEEDORES EN CIFRAS

Actualmente el 94% de los proveedores de Colombina son nacionales y el 6% internacionales. Durante el 2012 continuamos fortaleciendo los programas de Desarrollo, Certificación y Recertificación de Proveedores.



Certificación de Proveedores



El pasado 24 de mayo del 2012, siete proveedores recibieron un reconocimiento por culminar satisfactoriamente el programa. Con ellos son 21 los que han recibido su certificación cumpliendo con los estándares y la calidad requeridos por la compañía.



Proveedores Socialmente Responsables

En el 2012 continuamos con la validación del cumplimiento de los pilares del Pacto Global y de programas de Responsabilidad Social realizados por el grupo de proveedores del programa Big Brother y Certificación de Proveedores. Este proceso consiste en una evaluación y auditoría, lo que nos permite comprobar la respuesta de estos, mediante evidencia objetiva.

Hasta ahora se encuentran validados 24 proveedores de materias primas y empaques, de los cuales el 100% cumplen con los pilares fundamentales del Pacto Global, y el 58% de ellos tienen establecidos programas de RSE.

Recertificación de Proveedores

Un proveedor se recertifica en tres años consecutivos de cumplir con los indicadores y metas definidos. En la actualidad llevamos diez proveedores recertificados.



LOS RETOS



En el 2013 se espera incluir doce proveedores en el proceso de validación en programas de sostenibilidad.



Para este mismo año el proceso de certificación se hará con ocho proveedores más, y por primera vez certificaremos a un proveedor de transporte.



DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

Desarrollar iniciativas en beneficio de la comunidad, que disminuyan las brechas sociales, es para Colombina una prioridad que se ve reflejada desde la comercialización de sus productos dirigidos a la base de la pirámide.

Los programas de la Fundación Colombina y las acciones que hemos realizado para beneficiar a nuestras comunidades son las iniciativas que componen nuestro aporte al desarrollo de la comunidad.

FUNDACIÓN COLOMBINA



Para contribuir con el desarrollo de las comunidades y suplir algunas de las necesidades de nuestros colabora-

dores, contamos con la Fundación Colombina como un aliado estratégico, el cual desde el 2007 orienta sus programas específicamente en la atención y el bienestar de la niñez, a través de los Hogares Infantiles, la educación y formación artística de hijos de los colaboradores y la generación de espacios recreativos en nuestras zonas de influencia:

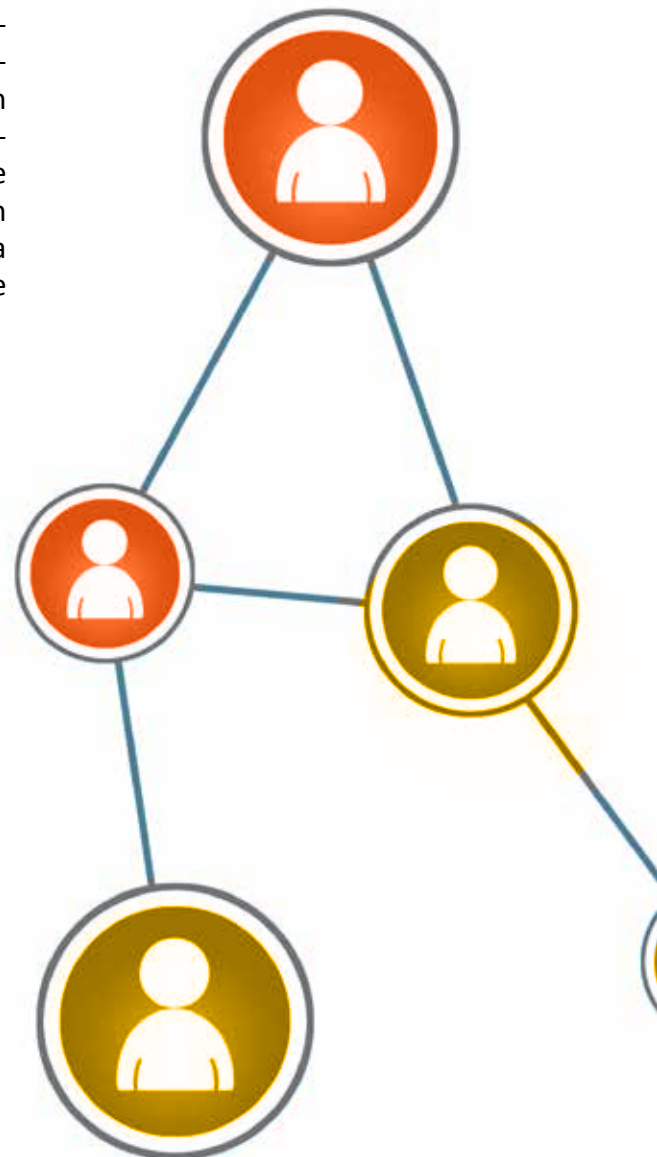
Hogares Infantiles Fundación Colombina

Sabemos que la primera infancia es una etapa fundamental y los hogares son un espacio para la recreación, nutrición adecuada y estimulación temprana para el desarrollo de los hijos de colaboradores de las plantas. En total son 150 niños y niñas quienes se benefician en estos dos hogares infantiles.

La inversión en el desarrollo de la comunidad en el 2012 fue de 1.222 millones de pesos.

Recreación

Colombina aporta al desarrollo de espacios públicos para la sana recreación. 100% de crecimiento en el número de escenarios recreativos, frente al 2008.



Educación

Continuamos ofreciendo a los hijos de nuestros colaboradores becas en carreras tecnológicas y programas de pregrado, así como espacios de aprendizaje artístico y cultural. Estos son nuestros programas más representativos:

Gracias a programas como este, niños, niñas y jóvenes de la comunidad de Santander de Quilichao en el departamento del Cauca, reciben afecto y confianza mutua, los cuales se convierten en no solo una estrategia de utilización del tiempo libre, sino de prevención y contención frente a actividades contraculturales, ayudándoles a desarrollar características que pueden conducir a liderazgos sanos dentro de sus comunidades.

Los jóvenes han logrado un nivel alto de conocimiento del folclor colombiano, identificando los sones, aires y danzas con la región y la cultura a la cual pertenecen. Durante el 2012 adquirieron mayor reconocimiento en otros departamentos, lo que les permitió participar en escenarios importantes, tanto en el Cauca como en el Valle del Cauca.

Programa Becas Jaime H. Caicedo:

El programa de Becas "Jaime H. Caicedo", con la Universidad ICESI de Cali, completó cinco años en el 2012; programas como este han permitido que hijos de nuestros colaboradores alcancen sus metas profesionales.

Gestionando alianzas:

Se celebró un contrato por \$73.710 millones, en alianza con las Fundaciones Génesis y Carvajal, para desarrollar competencias en lectura y escritura en los maestros y estudiantes de primaria en cinco colegios de los municipios de Santander de Quilichao y Padilla, en el departamento del Cauca. Lo anterior, puesto que se ha establecido que los alumnos en el bachillerato tienen grandes dificultades en el aprendizaje, por carecer de las capacidades para comprender la lectura y el desarrollo de la escritura.

Cómo nos ven

“Gracias a los hogares infantiles de la Fundación Colombina hoy recibo un niño preparado para enfrentar una nueva etapa en su vida; aprendió a comer bien, manejando los cubiertos solo; se relaciona mejor con su entorno, sus compañeros, y con los adultos tiene un trato formal y respetuoso. Aprendió también todo sobre la higiene personal y el cuidado de su cuerpo, y los conocimientos básicos para una transición exitosa”.

LUZ ANGÉLICA MUÑOZ

MADRE DE NIÑO BENEFICIARIO.

RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

Nuestro enfoque en la relación con las comunidades está orientado a la generación de empleo local, como aporte al desarrollo social; por esto, en la mayoría de nuestras plantas aproximadamente el 90% de nuestros colaboradores son personas pertenecientes a las zonas en donde estamos ubicados.

Esto nos ha permitido indagar y conocer un poco las necesidades de estas comunidades, llevándonos a desarrollar programas y actividades que no solo cobijan a nuestros colaboradores sino a la comunidad en general.



Contribuimos al desarrollo de nuestras regiones de influencia

Conociendo la difícil situación que afronta el departamento del Cauca, lugar donde tenemos nuestra planta de producción de Galletas, nos hemos unido a la estrategia de promover la producción del cultivo de Quinoa, para contribuir al fortalecimiento agrícola y comercial de pequeños cultivadores del departamento y mediante el cual se benefician más de 650 familias de campesinos e indígenas de la región.

Es así como desarrollamos la galleta Crakeñas Multigrano con Quinoa, que además de contribuir con la promoción de este cultivo, también le agrega beneficios nutricionales, y unida a otros alimentos, como la avena y el trigo, hacen de ella un producto con alta fuente de nutrientes.





En Colombina "Nuestro Amor es Infinito"

En el 2012 se creó el Voluntariado Corporativo "Nuestro Amor es Infinito", mediante el cual se apadrinan las niñas del Centro Juvenil Micalcano las Adoratrices, con el objetivo de aportar a la construcción de su futuro y calidad de vida.



Este voluntariado está conformado por colaboradores de nuestra oficina central en la ciudad de Cali y además de brindar orientación a las niñas, también contribuye con la generación de ingresos y emprendimiento, aportando dinero para la puesta en marcha de una Microempresa de Confecciones, la cual debe ser operada y administrada por las jóvenes, quienes van culminando su proceso educativo. Más de 18 millones de pesos ha sido el dinero recaudado hasta el momento por los voluntarios, para el fondo de creación de la microempresa durante el segundo semestre del 2012.

Nuestro enfoque en la relación con las comunidades está orientado a la generación de empleo local como aporte al desarrollo social.

Programa Vivienda para Todos

Este programa se ha venido desarrollando durante 36 meses y como resultado ha beneficiado en total a 120 colaboradores y sus familias, quienes han cumplido su sueño de tener vivienda propia.

Esta iniciativa comenzó en la planta de Confeitería, como una alternativa de solución de vivienda para sus colaboradores y ha contado con aliados importantes, quienes han sido clave para la consecución del proyecto.

Los beneficiados cuentan con un plan de financiación que se basa en un ahorro programado, que corresponde al 10% del valor total de la vivienda, un subsidio de la Caja de Compensación Comfandi y un auxilio de un millón de pesos de la Fundación Colombina para mejoras locativas. El saldo se obtiene con crédito hipotecario, que se realiza con una entidad bancaria.

Colombina realiza este tipo de prácticas de sostenibilidad para incentivar el crecimiento y la calidad de vida de las personas que todos los días trabajan para hacer de la compañía una de las principales empresas del país.





Comprometidos con la Fundación de Prevención Infantil de Sibaté

La Fundación de Prevención Infantil de Sibaté busca brindar atención y programas de crecimiento integral a niñas víctimas de violencia intrafamiliar, estado de abandono y extrema pobreza. Con el fin de brindar un rato alegre y de diversión a estas niñas, los colaboradores de la Planta de Helados Bogotá les alegraron la Navidad llevando helados, regalos y kits de aseo para cada una de ellas, quienes por diferentes razones no pueden compartir las fechas de fin de año con sus familias.

Halloween con un propósito social

Este año, con el apoyo de la Fundación Colombina, se realizó "La Quena Encantada", una obra músico-teatral que tuvo como fin resaltar la importancia de los valores y de la solidaridad como elementos primordiales de la integración social en contextos afectados por el conflicto en el Valle del Cauca.

La función contó con la asistencia de más de 1.500 espectadores, dentro de los que se encuentran los niños, pertenecientes al programa Proniño, que busca beneficiar a la población infantil y adolescente en situación de trabajo infantil en Colombia. Las niñas de la institución Micalcano R. Adoratrices, a la cual apadrina Colombina a través de su voluntariado, también estuvieron presentes.

Adicionalmente y como ya es tradicional, en la mañana del 30 de octubre los colaboradores de todas las sedes de la compañía se sumaron a la celebración de Halloween, y entregaron dulces en diferentes fundaciones, escuelas y hospitales. Este año más de 20.000 niños y niñas vivieron la temporada más dulce del año, llenos de alegría.

El grupo de actores de la obra estuvo conformado por 60 niños, en su mayoría hijos de nuestros colaboradores de la planta de Galletas y Pasteles y pertenecientes al Taller Integral de Músicas Caucañas - "TIMCA", de la Fundación Colombina.



20.000 niños y niñas vivieron la temporada más dulce del año, llenos de alegría.

Chocolatería y confitería como un sector de clase mundial

Con el fin de promover el desarrollo del sector chocolatería y confitería en Colombia, Colombina se comprometió a apoyar la puesta en marcha de la Escuela de Confitería y Dulcería del Valle del Cauca, ubicada en el Centro Agropecuario de Buga, que tiene como propósito transferir mejores prácticas productivas, de sostenibilidad e innovación, desde la producción primaria de dulces y chocolates hasta su comercialización.

Este proyecto hace parte del Programa de Transformación Productiva (PTP), una alianza público-privada, mediante la cual el gobierno busca impulsar el desarrollo del país, convirtiendo los sectores con alto potencial de crecimiento en jugadores de talla mundial.

Es así como Colombina, siguiendo con el compromiso de apoyar el PTP, y específicamente fomentar la productividad del cultivo de cacao en una de las regiones donde concentra gran parte de su operación, se ha convertido en un aliado estratégico de Vallenpaz, para emprender el proyecto piloto del Plan Siembra en el departamento del Cauca, en Santander de Quilichao. La apuesta es que en 13 hectáreas se instale una parcela demostrativa y comercial de cacao, en un sistema agroforestal que sirva de escuela a toda la región y que oriente su producción y la de los vecinos a la comercialización con Colombina.

250
millones de pesos
la inversión aprobada para
el proyecto Plan Siembra.



Aportes a Cajas de Compensación Familiar

El aporte que nuestro grupo empresarial otorga a las Cajas de Compensación, el Sena y el ICBF es distribuido por éstos para la ejecución de programas sociales del Estado dirigidos a población vulnerable. En este sentido, en Colombina el aporte a la construcción de una sociedad más equitativa y con mayores oportunidades, a través de estas instituciones, se ve representado así:

EMPRESAS	TOTAL AÑO			
	CAJA	SENA	ICBF	TOTAL
Colombina S.A.	2.282.749.727	1.141.350.422	1.711.891.190	5.135.991.339
Colombina del Cauca S.A.	400.149.312	208.485.791	291.663.482	900.298.585
Conservas Colombina S.A.	101.312.100	50.656.740	75.976.060	227.944.900
Distribuidora Colombina Ltda.	23.652.400	11.827.945	17.738.300	53.218.645
TOTAL	2.807.863.539	1.412.320.898	2.097.269.032	6.317.453.469



LOS RETOS

1

Apertura de dos nuevos hogares infantiles, en Zarzal y Tuluá, con 80 niños cada uno.

2

Obtener la aprobación de las Secretarías de Educación Departamental de la etapa de educación preescolar en los hogares infantiles.

3

Extender el programa de becas para estudios tecnológicos a las plantas de Conservas y Helados.



Nuestros
colaboradores

→ Grupos de interés

Colaboradores

ENFOQUE DE GESTIÓN

En Colombina sabemos que nuestros resultados y logros no son posibles sin el compromiso de nuestros colaboradores; por esto, tenemos el firme propósito de generar constantemente estrategias para su desarrollo profesional y personal, así como garantizar un ambiente laboral excepcional, que nos permita continuar con nuestra transformación hacia una compañía de talla mundial. Nuestro foco de actuación en este pilar se basa en tres iniciativas: Bienestar laboral, Desarrollo del talento humano y Salud y seguridad de los colaboradores.

Iniciativas

Bienestar laboral

Salud y seguridad de
los colaboradores

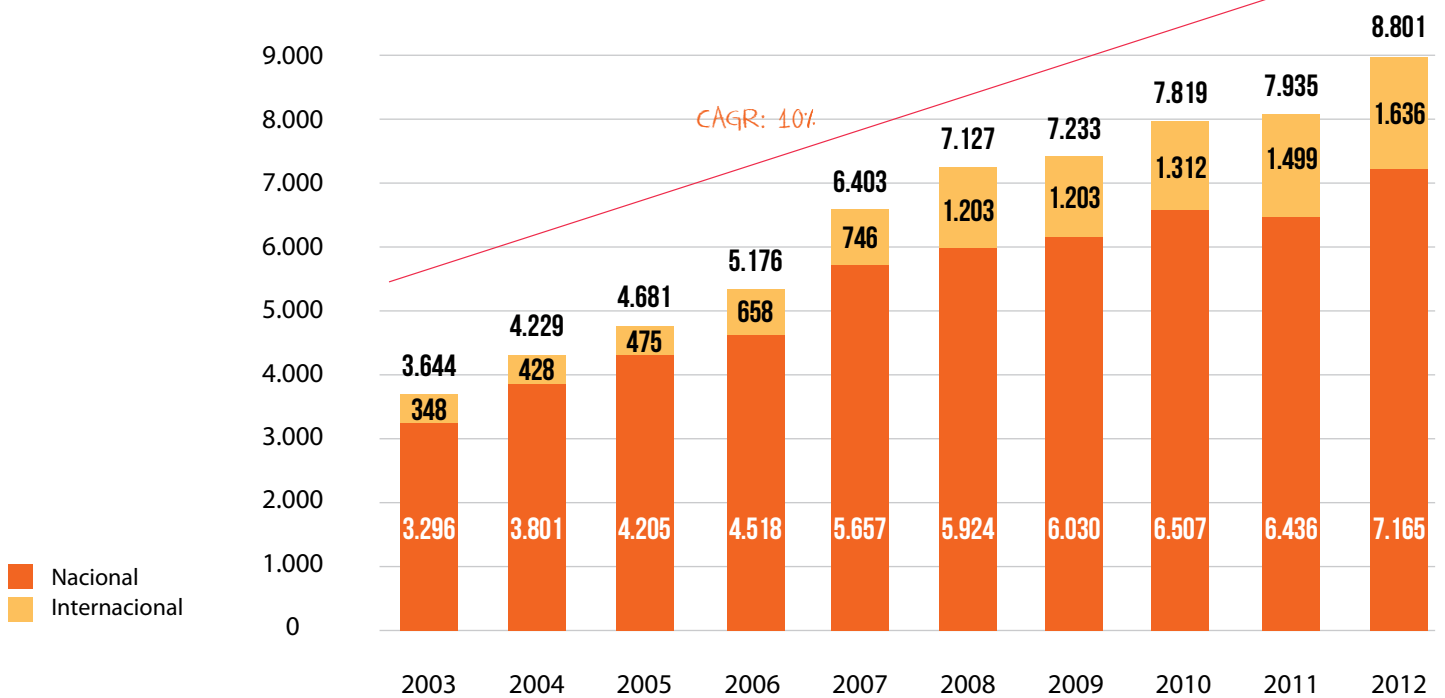
Desarrollo
del talento humano



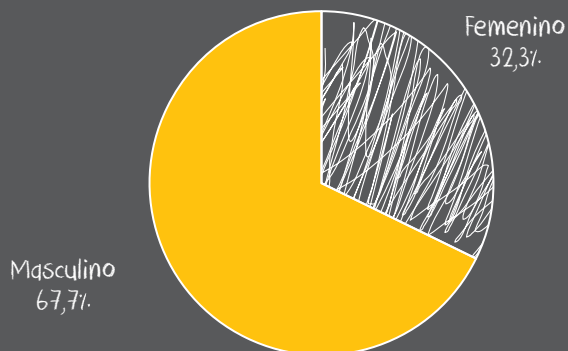
BIENESTAR LABORAL

Buscamos la satisfacción de nuestros colaboradores realizando acciones que contribuyan a su calidad de vida, crecimiento profesional y un excelente ambiente laboral, promoviendo relaciones de confianza y generando programas que contribuyan a la disminución de accidentes y riesgos laborales.

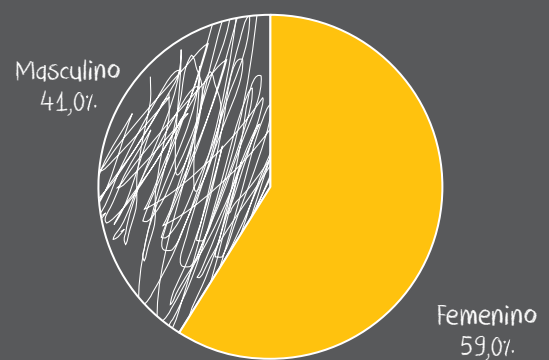
NÚMERO DE COLABORADORES DEL GRUPO EMPRESARIAL COLOMBINA



Participación por género - directos
2012



Participación por género - no directos
2012



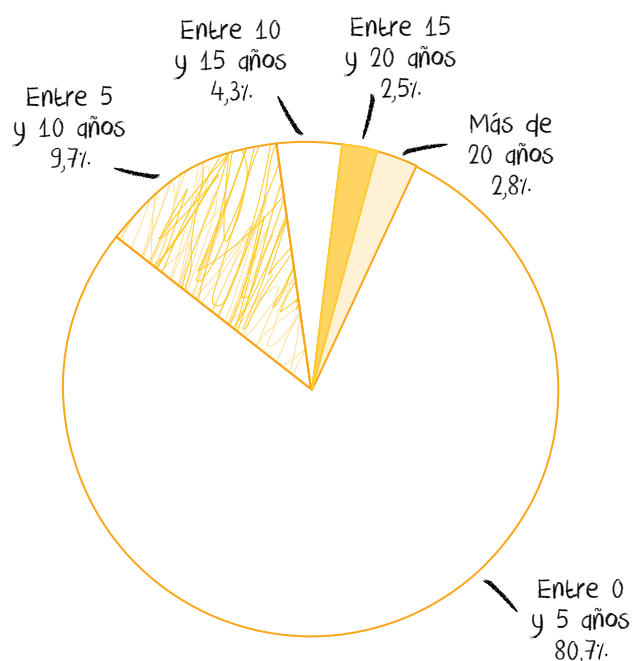
Cómo nos ven

“Hacer parte de la familia Colombina ha sido una maravillosa experiencia personal que ha marcado mi vida. Gracias al apoyo de la empresa he podido proyectar mis metas a nivel laboral y personal; además, me siento muy identificada con el aporte que hace al desarrollo de un gran grupo de colaboradores y sus familias. Esta es una compañía muy comprometida con su gente y con un inmenso calor humano, y esto me impulsa a asumir retos que me permiten crecer al mismo tiempo que ésta crece”.

DAVERLY SANDOVAL

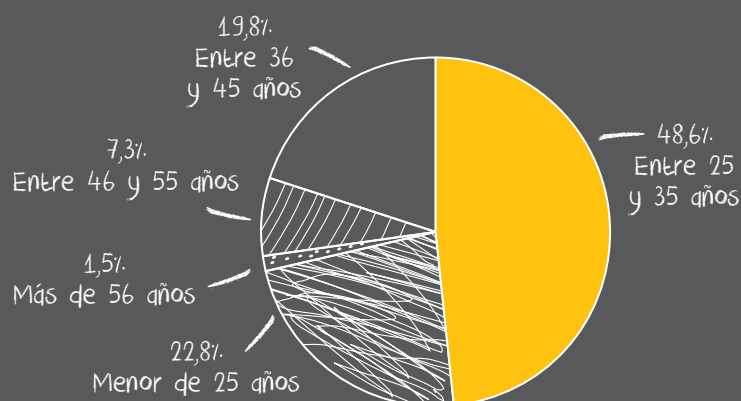
COLABORADORA DE LA PLANTA DE GALLETERÍA

PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES POR RANGO DE ANTIGÜEDAD GRUPO EMPRESARIAL COLOMBINA



Actividades de bienestar: durante el 2012, con el fin de desarrollar espacios de recreación, cohesión y amistad para nuestros colaboradores, se generaron varios momentos, entre los cuales se encuentran la celebración de fechas especiales, día de la familia en nuestras plantas, entre otras. En total se invirtieron más de 720 millones de pesos.

Participación por rango de edad Grupo empresarial



8.801

personas forman parte de nuestra compañía, es decir, un 10% más que en el año 2011.

Nuevos Comités de Convivencia

Siguiendo los lineamientos del Ministerio del Trabajo con respecto a la conformación y funcionamiento del Comité de Convivencia Laboral en entidades públicas y empresas privadas, en el 2012 se crearon cinco Comités de Convivencia, como una herramienta preventiva del acoso laboral.

La creación de los comités se realizó mediante convocatoria y elecciones internas, contando con la participación de todos los colaboradores de las sedes.

Con el fin de garantizar el correcto funcionamiento de los mismos y brindar el conocimiento sobre los alcances y atribuciones, se ha proporcionado capacitación a sus miembros.

Compensación

Nuestro propósito es ofrecer condiciones favorables para nuestros colaboradores, por esto continuamos manteniendo un salario mínimo superior en un 4,1% al salario mínimo legal vigente.

En cuanto a la relación entre el salario de hombres vs. el de las mujeres, no existe diferencia alguna. Las diferencias en salario dependen únicamente del conocimiento de las personas, de acuerdo con el cargo y las funciones que desarrollan.

RELACIÓN ENTRE EL SALARIO DE HOMBRES VS. EL DE LAS MUJERES

GRUPO DE PERSONAL	NIVEL	RELACIÓN SALARIO HOMBRES/MUJERES
Activos	Operarios	1,3
	Auxiliares	0,9
	Asistentes	0,9
	Mercaderistas	1
	Impulsadoras	1
	Vendedor tat	1
	Vendedor otros canales	1
	Profesional (analistas, ejecutivos)	1
	Coordinador / supervisor	1
	Jefe de área	1
	Especialista	1,2
	Director de área	1,2
	Gerente de área	1,1
	Vicepresidente	1
	Temporales externos	Operarios
Auxiliares		1,1
Asistentes		0,7
Fuerza de ventas		1
Profesional (analistas, ejecutivos)		0,9
Coordinador / supervisor		1,1
TOTAL		1





CONTINUAMOS MANTENIENDO
UN SALARIO MÍNIMO

**SUPERIOR
EN UN 4,1%**

AL SALARIO MÍNIMO
LEGAL VIGENTE.

Beneficios sociales

CONCEPTO	COP MM
Aportes a seguridad social	21.686
Aportes parafiscales	6.317
Prestaciones legales	70.730
Prestaciones extralegales	9.310
TOTAL	108.043

Fondo Mutuo de Inversión Colombina, Riopaila, Castilla

Continuamos fomentando el ahorro y la inversión en nuestros colaboradores, a través del Fondo CRC. 1.904 colaboradores de Colombina Colombia hacen su aporte mediante deducciones automáticas de nómina, y la empresa efectúa una contribución del 50% sobre el aporte legal que hace el colaborador.

APORTES COLOMBINA	COP\$MM
Aportes de empresa para ahorros de colaboradores	315.671
Aportes de empresa para administración del Fondo CRC	187.020
TOTAL	502.691

APORTES EMPLEADOS	
Aportes legales, adicionales y especiales de los colaboradores	2.215.653
TOTAL (APORTES COLOMBINA + EMPLEADOS)	2.718.344

La rentabilidad del fondo alcanzó el 9% efectivo anual en el 2012.

Retención del talento

• Clima organizacional

En el año 2011 realizamos la encuesta de Clima Organizacional, la cual arrojó resultados importantes y ello demuestra que nuestros esfuerzos en ser cada vez un lugar mejor para trabajar han tenido resultados. Esta encuesta nos permitió, a su vez, desarrollar planes de mejora enfocados en tres variables: comunicación, interacción y desarrollo.

En el 2012 trabajamos en más de 150 planes de acción, como respuesta a las sugerencias y necesidades encontradas en las filiales del exterior y Colombia.

• Implementación del programa JOB POSTING

A través este programa privilegiamos nuestro talento humano, dándole la oportunidad de postularse a convocatorias internas y así aspirar a nuevos cargos. Este programa se inició en el segundo semestre del año y se lanzaron en total 23 convocatorias.

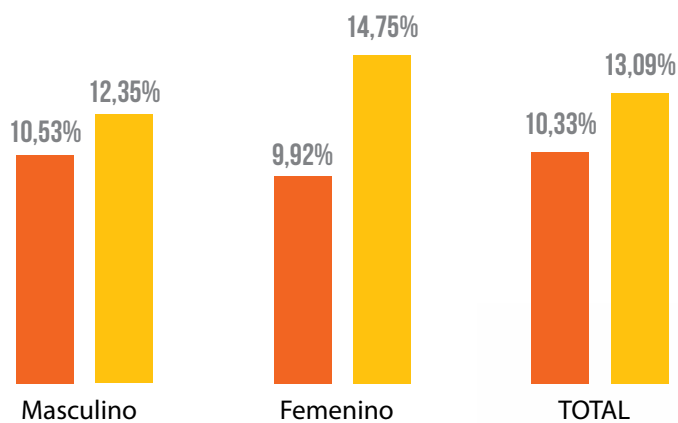


Índice de rotación

En la rotación se incluye solo las personas contratados directamente por la compañía, y de este grupo se excluyen retiros por pensión o fallecimiento del empleado. Este año el índice de rotación se ubicó en un 10%, logrando una disminución frente al índice del 2011.

En Colombina tenemos algunos cargos clasificados como clave, para los cuales se ha establecido una rotación inferior a 8,7%. En el 2012 la rotación de estos cargos fue de 5,2%.

Este año el índice de rotación se ubicó en un **10%**, logrando una disminución frente al índice del 2011.



■ Año 2012
■ Año 2011





SALUD Y SEGURIDAD DE NUESTROS COLABORADORES

La compañía cumple con todas las disposiciones legales respecto a salud y seguridad, ofreciendo a los colaboradores lugares dignos y seguros de trabajo, suministrando los elementos de protección personal, los implementos y elementos de seguridad industrial necesarios para el desempeño de las funciones asignadas.

Igualmente, en la empresa funcionan los Comités de Salud Ocupacional. En el caso de Colombia están conformados por el Comité Paritario y las Brigadas de Emergencia en cada una de las sedes donde están presentes nuestros colaboradores.

COPASO Y BRIGADISTAS

SEDE	TOTAL INTEGRANTES	NO. COLABORADORES	REPRESENTACIÓN (%)
OFICINA CENTRAL	27	260	10,38
PLANTA LA PAILA	47	2367	1,99
PLANTA CAUCA	76	1188	6,40
PLANTA CONSERVAS	28	296	9,46
PLANTA HELADOS	67	408	16,42
DISTRITOS DE VENTAS	132	2646	4,99
TOTAL COLOMBIA	377	7165	5,26
TOTAL FILIALES	25	1636	1,53
TOTAL GRUPO EMPRESARIAL	402	8801	4,57%

De acuerdo con las Convenciones Colectivas de Trabajo, se conviene entre las partes que las normas sobre higiene en el trabajo, salud ocupacional y seguridad industrial son obligatorias para todas las personas, y su violación constituye una falta grave.

Adicionalmente a lo pactado, la empresa cuenta en las plantas con mayor población con el servicio de médico, terapeuta ocupacional, psicológico y ambulancia de forma permanente, con el fin de prestar al colaborador oportuna atención y remisión a los centros asistenciales especializados.

De igual forma, se realizan acuerdos con entidades como el SENA en Colombia, las EPS y la ARL, para educar y formar a los trabajadores en procesos de salud y seguridad.

Indicadores de salud ocupacional

	Tasa Accidentes de Trabajo (AT)	Tasa de Enfermedad Profesional (EP)	Tasa Absentismo AT	Tasa Absentismo EP	Tasa Absentismo EG	Tasa de Absentismo TOTAL
TOTAL	8,82%	0,33%	0,35%	0,06%	1,99%	2,40%

Contamos con el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial, donde se definen los pasos que se deben seguir en el manejo de accidentes de trabajo. A través de este reglamento y la asesoría de nuestros especialistas, se ha dado un manejo adecuado a los accidentes de trabajo presentados en la organización.

Durante el año 2012
no se presentaron accidentes
que originaran víctimas mortales.

Desarrollamos programas de prevención y control de la salud de nuestros colaboradores y sus familias, con el fin de ayudar a la conservación de su salud física y mental.

Programas dirigidos a colaboradores

- ▶ En las plantas con mayor concentración de personas se ofrece asesoría médica, para que los empleados hagan las consultas necesarias sobre su cuidado y el de sus familias.
- ▶ Programa de promoción y prevención de enfermedades crónicas (hipertensión, diabetes, obesidad y dislipidemias); además, control a embarazadas.
- ▶ Programas en sinergia con Profamilia, para ofrecer asesoría en planificación familiar, prevención de enfermedades de transmisión sexual, prevención de cáncer de cérvix y próstata.
- ▶ Chequeos médicos ejecutivos.
- ▶ Formación en programas de prevención de accidentes con la ARL.

Programas que incluyen las familias de los colaboradores

- ▶ Campañas tendientes a prevenir el consumo de sustancias psicoactivas, explicando los riesgos que estas prácticas tienen y la posibilidad de contraer enfermedades como una de las tantas consecuencias.
- ▶ Brigadas de salud con las EPS, denominadas "Exposalud".



Programa "Reconocimiento a las Prácticas Seguras en el Trabajo"

De acuerdo con la Guía Técnica Colombiana para el Diagnóstico de Condiciones de Trabajo (GTC45) y con programas de seguridad basados en comportamientos establecidos en cada una de las plantas de producción, Colombina cuenta con mapas de riesgos, de los cuales se han derivado planes de acción, entre los que se encuentra la creación del programa "Reconocimiento a las Prácticas Seguras en el Trabajo", el cual tiene los siguientes objetivos:

- ▶ Fomentar el autocuidado.
- ▶ Estimular la participación del colaborador en la ejecución de comportamientos seguros en el trabajo.
- ▶ Desarrollar refuerzos y sensibilización por conductas o prácticas no observadas.
- ▶ Efectuar reconocimiento a los mejores resultados de las áreas en comportamientos seguros y accidentalidad.

El programa está dirigido a las áreas de Producción, Almacenamiento, Planeación y Logística e Ingeniería y Mantenimiento.



INDICADORES - PROGRAMA RECONOCIMIENTO A LAS PRÁCTICAS SEGURAS EN EL TRABAJO

INDICADOR	Tasa de accidentalidad	Tasa de severidad	Índice de comportamiento seguro
PONDERADO	30%	30%	40%
QUÉ	Número de accidentes por cada 100 trabajadores	Días perdidos por cada 100 horas trabajadas	Conductas seguras observadas
CÓMO	$\frac{\text{Número de Accidentes}}{\text{Número de Personas}}$	$\frac{\text{Número de Horas Perdidas}}{\text{Número de Horas Trabajadas}}$	$\frac{\text{Conductas seguras observadas}}{\text{Conductas definidas a Observar}}$



DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

Dentro de nuestras estrategias de fortalecimiento del talento humano contamos con varios programas, que nos permiten fomentar el interés de nuestros colaboradores en la generación de ideas que garanticen la sostenibilidad de la organización, y también destinamos millonarias inversiones en capacitación y desarrollo, de tal manera que los colaboradores refuercen y adquieran nuevos conocimientos, que impacten no solo a nivel personal sino también el cumplimiento de las metas organizacionales.

El entorno contemporáneo se caracteriza por continuos y vertiginosos cambios, derivados esencialmente por el proceso de globalización de las economías, que ha cambiado la forma de competencia empresarial. Por esta razón, desde el área de Desarrollo propendemos por el afianzamiento de habilidades y competencias para potencializar el factor humano como punto de apoyo y la palanca de todos los procesos organizacionales.

Durante el 2012 se llevaron a cabo programas enmarcados en las diferentes dimensiones.





CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO

DESARROLLO DE HABILIDADES TÉCNICAS PARA ADMINISTRACIÓN, LOGÍSTICA Y VENTAS

Escuela logística

Colombina Bilingüe

Entrenamiento Normas Internacionales de Información Financiera - NIIF

DESARROLLO DE HABILIDADES TÉCNICAS EN LAS PLANTAS DE GALLETTERÍA Y CONFITERÍA

Programa Creciendo Juntos

Actualización auditores internos Norma BRC

Seminario Proceso de Gestión de Producción
Norma Mundial de Seguridad Alimentaria

Trabajo en alturas

Formación especializada en chocolate

Actualización auditores internos sobre requisitos legales ambientales

En total en las dos plantas, entre éstas y otras actividades de capacitación y formación, se impactaron 3.623 colaboradores



DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES

Liderazgo

Negociación

Coaching para ejecutivos

Como parte de nuestro compromiso con el bienestar y desarrollo de quienes forman parte de nuestra empresa, ofrecemos programas de "outplacement" o transición de carrera para aquellos que se desvincularán de la compañía.

CURSOS DE ACTUALIZACIÓN Y NUEVAS TENDENCIAS

Shopper Marketing

Talleres de Responsabilidad Social Empresarial

Cursos y diplomados

Talleres para desarrollo de competencias



HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO Y CARGO

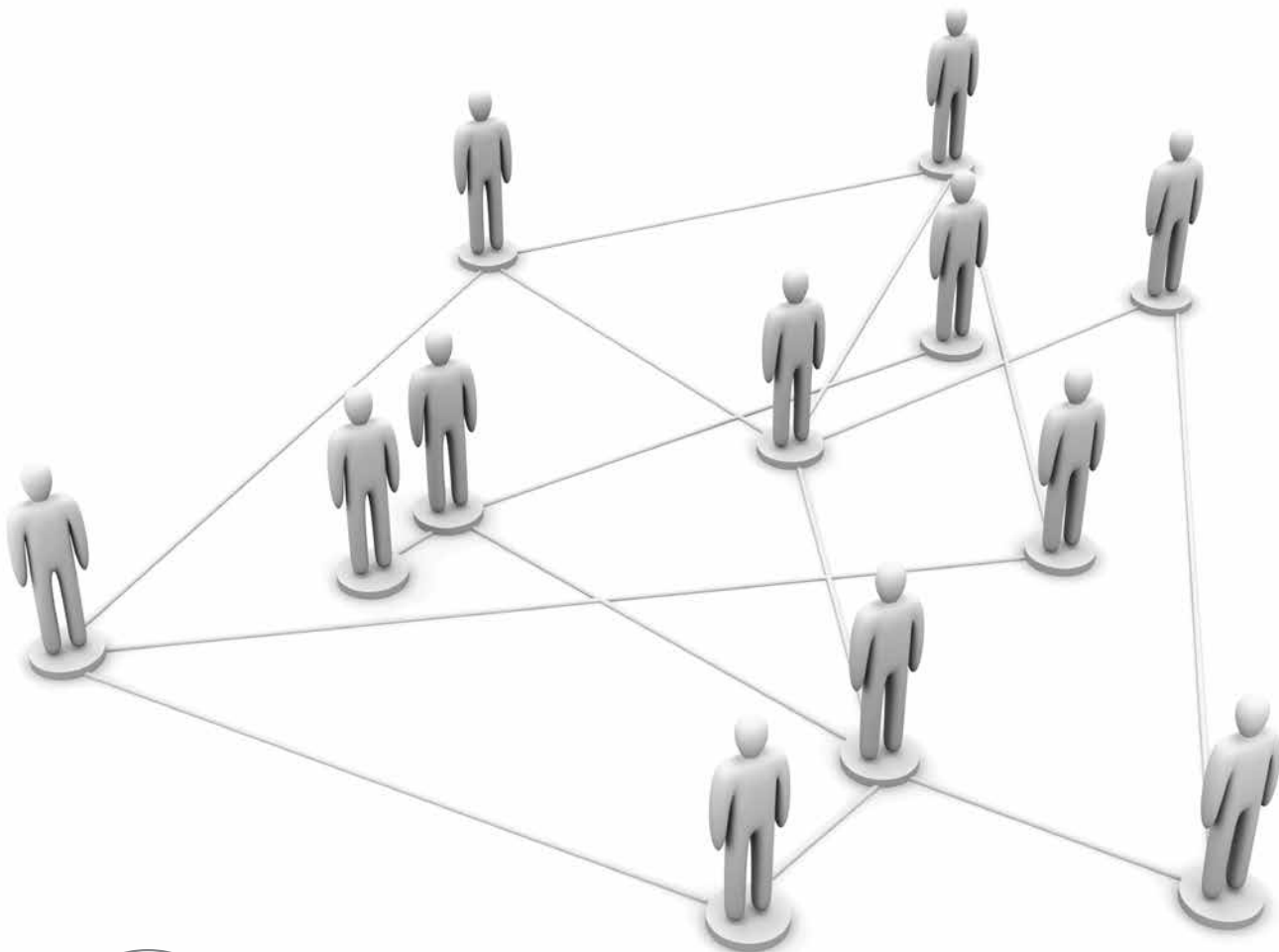
EMPLEADOS DIRECTOS

Cargos directivos	66,43
Cargos administrativos	20,46
Cargos operativos	35,38

EMPLEADOS TEMPORALES

Administrativos temporales	4,91
Operativos temporales	5,63





DESARROLLO DE LOS COLABORADORES

Inventario de talento

En Colombina nos interesa resaltar aquellos empleados que se destacan por su óptimo desempeño y potencial, con el fin de construir un Inventario de Capital Humano, para ocupar posiciones clave en la organización. El inventario permite, a través de los Planes Carrera y Planes Sucesión, preparar de manera permanente a las personas, y así asegurar la continuidad del negocio.

Plan Sucesión/Entrenamiento y Preparación de Backup's

Posterior a la clasificación de los cargos críticos, se identifican los futuros Backup's a nivel corporativo, con el fin de prepararlos para asumir nuevas posiciones u ocupar vacantes de cargos clave, y así garantizar una oportuna sucesión mediante la transmisión de conocimiento.

Plan Carrera

En la actualidad contamos con todas las rutas carrera definidas para cada una de las Unidades de Negocio y Unidades de Gestión Corporativa (se incluyen desde los cargos básicos hasta los de la alta dirección). Esta información se ha construido con el objetivo de generar promociones internas y cumplir los planes carrera diseñados, para posibilitar visibilidad, proyección y crecimiento dentro de la organización.

Beneficios educativos para empleados

Mediante la Política Corporativa de Capacitación y Desarrollo, los empleados de nuestra organización tienen fácil acceso a programas de educación superior que permiten desarrollar su potencial; los beneficios se otorgan de la siguiente manera:

Programas Técnicos y Tecnologías - 70% o hasta 2,5 SMMLV

Programas de Pregrado - 65% o hasta 3 SMMLV

Programas de Postgrado - 60%

Diplomados y Seminarios - 100% si la compañía lo envía, 50% si es iniciativa propia del empleado.

PLANTAS

158 millones de pesos
51 empleados beneficiados

DISTRITOS DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

216 millones de pesos
221 empleados beneficiados

Programa de Administración del Desempeño 2012

Con el objetivo de alinear las METAS de cada uno de nuestros colaboradores, según los objetivos estratégicos de la compañía, Colombina año tras año ha venido fortalecido este programa.

En el 2012 ampliamos nuestra cobertura en un 32%, nuestro reto en el 2013 será ampliarla hacia nuestras filiales y fuerza de ventas, que actualmente es evaluada con matriz de indicadores, lo que nos permitirá asignar nuevos retos y metas de gestión.

Evaluación de metas y objetivos

Dirigido a todos los colaboradores a partir del cargo de analistas, que tuvieron metas de gestión en el 2012, según las dimensiones y perspectivas de nuestro Balanced Scorecard.

626

Evaluación en Formato Asistencial

Aplica para todo el personal asistencial, evaluándolos según la aplicación de nuestros valores corporativos.

474



1.100 colaboradores impactados

Se invirtieron un total de 436 millones de pesos en beneficios educativos en los diversos programas de educación superior, otorgados a 313 empleados de la organización.

FILIALES EN EL EXTERIOR

\$8 millones de pesos

15 empleados beneficiados

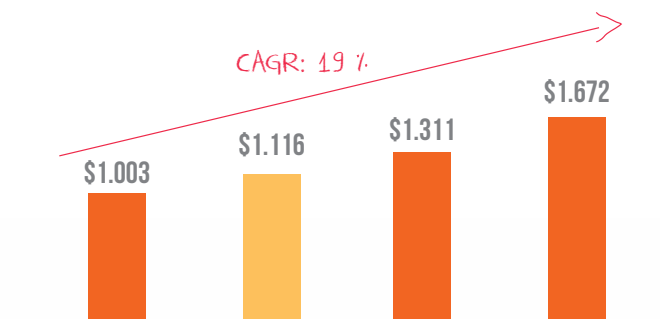
OFICINA CORPORATIVA

54 millones de pesos

26 empleados beneficiados

Inversión en capacitación

INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN
GRUPO COLOMBINA 2009-2012
COP\$ MM





DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Prepararnos para afrontar diversos retos o transformar los existentes es una continua preocupación en Colombina, como mecanismo para evolucionar e ir acorde con las exigencias del mercado. En línea con este propósito desarrollamos estrategias de Desarrollo Organizacional para alcanzar estos objetivos.



Durante los años 2011 y 2012 iniciamos la intervención en cultura, que permitió enriquecer la cultura deseada y movilizar acciones de transformación que aseguren la capacidad de ejecución de la compañía a futuro.



Fortalecimiento de valores corporativos

Programa de valores corporativos

"No pierdas tu Actitud Colombina, Valora tus Valores"

Los valores corporativos son elementos de la cultura organizacional, ya que direccionan a los miembros de una organización sobre los comportamientos y las actitudes que ésta espera de ellos.

Para Colombina es muy importante que todos sus colaboradores, además de conocerlos, los adapten y reflejen en su comportamiento diario; por esto, desde inicios del 2012 se está llevando a cabo el programa No te dejes contagiar, no pierdas tu actitud Colombina, valora tus valores.

El programa tiene tres etapas: Sensibilización, Apropiación y Reconocimiento.

Gracias al apoyo de Equipoder, empresa experta en educación experiencial, se realizaron talleres en cada una de las filiales, plantas y distritos (excepción de Venezuela y Guatemala), y se logró la participación de 1.100 personas.

Programa de Equipos de Mejoramiento

Es una iniciativa corporativa que busca promover la mejora continua en la organización, mediante la ejecución de proyectos por parte de equipos de trabajo. Con este programa se busca:

- Generar cultura de innovación.
- Desarrollar la iniciativa en los colaboradores.
- Fomentar la competitividad.
- Fomentar el trabajo en equipo.
- Sentido de pertenencia con la empresa.
- Reducción de costos y gastos.
- Contribuir con la mitigación de impactos en el medioambiente y/o el entorno social.
- Formación y entrenamiento de colaboradores participantes.

Los proyectos presentados siguen la metodología PHVA, y los concursantes reciben previamente un entrenamiento en esta técnica.

Para concursar se tienen definidas las siguientes categorías: **Generación de ahorros e Impacto ambiental y social.**

Anualmente se realiza la convención de mejoramiento continuo en cada una de las plantas y distritos en donde se presentan los proyectos. En el 2012 se presentaron 25 proyectos en las convenciones internas, los cuales representaron, al cierre del año, más de 720 MM de pesos en ahorros para la compañía con sus ideas de mejoramiento.



LOS RETOS



Teniendo en cuenta que la respuesta en la encuesta de clima organizacional reúne todas las variables y actividades realizadas por la compañía en pro de nuestros colaboradores, nuestro reto es pasar de un nivel de aceptación corporativo de 77,3%, logrado en el 2011, a 80% en el 2014.



Satisfacción de clientes y consumidores

→ Grupos de interés

Cientes y Consumidores

ENFOQUE DE GESTIÓN

Nuestro foco es continuar desarrollando productos más nutritivos y saludables, mientras entregamos el mejor sabor y la calidad que nuestros consumidores esperan de los productos Colombina. Con nuestra experiencia enriquecemos la vida de millones de familias por todo el mundo, ofreciendo en cada producto una manera diferente de disfrutar sus mejores instantes y convertirlos en inolvidables.

En Colombina entendemos que el sabor no tiene límites y sabemos que para ofrecer lo mejor, hay que dar lo mejor. Tenemos una gran tradición alimentando a los colombianos y desde hace cincuenta años a consumidores de otras nacionalidades, generando momentos memorables de consumo alrededor del mundo bajo una marca sombrilla líder y reconocida: Colombina.

El impacto de Colombina en clientes va más allá de una comercialización eficaz. Nuestra fuerza de ventas se encarga de brindar una atención diferenciada a todos los clientes, sin importar el tamaño. Uno de los pilares fundamentales para lograr su lealtad es la satisfacción, por ello nuestra tarea diaria es escuchar sus opiniones y atender sus necesidades para prestar cada vez un mejor servicio.

Basados en los diálogos con consumidores y clientes, en el año 2012 enfocamos nuestros esfuerzos en cuatro iniciativas: desarrollo de productos saludables, nutritivos y seguros, marketing responsable, innovación de productos y satisfacción del cliente.

Iniciativas

Desarrollo de productos
saludables, nutritivos
y seguros

Marketing responsable

Innovación de productos

Satisfacción de clientes





DESARROLLO DE PRODUCTOS SALUDABLES, NUTRITIVOS Y SEGUROS

Ayudando a nuestros consumidores a tomar mejores decisiones

Los consumidores son cada vez más exigentes al momento de adquirir y consumir un producto, pues demandan productos saludables, nutritivos y creados por empresas con prácticas sostenibles.

Para ayudarlos a tomar decisiones inteligentes sobre su dieta y para disfrutar de una vida balanceada, en Colombina implementamos un etiquetado más amigable y de fácil comprensión en todos los productos que comunica tres variables: Sello Verde, Tabla GDA (Guideline Daily Amounts) e Información Nutricional. De esta manera, presentamos la información nutricional relevante de nuestros productos mientras seguimos invirtiendo en la seguridad y calidad en los procesos productivos.

Sello verde

Con el objetivo de comunicar las bondades de cada producto, desde el año 2008 adoptamos en nuestros empaques un sello de fácil lectura y comprensión, que agrupa sus beneficios nutricionales.

En el 2012, el 24% de las ventas en Colombia de productos propios provinieron de productos con este sello. Para el 2014, la meta es que el 35% de nuestros productos tengan este sello.

Actualmente, más de 300 referencias tienen implementado este sello en la parte frontal de su empaque.



Actualmente, más de

300

referencias tienen implementado este sello en la parte frontal de su empaque.



Presentamos la información nutricional relevante de nuestros productos mientras seguimos invirtiendo en la seguridad y calidad en los procesos productivos.



Tabla GDA

A partir del 2011 empezamos a incluir la tabla GDA en nuestros empaques. En ésta reportamos el porcentaje del consumo diario recomendado de calorías, azúcares, carbohidratos, grasas saturadas y trans y sodio que contiene una porción del producto. Estos consumos diarios se basan en una dieta de 2.000 calorías.

Este esquema de etiquetado, implementado en más de 127 referencias, logró en el año 2012 que el 11% de nuestras ventas en Colombia provinieran de productos con esta tabla; la meta es que al 2014 el indicador crezca al 35%.

Información Nutricional

Esta información es dada en un formato estandarizado que permite conocer el contenido del producto. Los ingredientes aparecen en el orden de la cantidad que contienen. Nuestros consumidores la utilizan para ayudarse en el proceso de elegir los mejores alimentos para su dieta y estilo de vida.

Aproximadamente 50 referencias de nuestros productos marca La Constancia son producidos con fruta natural.

Nutrition Facts / Información Nutricional	
Serving Size / Tamaño por Porción 4 Cookies / Galletas (32g) Servings Per Container / Porciones por Envase 10	
Amount per Serving / Cantidad por Porción	
Calories / Calorías 140 Calories from Fat / Calorías de Grasa 45	
Daily Value* / Valor Diario*	
Total Fat / Grasa Total 5g	8 %
Saturated Fat / Grasa Saturada 2g	10 %
Trans Fat / Grasa Trans 0g	
Cholesterol / Colesterol 0mg	0 %
Sodium / Sodio 190mg	8 %
Total Carbohydrate / Carbohidrato Total 23g	8 %
Dietary Fiber / Fibra Dietaria 1g	4 %
Sugars / Azúcares <1g	
Protein / Proteína 3g	6 %
Vitamin A / Vitamina A 0%	Vitamin C / Vitamina C 0%
Calcium / Calcio 0%	Iron / Hierro 0%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs.
* Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus Valores Diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

	Calories / Calorías 2,000	2,500
Total Fat / Grasa Total	Less than / Menos de 65g	80g
Sat Fat / Grasa Saturada	Less than / Menos de 20g	25g
Cholesterol / Colesterol	Less than / Menos de 300mg	300mg
Sodium / Sodio	Less than / Menos de 2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate / Carbohidrato total	300g	375g
Dietary Fiber / Fibra Dietaria	25g	30g

NUTRIENTE	100 g
Energía	1830 / 438 KJ / Kcal
Proteína	9 g
H. de Carbono	72 g
Azúcares	2 g
Polialcoholes	0 g
Almidón	47 g
Grasas	16 g
Saturadas	6 g
Grasas Trans	0 g
Monoinsaturados	3 g
Poliinsaturados	0 g
Colesterol	0 g
Fibra	3 g
Sodio	0,59 g

Reformulación de productos

Nuestra promesa es hacer la vida de los consumidores más placentera, con productos que no solo sean prácticos y saludables, sino también más nutritivos. Las investigaciones concluyen que la mayoría de las personas quieren comer de forma saludable, sin comprometer el disfrute del sabor. En Colombina trabajamos diariamente en el desarrollo de alimentos que les brinden esta satisfacción.

Pero para lograrlo es necesario realizar revisiones constantes a nuestros productos, para reformular el contenido sin comprometer su sabor, seguridad o calidad.

Nos sentimos satisfechos con los progresos logrados en el 2012, pero nuestro reto es continuar mejorando el perfil de todo el portafolio para ofrecer mayor bienestar al mercado.

Disminuyendo colorantes y conservantes, sodio y grasas

Colorantes y conservantes artificiales

La industria de los alimentos dio inicio en la década de los cincuenta, al uso de productos de tipo químico para la preservación de los productos perecederos. En años recientes, organizaciones de la salud recomendaron la reducción o eliminación de éstos, en pro de la salud de las personas. En Colombina, todos los colorantes y conservantes utilizados son permitidos para el consumo humano. Buscando reducir cada vez más los productos que contienen sustancias artificiales, hoy en día en nuestro portafolio cuenta con 259 referencias libres de éstas.

Sodio

Aunque en Colombina la mayoría de nuestros productos son libres de sodio, en el caso de aquellos que si lo contienen, hacemos esfuerzos para disminuir o eliminar este ingrediente sin afectar la calidad y el sabor. Este es un reto importante para toda la industria de alimentos, y es nuestro deber no solo hacer parte de este desafío, sino lograr resultados satisfactorios para el bienestar de nuestros consumidores.

Estos son algunos ejemplos de los productos reducidos en sodio.



Grasas trans

Sabemos que los consumidores se preocupan cada vez más por controlar su ingesta de grasas, particularmente grasas trans. Para satisfacer esta necesidad nos hemos preocupado por remover este tipo de grasas de nuestros productos.

Actualmente

205

referencias declaran ser libres de grasas trans.



Adicionando
ingredientes nutritivos
a nuestros productos



Vitaminas y minerales

La mayoría de nuestros productos de Confitería están fortificados con vitaminas y minerales. Grissly Splash, Bip Bip, Fruticas Vitamina C y Nucita Bebida Achocolatada son algunos de los productos con esta característica.

En cuanto al portafolio de Helados, se encuentra la Paleta Yogurt Fresa, Vaso Nucita y Helado Ron con Pasas, entre otros.

Seguridad alimentaria y calidad

Las personas y nuestros consumidores saben que pueden confiar en la seguridad y calidad de los productos Colombina. Esta confianza se forma a lo largo de toda la cadena –desde proveedores hasta distribuidores y canales de distribución–, quienes venden nuestros productos hacia consumidores que conocen, confían y recomiendan nuestras marcas.

Las seis plantas de producción cuentan con sistemas robustos de seguridad y calidad, que rigen la totalidad de los procesos productivos y permiten garantizar productos inocuos y aptos para su ingesta. Asimismo, medimos a diario la eficacia de nuestros programas, garantizamos las competencias técnicas de nuestros colaboradores y operarios y actualizamos continuamente la maquinaria con la más moderna tecnología de la industria.

Para garantizar la calidad y seguridad de nuestros productos a lo largo de toda la cadena de valor, nuestro equipo de Calidad y Suministros realiza una auditoría anual a los proveedores de materias primas, de la cual se derivan planes de mejoramiento que ellos deben ejecutar internamente en sus empresas. Por su parte, el área de Calidad realiza esta misma auditoría en clientes y canales de distribución.

Certificaciones de calidad

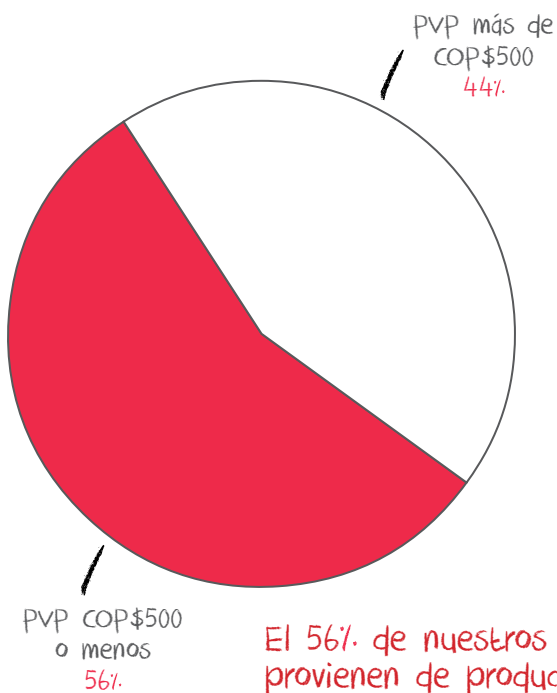
Nuestros procesos productivos están regidos por normas de calidad internacionalmente reconocidas por la industria y los consumidores. El total de nuestra producción en el 2012 fue elaborado en plantas que cuentan con las siguientes certificaciones y/o reconocimientos: Buenas Prácticas de Manufactura –BPM–, Hazard Analysis and Control of Critical Points –HACCP–, British Retail Consortium –BRC–, Business Alliance for Secure Commerce –BASC–, ISO 22000, ISO 9001:2008 e ISO 14001:2004, estas últimas de la International Organization for Standardization –ISO–.



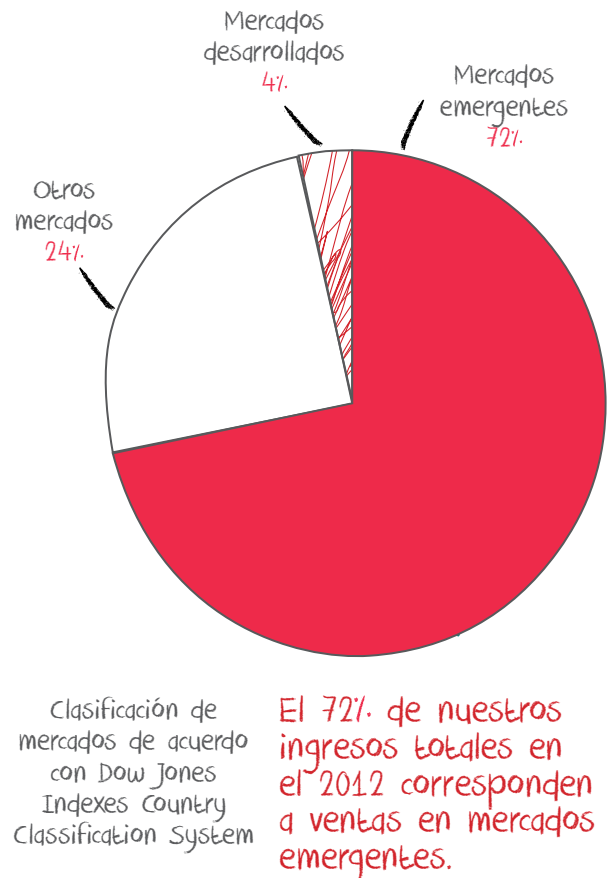


Productos de valor agregado a un precio justo

Como lo enuncia nuestra Definición de Negocio, Colombina está comprometida con el desarrollo de productos innovadores, de alto valor percibido y a un precio justo, lo que hace que nuestro portafolio sea accesible para todos los niveles socioeconómicos.



El 56% de nuestros ingresos provienen de productos con precio de venta al público igual o inferior a COP\$500 (US\$0,25).



El 72% de nuestros ingresos totales en el 2012 corresponden a ventas en mercados emergentes.




MARKETING RESPONSABLE

Comunicando responsablemente

Nuestras políticas de mercadeo y comunicación nos exigen cumplir los más altos estándares regulatorios. La comunicación a los consumidores debe ser de manera responsable, veraz y transparente, de tal manera que puedan tomar decisiones de compra informadas.

Los lineamientos globales de Mercadotecnia y Comunicación a los cuales nos acogemos, cubren etiquetado, medios tradicionales e internet, actividades escolares, uso de propiedad bajo licencia, concursos, promociones y las áreas relacionadas con protección de la privacidad, comercio electrónico y medios digitales.

Código Voluntario de Mercadeo

En el 2012 lanzamos nuestro Código Voluntario de Mercadeo que abarca los lineamientos en cuanto a etiquetado, declaraciones en empaques, campañas de mercadeo y promociones, publicidad dirigida a niños y directrices generales de publicidad. Este se puede encontrar en nuestra página web www.colombina.com/sostenibilidad. 

Seguimos participando en el Comité de Publicidad de la Cámara de la Industria de Alimentos de la ANDI y nos acogemos al Código de Autorregulación en Publicidad para Alimentos Procesados que desarrollen para las empresas del sector.

En el 2012 lanzamos nuestro Código Voluntario de Mercadeo que abarca los lineamientos en cuanto a etiquetado, declaraciones en empaques, campañas de mercadeo y promociones.



Normatividad y regulación de empaques

En Colombia es importante que la información nutricional contenida en nuestros empaques se disponga de acuerdo con las normas legales vigentes de cada país donde estamos presentes.

Actuamos de acuerdo con la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor–, que tiene por objeto proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad e intereses económicos, especialmente la protección frente a los riesgos para su salud y seguridad, el acceso a la información adecuada, la educación del consumidor y demás objetivos referidos en el artículo 1 de la mencionada Ley.

En Guatemala, los textos legales de nuestros productos son certificados por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación. De esta manera, cumplimos con la Norma Oficial Mexicana, el Reglamento Técnico Centroamericano y el Codex Alimentarius.

Nos regimos por las Resoluciones 5109 de 2005 y 333 de 2011 en todo lo concerniente a rotulado o etiquetado, y aseguramos mantener el más alto estándar en comunicación al consumidor, en todos nuestros empaques, envases y rótulos de alimentos.



Manejo de reclamos del consumidor

Con la entrada en vigencia de la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor–, ajustamos nuestro proceso de Reclamos del Consumidor, con el fin de cumplir a cabalidad con los nuevos reglamentos establecidos. Se creó un Comité de Servicio al Cliente, conformado por las Vicepresidencias de Mercadeo Corporativo y Jurídico y Asuntos Corporativos, las cuales tienen bajo su responsabilidad el cumplimiento de este proceso, junto con los Departamentos de Calidad de cada planta de producción y las demás áreas a quienes compete.

Este proceso fue divulgado a todos nuestros colaboradores de Colombia, a través de los canales internos establecidos por la compañía.

De igual manera, las Gerencias de Mercadeo y Departamentos de Calidad tuvieron un completo entrenamiento en dicha Ley, a cargo de una firma experta en el tema, con el fin de conocer la nueva reglamentación, aplicable en actividades promocionales, publicidad y manejo de quejas y reclamos.





INNOVACIÓN DE PRODUCTOS

La innovación ha sido un eje primordial de Colombina desde sus inicios, factor que premian nuestros consumidores y la sociedad.

En el 2012 ocupamos el sexto lugar en el estudio RepTrak Pulse Colombia: "Las 100 Compañías con Mejor Reputación en Colombia", de Goodwill Comunicaciones y Reputation Institute. La oferta, innovación, ciudadanía y liderazgo fueron las dimensiones más relevantes que determinaron esta posición.

Eliminación, reutilización y reciclaje

La compañía tiene bajo su esquema de gestión ambiental el Programa de Reciclaje y Reutilización de Materiales, que incorpora desde sus procesos internos el más alto compromiso para la minimización en la fuente y reutilización, encadenado hacia el reciclaje de subproductos que ya no son útiles, pero que son materia prima de otros eslabones productivos, cumpliendo en todo momento con la legislación ambiental aplicable.

Desarrollo del concepto

Los conceptos de desarrollo del producto son viables en la medida en que los estudios de mercado, tanto cualitativos como cuantitativos, lo indiquen.

Investigación y desarrollo

Estas investigaciones entregan productos potenciales, que son validados con el consumidor o cliente final.

Almacenamiento, distribución y suministro

Estos procesos están cobijados por el Sistema de Gestión de Calidad e Inocuidad, dando garantías de cumplimiento a los estándares, incluso en la última cadena del proceso productivo. Se cuenta con verificaciones, auditorías internas y externas, que buscan el mejoramiento continuo.

Ciclo de vida del producto

Todos los productos de Colombina están sujetos a evaluación y procesos de mejora continua en cada una de sus fases. A continuación presentamos el ciclo de nuestros productos:

Certificación

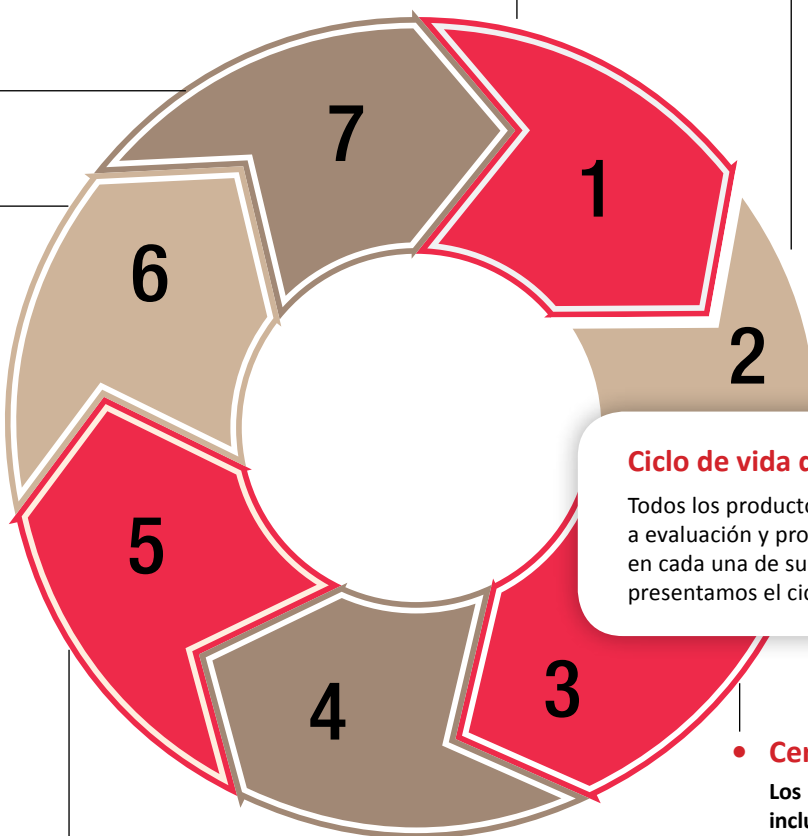
Los procesos de certificación incluyen tanto procesos como productos, y son emitidos por entes externos, que periódicamente evalúan, certifican e identifican mejoras en cada uno de los procesos.

Marketing y promoción

Todas las campañas publicitarias o promocionales son evaluadas con consumidores, mediante investigaciones de mercado, las cuales tienen como base aquellas sobre tendencias, actitudes, usos y hábitos.

Fabricación y producción

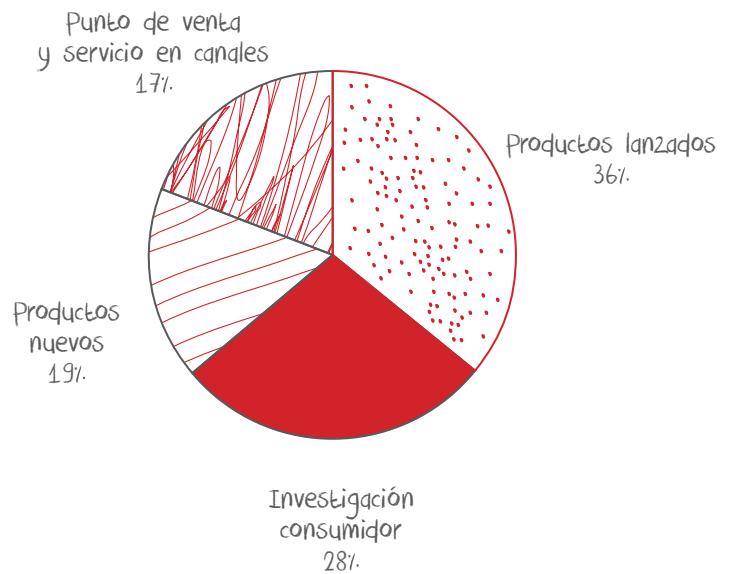
El proceso de producción se desarrolla bajo estrictos Sistemas de Gestión de Calidad e Inocuidad certificados y normas internacionales que rigen las empresas del sector de alimentos. Este proceso es monitoreado por auditorías internas y externas, que buscan el más alto cumplimiento.



Investigaciones de mercado

Realizamos investigaciones que nos proporcionan un mejor conocimiento del mercado, para desarrollar nuevos productos que satisfagan las necesidades de nuestros consumidores.

Para desarrollar nuevos productos que satisfagan las necesidades de nuestros consumidores, es necesario realizar investigaciones que nos proporcionen un conocimiento del mercado. En el 2012, del total de estas investigaciones, el 36% giran en torno a proyectos para garantizar lanzamientos exitosos. El 28% consisten en investigaciones dirigidas a conocimiento del consumidor. El 19% corresponden a la exploración de nuevas categorías/productos, y el 17% se orientan al estudio de punto de venta y calidad del servicio en canales.



Lanzamientos

Gracias a las investigaciones de nuestros departamentos de Inteligencia de Mercados e Investigación y Desarrollo, en sinergia con las Unidades de Negocio, lanzamos al mercado más de 62 productos novedosos y con valores agregados, entre los que se encuentran:

- Helado con Yogurt
- Vaso Nucita
- Bon Bon Bum Blue Razz
- Galleta Nucita Sandwich



Así nos comunicamos con nuestros consumidores

Para nosotros es muy importante escuchar y estar cerca de nuestros consumidores las 24 horas del día. Es por esto que en el año 2012 lanzamos una nueva estrategia digital, más robusta, teniendo como eje central la promoción del bienestar y la sana alimentación.

En la página web también compartimos información relevante sobre la compañía para nuestros diferentes grupos de interés, como lanzamientos del producto, promociones, indicadores financieros, entre otros.

Nos sentimos satisfechos con la gestión de Colombina en los medios digitales y la interacción que obtuvimos con nuestros usuarios. Sin embargo, seguiremos buscando alternativas que nos permitan estar aún más cerca de ellos con contenido de valor agregado, además de otros espacios para establecer conversaciones cercanas con nuestros consumidores.

Desde hace más de diez años participamos en un gran número de eventos alrededor de Colombia, que se relacionan con el sector de alimentos, la nutrición, el deporte, la educación y la cultura. Fueron más de 50 eventos en el año que apoyamos, y en algunos fuimos los principales organizadores.



A través de nuestra página web, fan page en Facebook, canal de YouTube y Twitter para el caso de Bon Bon Bum, los usuarios pueden encontrar consejos para tener una dieta nutritiva y correcta, el cuidado de la salud, la promoción de la actividad física, entre muchos otros temas, para mantener una buena calidad de vida.

De igual manera, a través de estas herramientas los usuarios pueden conocer varias recetas con productos Colombina para cualquier ocasión del día, además de trucos para la cocina. Este tipo de actividades dinamizan la comunicación y le aportan contenido a los canales.



Nuestra innovación nos permite lograr resultados satisfactorios

Para Colombina es muy importante medir la percepción que tienen nuestros consumidores y la sociedad en general sobre nuestra gestión.



Estudio Tracking de marca Colombina

1^{er} lugar



Recordación
como fabricante
de golosinas

2^o lugar



Recordación
como fabricante
de alimentos

Los siguientes son los resultados más representativos del estudio Tracking de Marca Colombina realizado en Colombia a hombres y mujeres entre los 8 a 45 años de edad, de los niveles socioeconómicos 2 al 5.

- Colombina como empresa fabricante de alimentos ocupa el segundo lugar con un Top of Mind del 15% y una recordación espontánea del 58%, y como fabricante de golosinas el primer lugar con un 68% y un 92% respectivamente. En términos de recordación publicitaria se ubica en las mismas posiciones, como empresa fabricante de alimentos tiene un Top of Mind del 15% y una recordación espontánea del 29%, y como fabricante de golosinas un 40% y un 56% respectivamente.
- El estudio muestra unos resultados muy favorables para la compañía, al lograr asociaciones de atributos muy positivos y que están alineados con los principios en los cuales nos hemos enfocado: variedad y confianza en los productos, precios justos, buena distribución, modernidad, trayectoria en el mercado y liderazgo en innovación.





SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Los clientes son pieza clave en nuestra cadena valor, por esto procuramos tener una atención especial y diferenciada, que nos permita convertirnos en un socio ideal. Es así como, además de presentar un servicio acorde con las necesidades de cada uno y contar con vendedores especializados, también generamos espacios que promueven mayor cercanía, relaciones de confianza y sobre todo, su fidelidad, como los siguientes:

Fiesta de fin de año / Dependientes

En el canal mayorista contamos con cerca de 3.000 clientes, cuyos dependientes se encargan de la promoción y venta de nuestros productos. Para ellos cada año ofrecemos una gran fiesta en cada uno de los Distritos de Ventas, a la que asisten más de 1.300 invitados. En estas fiestas los dependientes disfrutan de rifas, espectáculos y de una celebración llena de sorpresas.

1.300 dependientes
 + 660 promotoras
 = 1.960
 asistentes a las
 fiestas de fin de año
 de Colombina.

Fiesta de fin de año / Promotoras

Nuestras promotoras desempeñan también un papel esencial en las ventas de los productos. En este cargo empleamos a más de 660 mujeres, gran parte de ellas madres solteras, y así se genera un sustento para sus familias. Para ellas, igualmente, tenemos una gran fiesta de fin de año, a la que asisten para celebrar con Colombina un día lleno de música, concursos y espectaculares premios.

Eventos / Clientes

Buscando afianzar aún más las relaciones, nuestros clientes en Colombia son invitados por Colombina a diferentes eventos cada año. Conciertos y el *show* de salsa Delirio en Cali son solo algunos de los que han tenido la oportunidad de disfrutar.

230
 clientes fidelizados
 en el 2012

Logrando resultados satisfactorios



Encuesta de Satisfacción al Cliente Nacional

Es primordial para Colombina medir el grado de satisfacción que poseen los clientes actuales a nivel de la operación comercial, logística, Trade Marketing y Mercadeo y así poder identificar las variables que más influyen en la calificación general de la compañía.

En el 2012 se realizó la Encuesta de Satisfacción al Cliente, con el apoyo de una reconocida firma de investigación y asesoría de mercadeo contratada por Colombina, a 565 clientes de los diferentes canales de distribución en Colombia (superetes, cadenas/autoservicios, mayoristas y tienda a tienda).

DESTACAMOS LOS RESULTADOS MÁS REPRESENTATIVOS DE ESTE ESTUDIO:

▶ **66%**

de los clientes encuestados consideran que Colombina ofrece una excelente calidad de servicio.

▶ **100%**

quieren continuar siendo clientes de Colombina y el 53% consideran que Colombina es su mejor proveedor.

▶ El canal TAT, al igual que mayoristas y superetes, tiene como prioridad la calidad del servicio que le prestan los vendedores, variable en la cual califica a Colombina con un puntaje de

4,35 sobre 5

Encuesta de Satisfacción al Cliente Internacional

Igualmente, buscando la retroalimentación por parte de nuestros principales clientes en el mercado internacional, en el 2012 realizamos la Encuesta de Satisfacción al Cliente en 49 países latinoamericanos, europeos, asiáticos y africanos.

DESTACAMOS LOS RESULTADOS MÁS REPRESENTATIVOS DE ESTE ESTUDIO:



La calidad de los productos fue calificada como "muy buena", con un puntaje de

4,5 sobre 5

Este aspecto es el que los clientes consideran de mayor importancia en la relación con sus proveedores.



El servicio al cliente, en general, fue calificado con

4,1 sobre 5

Dentro de este, la oportunidad en la respuesta a reclamos y requerimientos obtuvo una calificación de 4,4.

Como respuesta a los resultados de la encuesta, seguiremos perfeccionando nuestra metodología de servicio al cliente por medio de las siguientes acciones:

1. Monitoreo constante al tiempo transcurrido en dar respuesta a un reclamo, de tal forma que se cumpla con la política establecida (diez días).
2. Garantizar que se realice el proceso de servicio al cliente a través de los canales definidos para reportar un caso de reclamo, y que suministren la información requerida para la trazabilidad.
3. Apoyo permanente al cliente con las actividades de Trade Marketing que se tienen programadas durante el año.



LOS RETOS



50% de nuestros productos reportarán en su envase la tabla GDA al 2014



Estudio de servicio al cliente nacional con calificación superior a 4 puntos sobre 5

Informe de revisión independiente

Revisión independiente del Informe de Sostenibilidad 2012 de Colombina.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del reporte anual de sostenibilidad del 2012 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), así como los indicadores del suplemento del Sector de Alimentos propuestos en dicha Guía. Por lo anterior, en nuestra revisión no se verificaron datos de ejercicios anteriores que se hayan incluido para efectos comparativos.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAE 3000 - International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accounts (IFAC).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas unidades de Colombina que han participado en la elaboración del reporte de sostenibilidad y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Colombina para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe de Sostenibilidad 2012.
- Análisis de la adaptación de los contenidos e indicadores del reporte de sostenibilidad a los recomendados en la guía G3 de GRI y al suplemento del Sector de Alimentos propuestos en dicha Guía.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluidos en el Informe de Sostenibilidad 2012 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Colombina.

Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Sostenibilidad 2012 contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3) y el suplemento del Sector de Alimentos. De acuerdo con nuestra revisión de indicadores y contenidos consideramos que el reporte cumple con los requisitos del nivel de calificación A+ según los estándares GRI.

Recomendaciones

Hemos presentado a la Vicepresidencia de Gestión Humana de Colombina nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas relacionados con la gestión de la sostenibilidad. Las recomendaciones más relevantes se refieren:

- Con el objetivo de seguir fortaleciendo la gestión de sostenibilidad, sugerimos evaluar y comparar las prácticas en sostenibilidad de Colombina frente a las mejores prácticas en sostenibilidad a nivel mundial, esto con el fin de seguir trabajando en posicionar a Colombina como una empresa con prácticas de sostenibilidad de clase mundial.
- Colombina debe evaluar la pertinencia de migrar a la nueva metodología GRI G4, para elaborar informes de sostenibilidad, que estará disponible a partir de mayo de 2013.

Deloitte & Touche Ltda.
Edificio Corficolombiana
Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10
A.A 404
Nit 860.005.813-4
Medellín
Colombia

Tel: 57(4) 313 88 99
Fax: 57(4) 313 32 25
www.deloitte.com.co

Responsabilidades de la Dirección de Colombina y de Deloitte

- La preparación del Informe de Sostenibilidad 2012, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Vicepresidencia de Gestión Humana de Colombina, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Colombina de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de Colombina.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de Sostenibilidad 2012 de Colombina.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.
Jorge Enrique Múnera D.
Socio



Cali, Febrero 2013

Dirección Editorial

Comité Informe de Sostenibilidad:

Luis Eugenio Cucalón e Isabella Henao
Vicepresidencia Gestión Humana

Pierangelo Marchetti y Ana María Vélez
Vicepresidencia Planeación Estratégica

Diseño, diagramación e impresión:

Gatos Gemelos Comunicación

Las páginas internas de este informe están impresas en un papel 100% reciclable y su producción garantiza la cadena de custodia desde el productor hasta el consumidor, a través de una gestión forestal ambientalmente responsable, con beneficio social y rentable de manera económica

