

# Comunicación de Progreso

# 2010

---

Primera Comunicación de Progreso del Grupo Nacional de Chocolates para Pacto Global de las Naciones Unidas



## COMUNICACIÓN DE PROGRESO Pacto Global

### 1. Introducción

Al adherirnos al Pacto Global de manera voluntaria asumimos el compromiso no sólo de adoptar y promover los 10 principios, también es nuestra responsabilidad informar a través de las comunicaciones de progreso y de nuestros reportes de sostenibilidad las prácticas adoptadas por Grupo Nacional de Chocolates.

Este primer informe permite evidenciar el compromiso que tiene el Grupo con el desarrollo sostenible en sus dimensiones económica, social y ambiental y la correspondencia que tiene con los principios y las prácticas del Pacto Global.

Así mismo, permite identificar los nuevos retos que tiene la organización para el mejoramiento empresarial en la búsqueda de la sostenibilidad del planeta y la sociedad.

Mayor detalle de nuestra actuación puede ser consultado en nuestro reporte de sostenibilidad 2009, que es complementario a este informe de progreso.

## 2. Declaración del Presidente

Grupo Nacional de Chocolates reafirma el compromiso adquirido con el Pacto Global de las Naciones Unidas, presentando su Primera Comunicación de Progreso que complementa nuestro reporte de sostenibilidad, y presenta las principales prácticas, acciones y logros alcanzados por la organización en esta materia.

Con este primer Informe reiteramos, nuestra convicción y nuestra voluntad de continuar adheridos al Pacto Global porque compartimos y vivimos todos los principios universalmente aceptados sobre Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha Contra la Corrupción como parte de nuestra filosofía y actuación corporativa.

Conscientes de que estamos iniciando un proceso en el cual se deben integrar cambios en el direccionamiento y actividades de la organización, de tal manera que el Pacto Global y sus principios sean parte de nuestra estrategia, gestión, cultura y actuación, queremos compartir algunos aspectos en los que la organización ha avanzado y de la cual destacamos:

Incluir dentro de nuestra agenda y como un principio de actuación, el velar por el cumplimiento de los principios del Pacto Global.

La integración de los indicadores GRI para la presentación del desempeño de la organización.

Extendemos una invitación a todos nuestros grupos de interés a hacer parte de los principios del Pacto Global para construir de manera colectiva y voluntaria un mundo sustentable para las generaciones presentes y las futuras.



CARLOS ENRIQUE PIEDRAHITA AROCHA  
Presidente  
Grupo Nacional de Chocolates

### 3. Perfil de la Organización

Grupo Nacional de Chocolates S.A. es una sociedad especializada en inversiones en empresas de alimentos, con sede en Medellín, Colombia. Participa en seis negocios bajo los cuales operan 41 empresas. Los negocios son: Carnes Frías, Galletas, Chocolates, Café, Helados y Pastas. Su operación comercial está respaldada por redes de distribución en Colombia y en el exterior.

Cuenta con Plantas de Producción en Colombia, Costa Rica, México, Panamá, Perú y Venezuela y Estados Unidos.

Su Red de Distribución opera en Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Puerto Rico y Venezuela.

Sus productos tienen presencia en Alemania, Angola, Antigua y Barbuda, Aruba, Australia, Austria, Barbados, Belice, Benin, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Congo, Corea del Sur, Costa Rica, Cuba, Curacao, Dinamarca, Dominica, Ecuador, El Salvador, España, Estado Unidos, Filipinas, Francia, Gabón, Gambia, Ghana, Granada, Guadalupe, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Guyana, Haití, Holanda, Honduras, Hong Kong, Inglaterra, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Malasya, Malta, Martinica, Mauritania, México, Monaco, Nicaragua, Noruega, Nueva Zelanda, Panamá, Perú, Polonia, Puerto Rico, Reino Unido, República Dominicana, San Vicente y Granadinas, Santa Lucía, Singapur, St. Kitts, St. Lucia, St. Martin, St. Vincent, Sudáfrica, Suecia, Suriname, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.

#### 3.1. Marco de Actuación

##### Visión Multilatina

Juntos lograremos duplicar nuestro negocio de alimentos en el 2010\*, y triplicarlo para el 2013\*, proporcionando calidad de vida al consumidor con productos que satisfagan sus aspiraciones de bienestar, nutrición y placer. (\*Base: cierre 2005)

##### Misión

La misión de nuestra empresa es la creciente creación de valor, logrando un destacado retorno de las inversiones, superior al costo del capital empleado.

En nuestros negocios de alimentos buscamos siempre mejorar la calidad de vida del consumidor y el progreso de nuestra gente.



Buscamos el crecimiento rentable con marcas líderes, servicio superior y una excelente distribución nacional e internacional.

Gestionamos nuestras actividades comprometidos con el Desarrollo Sostenible; con el mejor talento humano; innovación sobresaliente, y un comportamiento corporativo ejemplar.

### **Filosofía**

- Actuación Ética
- Autonomía y Coherencia Estratégica
- Buen Gobierno Corporativo
- Calidad Integral
- Competitividad
- Desarrollo Sostenible
- Desarrollo de Nuestra Gente
- Excelencia en el Servicio
- Garantía de Seguridad Alimentaria
- Gestión de la Innovación y el Conocimiento
- Participación y Espíritu Colaborativo
- Respeto
- Responsabilidad Social Empresarial

#### 4. Prácticas adoptadas durante el 2009

En 2009, una vez se protocolizó la adhesión de Grupo Nacional de Chocolates al Pacto, se inicio el análisis de las prácticas adoptadas por las compañías que conforman la holding empresarial.

##### Derechos Humanos

- En nuestra filosofía hay de manera explícita comportamientos asociados al principio del Respeto como: “Reconocemos la individualidad del Ser Humano”, “No establecemos diferencia por raza, edad, nacionalidad, credo, género, condición social u otros factores que nos diferencie” y “Tratamos dignamente a todas las personas”, que son la guía corporativa en la actuación de todos los empleados, y además están inmersos como criterios en los diferentes procesos humanos como la selección, la contratación, las conversaciones de desempeño entre otros.
- Marco de relaciones con los proveedores, negociaciones transparentes y trato justo, de acuerdo con el código de buen gobierno corporativo. Relaciones de mutuo beneficio, en términos de crecimiento, desarrollo, colaboración y reputación. Además el pago oportuno de las obligaciones.

##### Estándares Laborales

La filosofía organizacional del Grupo Nacional de Chocolates y cada una de las compañías que lo integran, determina un marco de actuación hacia el desarrollo de nuestra gente, a través de la creación de escenarios que promuevan el progreso en la calidad de vida integral de todos nuestros colaboradores. Es así como en 2009, las prácticas estuvieron encaminadas a:

- Compensación y Beneficios para los empleados de las empresas que conforman Grupo Nacional de Chocolates.
- Identificación y Valoración del potencial, lo cual permite contar con mayor visibilidad de personas con alto potencial de desarrollo, valorar técnicamente las competencias y su potencial y focalizar los planes de formación, desarrollo y retención
- Relaciones laborales enmarcadas en las normas constitucionales y legales del trabajo, respetándose el derecho de libre asociación, a la negociación colectiva y a la participación de los colaboradores.

- Inversiones focalizadas para mejoras en las condiciones de trabajo, programas de seguridad industrial, medicina del trabajo y medicina preventiva.
- Cumplimiento de las disposiciones sobre la edad mínima para trabajar en las legislaciones de cada país donde tenemos presencia.

## **Medio Ambiente**

El compromiso corporativo del Grupo se enmarca en las directrices de la Política ambiental y en la cual se han definido las siguientes prácticas específicas desarrolladas:

- Incentivar proyectos y prácticas con criterio de eco-eficiencia, buscando el ahorro y la eficacia en procesos, con mejor desempeño ambiental.
- Considerar el uso de tecnologías apropiadas y amigables con el medio ambiente, fijando indicadores y metas de progreso sobre el uso de los recursos naturales, que permita:
  - La reducción de emisiones de gases efecto invernadero
  - Mayor eficiencia energética
  - Manejo eficiente de aguas
  - Aprovechamiento de residuos
- Desarrollar la huella de carbono corporativa y de producto.
- Incorporar la Política Ambiental a los Sistemas Integrados de Gestión.
- Manual de Buenas Prácticas Ambientales aplicable a todos los negocios y sitios de trabajo.
- Programas de sensibilización, entrenamiento y formación de nuestros colaboradores.
- Participación en comités y programas de liderazgo ambiental.
- Implementar la comunicación de buenas prácticas ambientales en los empaques y embalajes de nuestros productos.
- Comunicar los esfuerzos y logros ambientales como un compromiso de responsabilidad corporativa con la comunidad, en la preservación del medio ambiente.
- Motivar a nuestros proveedores y clientes de bienes, recursos y servicios, con el uso de buenas prácticas ambientales.

## **Lucha Contra la Corrupción**

El comportamiento ético y transparente de todas nuestras actuaciones empresariales enmarcadas en:



- El Código de Buen Gobierno Corporativo que acoge principios y prácticas internacionales de gobierno corporativo, con el fin de mantener los más altos estándares en esta materia.
- La Línea Ética creada para que sirva de canal adicional de comunicación que permite a los accionistas, colaboradores, proveedores, Clientes y terceros reportar situaciones irregulares que vayan contra los intereses de la organización.

## 5. Cuantificación de los resultados alcanzados GRI (Global Reporting Initiative).

### Índice de contenido GRI

| Indicador GRI  | Comentario de aplicabilidad   | Pacto Global               |
|--|---|----------------------------|
| <b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>   |   |                            |
| EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, distribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. | Pág. 3  |                            |
| EC2 Contingencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.  | No se recurre esta información.   |                            |
| EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.   | Bienestar y calidad de vida. Pág. 36.   |                            |
| EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.  | Grupo Nacional de Chocolates no recibe ayudas significativas de los gobiernos.  |                            |
| <b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>   |   |                            |
| ES1 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo rural en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.  | GNCH esta compuesto por 37 sociedades en 12 países, cumple con las leyes y normas en la región donde actúa, no se reparte indicador en detalle para cada una de las sociedades.<br>Compensación y Beneficios. | Principios 1 y 2           |
| ES2 Política, prácticas y proporción de gastos correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.   | Cadena de abastecimiento: trabajo conjunto con proveedores. Pág. 67.  |                            |
| ES3 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.   | Identificación y valoración de potencial Política de selección. Pág. 33.  | Principios 1 y 6           |
| <b>IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS</b>  |   |                            |
| EC6 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.   | No se presenta este indicador.  |                            |
| EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.  | No se presenta esta información.  |                            |
| <b>EMPLEO</b>  |   |                            |
| LA1 Detallado del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.   | Cuadro con distribución geográfica. Pág. 29.  |                            |
| LA2 Número total de los empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.   | Compensación y beneficios. Pág. 30.   | Principio 6.               |
| LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.  | Bienestar y calidad de vida. Pág. 36.   |                            |
| <b>RELACIONES EMPRESATRABAJADORES</b>  |   |                            |
| LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.   | El 95,2% del personal vinculado participa en sindicatos o pactos colectivos. Pág. 39.   | Principio 1<br>Principio 3 |
| LA6 Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.  | No existe un período mínimo.  | Principio 3                |
| <b>SAUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>  |   |                            |
| LA5 Porcentaje del total de los trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.             | Salud Ocupacional<br>El 1,81% del personal vinculado pertenece a comités de salud y seguridad. 18 copagos para el 2008. Pág. 38.  | Principio 1                |
| LA7 Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.   | Salud Ocupacional. Pág. 38.   | Principio 1.               |
| LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.                                       | No se tiene recordada esta información, se espera incluirla en próximos reportes.   |                            |
| LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos firmados con sindicatos.  | Los trabajadores signatarios de convención o pactos, cuentan con el mismo espacio que el resto de los trabajadores del GNCH para participar en los comités conjuntos de seguridad y salud ocupacional.        | Principio 1.               |



|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>   |  |  |
| LA10 Promoción de horas de formación a año por empleado, expresado por categoría de empleado.  | Formación y entrenamiento Pág. 31  |  |
| LA11 Frecuencia de gestión de habilidades y de formación continua que garantiza la empleabilidad de los trabajadores y que les apoye en la gestión del final de sus carreras profesionales.                                    | Formación y entrenamiento, Pág. 31   |  |
| LA12 Fomento de reciclados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y del desarrollo profesional.  | Por política interna e incentivos por ciento de las escalaciones vinculadas debe realizarse mínimo una entrevista de desempeño anual. 2.87% del personal vinculado tiene consulto, a partir de su vinculación de personal, un plan de desarrollo especial. Pág. 33 |  |
| <b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>  |  |  |
| LA13 Compromiso de los órganos de gobierno corporativo y familia, desafiado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minoría y otras indicaciones de diversidad.   | Compensación y beneficios, Págs. 18, 18, 38  | Principio 6  |
| LA14 Selección entre similar base de los hombres con respecto al de las mujeres, de aplicación por categoría profesional.  | Las estadísticas estadísticas del Digno Nacional de Chocolates no contienen datos de género por género. Pág. 31  | Principio 6  |
| <b>PRÁCTICAS DE INCLUSIÓN Y MANEJO DE TALENTO</b>  |  |  |
| HR6 Fomento y número total de los acuerdos de inversión significativos que incluyen cultural de derechos humanos o que tengan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas accesorias como consecuencia.   | El ONDCE promueve los derechos humanos desde los referentes normativos de Colombia y los países donde tiene presencia. Actualmente no se reporta este indicador.   | Principio 1<br>Principio 2<br>Principio 3<br>Principio 4<br>Principio 5<br>Principio 6 |
| HR2 Fomento de los principios distribuidos y controlados que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas accesorias como consecuencia.  | No se reporta este indicador.  |  |
| HR3 Total de las horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con asuntos humanos de los derechos humanos, recursos para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. | En esta vigencia no realizamos formación específica sobre este tema.   | Principio 1<br>Principio 2   |
| <b>NO DISCRIMINACIÓN</b>   |  |  |
| HR4 Número total de los incidentes de discriminación y medidas adoptadas.  | No se reportaron incidentes. Pág. 40   | Principio 1<br>Principio 2<br>Principio 5  |
| <b>IMPACTO DE SOCIEDAD Y COMUNITARIOS</b>  |  |  |
| HR5 Acordados de la compañía en la que el dentro a demanda de acciones y de apoyo a convenios colectivos, peticiones como impugnanes, huelgas y medidas de apoyo para regular esta actividad.                                  | Relaciones laborales, Pág. 40.   | Principio 1  |
| <b>EXPLORACIÓN AFILIADA</b>  |  |  |
| HR6 Actividades identificadas que continúan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su mitigación.  | Relaciones laborales, Pág. 41  | Principio 5  |
| HR6A165-7992A2085  | Relaciones laborales, Pág. 38  | Principio 4  |
| HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser objeto de explotación infantil, basado o no convencional, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.  | Relaciones laborales, Pág. 38  | Principio 4  |
| <b>IMPACTOS DE SUSTENTABILIDAD</b>   |  |  |
| HR8 Base de datos del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para su actividad.   | En esta vigencia no realizamos formación específica sobre este tema.   |  |
| <b>OBJETIVOS DE LOS ACCIONARIOS</b>  |  |  |
| HR9 Número total de los incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.  | No se reportaron violencias.   | Principio 6  |
| <b>COMUNITARIO</b>   |  |  |
| SO1 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos en las comunidades en las comunidades involucradas, creación y salud de la empresa.                                       | Identificación con la comunidad, Pág. 43   |  |

|   |   |              |
|---|---|--------------|
| <b>CONFLICTOS</b>   | Se redujo el número total de unidades de negocio involucradas con respecto a litigios relacionados con la competencia.  | Principio 10 |
| SO2 Especificar de manera detallada los tipos de litigios relacionados con la competencia en las solicitudes y procedimientos anticompetitivos de la organización.  | El pasado año se realizó formación en Chile y de Cuba, Uruguay y Lima. Entre 20% de personal involucrado recibió dicha formación. Véase línea 15 del Pág. 15.   | Principio 10 |
| SO4 Mostrar, tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.   | Durante 2008 se identificaron incidentes que fueron reportados al Comité de Auditoría de Grupo Nacional de Alimentos S.A., en sus países se vieron involucrados 44 personas involucradas (0,3% del total de los involucrados más reportados), en todos los casos se dio la terminación de los contratos de trabajo y se implementaron medidas para reducir la probabilidad de repetición de hechos similares. Otros incidentes se cancelaron en la suma de \$854 millones por resarcible a 0,2% de un volumen total de \$42 mil millones. | Principio 10 |
| <b>POLÍTICA PÚBLICA</b>   | Se participó a nivel general en la construcción de política pública y revisión de normatividad relacionada.   | Principio 10 |
| SO5 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones respaldadas por países.   | En el último año, a través de la Fundación Grupo Nacional de Alimentos, se realizaron aportes económicos para el fortalecimiento de la democracia por 20 millones de pesos.   | Principio 10 |
| <b>COMPROMISOS DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL</b>   | Figs. 6a y 6b   |              |
| SO7 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas comerciales y/o con la libre competencia, y sus resultados.  | No se presentaron.  |              |
| <b>COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE</b>   | No se presentaron.  |              |
| SO8 Valor monetario de acciones y/o multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.   | El indicador no se reporta en su totalidad. Pág. 77   |              |
| SO9 Valor monetario de acciones y/o multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.   | No se presentaron.  |              |
| SO2 Número total de los incidentes derivados del incumplimiento de la legislación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | No se reportan en este reporte indicadores de equilibrio de productos y servicios.  |              |
| <b>ENTRENAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>   | No se reportan en este reporte indicadores de equilibrio de productos y servicios.  |              |
| PIA Tipo de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los consumidores en agua y la nutrición, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.  | No se reportan en este reporte indicadores de equilibrio de productos y servicios.  |              |
| PIA Número total de los incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de sus productos y servicios, distribuidos en función de tipo de resultado de dichos incidentes.   | No se reportan en este reporte indicadores de equilibrio de productos y servicios.  |              |
| PIB Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo: litigios relacionados con la calidad de satisfacción del cliente.   | Clientes<br>Misión de satisfacción con clientes. Pág. 68  |              |
| <b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b>  | No se reportan.   |              |
| PIA Especificar de manera detallada los tipos de actividades de marketing y/o publicidad, otras actividades promocionales y los gastos.   | No se reportan.   |              |
| <b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b>  | No se reportan.   |              |
| PIA Número total de los incidentes resultantes del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.                                      | No se presentaron sanciones en el año 2008.   |              |



| EMISIONES, VEREDOS Y ACCIONES  |  |                     |
|--|--|---------------------|
| EN17 Otras emisiones (excluida de gases de efecto invernadero) en peso   | En todos los reportes financieros del GNCN la empresa cumple con los estándares exigidos de emisión de contaminantes a la atmósfera, de modo el incentivo de gases efecto invernadero - GEI, pero no se reporta en este informe. | Principio 8         |
| EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.   | El GNCN está trabajando frente al Cambio Climático con la realización del inventario de emisiones de GEI y elaboración de flujos de carbono corporativa y de producto.   | Principios 7, 8 y 9 |
| EN19 Emisiones de sustancias destructivas de la capa ozono, en peso.   | No se reporta este indicador en este informe.  | Principio 8         |
| EN20 MQ, SQ y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.  | No se reporta este indicador en este informe.  | Principio 8         |
| EN21 Mejoramiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino   | Se presenta la información sobre agua residual en las guías verticales. Se presenta la reducción de la carga orgánica. Pág. 84, 79   | Principio 8         |
| EN22 Total total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.  | Se presentan los resultados de residuos gestionados y el porcentaje de aprovechamiento. Pág. 82, 79  | Principio 8         |
| EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos  | No se presentaron derrames de características significativas. Pág. 84  | Principio 8         |
| EN24 Resulta de las unidades transportadas, implantadas, exportadas o instaladas que se consideren peligrosas según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | Se reporta el indicador parámetro. Pág. 83   | Principio 8         |
| EN25 Identificación, gestión, control de protección y valor de recuperación de recursos hídricos y hábitos relacionados, acciones significativas, acciones por vertidos de agua y agua de consumo de la organización internamente.               | No se presentaron afectaciones a la biodiversidad ni a las áreas protegidas, por vertimiento de agua.  | Principio 8         |
| PRERROGATIVAS Y SERVICIOS  | Ver referencia a los indicadores desarrollados en cuanto a la disminución del consumo de agua, consumo de energía y la optimización de las emisiones de empuje y aprovechamiento de subproductos.                                | Principio 7, 8 y 9  |
| EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de empaque, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de producto   | No se reporta este indicador.  | Principio 8 y 9     |
| CUMPLIMIENTO NORMATIVO   |  |                     |
| EN28 Cante de las multas significativas y número de sanciones, en monedas, por incumplimiento de la normativa ambiental.   | No se han recibido sanciones o multas en el año 2023 por incumplimiento de la normatividad ambiental. Pág. 84  | Principio 8         |
| INVESTIR EN  |  |                     |
| EN29 Ingresos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes, y mejoras utilizadas para las actividades de la empresa, como, así como del transporte del personal.  | Se reportan ingresos en transporte, realizados en el Negocio de Diferenciales, pero no se reporta el indicador.  | Principio 8         |
| GENERAL  |  |                     |
| EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.  | Se presentan los costos y gastos ambientales realizados por todos los negocios para mejorar las condiciones ambientales de las guías productivas. Pág. 85  | Principios 7, 8 y 9 |

# Reporte de Sostenibilidad 2009



*Grupo Nacional de Chocolates S.A.*



Estudiantes del Instituto Fray Julio de Tobón Betancur, participantes del programa Orientate, el Mundo a un Clic. El Carmen de Viboral, Antioquia - Colombia.

Conscientes de nuestra responsabilidad con el planeta y con la sociedad, estamos totalmente comprometidos, colectiva y voluntariamente, a incorporar la filosofía del Desarrollo Sostenible en nuestra actuación empresarial.



*Grupo Nacional de Chocolates S.A.*



Colcafé Planta Bogotá, Colombia.

## Nuestra gente GRI: EC1



**28.312**  
empleos generados  
a personas que laboran directa o indirectamente en las empresas del Grupo.

**\$7.330**  
millones invertidos  
en formación  
y entrenamiento de los colaboradores.

**1.609**  
éxitos innovadores  
seleccionados como los mejores con los criterios de replicabilidad, impacto, productividad, mérito Incentivo y facilidad en la implementación.

**\$33.957**  
millones invertidos  
en el bienestar  
y la calidad de vida de los colaboradores vinculados en auxilios, préstamos y actividades de recreación.

## Comunidad GRI: EC1



**2.445**  
entidades  
con las que hace conjuntamente gestión social.

**\$14.879**  
millones

invertidos en las líneas de gestión de Nutrición, Educación, Generación de ingresos y emprendimiento, Apoyo al arte y la cultura y otros proyectos sociales.

**6.204**  
voluntarios  
empleados de las empresas del Grupo Nacional de Chocolates aportan voluntariamente tiempo y/o dinero a programas sociales.

## Gestión ambiental



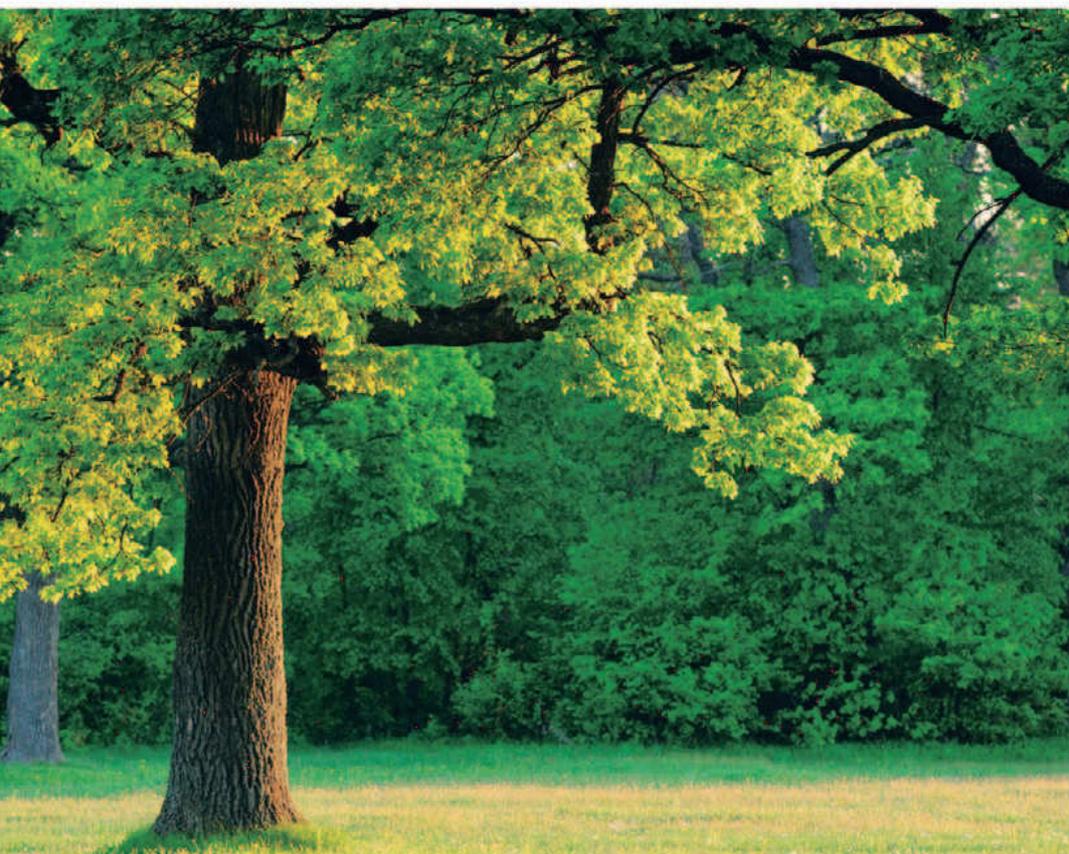
### Utilización de recursos

**-0,9%**  
Energía utilizada (kwh/t.p.)

**-4,6%**  
Agua utilizada (m<sup>3</sup>/t.p.)

**+0,1%**  
Aprovechamiento de residuos

**\$11.263**  
millones en gastos  
e inversiones



## Contenido

|  |           |
|--|-----------|
| Mensaje del Presidente                             | 6         |
| Introducción                                       | 8         |
| Marco de Actuación                                 | 10        |
| <b>Grupo Nacional de Chocolates</b>                |           |
| Visión Multilatina, Misión y Filosofía Corporativa | 10        |
| Región Estratégica                                 | 12        |
| Objetivos Estratégicos                             | 12        |
| Estructura Operativa                               | 13        |
| Compromiso con el Desarrollo Sostenible            | 14        |
| Buen Gobierno Corporativo                          | 15        |
| <b>Grupo Directivo</b>                             | 16        |
| <b>Adhesión al Pacto Global</b>                    | 20        |
| <b>Reporte de Sostenibilidad</b>                   | 22        |
| Parámetros del Informe                             | 22        |
| Comunicación de Autocalificación                   | 22        |
| Grupos de Interés                                  | 23        |
| <b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>                         | <b>24</b> |
| ■ Síntesis Financiera                              | 25        |
| <b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>                            | <b>26</b> |
| ■ Nuestra Gente                                    | 28        |
| ■ Talento Humano                                   | 28        |
| ■ Aportes al Estado                                | 30        |
| ■ Compensación y Beneficios                        | 31        |
| ■ Formación y Entrenamiento                        | 31        |
| ■ Identificación y Valoración del Potencial        | 33        |
| ■ Bienestar y Calidad de Vida                      | 36        |
| ■ Salud Ocupacional                                | 38        |
| ■ Clima Laboral                                    | 39        |
| ■ Relaciones Laborales                             | 39        |
| ■ Reconocimientos                                  | 41        |
| ■ Gestión con la Comunidad                         | 42        |
| ■ Criterios de Intervención                        | 42        |
| ■ Nutrición  | 44        |
| ■ Educación  | 47        |
| ■ Generación de Ingresos y Emprendimiento          | 55        |
| ■ Apoyo al Arte y la Cultura                       | 58        |
| ■ Voluntariado                                     | 61        |
| ■ Trabajo junto con proveedores                    | 64        |
| ■ Clientes   | 69        |
| ■ Reconocimientos                                  | 74        |
| <b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>                         | <b>76</b> |
| ■ Política de Desarrollo Sostenible                | 78        |
| ■ Indicadores de Desempeño Ambiental               | 79        |
| ■ Materiales                                       | 80        |
| ■ Energía  | 81        |
| ■ Emisiones, Vertimientos y Residuos               | 82        |
| ■ Costos, Gastos e Inversiones Ambientales         | 85        |
| ■ Eventos y Reconocimientos                        | 86        |
| Indicadores GRI                                    | 87        |

## Mensaje del Presidente

Dando continuidad al compromiso asumido con el Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial, queremos presentar en este segundo "Reporte de Sostenibilidad año 2009", el reflejo del compromiso colectivo y voluntario de toda nuestra Organización, y las principales realizaciones en las Dimensiones: económica, social y ambiental.

Fieles a nuestra Filosofía Corporativa, hemos adoptado el Desarrollo Sostenible como Séptimo Objetivo Estratégico del Grupo, hecho que nos crea retos y compromisos en toda nuestra gestión. Para lograr este objetivo hemos asumido metas hacia el año 2013 enfocadas en la búsqueda de la equidad entre los componentes sociales y los factores económicos; el equilibrio entre el uso óptimo de los recursos naturales y las necesidades económicas y en la búsqueda de la sustentabilidad, en el uso de los recursos naturales y las necesidades de la sociedad.

Hemos definido estrategias frente al cambio climático; el incremento de la eco-eficiencia en los procesos con programas de optimización en el uso de los recursos naturales, y de los materiales de empaque; el compromiso social de los participantes de nuestra cadena de abastecimiento; la interiorización y vivencia en la cultura corporativa del compromiso con el Desarrollo Sostenible.

Nos hemos vinculado al Pacto Global de las Naciones Unidas, compartiendo y viviendo todos los principios universalmente aceptados sobre Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha Contra la Corrupción como parte de nuestra filosofía y actuación corporativa.

Continuamos comprometidos con una activa participación en las Fundaciones Grupo Nacional de Chocolates y Crem Helado, focalizados en sus directrices básicas de acción, con énfasis en el desarrollo de capacidades en las comunidades participantes, buscando prioritariamente facilitar en el futuro su propia autogestión.

Es igualmente destacable en este Reporte la activa participación que, como puede observarse, tuvieron nuestros colaboradores en programas de voluntariado, mediante aporte de tiempo y/o dinero, en importantes programas de bienestar hacia la comunidad. Tenemos un

sensible compromiso en nuestra gestión social interna, con el desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias, siempre con una línea de acción de trabajo respetuosa y constructiva, que busca su bienestar en el cual se ve reflejado en diferentes programas que se mencionarán más adelante en este informe.

Procuraremos avanzar cada vez más en nuestra interacción con los grupos de interés, con los que debemos destacar hemos mantenido muy diversos procesos de acercamiento, entendiendo que su participación y retroalimentación son claves en el proceso colectivo de construcción de un mundo mejor.

Finalmente destacamos que el enfoque de la Visión Multilatina del Grupo conlleva un compromiso para que las mejores prácticas que se han desarrollado, tengan un gradual proceso de avance en todos los países donde como Grupo desarrollamos nuestras actividades.

**Carlos Enrique Piedrahita Arocha**  
Presidente Grupo Nacional de Chocolates S.A.



## Introducción

El Reporte de Sostenibilidad se compone de dos grandes bloques: el "Marco de Actuación" del Grupo Nacional de Chocolates, y el desarrollo de las Dimensiones económica, social y ambiental, como pilares centrales del Desarrollo Sostenible.

En la primera parte, en referencia al "Marco de Actuación", se presenta:

La Visión Multilatina, Misión, Filosofía Corporativa y Valores del Grupo. Se describe su Estructura Operativa, y Objetivos Estratégicos; el Compromiso con el Desarrollo Sostenible y las metas trazadas hacia el año 2013, las directrices del "Código de Buen Gobierno Corporativo" que rigen nuestras actuaciones empresariales y el comportamiento de nuestros colaboradores, y se hace mención a la "Línea Ética" recientemente implementada.

Los parámetros de elaboración del Reporte de Sostenibilidad, basados en los indicadores del Global Reporting Initiative, GRI, y la actuación con los diferentes grupos de interés.

En la segunda parte se describe, de una manera equilibrada y razonable, el desempeño económico, social y ambiental, de acuerdo con la política y las estrategias adoptadas por el Grupo. Así:

En la Dimensión Económica se hace una síntesis de los resultados financieros de mayor relevancia consignada en el Informe Anual 2009.

En la Dimensión Social se presenta la gestión con nuestros colaboradores y con la comunidad, con actividades de las fundaciones y de los voluntarios.

En la Dimensión Ambiental se consigna la política ambiental y las buenas prácticas que rigen nuestras actividades; el compromiso ecológico y el impacto en los procesos con el medio ambiente. Se presentan además los eventos, reconocimientos e incidentes presentados en la marcha de los negocios.

Destacamos la objetividad en el reporte de logros, el esfuerzo por perfeccionar un esquema de mayor monitoreo y cobertura a las operaciones, y finalmente, el compromiso para que la Filosofía del Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social sea una guía que oriente permanentemente nuestras actuaciones empresariales.

Al adherirnos de manera voluntaria al "Pacto Global de las Naciones Unidas", adoptamos los 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la anticorrupción.



Productos Alimenticios Doria. Mosquera, Cundinamarca - Colombia.

## Marco de Actuación

### Grupo Nacional de Chocolates S.A.

#### Visión Multilatina

Juntos lograremos duplicar nuestro negocio de alimentos en el 2010\*, y triplicarlo para el 2013\*, proporcionando calidad de vida al consumidor con productos que satisfagan sus aspiraciones de bienestar, nutrición y placer. (\*Base: cierre 2005)

#### Misión

La misión de nuestra empresa es la creciente creación de valor, logrando un destacado retorno de las inversiones, superior al costo del capital empleado.

En nuestros negocios de alimentos buscamos siempre mejorar la calidad de vida del consumidor y el progreso de nuestra gente.

Buscamos el crecimiento rentable con marcas líderes, servicio superior y una excelente distribución nacional e internacional.

Gestionamos nuestras actividades comprometidos con el Desarrollo Sostenible; con el mejor talento humano; innovación sobresaliente, y un comportamiento corporativo ejemplar.

#### Filosofía

- Actuación Ética
- Autonomía y Coherencia Estratégica
- Buen Gobierno Corporativo
- Calidad Integral
- Competitividad
- Desarrollo Sostenible
- Desarrollo de Nuestra Gente
- Excelencia en el Servicio
- Garantía de Seguridad Alimentaria
- Gestión de la Innovación y el Conocimiento
- Participación y Espíritu Colaborativo
- Respeto
- Responsabilidad Social Empresarial



Compañía Blue Ribbon del Negocio Cárnico. Ciudad de Panamá - Panamá.

## Presencia en el mundo



**71** países

### Región Estratégica

Grupo Nacional de Chocolates S.A. es una sociedad especializada en inversiones en empresas de alimentos, con sede en Medellín, Colombia. Participa en seis negocios bajo los cuales operan 37 empresas. Los negocios son Carnes Frías, Galletas, Chocolates, Café, Helados y Pastas. Su operación comercial está respaldada por redes de distribución en Colombia y en el exterior.

Alemania · Angola · Antigua y Barbuda · Aruba · Australia · Austria · Barbados · Bélgica · Benin · Bolivia · Brasil · Canadá · Chile · Colombia · Congo · Corea del Sur · Costa Rica · Cuba · Curacao · Dinamarca · Dominica · Ecuador · El Salvador · España · Estados Unidos · Filipinas · Francia · Gabón · Gambia · Ghana · Granada · Guadalupe · Guatemala · Guinea Ecuatorial · Guyana · Haití · Holanda · Honduras · Hong Kong · Inglaterra · Irlanda · Italia · Jamaica · Japón · Malasia · Malta · Martinica · Mauritania · México · Monaco · Nicaragua · Noruega · Nueva Zelanda · Panamá · Perú · Polonia · Puerto Rico · Reino Unido · República Dominicana · San Vicente y Granadinas · Santa Lucía · Singapur · St. Kitts · St. Lucia · St. Martin · St. Vincent · Sudáfrica · Suecia · Suriname · Trinidad y Tobago · Uruguay · Venezuela

### Plantas

**6** países

Colombia · Costa Rica · México · Panamá · Perú · Venezuela

### Distribución Propia

**11** países

Colombia · Costa Rica · Ecuador · El Salvador · Estados Unidos · Guatemala · México · Nicaragua · Panamá · Perú · Puerto Rico · Venezuela



Grupo Nacional de Chocolates S.A.

| Galletas | Chocolates | Café | Pastas | Cárnico | Helados |
|----------|------------|------|--------|---------|---------|
|          |            |      |        |         |         |
|          |            |      |        |         |         |
|          |            |      |        |         |         |
|          |            |      |        |         |         |
|          |            |      |        |         |         |



novaventa



Red de ventas y distribución Internacional  
EEUU, Puerto Rico, México, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú

Panamá  
Venezuela



Servicios Nacional de Chocolates S.A.S

## Compromiso con el Desarrollo Sostenible

En el segundo encuentro de Desarrollo Sostenible del Grupo, realizado en 2009, se adoptó como Séptimo Objetivo Estratégico Corporativo el Desarrollo Sostenible, y se fijó un plan para el período 2010 - 2013, que contempla las siguientes estrategias y metas:

### Gases Efecto Invernadero - GEI

Todos los negocios en Colombia para 2011, y en el exterior para 2012:

- Identificarán las emisiones GEI en sus operaciones fabriles.
- Elaborarán la Huella de Carbón en el ciclo de vida de los productos.
- En el año 2012 se tendrán identificadas las emisiones GEI del proceso de distribución.

### Materiales de empaque

Reducir en el período 2010-2013:

- 2% del material utilizado en los empaques primarios.
- 2% del material utilizado en los empaques secundarios.
- 5% del volumen utilizado en las corrugadas.
- Reciclaje - Para el año 2013 el ciento por ciento de las cajas corrugadas serán utilizadas con material reciclado. Se exceptúan productos especiales por exigencia particular del producto y/o cliente.
- Lecturabilidad: para el año 2010 todos los productos de los negocios tendrán incorporada información sobre la correcta disposición y reciclaje del material.

### Optimización de recursos - Criterio de eco-eficiencia

Implementación de un programa grupal sobre eficiencia energética.

- Reducción de 2% en el período 2010-2013 sobre los niveles obtenidos de utilización de recursos naturales, agua, energía, emisiones y generación y aprovechamiento de residuos.
- Nuevos proyectos de expansión evaluados y desarrollados con un criterio de eco-eficiencia.

### Cadena de Abastecimiento

Evaluación de proveedores directos con criterio de compromiso con el Desarrollo Sostenible. Sensibilización en el año 2010. A partir del 2012, darle mayor importancia al compromiso de nuestros proveedores en la Dimensión Social y Ambiental.

#### Vivir la Cultura del Desarrollo Sostenible

- Generar en el período 2010-2013 en el Grupo, 150 Éxitos Innovadores relacionados con el Desarrollo Sostenible.
- Interiorizar en la cultura corporativa el concepto de Desarrollo Sostenible.
- Fortalecimiento del talento humano en los temas ambientales.



Humedales, Compañía Nacional de Chocolates, Fábrica Rionegro, Antioquia - Colombia

## Buen Gobierno Corporativo

GRI: S03

Grupo Nacional de Chocolates S.A. cuenta con un Código de Buen Gobierno que acoge principios y prácticas internacionales de gobierno corporativo, con el propósito de mantener los más altos y modernos estándares en esta materia y así generar una mayor confianza de los inversionistas nacionales e internacionales, clientes, colaboradores y comunidad en general.

Con el Código se dota a la Administración de la Sociedad, así como a sus accionistas y demás inversionistas, de un instrumento ágil que permita el cumplimiento de su respectiva visión, misión y objeto social, dentro de la más estricta sujeción a la filosofía corporativa que la ha caracterizado, en la que claramente está definido el compromiso del Grupo Empresarial Nacional de Chocolates, de respetar sus principios éticos frente al Estado, la comunidad, los accionistas y demás inversionistas.

na a la información de la Compañía que deba revelarse.

- Informar acerca de las actividades desarrolladas por el Comité de Auditoría.
- Revisar y evaluar la manera en que la Junta Directiva dio cumplimiento a sus deberes durante el periodo.
- Monitorear las negociaciones celebradas por miembros de la Junta con acciones emitidas por la Compañía o por otras del Grupo.
- Supervisar la observancia de la política de remuneración de administradores.
- Las demás acordes con la naturaleza del objetivo del Comité.

En 2009 se hicieron modificaciones al Código de Buen Gobierno con el propósito de fortalecer los sistemas de control interno e incorporar la visión multilatinas de la organización.

### Entre otros temas, el Código de Buen Gobierno:

- Cumple con los más altos estándares de Buen Gobierno Corporativo.
- Es acogido en lo pertinente, por todas las compañías que forman parte del Grupo Empresarial.
- Contempla las normas de conducta que deben asumir sus funcionarios.
- Prevé la integración de Comités de la Junta Directiva.
- Contiene mecanismos de prevención y solución de conflictos de interés.
- Ratifica las mejores prácticas de divulgación de información a los inversionistas y define los mecanismos de auditoría.

Desde el año anterior viene funcionando el Comité de Buen Gobierno Corporativo, integrado por tres de sus miembros, ostentando dos de ellos la calidad de independientes, siendo sus funciones:

- Propender porque los accionistas y el mercado en general tengan acceso de manera completa, veraz y oportuna

### La Línea Ética, un medio que permite fortalecer la transparencia

Con el fin de velar porque las operaciones de las Compañías del Grupo Nacional de Chocolates se realicen con criterios de transparencia, honestidad y cumplimiento de la Ley y el Código de Buen Gobierno, se estableció un canal adicional de comunicación confidencial que permite a los accionistas, colaboradores, proveedores, clientes y terceros en general, reportar situaciones irregulares que vayan en contra de los intereses de la Organización y los lineamientos establecidos en dicho Código.

Este nuevo canal, denominado "Línea Ética", es atendido por un ente independiente; al mismo se puede acceder llamando a los números gratuitos 01800518188, Línea Nacional en Colombia, y 360 9089, desde Medellín, o mediante correo electrónico a la dirección [lineaetica@gncch.com](mailto:lineaetica@gncch.com). Para consultar el código de Buen Gobierno Corporativo visite [www.grupochocolates.com](http://www.grupochocolates.com)



## Grupo Directivo

GRI: LA13

### Grupo Nacional de Chocolates

#### Junta Directiva (principales)

David Bojanini García  
José Alberto Vélez Cadavid  
Gonzalo Alberto Pérez Rojas  
Alberto Velásquez Echeverri  
Jaime Alberto Palacio Botero  
Antonio Mario Celia Martínez-Aparicio  
Mauricio Reina Echeverri

**Presidente**  
Carlos Enrique Piedrahita Arocha

**Vicepresidencia de Desarrollo Sostenible**  
Jorge Eusebio Arango López

**Revisor Fiscal**  
Price Waterhouse Coopers

### Fundación Grupo Nacional de Chocolates

#### Junta Directiva

David Bojanini García  
Gonzalo Alberto Pérez Rojas  
Luis Javier Zuluaga Palacio  
Carlos Enrique Piedrahita Arocha

**Director General**  
Carlos Ignacio Gallego Palacio

**Directora Ejecutiva**  
Claudia Rivera Marín

**Revisor Fiscal**  
Carlos Uriel Gómez Montoya

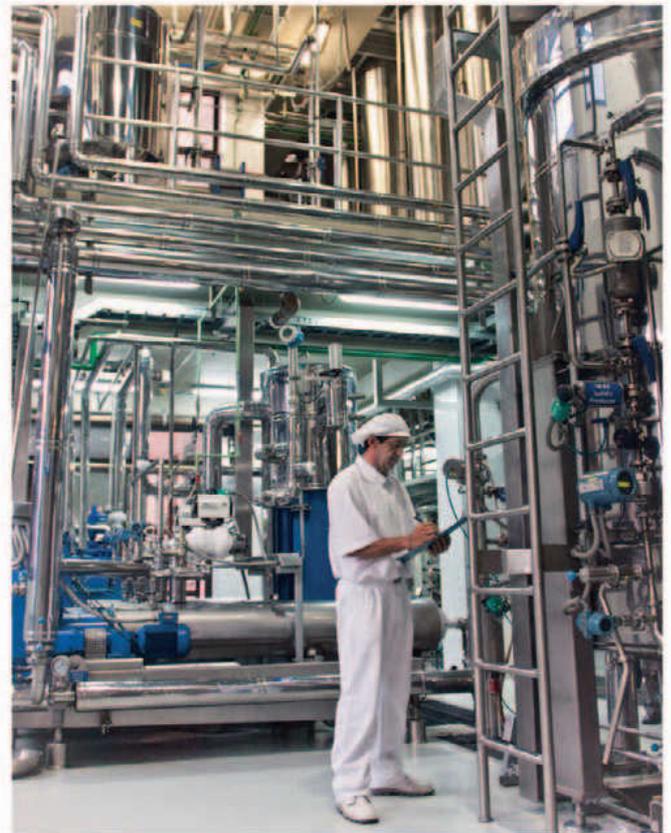
### Fundación Crem Helado

#### Junta Directiva

Alberto Espinoza López  
Mario Alberto Niño Torres  
Carlos Ignacio Gallego Palacio

**Directora Ejecutiva**  
Adriana Hoyos Vélez

**Revisor Fiscal**  
Luis Fernando Enciso Prieto



Colcafé Planta de crio-concentración, Medellín - Colombia.

## Comités

GRI: LA13



### Comité operativo Grupo Nacional de Chocolates

De izquierda a derecha, María Alejandra Ramírez P., Carolina María Restrepo E., María Clara Piedrahita G., Claudia Rivera M., Carlos Ignacio Gallego P., Carlos Uriel Gómez M., Adriana Sierra A., Glorina Ángel G., Beatriz Acevedo A., Natalia Naranjo O.

### Comité operativo de Fundación Crem Helado

De izquierda a derecha, Liliana Patricia Sánchez C., Diana María Giraldo A., Adriana Hoyos V., Andrea Franco P., Marta Lucía Castañeda V.



### Mesa de Sinergia Ambiental

De izquierda a derecha:  
 Diana Santacruz M.,  
 Juan Diego Ruiz S.,  
 Sonia Marcela Bejarano S.,  
 María Eugenia Rada I.,  
 Oscar Fredy López B.,  
 Hugo Andrés Santamaría R.,  
 Alba Bustamante A.,  
 Integrantes no presentes:  
 Jorge Eusebio Arango L.,  
 Luz Esperanza Pantano E.,  
 Loren Tatiana Duque M.





Hogar Infantil Pasitos, alianza con la Fundación de Atención a la Niñez, Medellín - Colombia.

## Pacto Global de las Naciones Unidas

De forma coherente con nuestra filosofía, adherimos el año anterior al "Pacto Global de las Naciones Unidas", iniciativa voluntaria para promover el desarrollo sostenible y las buenas prácticas de ciudadanía corporativa.

Como signatarios nos comprometemos con sus principios universalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, porque creemos firmemente que prácticas de negocios basadas en estos principios contribuirán a la creación de valor social para nuestros grupos relacionados y al fortalecimiento y permanencia de nuestras actividades.

### Principios

#### Derechos Humanos

- 1 Los negocios deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos declarados internacionalmente.
- 2 Los negocios deben asegurar que no son cómplices en abusos a los derechos humanos.

#### Trabajo

- 3 Los negocios deben respaldar la libertad de asociación y el efectivo reconocimiento al derecho de la negociación colectiva.
- 4 Los negocios deben apoyar la eliminación de todas las formas de trabajo forzado.
- 5 Los negocios deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.
- 6 Los negocios deben apoyar la eliminación de la discriminación con respecto a empleo y ocupación.

#### Medio Ambiente

- 7 Los negocios deben apoyar un enfoque cautebo de los retos ambientales.
- 8 Los negocios deben abordar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
- 9 Los negocios deben promover el desarrollo y la difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente.

#### Lucha contra la Corrupción

- 10 Los negocios deben trabajar en contra de todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.



Grupo Nacional de Chocolates S.A.

Medellín, September 29, 2009

M - 12822

Mr. H.E. Ban Ki-moon  
Secretary-General  
United Nations  
New York, NY 10017  
USA

Dear Mr. Secretary-General:

I am pleased to confirm that Grupo Nacional de Chocolates S.A. supports the ten principles of the Global Compact with respect to human rights, labour, environment and anti-corruption. With this communication, we express our intent to advance those principles within our sphere of influence. We are committed to making the Global Compact and its principles part of the strategy, culture and day-to-day operations of our company, and to engaging in collaborative projects which advance the broader development goals of the United Nations, particularly the Millennium Development Goals. Grupo Nacional de Chocolates S.A. will make a clear statement of this commitment to our stakeholders and the general public.

We recognize that a key requirement for participation in the Global Compact is the annual submission of a Communication on Progress (COP) that describes our company's efforts to implement the ten principles. We support public accountability and transparency, and therefore commit to report on progress within one year of joining the Global Compact, and annually thereafter according to the Global Compact COP policy.

Sincerely yours,

Carlos Enrique Piedrahíta A.  
President

# Reporte de Sostenibilidad

## Parámetros del informe

La información que se presenta en el reporte de Sostenibilidad corresponde al periodo comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2009. La dimensión social tiene alcance nacional e internacional y la dimensión ambiental relaciona la gestión realizada por las empresas principalmente en Colombia.

El contenido incluido es documentado y validado por las diferentes áreas de las empresas que las generan y es verificado internamente.

Las relaciones de Grupo Nacional de Chocolates y sus negocios con sus grupos de interés se desarrollan para generar valor empresarial y social, y en estos, los objetivos de crecimiento y desarrollo sostenible marcan la pauta. Es así como estos lineamientos se aplican en la gestión a lo largo de la cadena productiva con clientes, proveedores, consumidores, colaboradores y grupos relacionados como son sus accionistas, estado y comunidad.

### Con nuestros grupos de interés se tiene como punto de partida:

- Desarrollo y bienestar de los colaboradores.
- Competitividad y fortalecimiento de la cadena productiva con clientes y proveedores.
- Satisfacción de los consumidores.
- Creación de valor para los accionistas.
- Trabajo conjunto con las comunidades con una gestión enfocada en el desarrollo de capacidades locales.
- Gestión ambiental proactiva y en armonía con el medio ambiente.
- Ciudadanía corporativa activa en los asuntos con el Estado, de cara a la consolidación de los principios que promueve la sociedad civil.



### Comunicación de autocalificación

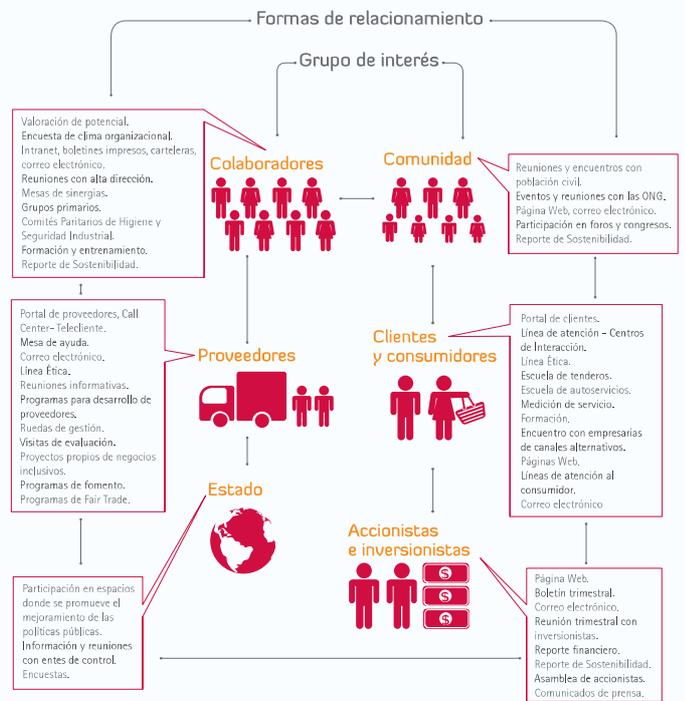
El Grupo Nacional de Chocolates autodeclaró la presente Memoria de Sostenibilidad en el nivel de calificación B según el equipo encargado de la construcción y verificación de la información de la misma.

En este informe hemos aplicado las recomendaciones y orientaciones definidas por *Global Reporting Initiative*, al dar cuenta de la Gestión en nuestra relación con los grupos de interés a través de los indicadores GRI.

Año tras año pretendemos ir fortaleciendo la adopción de los estándares internacionales del reporte; esta autocalificación se constituye hoy en una vía para ampliar la aplicación del marco G3 para la elaboración de memorias de Sostenibilidad.



## Grupos de interés



# Dimensión Económica

## Síntesis Financiera

Presentamos a continuación una síntesis con los principales indicadores, la información completa puede ser consultada en el informe anual impreso o en la página web de Grupo Nacional de Chocolates [www.grupochocholates.com](http://www.grupochocholates.com)

**\$4,6** billones  
Ventas consolidadas  
en 2009

**USD 694**  
millones en ventas  
realizadas fuera  
de Colombia

Grupo Nacional de Chocolates es una sociedad anónima inscrita en la Bolsa de Valores de Colombia, con negociabilidad bursátil en el rango alto, presenta su información financiera trimestralmente a los entes de control, al mercado y al público inversionista. La información está suministrada en pesos colombianos, la tasa de cambio empleada para 2008 fue de \$ 1.966,26 y la de 2009 fue de \$ 2.156,29.

Ventas internacionales por Negocio USD (Millones)



Ventas por Negocio \$ (Miles de millones)



Ebitda por Negocio \$ (Miles de millones)





# Dimensión Social

Promovemos y reconocemos el desempeño sobresaliente y potenciamos el talento humano. Nuestra gestión con la comunidad se enfoca al desarrollo de capacidades locales.

**28.312**  
empleados en 2009

**\$14.879**  
millones invertidos en  
gestión social





## Nuestra gente

Nuestra filosofía organizacional en el Grupo Nacional de Chocolates y las compañías que lo conforman, es en sí misma un marco de actuación hacia el desarrollo de todos nuestros relacionados.

Somos conscientes que la gestión de la organización se basa en nuestra gente, pues son las personas quienes planean, diseñan soluciones, toman decisiones, coordinan, controlan resultados y operan los procesos, por ello continuamos creando escenarios que impulsen su progreso permanente en sus capacidades y calidad de vida integral.

Gestionar ambientes de trabajo y un clima organizacional positivo; promover y reconocer el desempeño sobresaliente; potenciar el talento a través de la formación y el entrenamiento; propiciar una mejor calidad de vida del colaborador y su familia; privilegiar la promoción interna y el desarrollo, y confiar en las personas brindándoles participación y empoderándolas en su trabajo, son

políticas y prácticas que distinguen la gestión del talento humano en nuestra organización.

### Talento humano

- Las compañías emplean directa e indirectamente 28.312 personas, de las cuales 18.753 son hombres y 9.559 son mujeres.
- Durante 2009 se crearon un total de 1.396 empleos nuevos, y adicionalmente se sumaron 765 empleados pertenecientes a la compañía Nutresa adquirida en México, y a la creación en Colombia de la nueva empresa Gestión Cargo.
- La edad promedio de nuestros colaboradores es de 35 años, con una antigüedad promedio de seis años, indicador influenciado por la alta generación de empleo de los últimos años.

GRI: LA13

| Empleo Directo     | No. de personas por género |              |               | Otros Tipos de Contratación         | No. de personas por género |         |       |
|--------------------|----------------------------|--------------|---------------|-------------------------------------|----------------------------|---------|-------|
|                    | Hombres                    | Mujeres      | Total         |                                     | Hombres                    | Mujeres | Total |
| Dirección          | 106                        | 39           | 145           | Aprendices y/o Estudiantes Práctica | 226                        | 284     | 510   |
| Confianza          | 3.915                      | 2.711        | 6.626         |                                     | Empleo Indirecto           | 7.796   | 4.473 |
| Personal Operativo | 6.710                      | 2.052        | 8.762         | Total                               |                            | 8.022   | 4.757 |
| <b>Total</b>       | <b>10.731</b>              | <b>4.802</b> | <b>15.533</b> |                                     |                            |         |       |

## Distribución geográfica del personal

GRI: LA1

■ 2009  
■ 2008

**28.312**  
Total empleados en 2009

26.151 en 2008

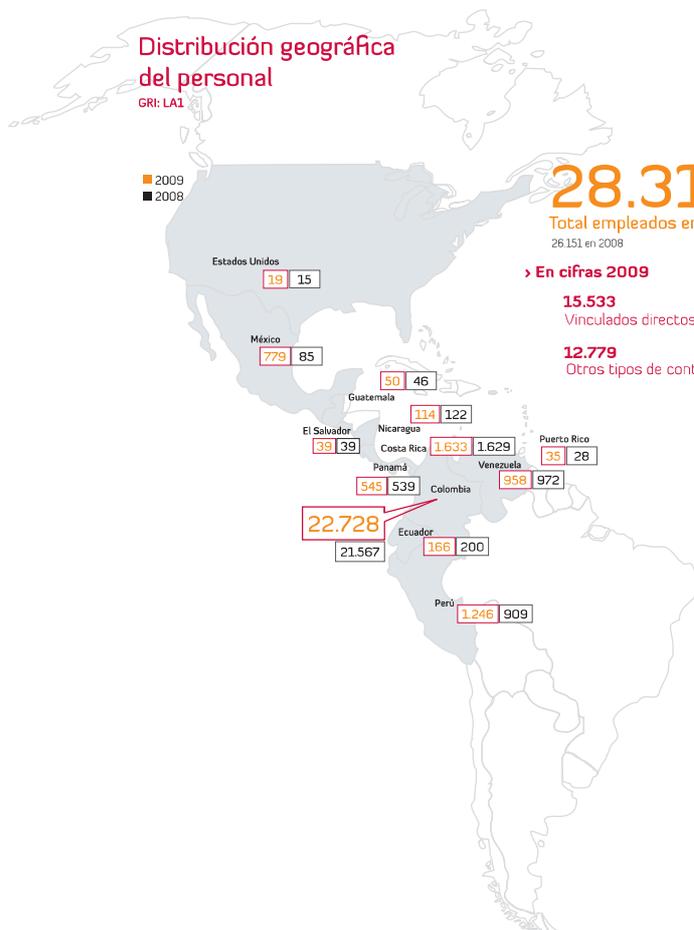
» En cifras 2009

**15.533**

Vinculados directos

**12.779**

Otros tipos de contrataciones





### Número de empleados y rotación media

GRI: LA 2

Los altos estándares con que se manejan los procesos de selección, sumados a la capacidad que tienen nuestros negocios de atraer y desarrollar personas de alta calidad humana, gerencial y técnica, hacen que el indicador de rotación de personal total en el Grupo durante el 2009 haya sido de 5,99%, de los cuales 3,67% corresponden a hombres, y 2,32% corresponden a mujeres, sin tener en cuenta los estudiantes en práctica y los jubilados cuyas causas de rotación son naturales. Si lo comparamos con el sector de alimentos en Colombia, cuya rotación promedio oscila entre 12% y 15%, contamos con una ventaja competitiva en la atracción y desarrollo del talento en nuestra Organización.

### Rotación media en Colombia

La rotación de mujeres calculada como el número de retiradas durante el año, sobre el total de mujeres fue del 9,4%.

La rotación de hombres calculada como el número de retirados durante el año, sobre el total de hombres fue del 4,87%.

### Porcentaje de retiro por rango de edades

Menos de 30 años

23,93%

Entre 30 y 50 años

56,07%

Más de 50 años

20%

Aportes al Estado  
**\$253.928**  
 millones

Las empresas del grupo aportaron a los gobiernos de los países donde están presentes, correspondientes a impuestos, seguridad social y parafiscales



### [ Dimensión Social ]

### Compensación y beneficios

GRI: LA14

De acuerdo con los lineamientos de GRI, reportamos en la dimensión social interna algunos indicadores relacionados con el cumplimiento de obligaciones legales.

Como retribución a la labor y resultados que logran nuestros colaboradores, las diferentes empresas pagaron, por concepto de salarios y prestaciones sociales, un total de \$878.508 millones, este valor incluye todos los pagos que las legislaciones laborales de cada país establecen y todos los beneficios extralegales que cada compañía tiene establecido.

### Empleos directos más otras formas de contratación en 2009:



### Formación y entrenamiento

Las empresas promueven la permanente formación y entrenamiento de su talento humano, las capacidades de los colaboradores son factor clave para su desempeño y desarrollo personal y profesional.

Durante 2009 la inversión de las compañías para el desarrollo de capacidades de su gente fue de \$7.330 millones, 14,6% más que en el 2008, representada en cerca de 426.500 horas de formación y entrenamiento centrados en el desarrollo de competencias del ser, del liderazgo, de la organización y específicas de los procesos de negocio.

### Formación GRI: LA10

| FORMACIÓN Y ENTRENAMIENTO                   | No. PERSONAS  |               | INVERSIÓN (EN MILLONES) |                 | HORAS TOTALES  |                |
|---|---------------|---------------|-------------------------|-----------------|----------------|----------------|
|   | 2008          | 2009          | 2008                    | 2009            | 2008           | 2009           |
| Desarrollo del ser                          | 5.995         | 7.361         | \$725                   | \$ 699          | 128.731        | 35.855         |
| Desarrollo de competencias de liderazgo     | 3.435         | 3.797         | 1.020                   | 1.017           | 29.962         | 31.561         |
| Desarrollo de competencias organizacionales | 20.659        | 25.091        | 1.764                   | 2.842           | 101.956        | 175.748        |
| Desarrollo de competencias específicas      | 46.991        | 43.284        | 2.886                   | 2.772           | 197.740        | 183.328        |
| <b>Total</b>                                | <b>77.080</b> | <b>79.533</b> | <b>\$ 6.395</b>         | <b>\$ 7.330</b> | <b>458.389</b> | <b>426.492</b> |



En 2009 operarios de Nod y Zenú se graduaron como tecnólogos del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín - Colombia.

millones, 14,6% más que en el 2008, representada en cerca de 426.500 horas de formación y entrenamiento centrados en el desarrollo de competencias del ser, del liderazgo, de la organización y específicas de los procesos de negocio.

### Educación superior

GRI: LA11

Las compañías del Grupo Nacional de Chocolates promueven en sus colaboradores el desarrollo de nuevas competencias para responder positivamente a las exigencias y necesidades del entorno y de los mercados globalizados. Con este interés, fueron apoyados 5.229 colaboradores, quienes participaron en programas de educación formal técnica y superior, lo cual significó una inversión de \$3.149 millones, que comparada con la de 2008 representó un incremento de 172% en colaboradores y 44,6% en la inversión total, crecimiento muy positivo determinado por el acceso a la educación virtual y a los convenios con la educación técnica.

### Aprendices y estudiantes en práctica

En 2009 las empresas del Grupo contrataron 510 estudiantes y aprendices, de los cuales 226 son hombres y 284 son mujeres. Lo anterior constituye un aporte fundamental a su proceso de aprendizaje profesional y los prepara para afrontar los retos del mundo laboral. También se convierten en un importante semillero para futuros técnicos y profesionales dentro de los negocios.

La cuota de sostenimiento consolidada ascendió, en este año, a \$3,356 millones.

| Apoyo en Educación Superior             | No. personas |              | Inversión (En millones) |                |
|---|--------------|--------------|-------------------------|----------------|
|   | 2008         | 2009         | 2008                    | 2009           |
| Estudios técnicos y profesionales       | 1.608        | 2.633        | \$1.414                 | \$2.164        |
| Especializaciones dentro del país       | 283          | 257          | 484                     | 694            |
| Pasantías para programas fuera del país | 15           | 23           | 231                     | 210            |
| Universidad virtual                     | 35           | 2.316        | 49                      | 81             |
| <b>Total</b>                            | <b>1.921</b> | <b>5.229</b> | <b>\$2.178</b>          | <b>\$3.149</b> |

### TPM administración productiva total

En 2009 se continuó consolidando esta filosofía de trabajo en nuestras compañías, cuyo enfoque fundamental es el logro y sostenimiento de la excelencia en las operaciones a partir del desarrollo del talento de nuestra gente para la búsqueda e implementación de mejores maneras de hacer las cosas.

Este enfoque ha contribuido a conectar nuestras acciones del día a día con los objetivos estratégicos y de esta manera, priorizar las actividades rutinarias con una visión global.

La innovación es uno de los valores corporativos que se ha visto fortalecido con la filosofía TPM, pues uno de los principios fundamentales es el Mejoramiento Continuo. Este se practica diariamente en los equipos de trabajo, buscando nuevas y mejores maneras de realizar nuestras actividades y creando una cultura que busca permanentemente la solución a los problemas.

El trabajo en equipo se ha visto fortalecido con esta filosofía y hoy se tienen integrados 308 Pequeños Equipos de trabajo en 17 plantas de los seis negocios que conforman el Grupo. Estos equipos de trabajo han impulsado 623 acciones de mejora que han generado beneficios significativos para los negocios en torno a la productividad, la seguridad en el trabajo y la innovación.

Uno de los activadores claves de este proceso es el entrenamiento, en 2009 se invirtieron 31.100 horas-hombre enfocadas al desarrollo de las habilidades de gestión con TPM. Se cuenta con la asesoría de expertos internacionales que orientan a las empresas a consolidar este modelo de gestión.

Todas estas acciones han contribuido al logro de los objetivos estratégicos propuestos para 2009, al empoderamiento de nuestra gente en sus equipos de trabajo y a la preparación de los mismos en habilidades nuevas de gestión que nos permitan enfrentar los retos de hoy, los del futuro e igualmente continuar creando una diferencia significativa que sea difícil de imitar para nuestros competidores.

**308**  
Pequeños equipos de trabajo



**623**  
Acciones de mejora



### Identificación y valoración de potencial

GRI: LA12

Las empresas consolidaron su proceso de identificación y valoración de potencial, el cual permite de una manera técnica identificar cargos claves o estratégicos en los negocios, identificar personas con potencial para esos cargos, contar con mayor visibilidad de personas con alto potencial de desarrollo, valorar técnicamente las competencias y el potencial y focalizar los planes de formación, desarrollo y retención.

En el año anterior se valoró el potencial de 69 personas para consolidar un total, en los últimos tres años de 401 personas que avanzan en su plan de desarrollo profesional.

### Política de selección de talento humano del Grupo Nacional de Chocolates

GRI: EC7

Buscando el desarrollo de nuestra gente los cargos requeridos se ocupan, prioritariamente, por personas que laboran en el Grupo y que cuentan con las competencias exigidas.



### Valoración de estilo de dirección

El estilo de dirección es factor clave en el logro de resultados, en el desarrollo de personas y en la construcción de equipos; es una variable determinante del clima organizacional. Para fortalecer el liderazgo en la organización se tiene establecido un proceso de valoración, proalimentación y mejoramiento, que les permite a todos los jefes de la Organización saber cómo los ven sus equipos y qué fortalezas y oportunidades de mejoramiento tienen, y a partir de allí construir los planes individuales de mejoramiento y fortalecimiento.

Durante 2009 se valoró el estilo de dirección de 212 jefes en todas las compañías, con lo cual se evidenció un mejoramiento general de las variables que determinan el estilo de dirección frente a los años anteriores.

**401**  
personas

Avanzan en su plan de desarrollo profesional



## Innovación

La innovación está en nuestra filosofía corporativa y nuestros objetivos, además es una de las principales estrategias para la transformación de los negocios y del entorno mismo, es uno de los principales motores de crecimiento y una de las más importantes fuentes de diferenciación en el mercado.

En 2009, la mesa de sinergia de innovación, integrada por representantes de todos los negocios del Grupo, se dio a la tarea de estudiar las prácticas internas en innovación y referenciarlas con las mejores prácticas del mundo, este trabajo se consolidó con la construcción del Modelo IMAGIX, "apasionados por la innovación", donde uno de sus elementos claves es la Cultura; IMAGIX plantea que para fortalecer la Cultura de Innovación en las compañías del Grupo, es necesario tener focos y metas claros, y enriquecer los mecanismos de la selección, el entrenamiento y el reconocimiento de las personas.

La participación y el reconocimiento se ha materializado durante más de ocho años con el programa "Éxitos Innovadores", que representa para nuestros colaboradores el escenario a partir del

cual se formulan nuevas ideas para mejorar los procesos, productos, servicios y modelos de negocio que mejoren el desempeño organizacional y los ambientes y condiciones de trabajo.

De la misma manera, fomenta la participación de los trabajadores, haciendo que sean parte activa de la Organización, lo cual propicia su motivación y aumenta el sentido de pertenencia de cada uno de ellos hacia su empresa.

En 2009 se presentaron 8.912 propuestas de innovación, de las cuales se evaluaron como mejores ideas 2.101 y se consolidaron como éxitos innovadores 1.609, con importantes beneficios para las empresas del Grupo.

### Prácticas Ejemplares

Este programa se creó en el año 2007, con el objetivo de promover y destacar prácticas de alto impacto en la gestión de los negocios y que tienen la posibilidad de ser replicables en otras compañías del Grupo, igualmente permite reconocer y dar visibilidad al talento humano que está detrás de ellas.

Durante el año 2009 se reconocieron dos Prácticas Ejemplares, ambas en el campo del desarrollo integral de nuestra gente.



El Negocio de Helados fue reconocido por su POLÍTICA DE RECONOCIMIENTO, la cual es la manifestación expresa de Meals de Colombia para dar valía y motivar a sus colaboradores y/o clientes por los logros, aportes, sugerencias y comportamientos sobresalientes orientados al mejoramiento continuo, a través de un procedimiento que busca identificarlos, evaluarlos, premiarlos y promoverlos. Las modalidades de reconocimiento son Mejor Logro, Mejores Sugerencias, Líderes de Calidad, Mejor Jefe y Clientes Satisfechos.

El otro negocio reconocido fue Pastas por su Práctica TRABAJO ENTRE AMIGOS, como un modelo de Biogerencia que busca hacer realidad los sueños como empresa y como seres humanos y contribuir a la realización del concepto que enmarca la cultura del negocio, alcanzar una calidad de vida superior.



La Política de Reconocimiento de Meals de Colombia fue seleccionada como Práctica Ejemplar 2009.



Trabajo entre Amigos, modelo de biogerencia de Doria, obtuvo el reconocimiento como Práctica Ejemplar.



## Bienestar y calidad de vida

### GRI: LA3, EC3

Las empresas que conforman el Grupo Nacional de Chocolates trabajan por el bienestar integral de los colaboradores y sus familias. Dentro de su portafolio de servicios existen una serie de programas y beneficios diseñados especialmente para elevar los niveles de desarrollo integral de nuestra gente, aportando así a la construcción de un conjunto empresarial con sentido humano.

En 2009 se adjudicaron 4,549 préstamos a colaboradores representados en más de \$15.175 millones. Fueron adjudicados 18.453 auxilios por un valor de \$8.592 millones.

De la misma forma, cabe resaltar que 7.475 colaboradores de las diferentes empresas poseen vivienda propia, aspecto que contribuye de manera significativa a la estabilidad de las familias y al bienestar de todos sus integrantes.

## Préstamos

|                        | Número de préstamos otorgados |              | Valor préstamos (En millones) |                 |
|------------------------|-------------------------------|--------------|-------------------------------|-----------------|
|                        | 2008                          | 2009         | 2008                          | 2009            |
| Vivienda               | 819                           | 812          | \$7.556                       | \$8.587         |
| Calamidad              | 1.017                         | 1.040        | 1.201                         | 1.442           |
| Educación (familiares) | 481                           | 434          | 583                           | 482             |
| Vehículo               | 175                           | 167          | 1.473                         | 1.510           |
| Salud                  | 641                           | 869          | 348                           | 462             |
| Otros                  | 2.456                         | 1.227        | 3.185                         | 2.682           |
| <b>Total</b>           | <b>5.589</b>                  | <b>4.549</b> | <b>\$14.346</b>               | <b>\$15.175</b> |



Los colaboradores cuentan con programas y beneficios diseñados para su desarrollo integral.

## Auxilios a trabajadores

| Auxilios               | No. personas  |               | Valor auxilios (En millones) |                |
|------------------------|---------------|---------------|------------------------------|----------------|
|                        | 2008          | 2009          | 2008                         | 2009           |
| Educación (familiares) | 5.643         | 6.618         | \$2.226                      | \$2.572        |
| Salud                  | 2.528         | 3.337         | 675                          | 852            |
| Maternidad             | 392           | 418           | 92                           | 106            |
| Matrimonio             | 208           | 210           | 85                           | 107            |
| Fallecimiento          | 200           | 226           | 193                          | 242            |
| Transporte             | 4.755         | 3.577         | 3.695                        | 2.839          |
| Otros (*)              | 7.592         | 4.067         | 5.458                        | 1.872          |
| <b>Total</b>           | <b>21.318</b> | <b>18.453</b> | <b>\$12.424</b>              | <b>\$8.592</b> |

(\*) La cifra de auxilios 2009 incluye una reclasificación de auxilios orientados a favorecer la ejecución del trabajo, por ejemplo: auxilio de telecomunicaciones, auxilio de rodamiento, etc.



En las empresas, más de 7.400 colaboradores cuentan con vivienda propia; en 2009 se adjudicaron préstamos por más de \$15.000 millones y auxilios superiores a \$8.500 millones.

## Programas de integración y bienestar

# \$33.957 millones

invertidos en programas de integración, bienestar y calidad de vida, beneficiando a la gran mayoría de los colaboradores y sus familiares con programas de bienestar como integración, recreación, restaurante.

| Programas de Bienestar   | No. Personas   |               | Inversión (En millones) |                 |
|--------------------------|----------------|---------------|-------------------------|-----------------|
|                          | 2008           | 2009          | 2008                    | 2009            |
| Integración y Recreación | 143.492        | 60.923        | \$4.451                 | \$6.714         |
| Restaurante              | 16.865         | 24.149        | 17.871                  | 24.091          |
| Otros                    | 10.403         | 3.364         | 2.017                   | 3.152           |
| <b>Total</b>             | <b>170.760</b> | <b>88.436</b> | <b>\$24.339</b>         | <b>\$33.957</b> |

## Jubilación

En el Grupo Nacional de Chocolates se lleva a cabo el Programa de Preparación de Atención Integral al Adulto Mayor para el retiro de la vida laboral, orientado a acompañar a la persona y a su familia en la revisión y planeación del proyecto de vida, frente a su nuevo rol de jubilado.

Son cinco las dimensiones que se abordan en el programa: Social, Espiritual, Intelectual, Física y Emocional.

Recibir orientación, atención y acompañamiento para el manejo asertivo del proceso de jubilación como también conocimiento de oportunidades ofrecidas por el medio frente a las posibilidades personales para el disfrute de la nueva etapa, se constituye en un beneficio muy grande para nuestra gente en este proceso.

En las empresas del Grupo Nacional de Chocolates 85 personas entraron a disfrutar de su pensión de jubilación durante el 2009.



### Fondos mutuos de inversión

Los fondos mutuos de inversión fueron creados con el objetivo de fomentar el ahorro en los trabajadores, estimular la inversión, impulsar el desarrollo de mercados de capitales y contribuir al desarrollo de la economía nacional. Así, un fondo mutuo de inversión se constituye con el aporte de los trabajadores y las contribuciones de las empresas para las cuales laboran, con la finalidad de crear un patrimonio para el momento de su retiro de la empresa.

Las Empresas del Grupo en Colombia son pioneras en este sistema de ahorro, contando con un total de tres fondos, en los que están vinculados 7.827 colaboradores.

En el exterior se destaca la iniciativa en Costa Rica de Compañía de Galletas Pozuelo y Compañía Nacional de Chocolates, que vienen incentivando la cultura del ahorro en sus colaboradores a través de sus asociaciones solidaristas.

Teniendo en cuenta el aporte que hacen las empresas para complementar el ahorro legal voluntario de los empleados, como el factor diferencial de este tipo de fondos, se destaca que la contribución que las compañías realizaron durante 2009 fue de \$4.600 millones, con un incremento de 27% en relación con el año anterior. Las utilidades consolidadas fueron por más de \$10.917 millones.

### > En cifras

Fondos mutuos de inversión

**7.827** 

añiliados a fondos mutuos  
6.902 en 2008

**\$4.600** 

millones en contribuciones  
de las compañías

\$3.515 millones en 2008

**\$10.917** 

millones en utilidades

\$2.770 millones en 2008



Miembros de la brigada integral de Zenú - Colombia.

### Salud ocupacional

GRI: LA7

Las compañías buscan, de manera permanente, el desarrollo de la calidad de vida de los colaboradores, fundamentado en el mejoramiento continuo de las condiciones de trabajo y la concientización de cada uno de ellos sobre la importancia del autocuidado y la seguridad.

En este sentido, entre los diferentes procesos que tienen las compañías para garantizar el bienestar, la seguridad y la calidad de las condiciones de nuestra gente, se cuenta con completos programas en seguridad industrial, medicina del trabajo y medicina preventiva. Todos estos acompañados por los Comités Paritarios en Salud Ocupacional y las compañías aseguradoras de riesgos profesionales.

Se resaltan las inversiones realizadas por las compañías, que durante 2009 ascendieron a más de \$10.246 millones, de esta manera, la intervención permanente en la mejora de las condiciones de trabajo y en el comportamiento seguro del talento humano ha permitido lograr una tasa de accidentalidad (Número de accidentes / Planta de personal promedio) consolidada de 3,97%, representando una disminución continua y significativa en los dos últimos años de 29,98% y frente a la tasa promedio del sector de alimentos de 13,11% en Colombia, lo cual sin duda un indicador destacado.

En ninguna de las empresas del Grupo se presentaron accidentes de trabajo con víctimas mortales.

### > Indicadores

Tasa de frecuencia  
de accidentalidad

**3,97%**

### Inversión en salud ocupacional

GRI: LA6

| INVERSIONES SALUD OCUPACIONAL  | PARTICIPANTES |        | INVERSIÓN (EN MILLONES) |          |
|--------------------------------|---------------|--------|-------------------------|----------|
|                                | 2008          | 2009   | 2008                    | 2009     |
| Formación en Salud Ocupacional | 12.702        | 14.864 | \$185                   | \$293    |
| Copaso                         | 200           | 261    | 2.001                   | 985      |
| Cero accidentes                | 3.342         | 9.136  | 369                     | 5.072    |
| Brigada Integral               | 1.117         | 1.340  | 364                     | 1.020    |
| Gestión Salud (*)              |               | 20.703 |                         | 2.876    |
| Total                          | 17.361        | 46.304 | \$2.619                 | \$10.246 |

\*Incluye participación de grupos familiares.



Compañía Nacional de Chocolates, Colombia, recibió el Premio a la Excelencia por su gestión en salud ocupacional.

### Clima laboral

Conocer las percepciones y opiniones que los colaboradores tienen frente a las variables que determinan el ambiente y clima en las Compañías, es una práctica general en todo el Grupo Empresarial Nacional de Chocolates. Con ésta, de manera participativa se conocen las fortalezas y oportunidades de mejoramiento, con miras al logro de ambientes cálidos, retadores y adecuados para la productividad y el desarrollo de las personas; responsabilidad que se compartió entre directivos y colaboradores, al entender que la calidad del clima es una responsabilidad colectiva.

La medición del clima es realizada por un centro de investigación externo, con expertos en el tema que le dan un marco de objetividad, profundidad y confiabilidad a los resultados, a partir de los cuales se establecen los planes de fortalecimiento.

Durante 2009 se midió el clima en 15 compañías, con un cubrimiento de más de 5.800 colaboradores encuestados y con resultados sobresalientes comparándolos con el universo de empresas medidas; dentro de las empresas del Grupo, Molino Santa Marta sede Buga, Compañía Nacional de Chocolates, Cordialba Salvador y Cordialba EELIU, arrojaron los resultados más altos de toda la muestra. En el consolidado del Grupo el resultado superó 82,7% de calidad del clima organizacional frente a 80,8% de la última medición de este mismo grupo de empresas.

También durante el 2008, las empresas Colcafé y Doria participaron, por primera vez, en el estudio Great Place to Work en Colombia (La mejor empresa para trabajar en Colombia), los resultados fueron destacados, Colcafé se ubicó en el tercer puesto y Doria en el puesto 20 dentro de una muestra de 155 empresas.



Gimnasio para los colaboradores de Noel, Medellín - Colombia.

### Relaciones laborales

GRI: LA4, HR7

Las relaciones laborales de las empresas se desarrollan en acuerdo con las normas constitucionales, legales e internacionales del trabajo, respetándose el derecho a la libre asociación, a la negociación colectiva y a la participación de los colaboradores.

Se destaca que en las empresas del Grupo Nacional de Chocolates existen, al cierre de 2009, 20 sindicatos, de los cuales 8 son de base y 12 de industria o rama de actividad; además, con el personal no sindicalizado, 14 de las empresas tienen suscritos pactos colectivos que son acuerdos entre los representantes de los empleados elegidos democráticamente y la empresa en torno a las condiciones laborales, salariales y prestaciones, donde los intereses y necesidades de los empleados se discuten

y analizan frente al entorno macroeconómico y social del país y las perspectivas competitivas de la Organización.

**Libertad de asociación**

**GRI: HR 5**

Todas las 20 organizaciones sindicales existentes en las diferentes compañías operan de manera autónoma y libre dentro de la normatividad laboral de cada país, sus afiliados no han sido objeto de intimidación o represalia por el hecho de formar parte del sindicato; y una manera de asegurar esta libertad es a través de la implementación en los reglamentos internos de trabajo de todas las compañías en Colombia de la Ley de acoso laboral, ley que permite a cualquier empleado denunciar y poner a consideración, en principio de un comité bipartito de trabajadores y empresa, posibles situaciones que atenten contra la libertad de asociación y/o generen riesgo sico-social por acoso hacia el trabajador; durante el 2009 no se presentó ninguna denuncia por acoso laboral en las compañías del Grupo.

Todos los acuerdos colectivos en su proceso de negociación y firma se desarrollan dentro de un marco de relaciones respetuosas, abiertas, constructivas y dentro de la ley; todos los sindicatos, incluso los minoritarios por representatividad, tienen igual derecho a la negociación que los más grandes. Durante los procesos de negociación se otorgan permisos y auxilios especiales a sus representantes para que puedan planear y abordar los procesos de negociación.

Para facilidad en sus comunicaciones internas cuentan con carteleras exclusivas donde publicar la información de interés para sus afiliados y sus boletines son

distribuidos libremente en el acceso a las plantas.

En todos los acuerdos están incorporadas cláusulas sobre permisos y auxilios sindicales que las Compañías proveen para el normal funcionamiento del sindicato, incluso en aquellos casos donde las gestiones del sindicato se hace en otras ciudades diferentes de la principal, los gastos de viaje están incorporados en dichos auxilios.

Existen canales formales e informales de comunicación e interacción con las directivas de la Compañía que son espacios de participación donde se plantean necesidades específicas o se amplia información institucional.

Algunos sindicatos han utilizado diversas formas y mecanismos de protesta que, al cumplir con las normas legales, las compañías respetan y entienden como su derecho a la libre expresión.

**Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas**

**GRI: HR4**

En nuestra filosofía hay de manera explícita comportamientos asociados al principio del Respeto como: "Reconocemos la individualidad del Ser Humano", "No establecemos diferencia por raza, edad, nacionalidad, credo, género, condición social u otros factores que nos diferencie" y "Tratamos dignamente a todas las personas", que son la guía corporativa en la actuación de todos los empleados, y además están inmersos como criterios en los diferentes procesos humanos como la selección, la contratación, las conversaciones de desempeño entre otros.

En el año 2009 no se recibió queja o demanda laboral referida a discriminación por ninguna causa.



Colcafé se ubicó entre las tres primeras empresas de Colombia en el estudio Great Place to Work (Mejor Lugar para Trabajar).

**Prevención de la explotación infantil**

**GRI: HR6**

En todas las Compañías respetamos las disposiciones sobre la edad mínima para trabajar establecida en la legislación de cada país. En nuestros procesos de selección y contratación utilizamos mecanismos y prácticas de verificación de la edad al momento de la contratación, que nos asegure el no trabajo infantil e igual práctica la aseguramos con nuestros contratistas y proveedores de personal.

Nuestros procesos de bienestar laboral interno procuran el desarrollo integral de la familia y por ello incluimos programas orientados a fortalecer las relaciones familiares sanas, la buena crianza y orientación de los hijos y promovemos espacios que complementen en el ámbito familiar el sano esparcimiento, el deporte y la cultura.

Varias de nuestras compañías en Colombia se vienen vinculando con el programa del Instituto de Bienestar Familiar de Colombia denominado "El derecho a la felicidad", el cual busca que las organizaciones se comprometan en el desarrollo de actividades tendientes a favorecer el desarrollo armónico y sano de los niños de nuestros empleados.

**Reconocimientos Colcafé y Doria, destacadas posiciones en Great Place to Work**

La encuesta aplicada por la entidad Internacional Great Place to Work que mide la satisfacción, el sentido de pertenencia y orgullo que sienten los trabajadores por la empresa en la cual trabajan, dio a conocer sus resultados en Colombia, en las que ubicó a Colcafé entre las tres primeras mejores empresas del país para trabajar. Por su parte, Doria también se destacó en la encuesta al aparecer entre los primeros 20 lugares.

**Premio Excelencia Suratep para Compañía Nacional de Chocolates y Colcafé**

La Administradora de Riesgos Profesionales, ARP Suratep, otorgó el premio Excelencia, Ganador de Ganadores, categoría Mejor Gestión de Salud Ocupacional, a Compañía Nacional de Chocolates y segundo lugar, en la misma categoría, a Colcafé. Ambas compañías tienen sede en Colombia.



## Gestión con la comunidad

Grupo Nacional de Chocolates y sus empresas desarrollan su gestión con la comunidad en el marco del concepto de Desarrollo Sostenible, que orienta todas sus iniciativas a la construcción de capacidades locales en las comunidades, para impulsar la autogestión y contribuir a su bienestar.

- El diseño de sus estrategias e implementación se canalizan y articulan por medio de la Fundación Grupo Nacional de Chocolates y la Fundación Crem Helado.
- La Fundación Grupo Nacional de Chocolates opera desde 2008, con ejecución amplia en cuatro líneas de gestión: nutrición, educación, generación de ingresos y emprendimiento, y apoyo al arte y la cultura. Con acción en comunidad, proveedores y clientes.
- La Fundación Crem Helado se enfoca en el mejoramiento de la calidad de la educación con su proyecto Líderes Siglo XXI.

### Criterios de Intervención social

A continuación se hacen explícitos los criterios que guían la gestión social con nuestros grupos relacionados:

- Generación de valor social y económico en los planes de acción con los integrantes de la cadena productiva de los negocios para su competitividad.
- Alianzas voluntarias y sinergias con organizaciones del

- Estado, no gubernamentales y cívicas, en proyectos sociales bajo los parámetros de participación.
- Enfoque de participación en proyectos estructurados no asistencialistas, que generen desarrollo, con participación de los empleados y la comunidad.
- Optimización de la rentabilidad social de los recursos disponibles.
- Fortalecimiento de las buenas prácticas sociales ya existentes en las compañías.
- Promoción en todas las actuaciones del comportamiento ético y transparente.
- Desarrollo de sistemas de medición de la gestión social y su impacto.

Cerca de 1'400.000 personas participaron de los programas promovidos por las fundaciones del Grupo.

[ Dimensión Social ]

### GRI: SO1

| Línea de Gestión                        | Inversión (En millones de pesos) |               | Entidades    |              | Personas         |                  |
|---|----------------------------------|---------------|--------------|--------------|------------------|------------------|
|   | 2008                             | 2009          | 2008         | 2009         | 2008             | 2009             |
| Nutrición                               | 4.741                            | 7.640         | 877          | 1.020        | 411.955          | 522.916          |
| Educación                               | 2.042                            | 2.200         | 1.554        | 1.229        | 325.792          | 224.424          |
| Generación de ingresos y emprendimiento | 2.571                            | 2.281         | 52           | 57           | 19.424           | 22.678           |
| Apoyo al arte y la cultura              | 2.158                            | 2.059         | 144          | 55           | 443.711          | 567.893          |
| Otros proyectos sociales                | 499                              | 699           | 92           | 83           | 154.185          | 42.341           |
| <b>Total</b>                            | <b>12.011</b>                    | <b>14.879</b> | <b>2.719</b> | <b>2.444</b> | <b>1.355.067</b> | <b>1.380.252</b> |

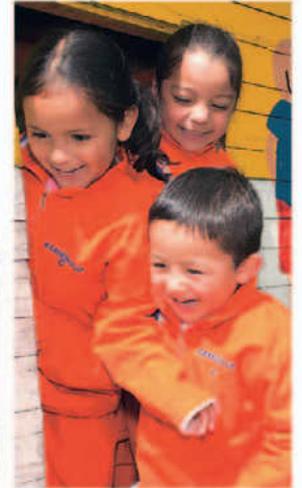
En la gestión social con la comunidad se invirtieron \$14.879 millones en productos y aportes en dinero.



Nota: de esta inversión formaron parte \$2.340 millones en donaciones en efectivo, \$6.956 millones en aportes en producto y \$4.584 millones en otras contribuciones.



Voluntariado Compañía Galletas Noel - Colombia.



Hogar Bambinito apoyado por Doria en Cundinamarca - Colombia.



**Línea de gestión nutrición**

Total inversión  
**\$7.640**  
 millones  
 En productos y dinero para proyectos nutricionales



Total Comunidad participante  
 ➔ **1.020**  
 entidades

➔ **522.916**  
 personas



En coherencia con la prioridad social de erradicación del hambre, se trabaja en nutrición con las comunidades de mayores necesidades en el acceso a los alimentos, labor que se realiza en alianza con entidades especializadas tales como: bancos de alimentos, comedores comunitarios, programas especiales de organismos del Estado y otras entidades cuyo foco es la nutrición. Con esta destinación se entregaron en 2009, por parte de las Compañías en Colombia y en la región estratégica, productos y dinero que suman un valor de \$7.640 millones, que llegaron a 522.916 personas.

**Participación en proyectos de nutrición**

La Fundación Grupo Nacional de Chocolates viene fortaleciendo su participación, con aportes en dinero y especie,

en proyectos que atienden integralmente grupos de la población con situaciones de desnutrición o niveles de riesgos. Es así como en 2009 apoyó en Colombia 39 proyectos nutricionales que contribuyeron a mejorar las condiciones de 10.272 personas de escasos recursos, principalmente población infantil, en las ciudades de Barranquilla, Cali, Bogotá, Buenaventura, Pasto, Bucaramanga y Medellín y en las localidades de Lorica y Tuchín, en la costa norte de Colombia. A continuación se comparten algunos desarrollos.



En el municipio de Lorica, en la zona norte de Colombia, la Fundación Grupo Nacional de Chocolates participa desde hace dos años con la alcaldía local, del Programa Caritas Sanas que hace intervención nutricional a la población infantil más vulnerable del barrio Kennedy, con cobertura de 51 niños menores de 12 años que asisten al comedor comunitario.



Un total de 163 niños y niñas de primera y segunda infancia, con deficiencias nutricionales, son atendidos por la entidad Aléas SOS en Cali al suroeste de Colombia, con el respaldo de Compañía Nacional de Chocolates. El programa abarca alimentación, mejoramiento de condiciones de saneamiento básico y formación para que las familias incorporen hábitos saludables.

La Fundación en Colombia apoya 39 proyectos nutricionales que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de 10.272 personas.

### Fortalecimiento de los bancos de alimentos

Los bancos de alimentos cumplen una labor fundamental al tener un proceso estructurado de entrega de víveres y una red de entidades sociales debidamente identificadas y organizadas que albergan o convocan a personas que no tienen resuelta la necesidad básica de la alimentación. Grupo Nacional de Chocolates y sus empresas trabajan con la red de bancos formada por 28 entidades en Colombia.



### Consolidación de la Red de Bancos de Alimentos en Colombia

Se destaca como logro importante del año anterior la creación de la Red de Bancos de Alimentos de Colombia integrada por 28 bancos que operan en 25 ciudades, gestión que contó con la participación de las empresas Grupo Nacional de Chocolates y la asistencia de invitados internacionales que presentaron sus experiencias, todo lo anterior realizado en el marco de los encuentros nacionales de los Bancos de Alimentos.

La Red Nacional de Bancos es un paso estratégico que posibilita sinergias en proyectos conjuntos con aportes en dinero y especie, por mencionar algunos: formación de sistemas de gestión aplicados en alimentos, cualificación en intervención social, mejoramiento de procesos y nuevas prácticas en la intervención que hacen en nutrición con la población de mayor necesidad. A su vez, mejora el sistema de distribución y amplía la presencia geográfica, lo que representa para las empresas donantes mejores posibilidades para su radio de acción social en diferentes zonas del país.



La Fundación Grupo Nacional de Chocolates promueve la labor del banco de alimentos de Barranquilla. Comedor Centro de Desarrollo Integral Oasis de Fe, Colombia.

El trabajo de cooperación entre la Fundación Grupo Nacional de Chocolates y sus empresas con la red de bancos de alimentos de Colombia ha sido estratégico para llegar a los sectores de las comunidades con mayores carencias.

### Línea de gestión educación



### Programas Mejoramiento de la calidad de la educación

Tres programas directamente liderados por Grupo Nacional de Chocolates son eje de la gestión que se desarrolla en la línea de educación. Estos son *Oriéntate, el Mundo a un Clic*; *Líderes Siglo XXI* y *Nacional de Chocolates quiere a los niños*. Consolida la labor en este campo el apoyo a entidades que promueven la formación dirigida a población de escasos recursos. El trabajo en educación se realizó durante 2009 con 1.229 entidades, con beneficio para 224.424 personas que integran una población compuesta por estudiantes, docentes, personal administrativo de centros educativos en Colombia y se cuenta con una reciente iniciativa en Ecuador.

### Oriéntate, el Mundo a un Clic: educación con tecnología para más de 36.000 estudiantes en Colombia

**Qué hace el programa Oriéntate, el Mundo a un Clic**  
Desde hace ocho años opera este programa de la Fundación Grupo Nacional de Chocolates, el cual contribuye al mejoramiento de la calidad de la educación pública. Oriéntate, el Mundo a un Clic tiene presencia en seis departamentos de Colombia, llega a más de 36,000 niños y jóvenes de 90 centros educativos. El programa tiene dos componentes básicos:

- La formación a los educadores para que puedan aplicar a sus clases el uso de la tecnología con estrategias didácticas tales como: acceso a recursos didácticos en línea, diseño de ejercicios interactivos bajo ambiente Web, construcción de redes de aprendizaje virtual (*blogs, chats*), entre muchas otras actividades. A la fecha se ha formado a más de 700 profesores.
- La dotación de salas de cómputo con equipos y programas y red de datos para que docentes y estudiantes cuenten con la infraestructura tecnológica en los centros educativos, haciendo posible que en este aspecto las condiciones estén en paridad con los procesos educativos actuales en el mundo. El programa tiene presencia en nueve municipios de Colombia. En 2009 el trabajo se realizó en 48 centros educativos, 470 profesores participaron de sus procesos de formación con una inversión superior a \$500 millones en la dotación de 107 computadores y otros equipos complementarios.



Institución Educativa Benedikta Zur Nieden, Medellín, Antioquia - Colombia.



Centro Educativo María Estévez, La Ceja, Antioquia.



Caloto, Cauca, Entidad Educativa Niña María.



El Carmen de Viboral, Antioquia, Fray Julio Tobón Betancur.



Bogotá, Cundinamarca, Instituto Educativo Distrital de Fontibón.



Cali, Institución Educativa Celmira Bueno de O.



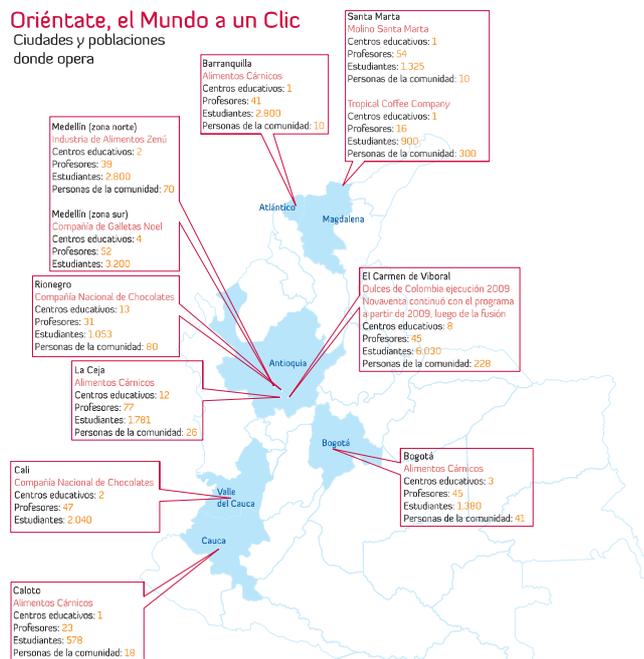
Yolombó, Antioquia, Sistema de Aprendizaje Tutorial.



Rionegro, Antioquia, Centro Educativo Rural Barro Blanco.

El programa **Orientate, el Mundo a un Clic** ha contribuido al mejoramiento de la calidad de la educación pública en 90 centros educativos en Colombia.

**Orientate, el Mundo a un Clic**  
Ciudades y poblaciones donde opera



Totales

**48**  
centros educativos

**470**  
profesores  
Formados en tecnologías aplicadas a la enseñanza del aula de clase.

**23.887**  
estudiantes  
Con acceso a la tecnología.



**Oriéntate, el Mundo a un Clic**  
Principales logros 2009

- Tres nuevas salas de Oriéntate, el Mundo a un Clic para el uso de 3.000 estudiantes se inauguraron: dos en Cali respaldadas por las marcas Chocollisto y Sello Rojo con el programa Siente Tu Valle y una en Santa Marta, apoyada por la empresa Molinos Santa Marta.
- Fueron entregados 107 computadores para ampliar la cobertura de las salas que operan en los departamentos de Antioquia, Magdalena y Cauca.
- Un grupo de 17 voluntarios, integrado por colaboradores y sus esposas, apoyan la formación en informática de los estudiantes de centros educativos rurales de Rio-negro en el departamento de Antioquia.

**Líderes Siglo XXI**

**Líderes Siglo XXI se consolida como uno de los más importantes programas de mejoramiento de la calidad en Colombia.**  
Al cierre de 2009, en el Proyecto Líderes Siglo XXI se invirtieron recursos por \$400 millones en su gestión que tiene como propósito la calidad de la educación. Un total de 609 centros educativos se vincularon, se contó con la participación activa de 238 empresas y 420 voluntarios. En 15 años de funcionamiento más de 1.100 colegios y escuelas han participado.

Líderes Siglo XXI trabaja con instituciones educativas públicas y privadas en el ámbito nacional y con el acompañamiento de voluntarios empresariales, en beneficio de la formación de seres humanos integrales y el desarrollo del país.

Pretende que las instituciones educativas vinculadas al Proyecto alcancen un desempeño sobresaliente fundamentado en la implementación de un enfoque de



Profesoras de Bogotá participantes del proceso de mejoramiento de calidad promovido por Meals de Colombia.

Voluntarios de Líderes Siglo XXI, Barranquilla.

Religiosas del Colegio María Auxiliadora de Chía que recibieron mención de honor en el Congreso Nacional de Educación.



[ Dimensión Social ]

**Líderes Siglo XXI**  
Ciudades y poblaciones donde opera

**\$400 millones**  
Invertidos en su gestión que tiene como propósito la calidad de la educación

**609 centros educativos**  
Vinculados

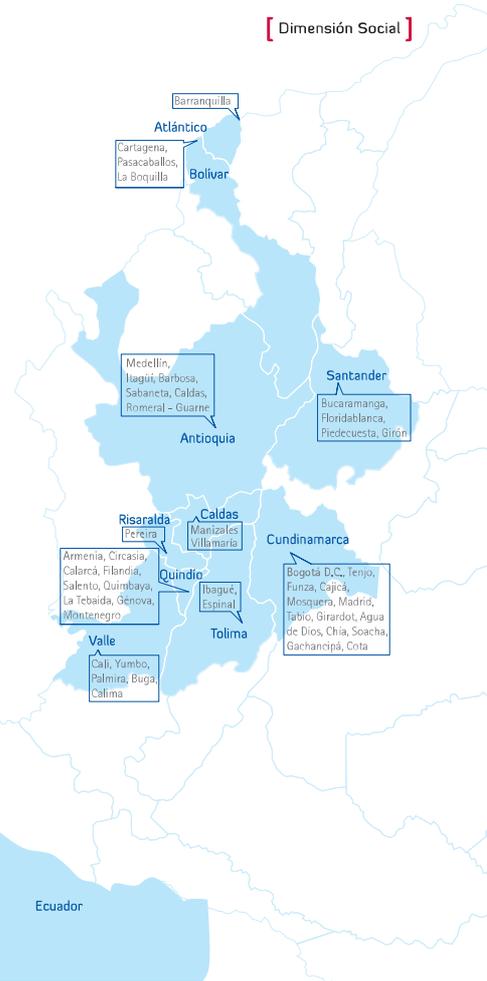


**238 empresas**  
Participaron activamente con sus voluntarios



**420 voluntarios**  
Ejecutivos de las empresas asesoran a los centros educativos en sus procesos de mejoramiento

**1.100 colegios y escuelas**  
Han participado durante 15 años de funcionamiento



mejoramiento continuo y que su gestión sea reconocida con modelos formalmente avalados.

**Un Modelo Educativo con gestión en Colombia y en Ecuador**

El programa Líderes Siglo XXI opera en 46 lugares entre municipios y poblaciones de Colombia. A su vez, se adelanta una iniciativa en Ecuador.

**Logros 2009**

**Resultados en pruebas de Estado:** las instituciones educativas vinculadas al Proyecto demostraron un importante mejoramiento en el desempeño en las pruebas de Estado ICFES, examen en el cual se ha logrado disminuir el número de colegios en los niveles bajo, inferior y muy inferior, y aumentar aquellos que se ubican en los niveles medio, alto, superior y muy superior.

**Congreso Nacional de Gestión Integral de la Educación**

El Congreso Nacional de Gestión Integral realizado por la Fundación Crem Helado de la Educación reunió en 2009 a 828 participantes entre directivos docentes, maestros, voluntarios empresariales y líderes locales para presentar los resultados del trabajo conjunto entre empresas e instituciones educativas oficiales y privadas, en la implementación de modelos de gestión integral, siendo este espacio uno de los más relevantes del sector educativo en Colombia.

El Congreso Nacional de Gestión Integral de la Fundación Crem Helado reunió a más de 828 participantes en 2009.



La diversión y la educación en valores son eje del programa que adelanta Pozuelo en Costa Rica con niños y jóvenes.



En el marco del congreso se entregó por primera vez el Premio Crem Helado a la Calidad de la Gestión Escolar al Colegio Hermandad Caicedo de Zarzal, Valle del Cauca.

**Apoyo a la educación**

**Nacional de Chocolates Quiere a los Niños, 15 años aportando a la educación en zonas rurales**

El programa Nacional de Chocolates Quiere a los Niños viene entregando desde 1994 implementos escolares a los estudiantes y material a las escuelas ubicadas en zonas limitadas por sus recursos y condiciones de complejidad social. En 2009 fueron atendidos 4.850 niños de 141 escuelas en 35 municipios, para lo cual se destinaron recursos por más de \$169 millones.

**Compañía de Galletas Pozuelo contribuye a la formación de valores con programas que llegan a más de 240.000 niños y jóvenes**

El Ministerio de Educación Pública de Costa Rica declaró los programas dirigidos a niños y jóvenes que realiza la Compañía de Galletas Pozuelo, como actividades que brindan a los estudiantes "esparcimiento y buenas prácticas". Los programas son: "Gira de Colegios Tour Chiky", "Creciendo Juntos con Cremita y Pozuelo" y el "Tour Educativo Mundo de la Fantasía". Pozuelo, pionero en este tipo de programas desde hace cerca de 50 años, llega a más de 240.000 niños y adolescentes en Costa Rica cada año.





El programa de visitas de Mundo Noel fue validado por la Secretaría de Educación de Medellín, como visita pedagógica.

#### Oportunidades de educación tecnológica para jóvenes de zonas rurales

En asocio con la Universidad Católica del Norte, la Fundación Grupo Nacional de Chocolates respalda el desarrollo integral de 20 jóvenes de las poblaciones de El Bagre, Puerto Triunfo, Frontino, Campamento, Támesis, Liborina y Briceño, en el departamento de Antioquia, en Colombia, mediante becas educativas.

Mundo Noel fue visitado en 2009 por 37.500 niños que vivieron la experiencia de aprender disfrutando cómo se hacen las galletas, la importancia de la buena alimentación y los valores, en un recorrido especialmente diseñado para niños en edad escolar.



#### Secretos para Contar, entrega de libros

Leer, una oportunidad y un placer que se incentivan con el programa Secretos para Contar que llega a más 6.000 familias campesinas.

Secretos para Contar se ha consolidado como un programa diseñado a la medida de la población campesina, con acciones que comprenden la entrega de libros, la realización de talleres de formación para maestros, tutores y líderes comunales y la realización de jornadas de lectura para las familias de las veredas que son visitadas por el programa. En 2009 este ejercicio de educación no formal llegó a 6.188 familias de cuatro municipios del departamento de Antioquia, Colombia.



#### Línea de gestión generación de ingresos y emprendimiento

Total inversión

\$356 millones

Total Comunidad participante

57 emprendimientos

2.178 personas



Otro ámbito de trabajo social del Grupo Nacional de Chocolates es la promoción del emprendimiento y generación de ingresos en comunidades vulnerables, para potenciar su capacidad de autogestión. Son ejemplo de estas iniciativas el trabajo realizado con la siembra de cacao en San Jacinto y Carmen de Bolívar, la producción de panela en Barreño, los cultivos de ajonjolí en Montes de María, entre otros.



### Ajonjolí, una experiencia positiva en Montes de María

El proyecto de encadenamiento productivo de ajonjolí, en fase inicial de desarrollo, trabaja con 330 personas de los departamentos de Bolívar, Sucre y Córdoba, su objetivo es impulsar la siembra y comercialización del producto. En 2009 los agricultores recibieron formación en buenas prácticas y crearon la Red de Cultivadores de Ajonjolí de los Montes de María de la cual forman parte 23 asociaciones. Este proceso social es apoyado por la Fundación Grupo Nacional de Chocolates con ejecutivos del área de Negociación de Compras de Servicios Nacional de Chocolates.

### Cultivos de cacao, alternativa de generación de ingresos

Durante el año anterior se dio continuidad a la labor de fortalecimiento de los proyectos de siembra cacao con 200 familias del Carmen de Bolívar y San Jacinto en la zona norte de Colombia. También, en Unguía, Chocó al noroccidente, se dio una experiencia exitosa con formación social y empresarial a 276 personas para el fortalecimiento de la asociación de cacaoateros. En todos estos

proyectos sociales se impulsa la creación de asociaciones de cacaoateros y cuentan con el apoyo de la Fundación del Grupo Nacional de Chocolates y la de Unguía se hace en alianza con la Fundación Suramericana.

El trapiche comunitario "La Avención" logró en 2009 avanzar en la comercialización de sus productos en las grandes superficies.



Los participantes del proyecto Integral Bareño, en Antioquia, Colombia, que trabajan con la panela en su trapiche comunitario La Avención, lograron avanzar en 2009 en la comercialización de sus productos en grandes superficies, mediante Alianzas Empresariales para el Desarrollo.



Cerca de 87 familias de Vigía del Fuerte (Antioquia) y de Bojayá (Chocó), Colombia, participan de esta gestión de emprendimiento con productos del bosque de la zona del medio Atrato.

**330**  
personas

Trabajan en el proyecto de encadenamiento productivo de ajonjolí.



diversas clases de discapacidad, principalmente realizan labores de empaques. Para facilitar su gestión, la compañía ha acondicionado la zona donde trabajan.

Así mismo en el Centro de Empaques de la Compañía Nacional de Chocolates en Medellín, Colombia, desde hace 14 años trabaja un grupo de personas con diferentes grados de discapacidad mental, a estas ocho personas se les asignan diferentes labores de acuerdo con sus capacidades.

La empresa Colcafé apoya laboralmente a personas con discapacidad auditiva. En dicho proceso se han vinculado once colaboradores en el centro de mezclas y línea de empaques, con el acompañamiento de la Fundación "Pro-débiles auditivos", que colabora con la empresa en el proceso de selección y brinda asesoría en su adaptación a los puestos de trabajo.

### Alianzas empresariales para el desarrollo en Antioquia y Chocó

Las alianzas empresariales son un modelo de gestión donde la empresa privada aporta recursos y conocimiento para impulsar proyectos que posibiliten a las comunidades el desarrollo de actividades económicas que les sirvan para su sustento y que sean productivas y autosostenibles. Son ejemplo de ello las alianzas en las poblaciones colombianas de Bareño, Vigía del Fuerte y Bojayá donde participan la Fundación Grupo Nacional de Chocolates junto con otras empresas privadas, la Fundación Espavé y los consejos comunitarios de las comunidades.

### Oportunidad laboral para personas con discapacidad

En el programa de inclusión laboral que ofrece productos alimenticios Doria en su planta de Mosquera, en asociación con Best Buddies, trabajan 13 personas en condición de discapacidad intelectual que se desempeñan como empaques de producción.

En la fábrica de Rionegro de la Compañía Nacional de Chocolates se brinda trabajo a cerca de 28 personas con



Las oportunidades laborales para personas con discapacidad forman parte de la gestión de responsabilidad social.



En noviembre de 2009 se inauguró la nueva sede Ciudad del Río del Museo de Arte Moderno de Medellín, Colombia, que dimensiona el museo a una esfera nacional y global. Grupo Nacional de Chocolates participó de este proyecto de ciudad.

**Línea de Gestión Apoyo al Arte y la Cultura**

Total inversión  
**\$2.059**  
 millones



Total comunidad participante

**55**  
 entidades

**567.893**  
 participantes



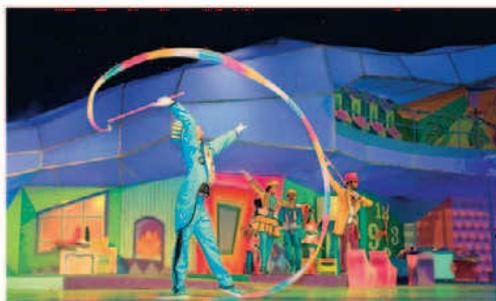
**Programas Apoyo a instituciones culturales**

El desarrollo de acciones en la Línea de Gestión Apoyo al Arte y la Cultura tiene por propósito impulsar los proyectos de entidades del sector cultural que promueven la participación ciudadana de manera masiva y posibilitan a las comunidades tener acceso, conocer e interactuar con las diversas manifestaciones de las disciplinas artísticas. Ha sido permanente el trabajo junto con el Museo Nacional, el Museo de Antioquia y el Museo de Arte Moderno de Medellín, así como la presencia y respaldo a eventos culturales de ciudad como los festivales de Cariagena y Barranquilla y el patrocinio a otros de tradición ancestral en diferentes ciudades de Colombia.



Exposición de Diego Rivera, Frida Kahlo y sus contemporáneos en el Museo Nacional de Colombia

**Patrocinio de eventos culturales de ciudad en Colombia**



Noel entregó como regalo a la comunidad su Espectáculo de Navidad al cual asistieron más de 120.000 personas en el mes de diciembre.



El Carnaval de las Artes de Barranquilla se ha posicionado como el evento cultural de los ciudadanos por su variada programación y sesiones académicas.



El programa Siente tu Valle, respaldado por las marcas Sello Rojo y Chocolito, apoya el coro y la orquesta Notas de Paz que brinda a niños de Cali un espacio comunitario para desarrollar habilidades artísticas.

Se posibilita a las comunidades el acceso a las diversas manifestaciones de las disciplinas artísticas.



### Música para todos

La Fundación Grupo Nacional de Chocolates viene acompañando dos eventos musicales de gran importancia en Colombia, estos son: "El Día de la Música", organizado por la Alianza Colombo Francesa, que convocó a más de 14.000 habitantes de Medellín quienes disfrutaron de los numerosos conciertos ofrecidos en todos los sectores de la ciudad. Y el Cartagena Festival Internacional de Música, caracterizado por la calidad de su programación a cargo de la Fundación Salví, que tiene por política incluir a todos los grupos sociales en las actividades que organiza; es de resaltar su programa educativo que reunió el año anterior a 400 estudiantes de música de Colombia.



▲ Cartagena Festival Internacional de Música.

▲ Día de la Música organizado por la Alianza Colombo Francesa en Medellín.



### Eje Transversal / Voluntariado

El compromiso y la cooperación están presentes en la gestión de los colaboradores de las compañías de Grupo Nacional de Chocolates como voluntarios. Las empresas promueven los espacios, impulsan iniciativas, convocan a la participación mediante el trabajo con entidades del sector solidario y hacen reconocimiento a la importante acción de sus más de 6.000 colaboradores que ejercen el voluntaria-

do, con el cual benefician a 534 instituciones que irradian sus programas sociales a más de 112.000 personas.

Los colaboradores participan en voluntariados de tiempo y dinero, en los primeros desarrollan asesorías, formación, actividades de acompañamiento y en los otros brindan sus aportes a planes de patrocinio de diferente índole.

| Programa               | No. de voluntarios | No. de beneficiarios |                | Horas dedicadas | Inversión 2009 (En millones) |
|------------------------|--------------------|----------------------|----------------|-----------------|------------------------------|
|                        |                    | Instituciones        | Personas       |                 |                              |
| Voluntariado en tiempo | 1.405              | 387                  | 97.860         | 9.813           | 147                          |
| Voluntariado en dinero | 4.822              | 147                  | 14.243         |                 | 353                          |
| <b>Total</b>           | <b>6.227</b>       | <b>534</b>           | <b>112.103</b> | <b>9.813</b>    | <b>500</b>                   |

### Reconocimiento a nuestros voluntarios

La red de voluntarios de las empresas del Grupo Nacional de Chocolates tiene presencia en doce ciudades de Colombia y en cuatro países en el exterior.

El voluntariado es respaldado por los Directivos de Grupo Nacional de Chocolates y sus empresas y tiene reconocimiento en los escenarios de gestión.

“Lo más significativo y lo primero que nos viene a la mente es comparar el estado actual de lo que era solo un proyecto, con el 'NUTRIAMOR' de hoy, un producto real, de gran valor nutricional, que se entregará a unos 300 niños”.

Juan Guillermo Villa Gaviria, Fundación Saciar

Voluntariado en Colombia



◀ Voluntariado de Servicios Nacional de Chocolates.



▲ Voluntariado Compañía Nacional de Chocolates



▲ Evento de reconocimiento a los voluntarios de Grupo Nacional de Chocolates.



◀ Voluntariado de Noel.

▼ Voluntariado de Zenú



◀ Voluntariado de Servicios Nacional de Chocolates.

◀ Voluntariado de Alimentos Cárnicos.

▼ Voluntariado de jubilados de Colcafé.





## Trabajo junto con proveedores

Las empresas del Grupo Nacional de Chocolates realizan un trabajo consistente con sus socios en la cadena de abastecimiento buscando su fortalecimiento y desarrollo.

### Desarrollo de Proveedores

Con planes de acción enmarcados en la filosofía de desarrollo sostenible, las empresas de Grupo Nacional de Chocolates vienen implementado programas dirigidos a sus proveedores, con inversiones y ejecuciones que contribuyen al desarrollo del campo y lo propio con los socios de abastecimiento de insumos.

#### Marco de relaciones con los proveedores

- Negociaciones transparentes y trato justo, de acuerdo con el Código de Buen Gobierno Corporativo.
- Relación de mutuo beneficio, en términos de crecimiento, desarrollo, colaboración y reputación.
- Relación sostenible basada en el respeto y la confianza.
- Pago oportuno de las obligaciones.

### Apoyo al Campo

#### Desarrollo del Sector Cacaotero: Fomento al Cacao y Alianzas Productivas

La Compañía Nacional de Chocolates de manera directa y en acciones conjuntas con el gobierno colombiano y

otras entidades, promueve al agricultor cacaotero colombiano a través del desarrollo de diferentes programas. La inversión de la empresa, que en los últimos años supera USD 1'500.000, beneficia a 4.000 familias campesinas de once departamentos del país, con cobertura a 10.000 hectáreas de cultivos.

#### Investigación y asesoría técnica al servicio de los cacaocultores

Desde su área de Fomento al Cacao, con trayectoria de 50 años de gestión, Nacional de Chocolates impulsa al agricultor cacaotero con el fin de fortalecer la cadena cacao-chocolate, con una visión de largo plazo para la transferencia de tecnología y Sostenibilidad de la producción,

**4.000**

#### Familias cacaoteras

participan de las alianzas productivas que promueven este cultivo



El área de Fomento al Cacao realiza acciones directas de capacitación, asistencia técnica, compra de cosechas, entrega de material vegetal y asesoría para productividad del cultivo. Sus indicadores son positivos en la calidad de vida del agricultor en los resultados de su cosecha y para el sector contribuyen al mejoramiento del proceso de abastecimiento en cantidad y calidad.

#### Alianzas productivas y económicamente viables

La Compañía Nacional de Chocolates participa activamente en proyectos conjuntos promovidos por el gobierno y otras entidades nacionales e internacionales, en las que el foco es el crecimiento de cultivos de cacao como una alternativa productiva y económica viable. Los proyectos operan en zonas con condiciones complejas sociales por violencia, cultivos ilícitos y dificultad en la generación de ingresos para el sustento.

Ejercicio que se hace en alianza con los agricultores de cacao organizados en asociaciones y/o cooperativas en once departamentos, llegando a cerca de 4.000 familias cacaocultoras. Su vinculación incluye la compra de su producción, el ofrecimiento de primas de calidad, apoyo técnico, social y empresarial en la formulación, ejecución y desarrollo de proyectos para optimizar las ganancias en la parcela y producir cacao de alta calidad y fomento de prácticas agrícolas sostenibles y amigables con el medio ambiente.

#### GRI: S07

En octubre de 2009 la Superintendencia de Industria y Comercio sancionó a la Compañía Nacional de Chocolates con una multa de \$745,3 millones por supuestamente haber incurrido en prácticas restrictivas de la competencia en la compra de cacao en el periodo de enero de 2005 a febrero de 2006. Compañía Nacional de Chocolates S. A. S. acata y respeta, pero no comparte, esta decisión y ha acudido a la jurisdicción contencioso administrativa para solicitar la anulación de esta sanción.

La investigación es un importante eje del área de fomento de la Compañía Nacional de Chocolates, desde la cual se origina un conocimiento técnico valioso en semillas, plantas, manejo de plagas, desarrollo de técnicas más productivas para el mejor aprovechamiento de la tierra y la obtención de cosechas de calidad. Todo este conocimiento es transferido al campesino mediante los programas de asistencia técnica, granjas demostrativas y acompañamiento a los cultivos.

Total inversión  
**\$2.500**  
millones

Total Comunidad participante

**6.377**  
proveedores



### Chocolate Santander: modelo de Sostenibilidad

Chocolate Santander, línea de productos de chocolate Premium con denominación de origen, cuyo mercado principal lo constituye Europa y Estados Unidos, es un ejemplo importante que hace visible el concepto de Sostenibilidad. El cacao con el que se produce este exquisito Chocolate, reconocido con premios internacionales en el mundo, se cultiva en la serranía de Yariguíes; allí, 750 familias reciben de la Nacional de Chocolates asistencia técnica, acompañamiento durante la siembra y reconocimiento a la calidad de sus cosechas con primas sobre el precio corriente del mercado.

Desde diciembre pasado, productos marca Santander se venden en más de 5.000 tiendas de Starbucks en Estados Unidos y Canadá. Es satisfactorio para la compañía ver los resultados concretos de nuestras acciones con los campesinos. Dentro de la auditoría que practica Starbucks a todos sus proveedores en el mundo, recibimos una calificación de 84,8%, la más alta en la historia dentro del programa "Starbucks Cocoa Practices". Adicionalmente, nuestra cooperativa aliada Ecocaco recibió la



certificación de comercio justo "Fair Trade" por parte de la organización alemana FLO-CERT.

#### Fair Trade

En 2009 Colcafé dio continuidad al programa de certificación Fair Trade, por el cual se causaron, entre primas y sobrepagos, \$1.545 millones que fueron directamente a beneficio del caficultor. Estos dineros se destinaron a 19 comunidades campesinas, las cuales mejoraron su calidad de vida a través de la incursión en programas de salud, educación, reforma de vivienda, seguridad alimentaria, saneamiento básico y optimización de la productividad del cafetal de la finca, entre otros. En los últimos ocho años se han trasladado primas a este programa por valor de \$9.875 millones.

Adicionalmente, Colcafé ayudó a la divulgación de esta certificación con la participación en el evento "Fair Trade Fortnight", celebrado en Inglaterra, en el cual acompañó a dos caficultores colombianos al Reino Unido, en un programa de sensibilización



### [ Dimensión Social ]

sobre la experiencia de vida de las familias cafeteras que participan en el Programa Fair Trade.

#### Marañón

Como una forma de mejorar las condiciones económicas de las comunidades cultivadoras de marañón en la zona de Chinú, Córdoba, en la región norte de Colombia, la Compañía Nacional de Chocolates en los últimos cinco años ha promovido la producción en esta zona con 80 familias y ha impulsado los procesos asociativos locales. Adicionalmente, se instituyó una alianza nueva que promovió la creación de la asociación Asomarañón con la cual se benefician a 80 familias que cultivan de 240 hectáreas de esta nuez.

#### Desarrollo de Proveedores

Es relevante en el proceso de abastecimiento de cara a la competitividad y desarrollo de toda la cadena, compartir y asumir prácticas afines a esta industria, teniendo en cuenta la normatividad y las exigencias de los mercados, el análisis y desarrollo de planes de acción sobre la vigencia de las ofertas, en relación con las tendencias y la capacidad de innovación, por mencionar algunos de los aspectos significativos.

Tres pilares que se relacionan entre sí, marcan la pauta de la interacción de los Negocios con este grupo de interés: desarrollo y segmentación de proveedores y competitividad.



Fruto del marañón cultivado por la comunidad de Chinú, Córdoba - Colombia, gestión que es apoyada por la Compañía Nacional de Chocolates en coordinación con la Fundación.

#### Compras en Colombia 2009

GRI: EC6

| Proveedor          | Cárnico         | Galletas       | Chocolates     | Café            | Total           |
|--------------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Café               |                 |                |                | 359.786.370.526 | 359.786.370.526 |
| Empaques           | 30.036.001.466  | 58.211.542.878 | 42.923.592.298 | 44.390.008.500  | 175.561.145.141 |
| Carne              | 118.269.463.533 |                |                |                 | 118.269.463.533 |
| Cacao              |                 |                | 85.107.582.649 |                 | 85.107.582.649  |
| Pecuario           | 55.408.179.832  |                |                |                 | 55.408.179.832  |
| Azúcar             | 273.677.093     | 19.007.478.930 | 32.261.790.381 | 227.653.900     | 51.770.600.304  |
| Grasas comestibles | 258.532.147     | 33.377.374.756 | 6.852.035.792  |                 | 40.487.942.695  |
| Leche y derivados  | 1.826.187.332   | 3.243.299.100  | 15.814.643.842 | 29.135.400      | 20.913.265.674  |
| Otras mat. primas  | 16.421.798.855  | 11.778.757.465 | 5.333.713.315  | 1.326.200.498   | 34.860.470.133  |

### Comunicación para compartir objetivos y metas

#### Evento de Desarrollo Sostenible con Proveedores

Para divulgar los objetivos y las metas y hacer operativo este concepto entre las empresas y los proveedores, la Vicepresidencia de Desarrollo Sostenible del Grupo y Servicios Nacional de Chocolates convocaron en 2009 a los principales proveedores de material de empaque y materia prima de los negocios, a un evento que además de

ser informativo tuvo espacios para mostrar prácticas exitosas en el modelo de Sostenibilidad con proveedores y conocer tendencias. El tema de negocios inclusivos formó parte del panel de conferencias, con ejemplos efectivos y se invitó a los asistentes a desarrollar o participar en este tipo de iniciativas.

#### Conversatorios con la Cadena de Abastecimiento de los Negocios

La identificación de iniciativas alrededor de la Sostenibilidad fue el propósito central de los conversatorios entre clientes y de los equipos de trabajo de los negocios provenientes de las áreas de Investigación, Desarrollo e Innovación y de Mercado.



La Vicepresidencia de Desarrollo del Grupo Nacional de Chocolates fijó como prioridad la comunicación a proveedores de los objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas. Los principales clientes nacionales e internacionales de material de empaque de los negocios asistieron a la agenda informativa realizada en Medellín, Colombia, con exposiciones que giraron en torno a las tres dimensiones: ambiental, económica y social.

#### Acompañamiento al proveedor

Es materia de competitividad tanto para las empresas productoras como para sus proveedores estar a tono con la normatividad y sus tendencias en alimentos, así como la implementación de sistemas de gestión y prácticas en general de la industria.

En este sentido, Servicios Nacional de Chocolates viene emprendiendo de tiempo atrás un acompañamiento que comprende asesorías, formación y visitas de evaluación.

#### Formación para alinearse con nuevos estándares

El dinamismo del mercado es fuente de evolución en materia de sistemas de gestión y normatividad, son casos de ejemplo los Negocios de Galletas y Chocolates cuya activa gestión internacional exige alineación y formación por parte de los proveedores, los cuales fueron capacitados en los requisitos de estándares internacionales de British Retail Consortium, BRC, y IFS.

#### Ruedas de Negocio: apertura a la participación del pequeño proveedor

Las Ruedas de Negocio facilitan el acceso a proveedores de diferentes lugares para conocer las necesidades de compañías que son interesantes para ellos como posibles clientes. Ejercicios enriquecedores se realizaron con la asistencia en Colombia a las Ruedas de Negocio realizadas en la capital, Bogotá Emprende, y la promovida por la Cámara de Comercio de Manizales. Es de resaltar que esta gestión facilita el contacto de las empresas con los pequeños proveedores.



Supermercado, San José, Costa Rica.

### Cientes



#### GRI: PR5

#### La satisfacción del cliente, objetivo estratégico del Grupo y sus compañías

Portafolio de productos diferenciados, marcas líderes, innovación, distribución efectiva y acompañamiento, entre otros, son foco de la gestión comercial de los negocios con los clientes.

Así mismo, la atención de los canales por parte de los equipos de trabajo, les permite entendimiento de las necesidades de los clientes y el desarrollo de proyectos y acciones que tienen como centro su satisfacción. Conforman estos canales el Tradicional, Autoservicios Independientes, Grandes Cadenas. Los canales especializados, en razón al grupo de clientes que atienden y al modelo comercial que aplican, están a cargo de La Recetta, compañía dirigida al mercado institucional, y Novaventa: con canal móvil - máquinas dispensadoras y de ventas por catálogo.

Las empresas del Grupo Nacional de Chocolates llegan en Colombia a más de 150.000 clientes. En el exterior esta gestión es adelantada por las redes de distribución en la región estratégica.

#### Medición anual de satisfacción

Conocer la percepción de los clientes frente al servicio ofrecido, entender sus expectativas e identificar oportunidades para brindar un mejor servicio, es el propósito de la medición anual de Clientes que realizan las empresas en Colombia y la correspondiente a los clientes directos del exterior.

### Calificación de servicio

**4,51** **4,23**

sobre 5,00

En medición de satisfacción del servicio de las compañías en Colombia.

sobre 5,00

En medición de satisfacción del servicio de las compañías con clientes fuera de Colombia.



En el resultado de 2009 en Colombia se obtuvo una calificación de 4,51 sobre 5,00, ubicando el servicio de las Compañías en Satisfacción Alta. El estudio evalúa atributos del servicio prioritarios en relación con el cliente como son la negociación, solicitud de pedido, la relación con nuestro representante de ventas, evaluación entrega de pedido

y factura, la relación con la persona que le entrega, quejas y reclamos, material publicitario y de exhibición, las actividades promocionales y de impulso y aquellos otros que son percibidos por el cliente como de valor agregado, que apuntan a la fidelización y relaciones de largo plazo.

A su vez en el exterior se implementa la medición de satisfacción de clientes internacionales directos. En el año 2009 la medición fue aplicada a un total de 152 clientes, en 52 países, para el año 2009 el resultado fue de 4,23 sobre 5,00.

Las mediciones han permitido que se generen acciones focalizadas hacia los clientes de forma segmentada por país, región, las cuales son medibles en el tiempo.

#### En línea directa y abierta con los clientes

En la comunicación con los clientes se privilegia la personal, que se hace realidad en el esquema comercial basado en la cercanía y permanente relación, con la

disposición de los equipos comerciales dedicados a cada canal. Igualmente, las compañías disponen de portales dedicados exclusivamente a la gestión comercial donde el cliente tiene acceso a su información y las líneas de atención al cliente en nuestro centro de interacción con el cliente, donde las sugerencias, quejas y reclamos son escuchados y conducidos para su resolución y/o manejo.

#### Seguridad para Clientes y Consumidores

##### GRI: PR1

Desde hace algunos años, las Compañías del Grupo Nacional de Chocolates han adoptado y divulgado en las declaraciones el compromiso con la calidad, el respeto por la seguridad de sus clientes y consumidores.

Los sistemas de gestión se robustecen con estándares cada vez más exigentes que responden a la confianza que clientes y consumidores depositan en productos y marcas de los Negocios. Integran en las actividades claves como abastecimiento de materias primas, producción, distribución y ventas, estándares y prácticas de referentes normativos y legales internacionales aplicables al país donde el Grupo tiene sede o donde comercializa los portafolios.

Todas las declaraciones de calidad, gestión ambiental, seguridad de los alimentos, gestión de riesgo, seguridad y salud de las personas, seguridad comercial, se evidencian mediante prácticas y programas en el quehacer diario de las actividades de las compañías. El cumplimiento de estos estándares se evalúa mediante auditorías internas, externas (Entes certificadores, Autoridades y Clientes).

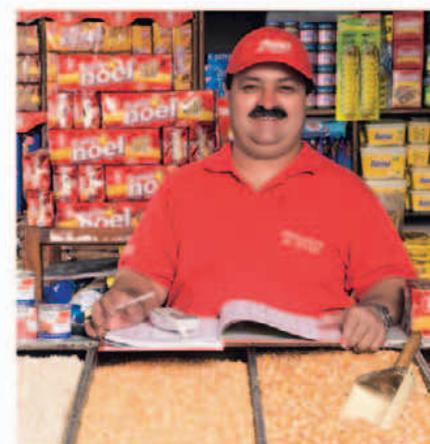
En consecuencia, durante el año 2009 los Negocios renovaron las certificaciones en ISO 9001, ISO 14001, HACCP (Análisis de Peligros y Control de Puntos Críticos), Buenas Prácticas de Manufactura, OSHA'S 18001, BASC (Alianza para el comercio seguro), BRC (British Retail Consortium), Kosher (Apto según leyes judías), Fair Trade (Comercio Justo), entre otras. Este año son destacables las certificaciones IFS (International Food Standard), Rain Forest, Halal (Apto según leyes musulmanas) y AIB International.

Adicionalmente, algunos productos han sido reconocidos internacionalmente por su calidad, tal es el caso de Chocolate Santander, con premios en Europa y Estados Unidos.

#### Desarrollo Empresarial

El fortalecimiento de los clientes tiene en los programas de formación, asesoría y proyectos conjuntos una plataforma efectiva para dar dinamismo al mercado.

Consistentemente, las empresas de Grupo Nacional de Chocolates vienen desarrollando programas con los canales Tradicional, Autoservicios y Alternativos. En Latinoamérica estos canales detallistas son especialmente



relevantes, por sus formatos diferenciados y cercanos al consumidor final, brindando en barrios y zonas de paso un importante servicio a la comunidad en el acceso a sus viveres y artículos de mayor necesidad.

#### La Escuela de Tenderos

En la Escuela de Tenderos, que lideran las empresas de Grupo Nacional de Chocolates en Colombia, han participado más de 7.000 tenderos de las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Cartagena, Pereira, Bucaramanga, Cali, Ibagué y Medellín.

Este programa se basa en tres grupos ejes de la formación: las empresas con sus ejecutivos que actúan como facilitadores y migran conocimiento en mejores prácticas en procesos de mercadeo, administrativos, exhibición, promociones y de logística; el tendero, que aporta su experiencia para enriquecer las jornadas educativas y

En el programa Escuela de Tenderos de las compañías del Grupo Nacional de Chocolates se han formado un total de 7.000 tenderos de Colombia, una práctica que ha contribuido al fortalecimiento del canal tradicional.



dar a conocer nuevo conocimiento basado en la realidad de su ejercicio comercial, y la Universidad Javeriana, que asegura que el modelo y la estructura pedagógica para adultos permita el logro de los objetivos de formación.

En 2009 se graduaron 696 tenderos de toda Colombia. Es de resaltar que el tendero puede optar por certificar su formación con la universidad cumpliendo un programa complementario, es así como en el año anterior 266 tenderos se certificaron por la Universidad Javeriana.

**La Escuela de Autoservicios independientes formó en 2009 a 557 comerciantes detallistas**

La Escuela de Autoservicios Independientes, desarrollada por los diferentes Negocios, proporciona conocimiento práctico a la gestión comercial de este formato de venta. En 2009 un total de 557 comerciantes de Bogotá (zonas norte y sur), Medellín, Pereira, Cali e Ibagué participaron de la escuela.

**Planes de negocio y Asesorías para los clientes**

Otra línea de acción es la asesoría en el montaje y diseño de puntos de ventas, para hacer que el negocio del cliente sea eficiente y atractivo para los clientes a quienes brindan su atención. Es así como se parte de generar acuerdos

de servicio claros que se cumplen: crédito, frecuencia de visita, promesa de entrega, apoyos a sus puntos de venta, activación y desarrollo de sus metas de negocio.

**Universidad del Helado, de Meals de Colombia**

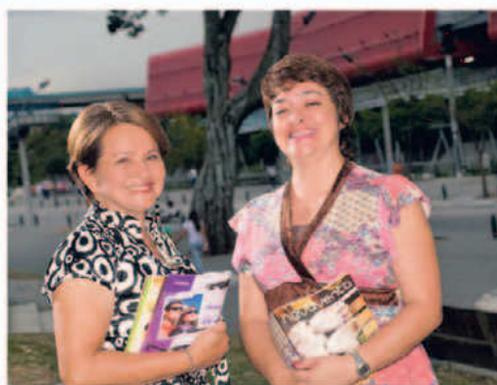
Para los socios comerciales, Meals de Colombia cuenta con la Universidad del Helado, un programa de formación en el que los clientes aprenden sobre el manejo de los productos en preparaciones y cómo desarrollar su negocio con una excelente administración. El año anterior 390 personas participaron de esta labor de formación que se ofreció a clientes de 10 municipios en desarrollo del país.

**+51.000**  
personas

integran la red de empresarias de Novaventa



En diez municipios del país se adelanta el programa de formación Universidad del Helado, de Meals de Colombia.



La red de Empresarias de Novaventa la integran más de 51.000 mujeres emprendedoras que generan ingresos para el bienestar de sus familias con la venta directa por catálogo, con un portafolio de las empresas Noel, Chocolates, Colcafé, Doria y Zenú en Colombia.

Más de  
**\$1.100**  
millones invertidos  
Por Novaventa en 2009

**Generación de Ingresos**

**Empresarias de Novaventa: Una red comercial diferenciada en su modelo social y comercial**

Novaventa, que tiene entre sus canales especializados el Canal de Venta directa por catálogo, con un portafolio específico para este mercado de las empresas Noel, Nacional de Chocolates, Colcafé, Zenú y Doria, entre otros, ha consolidado una importante red de empresarias integrada por más 51.000 personas de 13 ciudades de Colombia. Las empresarias, en el ámbito de sus barrios y sectores de relación, ejercen una labor comercial que les asegura el logro de metas personales y familiares.

La formación y el desarrollo de competencias que

viene desarrollando Novaventa con las empresarias, tiene como fin contribuir a su progreso comercial, social y económico, al brindarles conocimiento práctico en ventas, elementos de emprendimiento y de crecimiento humano. En 2009, en materia de formación y otros programas, Novaventa realizó una inversión que superó los \$1.100 millones.

**Escuela de Compras por Catálogo del Negocio Cárnico**

Las empresas Zenú y Alimentos Cárnicos capacitaron en 2009 a 222 empresarias que venden los productos especiales de temporadas como Navidad, Padres y Madres, un programa promovido por la Escuela de Compras por Catálogo.

Se realizaron programas de capacitación para desarrollar habilidades y competencias que les permitirán mejorar la gerencia de su propio negocio y convertirse en empresarias exitosas.

De esta forma se propicia una dinámica de crecimiento personal y comercial de las participantes y se impulsa la generación de ingresos y emprendimiento en las siete ciudades principales de Colombia.

**RECONOCIMIENTOS**

**El Programa Líderes Siglo XXI de la Fundación Crem Helado fue seleccionado entre "Los Mejores en Educación 2009" en Colombia**

El Ministerio de Educación otorgó este reconocimiento a la Fundación Crem Helado y su Proyecto educativo Líderes Siglo XXI en la categoría Gestión Participativa, por el aporte de su experiencia a la transformación cultural y al mejoramiento de los procesos de gestión educativa en diez zonas del país, y por la amplia cobertura de instituciones educativas, empresas y voluntarios.



reconocimiento a la Fundación Grupo Nacional de Chocolates por su compromiso social como socio estratégico del programa Colegios de Calidad para la Equidad y la Convivencia. La Fundación participa con voluntarios de nivel profesional que han brindado su asesoría para mejorar sus procesos, gestión que se adelanta con la entidad educativa pública Benedikta Zur Nieden.

**Reconocimiento de la Fundación Arquidiocesana Banco de Alimentos de Medellín**

Dicha entidad destacó el estímulo que la Fundación Grupo Nacional de Chocolates ha hecho a la labor social que el Banco de Alimentos ha realizado en los últimos últimos diez años con las comunidades menos favorecidas y su asesoría en el desarrollo de la entidad.

**Premio Best Chocolate Confection para Chocolate Santander**

En el marco del Chocolate Show 2009 New York, versión 12, el producto Chocolate Santander Cacao Nibs recibió el premio Best Chocolate Confection; este evento de la categoría de Chocolate es el más importante de Estados Unidos con participación de numerosos productores de chocolate del mundo.

**Mejor Gestión en Responsabilidad Social – CECORP 2009**

El Centro Colombiano de Relaciones Públicas, CECORP, destacó la labor que realiza la Fundación Grupo Nacional de Chocolates en beneficio de la comunidad por intermedio de sus líneas de gestión, otorgándole el Premio CECORP 2009 en Responsabilidad Social.

**El gobierno municipal de Medellín exalta la labor de la Fundación Grupo Nacional de Chocolates**

La Alcaldía de Medellín expresó su



Teatro Nacional, Costa Rica.

# Dimensión Ambiental

Grupo Nacional de Chocolates definió como séptimo Objetivo Estratégico el Desarrollo Sostenible.

**\$11.263**  
millones en gastos e  
inversiones ambientales

**2,34** m<sup>3</sup>/t.p.  
Consumo de agua, con una  
reducción de 4,6% frente al  
año anterior



Pasta Doria, programa de siembra de árboles. Planta en Mosquera, Cundinamarca



Programa de eficiencia energética en hornos, Noel, Medellín, Colombia.

## Política de Desarrollo Sostenible

El compromiso corporativo del Grupo se enmarca en las directrices de la Política Ambiental, bajo la cual se realiza la gestión, que en este sentido adelantan las empresas. Las directrices centrales de la misma son:

- Armónica relación entre el crecimiento rentable y el desempeño ambiental.
- Uso racional de los recursos y consideración del impacto ambiental, como variable clave, desde la planificación de los proyectos, procesos y productos.
- Implementación de buenas prácticas ambientales y adopción de tecnologías limpias, que minimicen la afectación del medio ambiente y que se usen con un criterio de eco-eficiencia.
- Gestión ambiental proactiva, orientada a la prevención y control de impactos al medio ambiente.
- Desarrollo de una cultura ambiental en nuestros colaboradores, que se transmita a nuestro entorno laboral, social, y a la comunidad en general.

Para darle cumplimiento a esta Política Ambiental Corporativa se han definido las siguientes prácticas específicas desarrolladas en todos los negocios:

- Incentivar proyectos y prácticas con criterio de eco-eficiencia, buscando el ahorro y la eficacia en procesos, con mejor desempeño ambiental.
- Considerar el uso de tecnologías apropiadas y amigables con el medio ambiente, fijando indicadores y me-

tas de progreso sobre el uso de los recursos naturales, que permita:

- La reducción de emisiones de gases efecto invernadero
- Mayor eficiencia energética
- Manejo eficiente de aguas
- Aprovechamiento de residuos
- Desarrollar la huella de carbono corporativa y de producto.
- Incorporar la Política Ambiental a los Sistemas Integrados de Gestión.
- Manual de Buenas Prácticas Ambientales aplicable a todos los negocios y sitios de trabajo.
- Programas de sensibilización, entrenamiento y formación de nuestros colaboradores.
- Participación en comités y programas de liderazgo ambiental.
- Implementar la comunicación de buenas prácticas ambientales en los empaques y embalajes de nuestros productos.
- Comunicar los esfuerzos y logros ambientales como un compromiso de responsabilidad corporativa con la comunidad, en la preservación del medio ambiente.
- Motivar a nuestros proveedores y clientes de bienes, recursos y servicios, con el uso de buenas prácticas ambientales.

### Indicadores Consolidados de Desempeño Ambiental

Se presenta a continuación un resumen de los principales indicadores consolidados de las diferentes empresas del Grupo, de acuerdo con la guía G3 del GRI.

Materias primas básicas  
**485.714t**  
GRI: EN1



Gastos e inversiones ambientales

**\$11.263**  
millones



Materiales de empaque

**46,0**  
kg/t.p. - GRI: EN1



Energía total

**698,8**  
kwh/t.p. - GRI: EN3, EN4



Energía térmica

**474,3**  
kwh/t.p. - GRI: EN3



Energía eléctrica

**224,6**  
kwh/t.p. - GRI: EN4



Aprovechamiento de residuos

**85,4%**  
GRI: EN22



Consumo de agua

**2,34**  
m³/t.p. - GRI: EN8



DBO<sub>5</sub> demanda bioquímica de oxígeno

**1,37**  
kg/t.p. - GRI: EN21



Generación de residuos

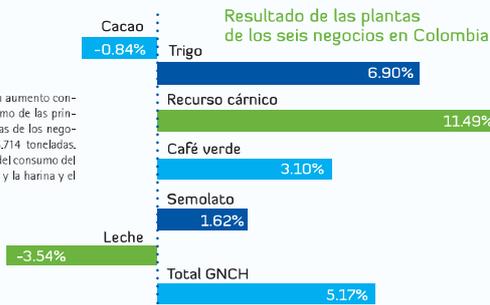
**39,1**  
kg/t.p. - GRI: EN22



### Materiales

#### Materias Primas GRI: EN1

En el año 2009 se presentó un aumento consolidado de 5,2% en el consumo de las principales materias primas básicas de los negocios, las cuales sumaron 485,714 toneladas. Fue destacado el incremento del consumo del recurso cárnico, el café verde, y la harina y el semolato de trigo.



### Materiales de Empaque

#### GRI: EN1

Dentro de los retos planteados en el Grupo está la disminución del consumo de materiales de empaque, pero en algunos negocios, para satisfacer las demandas del mercado, se están desarrollando productos en unidades individuales, con lo que se aumenta la relación entre material de empaque por cantidad producto empacado, como es el caso de los negocios de café y de chocolates; sin embargo, de manera consolidada, se presentó una disminución del consumo de materiales de empaque de 1,5%

| Materiales de empaque   | Variación % |
|-------------------------|-------------|
| Películas (flexibles)   | 1,7         |
| Plegadizas y corrugados | -2,3        |
| <b>Total GNCH</b>       | <b>-1,5</b> |

| Materiales de Empaque | Indicador 2009 | Variación   |
|-----------------------|----------------|-------------|
|                       | kg/t.p.        | %           |
| Negocio               |                |             |
| Chocolate             | 102,5          | 5,0         |
| Galletas              | 44,3           | -0,9        |
| Cárnico               | 10,0           | 4,3         |
| Café                  | 188,8          | 32,6        |
| Pastas                | 7,1            | -2,0        |
| Helados               | 7,4            | -93,5       |
| <b>Total GNCH</b>     | <b>46,0</b>    | <b>-1,6</b> |

Como ejemplos referentes de los programas de reducción y eficiencia en el uso de empaques, se presentan los siguientes casos:

- En la fábrica de Chocolates - Bogotá se realizó la disminución de la longitud del empaque en 5 mm en la etiqueta de chocolate con azúcar, presentación 500 g, con lo que se consiguió disminuir el consumo de este material de empaque en 2,1 toneladas al año.
- En la fábrica del Negocio Cárnico en Medellín se logró unir los rollos de película superior e inferior en el alistamiento del material de empaque, antes de finalizar una corrida de producción, para evitar así las pérdidas del remanente del material, logrando ahorros de 88% en su consumo en unas líneas.



Empalme de material de empaque para su uso óptimo. Negocio Cárnico, Zenú, Medellín, Colombia.

### Consumo de Energía

#### GRI: EN3, EN4, EN5

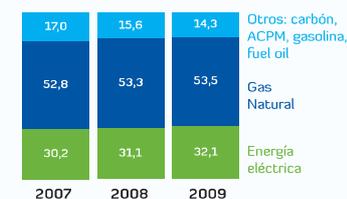
Como se verá a continuación, nuestras plantas industriales tienen procesos muy consolidados en términos energéticos, con eficiencias desarrolladas a lo largo de varios años. No obstante, se trabaja en forma prioritaria con diferentes programas de eficiencia energética. El comportamiento del indicador de eficiencia energética (kwh/t.p.) presentó variación global favorable, al disminuir en 0,9% con relación al año anterior. La meta que nos habíamos fijado era una disminución de 1%. El cuadro siguiente no es comparable por negocio, teniendo presentes las diferencias en los procesos productivos de los mismos, y en algunos casos específicos como en el negocio de café, el cambio de procesos originados en modificaciones de productos.

La canasta energética del Grupo contempla hoy un mayor porcentaje de energía eléctrica y de gas natural, que totalizan 85,7%, con una disminución notable de otras fuentes energéticas consideradas menos limpias, como se observa en el cuadro anexo (Fuentes de energía GNCH).

Algunos ejemplos prácticos de los esfuerzos realizados en los diferentes negocios para aumentar la eficiencia energética son los siguientes:

- En la planta de Meals - Bogotá se logró la estandarización de procedimientos operacionales de apagado y encendido en equipos, verificación de luminarias y temperatura en cuartos fríos, con ahorros de 2.400 kw-h los fines de semana.
- En la planta de Colcafé - Bogotá se instaló un equipo de calentamiento de agua con paneles solares, para evitar el consumo de gas natural en los procesos de servicio
- En el negocio de Chocolates, procesos de reconversión tecnológica y cambio de uso de combustibles han permitido

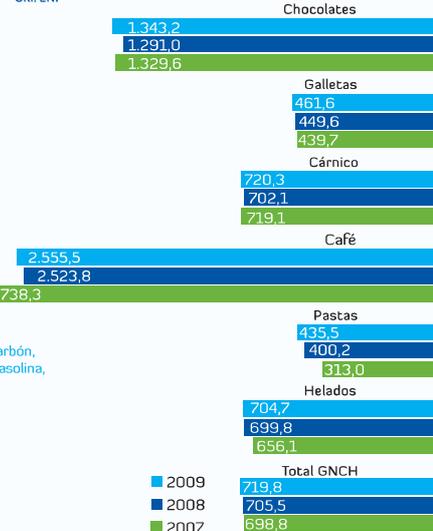
### Fuentes de Energía GNCH (%)



Uso de diferentes fuentes de energía, Paneles solares, Colcafé, Bogotá - Colombia.

### Consumo de energía GNCH - kwh / t.p.

#### GRI: EN7



la disminución de 51% del consumo de fuel oil, contribuyendo con la reducción de emisiones de gases a la atmósfera.

- En la planta de Noel - Medellín se continuó con el proyecto de eficiencia térmica, especialmente en los hornos de galletería, con una disminución de 3% en los consumos de energía.

### Emisiones, vertimientos y residuos

#### Consumo de Agua GRI: EN8

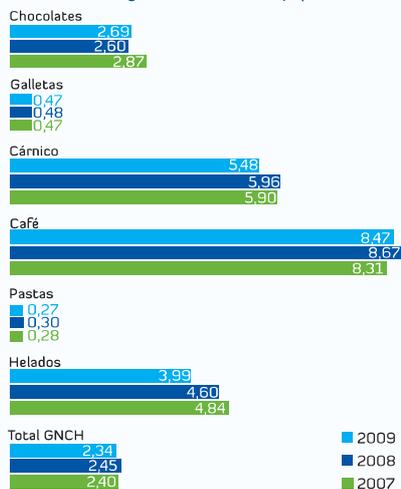
Comprometidos con el uso racional de los recursos, las empresas del Grupo han puesto en operación diferentes programas para incentivar el uso eficiente y ahorro del agua, con una reducción de 4,6%, principalmente por actividades enfocadas en métodos de limpieza, eficiencia en los procesos y sistemas ahorradores de agua.

Ejemplo de algunas iniciativas implementadas bajo el programa "Éxitos Innovadores", relacionadas con el uso eficiente del agua, son:

- En las plantas del negocio cárnico en Medellín y Bogotá se realizó la modificación del método de saneamiento de los ahumaderos continuos, los tiempos de operación y el consumo de los productos de limpieza, así se lograron ahorros de 78% del agua utilizada anteriormente para estos procesos.
- En la planta de Meals - Bogotá se realizó la instalación de Hautz para lavado, espumado y secado en la dosificadora de conos, logrando ahorros de 33% en el consumo de agua para los lavados.
- En Doria se llevó a cabo el plan de sensibilización Doria Verde en tu hogar, trasladando las prácticas de ahorro de agua y energía a los hogares de todos los colaboradores.

Sistema de reutilización de agua. Planta Doria, Mosquera, Cundinamarca - Colombia.

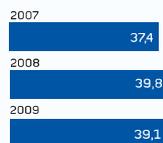
#### Consumo de Agua Total GNCH m<sup>3</sup>/t.p.



#### Generación de Residuos GRI: EN 22, EN 24

Las empresas del Grupo Nacional de Chocolates han venido fortaleciendo su programa de gestión de residuos, en busca de alternativas de disminución, aprovechamiento y valorización de los residuos generados, garantizando el cumplimiento de la normatividad y realizando un trabajo conjunto con los gestores, con el fin de buscar el mejoramiento y optimización de los procesos aplicados a estos residuos. Se presentó una disminución de 1,92% y se mantuvo el porcentaje de residuos aprovechados.

#### Generación de Residuos GNCH kg residuos / t.p.



Algunas de las prácticas en el aprovechamiento de residuos son las siguientes:

En las plantas de Meals y Pastas Doria en Bogotá se implementó el aprovechamiento de los lodos provenientes del tratamiento del agua residual en el proceso de compostaje, pues su alto contenido de materia orgánica, nitrógeno y fósforo constituye un abono orgánico de buen desempeño para la recuperación de zonas degradadas.

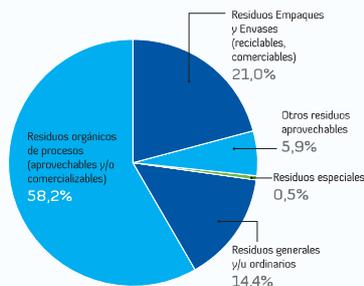
Compañía Nacional de Chocolates, Colcafé y Meals y lograron en las fábricas de Bogotá, la disminución del volumen de los residuos enviados al relleno sanitario, con prácticas de separación y compactación de los residuos ordinarios.

En la fábrica de Chocolates - Bogotá se implementó el retorno al proveedor de película stretch, de los cores de cartón de cada bobina, para su reutilización.

#### Aprovechamiento de Residuos GNCH (%)



#### Generación de Residuos GNCH





Humedales para el tratamiento de las aguas residuales. Compañía Nacional de Chocolates, Fábrica Rionegro, Antioquia - Colombia.

**Vertimientos**

**GRI: EN21**

Se continuó con la implementación de sistemas para el control de las descargas de aguas residuales con tratamientos biológicos en humedales, reactores aerobios y anaerobios, y tratamientos fisicoquímicos en celdas de flotación. A nivel consolidado, el Grupo presentó una reducción de la carga orgánica en 7%.

Algunos de los resultados de las implantaciones son:

- En el Negocio Cárnico se realizaron varias mejoras en las plantas de tratamiento de agua residual en Bogotá, Caloto, La Ceja y Rionegro con una disminución en carga orgánica total del negocio de 53%.
- En la fábrica de Chocolates - Rionegro entraron en funcionamiento los humedales para el tratamiento de las aguas residuales, que minimizaron el impacto del efluente.
- En la planta de Colcafé - Medellín se implementó una sistema de tratamiento para mejorar la eficiencia en la remoción de grasas y aceites (reducción de 69%) y aumento de la remoción de la carga orgánica.
- Meals de Colombia trabaja por el permanente mejoramiento de la gestión de las aguas residuales. Con ello, además de actuar en cumplimiento de la normatividad legal ambiental, logra disminuir las unidades de contaminación hídrica al sistema de red de alcantarillado. Este es el caso de la planta de producción Planta Floresta, en Bogotá, en donde las actividades de control operacional de la planta de tratamiento de las aguas residuales están tercerizadas desde 2009, con una empresa especialista en tratamiento. Así se ha logrado aumentar la eficiencia del tratamien-



Tercerización de Actividades de Control Operacional, Planta de Tratamiento de Aguas Residuales. Meals de Colombia, Bogotá.

to, disminuyendo considerablemente los parámetros fisicoquímicos en DBO, DQO, grasas y aceites y tensoactivos. Evidenciando el ahorro económico por paros en las unidades de tratamiento.

**Incidentes ambientales y cumplimiento normativo**

**GRI: EN23, EN 28**

Los diferentes negocios, a través de sus sistemas de gestión ambiental, buscan la optimización del consumo de los recursos y minimizar los impactos sobre el medio ambiente con una gestión ambiental de prevención, con sistemas de control y gestión del riesgo, asociados a eventos que pudieran causar algún daño al medio ambiente. En el año 2009 no se presentaron incidentes ambientales.

En relación con el fallo sancionatorio en contra de Colcafé emitido en el año 2008, relacionado con la incineración indebida de empaques de productos realizada por parte

de dos vendedores, se trabajó en un programa coordinado con la autoridad ambiental del departamento del Magdalena en el municipio de Santa Ana, con participación y positivo resultado en programas de sensibilización ambiental en la zona.

Dentro de gestiones de prevención debe destacarse la campaña realizada por el negocio cárnico con cerca de 2.054 colaboradores, sobre la separación adecuada de residuos.

Ante nuevas y más exigentes regulaciones que aparecerán en el tema de aguas vertidas, en la planta de Chocolates - Perú se está adelantando un proyecto de depuración de las aguas industriales. Ante la autoridad Ambiental, SEDEPAL, se presentó un plan de trabajo que incluye acciones de contingencia, separación de redes de agua y la construcción y puesta en marcha de la planta de tratamiento de desagües industriales, el cual ya está aprobado para su ejecución en el primer semestre de 2010.

En la planta de Chocolates en Costa Rica se ha avanzado en el tema ambiental con el inicio en el proceso de reciclaje de algunos materiales de empaque en planta y el proceso de compactación de residuos; igualmente se tramitó el gasto de vertimientos de aguas residuales.

En la planta de Chocolates en Costa Rica se ha avanzado en el tema ambiental con el inicio en el proceso de reciclaje de algunos materiales de empaque en planta y el proceso de compactación de residuos; igualmente se tramitó el gasto de vertimientos de aguas residuales.

**Costos, Gastos e Inversiones Ambientales**

**GRI: EN30**

Continuando con la política de gestión ambiental integral, se invirtieron en diferentes procesos productivos \$11.263 millones, principalmente en la reducción de emisiones a la atmósfera, control de vertimientos y mejora en la calidad de las descargas a los cuerpos de agua. En los últimos tres años se han dirigido recursos al tema ambiental por \$27.480 millones.

En el año 2009 la parte central de las inversiones se dirigió a dar cumplimiento a la normatividad de emisiones atmosféricas (Resolución 909 del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, sobre normas y estándares de emisión admisibles de contaminantes a la atmósfera).



Sistema para el control del material particulado en descargas de sacos, Molinos Santa Marta.

**[ Dimensión Ambiental ]**

**Los proyectos de mayor importancia realizados en cada uno de los negocios, fueron:**

**Chocolates:** en la fábrica de Rionegro se realizó la puesta en marcha de la nueva planta de tratamiento de las aguas residuales, el mejoramiento de los sistemas de alcantarillado y centralización del sistema de agua helada y la reconversión tecnológica (paso de fuel-oil y gas propano a gas natural) de dos calderas y un equipo de tostión.

**Galletas:** en la planta de Noel se realizó la implementación del Proyecto de Eficiencia Térmica de Hornos que se enfoca en la optimización del consumo de energía.

**Cárnico:** proyectos para mejorar los sistemas de tratamiento de aguas residuales en las plantas de Caloto, La Ceja y Rionegro. Acondicionamiento de las zonas de manejo de residuos en las plantas de La Ceja y Barranquilla.

**Café:** instalación de los equipos de poscombustión para controlar las emisiones atmosféricas e implementación de paneles solares para el calentamiento de agua en la planta de Bogotá. En la planta de Medellín se realizó la instalación de filtros de talegas para mejorar el control de emisiones, y se realizó la adecuación de la planta de tratamiento de aguas residuales.

**Pastas:** reutilización de agua tratada para su uso en sanitarios y plan de sensibilización en el programa "Doria Verde".

**Helados:** operación y mejoramiento de la planta de tratamiento de aguas residuales.

**Gastos e Inversiones Ambientales GNCH \$ Millones**

|      |        |
|------|--------|
| 2007 | 7.923  |
| 2008 | 8.294  |
| 2009 | 11.263 |



Posquemadores para tratamiento de las emisiones atmosféricas. Colcafé, Bogotá - Colombia.



Lanzamiento del VII Objetivo Estratégico Corporativo: Desarrollo Sostenible. Medellín, Colombia.

**Eventos**

Las empresas del Grupo tienen dentro de sus lineamientos la participación en eventos de carácter ambiental; los siguientes fueron los eventos más significativos en los cuales participaron las empresas:

- En septiembre se llevó a cabo el lanzamiento del Desarrollo Sostenible como Séptimo Objetivo Estratégico del GNCH.
- La Compañía Nacional de Chocolates y Colcafé, a través de sus plantas en Bogotá, participaron en el apadrinamiento a Medianas y Pequeñas Empresas (Mipymes) dentro del programa PREAD - Programa de Excelencia Ambiental Distrital.
- La Compañía Nacional de Chocolates, Colcafé y Meals, en sus plantas en Bogotá, participaron en la Escuela de Formación PREAD.
- La fábrica de Chocolates - Bogotá participó en el fortalecimiento de la cadena de valor "Programa Autogestión Preventiva en Transporte". La Compañía vinculó a las empresas que prestan el servicio de transporte y distribución de productos en Bogotá, y brindó el apoyo en el cumplimiento de la normatividad ambiental.
- Representantes de las empresas continúan su participación activa en el Comité Ambiental Nacional y Regional de la ANDI, con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, Cornare y la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá (SDA).
- Se participó en las mesas de trabajo sobre las recomendaciones de varios proyectos de ley con la ANDI y el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

**Reconocimientos**

Los siguientes son los reconocimientos que tuvieron las empresas del Grupo en programas de gestión social y ambiental durante el año 2009:

- La Compañía Nacional de Chocolates, en su planta de Rionegro, fue exaltada por cuarto año consecutivo como "Gran Líder Progresista", programa de reconocimiento al alto desempeño ambiental y contribución al Desarrollo Sostenible del Oriente Antioqueño, otorgado por la Corporación Ambiental del Oriente Antioqueño, Cornare. Este es el reconocimiento máximo y se da a las empresas que por más de cinco años han sido galardonadas como Líderes Progresista.
- La Compañía Nacional de Chocolates, en su planta de Bogotá, fue exaltada por segundo año consecutivo en el nivel ÉLITE GENERANDO DESARROLLO SOSTENIBLE en el Programa de Excelencia Ambiental Distrital-PREAD de la Alcaldía Mayor de Bogotá y la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá.
- Colcafé, a través de su planta en Bogotá, participó por primera vez en el Programa de Excelencia Ambiental Distrital - PREAD, y fue exaltada en el Nivel de Excelencia Ambiental.



Las fábricas de Rionegro y de Bogotá de la Compañía Nacional de Chocolates, son líderes en la gestión ambiental en Colombia con reconocimientos de Cornare y la Secretaría Distrital de Ambiente.

**Índice de contenido GRI**

| Indicador GRI   | Comentario de aplicabilidad  | Pacto Global     |
|---|--|------------------|
| <b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>  |  |                  |
| EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. | Pág. 3   |                  |
| EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.   | No se recolecta esta información.  |                  |
| EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.  | Bienestar y calidad de vida. Pág. 36   |                  |
| EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.   | Grupo Nacional de Chocolates no recibe ayudas significativas de los gobiernos.   |                  |
| <b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>  |  |                  |
| EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.   | GNCH esta compuesto por 37 sociedades en 12 países, cumple con las leyes y normas en la región donde actúa, no se reporta indicador en detalle para cada una de las sociedades. Compensación y Beneficios. | Principios 1 y 2 |
| EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.   | Cadena de abastecimiento: trabajo conjunto con proveedores. Pág. 67  |                  |
| EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de años directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.   | Identificación y valoración de potencial Política de selección. Pág. 33  | Principios 1 y 6 |
| <b>IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS</b>   |  |                  |
| EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.  | No se presenta este indicador.   |                  |
| EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.   | No se presenta esta información.   |                  |
| <b>EMPLERO</b>  |  |                  |
| LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.   | Cuadro con distribución geográfica. Pág. 29  |                  |
| LA2 Número total de los empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.  | Compensación y beneficios. Pág. 30   | Principio 6      |
| LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.   | Bienestar y calidad de vida. Pág. 36   |                  |
| <b>RELACIONES EMPRESA-TRABAJADORES</b>  |  |                  |
| LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.  | El 98,3% del personal vinculado participa en sindicatos o pactos colectivos. Pág. 39   | Principio 3      |
| LA5 Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.  | No existe un período mínimo.   | Principio 3      |
| <b>SAUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>   |  |                  |
| LA6 Porcentaje del total de los trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.            | Salud Ocupacional. El 1,88% del personal vinculado pertenece a comités de salud y seguridad. 18 copagos para el 2009. Pág. 39  | Principio 1      |
| LA7 Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.  | Salud Ocupacional. Pág. 38   | Principio 1      |
| LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.                                      | No se tiene recolectada esta información, se espera incluirla en próximos reportes.  |                  |
| LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.   | Los trabajadores signatarios de convenio o pacto, cuentan con el mismo espacio que el resto de los trabajadores del GNCH para participar en los comités conjuntos de seguridad y salud ocupacional.        | Principio 1      |

| FORMACIÓN Y EDUCACIÓN   |  |  |
|---|--|--|
| LA10 Promedio de horas de formación a año por empleado, desglosado por categoría de empleado.   | Formación y entrenamiento, Pág. 31   |  |
| LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.  | Formación y entrenamiento, Pág. 31   |  |
| LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.  | Por política interna el ciento por ciento de los colaboradores vinculados debe realizar mínimo una entrevista de desempeño anual. 2,67% del personal vinculado tiene construido, a partir de su valoración de potencial, un plan de desarrollo especial, Pág. 33 |  |
| DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES  |  |  |
| LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.  | Compensación y beneficios, Págs. 16, 18, 28  | Principio 6  |
| LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.   | Las estructuras salariales del Grupo Nacional de Chocolates no contemplan diferencias por género, Pág. 31  | Principio 6  |
| PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO   |  |  |
| HR1 Porcentaje y número total de los acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.  | El GNCH promueve los derechos humanos desde los referentes normativos de Colombia y los países donde tiene presencia. Actualmente no se recolecta este indicador.  | Principio 1<br>Principio 2<br>Principio 3<br>Principio 4<br>Principio 5<br>Principio 6 |
| HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.  | No se reporta este indicador.  |  |
| HR3 Total de las horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. | En esta vigencia no realizamos formación específica sobre este tema.   | Principio 1<br>Principio 2   |
| NO DISCRIMINACIÓN   |  |  |
| HR4 Número total de los incidentes de discriminación y medidas adoptadas.   | No se reportaron incidentes, Pág. 40   | Principio 1<br>Principio 2<br>Principio 6  |
| LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS   |  |  |
| HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de asociarse a comités colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para regular estos derechos.                             | Relaciones laborales, Pág. 40  | Principio 3  |
| EXPLOTACIÓN INFANTIL  |  |  |
| HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.   | Relaciones laborales, Pág. 41  | Principio 5  |
| TRABAJOS FORZADOS   |  |  |
| HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.   | Relaciones laborales, Pág. 39  | Principio 4  |
| PRÁCTICAS DE SEGURIDAD  |  |  |
| HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.  | En esta vigencia no realizamos formación específica sobre este tema.   |  |
| DERECHOS DE LOS INDÍGENAS   |  |  |
| HR9 Número total de los incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.   | No se reportaron incidentes.   | Principio 6  |
| COMUNIDAD   |  |  |
| SO1 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.                                 | Gestión con la comunidad, Pág. 43  |  |

| CORUPCIÓN  |  |              |
|--|--|--------------|
| SO2 Porcentaje y número total de las unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.   | Se efectuó el análisis para 37 sociedades respecto a riesgos organizacionales de corrupción durante 2009.  | Principio 10 |
| SO3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.  | El pasado año se realizó formación en Código de Buen Gobierno y Línea Ética. 73% del personal vinculado recibió dicha formación, Página Línea Ética, Pág. 15   | Principio 10 |
| SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.   | "Durante 2009 se identificaron incidentes que fueron expuestos al Comité de Auditoría de Grupo Nacional de Chocolates S.A., en los cuales se vieron involucrados 44 personas vinculadas (0,3% del total de los vinculados más aprendices); en todos los casos se dio la terminación de los contratos de trabajo y se implementaron medidas para reducir la probabilidad de repetición de eventos similares. Dichos incidentes se cuantificaron en la suma de \$854 millones que equivale a 0,02% de las ventas totales del Grupo". | Principio 10 |
| POLÍTICA PÚBLICA   |  |              |
| SO5 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".  | Se participó a nivel gremial en la construcción de política pública y revisión de normatividad relacionada.  | Principio 10 |
| SO6 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.  | En el último año, a través de la Fundación Grupo Nacional de Chocolates, se realizaron aportes cívicos para el fortalecimiento de la democracia por 75 millones de pesos.  | Principio 10 |
| COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL  |  |              |
| SO7 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.   | Pág. 65  |              |
| CUMPLIMIENTO NORMATIVO   |  |              |
| SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.   | No se presentaron.   |              |
| SAUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE   |  |              |
| PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se trabajan, para en su caso ser etiquetados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. | El indicador no se reporta en su totalidad, Pág. 71  |              |
| PR2 Número total de los incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.     | No se presentaron.   |              |
| ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS  |  |              |
| PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.   | No se incluyen en este reporte indicadores de etiquetado de productos y servicios.   |              |
| PR4 Número total de los incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.   | No se incluyen en este reporte indicadores de etiquetado de productos y servicios.   |              |
| PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.   | Clientes<br>Medición de satisfacción con clientes, Pág. 69   |              |
| COMUNICACIONES DE MARKETING  |  |              |
| PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.   | No se reporta.   |              |
| COMUNICACIONES DE MARKETING  |  |              |
| PR7 Número total de los incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.   | No se presentaron sanciones en el año 2009.  |              |

[ índice de contenido GRI ]

|  |  |                  |
|--|--|------------------|
| <b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>  |  |                  |
| PR8 Número total de las reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.  | Cero, no se presentaron reclamaciones en el año 2009.  |                  |
| <b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>  |  |                  |
| PR9 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.   | Cero, no se presentaron multas para el 2009.   |                  |
| <b>MATERIALES</b>  |  |                  |
| EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.   | Se presenta la variación en el consumo de las principales materias primas de cada negocio. Pág. 80, 79   | Principio 8      |
| EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.  | No se reporta este indicador, se proyecta incluirlo en futuros informes.   |                  |
| <b>ENERGÍA</b>   |  |                  |
| EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.   | Se presenta la composición de la energía térmica total utilizada de acuerdo con las fuentes. Pág. 79   | Principio 8      |
| EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias  | Se presenta el consumo de energía eléctrica. Pág. 81, 79   | Principio 8      |
| EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.   | Aunque se realiza esta actividad en forma prioritaria, no se reportará este indicador en este informe.   | Principios 8 y 9 |
| EN6 Iniciativas para posicionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones del consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.   | Indicadores consumo de energía. Pág. 81  | Principios 8 y 9 |
| EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.  | Indicadores consumo de energía. Pág. 81  | Principios 8 y 9 |
| <b>AGUA</b>  |  |                  |
| EN8 Captación total de agua por fuentes.   | Se presenta el consumo total de agua, pero no se detalla por fuentes en este informe. Pág. 82, 79  | Principio 8      |
| EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.  | La mayor parte de las operaciones fabriles se abastecen directamente de las empresas municipales de servicios públicos. Las fuentes de agua de las cuales se abastecen algunas operaciones fabriles no han sido afectadas.                         | Principio 8      |
| EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.   | Se realiza reutilización y reciclaje de agua en el interior de las plantas que quedan reflejados en el comportamiento del indicador de consumo de agua. Si bien se realiza esta actividad en forma prioritaria, no se reporta este indicador.      | Principio 8      |
| <b>BIODIVERSIDAD</b>   |  |                  |
| EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas, indicando la localización y el tamaño de los terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas. | Las plantas industriales y sus áreas de influencia no se ubican en zonas protegidas o en zonas de alta biodiversidad no protegidas.  | Principio 8      |
| EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.       | Las plantas industriales y sus áreas de influencia no se ubican en zonas protegidas o en zonas de alta biodiversidad no protegidas.  | Principio 8      |
| EN13 Hábitat protegidos o restaurados.   | Las plantas industriales y sus áreas de influencia no se ubican en zonas protegidas o en zonas de alta biodiversidad no protegidas.  | Principio 8      |
| EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.   | Las plantas industriales y sus áreas de influencia no se ubican en zonas protegidas o en zonas de alta biodiversidad no protegidas.  | Principio 8      |
| EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.  | Las plantas industriales y sus áreas de influencia no se ubican en zonas protegidas o en zonas de alta biodiversidad no protegidas.  | Principio 8      |
| <b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>  |  |                  |
| EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.  | En todas las operaciones fabriles del GNCH las empresas cumplen con los estándares legales de emisión de contaminantes a la atmósfera. Se inició el inventario de emisiones de Gases Efecto Invernadero - GEI, pero no se reporta en este informe. | Principio 8      |

|  |  |                     |
|--|--|---------------------|
| <b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>  |  |                     |
| EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.   | En todas las operaciones fabriles del GNCH las empresas cumplen con los estándares legales de emisión de contaminantes a la atmósfera. Se inició el inventario de emisiones de Gases Efecto Invernadero - GEI, pero no se reporta en este informe. | Principio 8         |
| EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.   | El GNCH está trabajando frente al Cambio Climático con la realización del inventario de emisiones de GEI y elaboración de Huella de carbono corporativa y de producto.   | Principios 7, 8 y 9 |
| EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.   | No se reporta este indicador en este informe.  | Principio 8         |
| EN20 NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.   | No se reporta este indicador en este informe.  | Principio 8         |
| EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.   | Se presenta la información sobre carga orgánica en las aguas vertidas. Se presenta la remoción de la carga orgánica. Pág. 84, 79   | Principio 8         |
| EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.   | Se presentan las cantidades de residuos generadas y el porcentaje de aprovechamiento. Pág. 83, 79  | Principio 8         |
| EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.   | No se presentaron derrames de características significativas. Pág. 84  | Principio 8         |
| EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexo I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | Se reporta el indicador parcialmente. Pág. 83  | Principio 8         |
| EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.           | No se presentaron afectaciones a la biodiversidad ni a los hábitats relacionados, por vertimiento de aguas.  | Principio 8         |
| <b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>   |  |                     |
| EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.  | Ver referencia a las iniciativas desarrolladas en cuanto a la disminución del consumo de agua, consumo de energía y la optimización de los materiales de empaque y aprovechamiento de subproductos.  | Principio 7, 8 y 9  |
| EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.  | No se reporta este indicador.  | Principio 8 y 9     |
| <b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>  |  |                     |
| EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por el incumplimiento de la normativa ambiental.   | No se han recibido sanciones o multas en el año 2009 por incumplimiento de la normatividad ambiental. Pág. 84  | Principio 8         |
| <b>TRANSPORTE</b>  |  |                     |
| EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte del personal.   | Se reportan iniciativas en transportes realizados en el Negocio de Chocolates, pero no se reporta el indicador.  | Principio 8         |
| <b>GENERAL</b>   |  |                     |
| EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.  | Se presentan los costos y gastos ambientales realizados por todos los negocios para mejorar las condiciones ambientales de las plantas productivas. Pág. 85  | Principios 7, 8 y 9 |

Sus comentarios son bienvenidos, apreciamos el interés en nuestras actividades.

### **Personas de Contacto**

**Jorge Eusebio Arango López.** Presidente Negocio Café. Vicepresidente Desarrollo Sostenible Grupo Nacional de Chocolates

**Carlos Ignacio Gallego Palacio.** Presidente Servicios Nacional de Chocolates.

Director General Fundación Grupo Nacional de Chocolates

**Claudia Rivera Marín.** Directora Ejecutiva. Fundación Grupo Nacional de Chocolates

### **Datos para contacto**

[www.grupochocolates.com](http://www.grupochocolates.com)

**Email:** fundacionGNCH@servicioschocolates.com

**Teléfono:** 574 – 365 56 00. **Fax:** 574 – 365 56 57