



# INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2015

Comprometidos con Colombia

*Postobón*

# NUESTRAS MARCAS



CRISTAL  
el agua de vida



AGUA DEL  
NACIMIENTO  
ORIGEN NATURAL



El exceso de alcohol es perjudicial para la salud. Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad.



Nuestro  
Modelo de Sostenibilidad

**uno  
mas  
todos**  
JUNTOS  
POR LA  
TRANSFORMACIÓN  
*Postobón*

## Agua Oasis

Oasis ha entregado  
más de **\$7.300**  
millones para  
educación desde 2009



## Mi Bici Postobón

**1.600**  
bicis distribuidas  
**\$1.300**  
millones  
invertidos



## Mi Pupitre Postobón

Más de  
**20.000**  
Estudiantes beneficiados  
con mobiliario  
**\$1.200**  
millones  
invertidos

## Talentos Deportivos Postobón

**25 jóvenes**  
promesas del deporte  
apoyados por Postobón  
**\$15.000**  
millones que serán  
invertidos en 5 años



**\$147.615**  
millones invertidos  
en apoyo al deporte  
en los últimos  
seis años



## Litros que Ayudan

**35.000**  
litros de agua  
entregados a más de  
**16.000**  
beneficiarios



## Hit Social

**\$7.300 millones**  
en compra de fruta  
**3.100**  
empleos generados



## Escuelas de fútbol Postobón-Atlético Nacional

Más de  
**9.000**  
niños y niñas en  
las escuelas







mi   
pupitre  
*Postolón*

## 06 La sostenibilidad como foco de la estrategia corporativa

## 08 Acerca del informe

<b>10</b>	<b>Sobre Postobón</b>			
	- Resultados económicos consolidados	11	- Aporte a la paz	12
	- Impuestos pagados consolidados	12	- Hechos destacados en el mercado y la	
	- Crecimiento en infraestructura	12	opinión pública	13

<b>16</b>	<b>La organización</b>			
	- Quiénes somos	17	- Canales de distribución	20
	- Presencia regional, nacional e internacional	17	- Cadena de valor	21
	- Portafolio de productos	18	- Fundación Hacienda Equipo de Postobón	21

<b>22</b>	<b>Gobierno corporativo, ética y transparencia</b>	
	- Modelo de gobierno	23
	- Ética y transparencia	24

## 26 Gestión integral de riesgos

<b>28</b>	<b>Modelo de sostenibilidad</b>			
	- Grupos de interés	29	- Focos de actuación y asuntos relevantes	32
	- Materialidad	30	- Articulación interinstitucional	32

<b>34</b>	<b>Compromiso con el planeta</b>	
	- Gestión del agua y cuidado del recurso hídrico	35
	- Gestión integral de residuos	42
	- Consumo de energía y gestión de emisiones	49

<b>58</b>	<b>Cadena de valor sostenible e inclusiva</b>	
	- Iniciativas para la competitividad de proveedores y clientes	59
	- Selección y contratación con proveedores	59
	- Desarrollo de clientes	65

<b>68</b>	<b>Buen vecino</b>	
	- Relaciones de calidad y gestión de impactos	69

72	<b>Hábitos de vida responsables</b>			
	- Alimentarse bien para vivir bien	73	- Consumir consciente y sosteniblemente	78
	- Mover mente y cuerpo	76		

80	Capital humano	
	- Generación de empleo y bienestar laboral	82
	- Salud y seguridad en el trabajo	86
	- Desarrollo humano	87

## 90 Tablas indicadores GRI

# SOSTENIBILIDAD COMO FOCO DE LA ESTRATEGIA CORPORATIVA

G4-1, G4-2



**Miguel Fernando Escobar P.**  
Presidente Postobón

En Postobón hemos evolucionado no solo en función de nuestro objeto de negocio sino también en función de la sociedad.

La capacidad de transformarnos y adaptarnos a las condiciones que el entorno nos permite avanzar en una ruta sostenible altamente generadora de valor donde nuestro modelo de negocios se articula con la búsqueda de soluciones a los temas de desarrollo de Colombia.

Nuestra posición en el mercado como jugador de valor, que participa en categorías y mercados permite continuar fortaleciendo nuestras marcas, convencidos de la importancia de estos activos para generar relaciones y aportar a nuestros consumidores y clientes. Esto, a su vez, nos lleva a seguir trabajando por mantener nuestra capacidad productiva, moderna, eficiente y completa.

En 2014 diseñamos una estrategia corporativa y competitiva que constituye nuestra ruta de navegación para los próximos diez

años. En ella definimos una Meta Estratégica Grande y Ambiciosa que comenzó a ejecutar en 2015. Durante el primer año de ejecución consolidamos la estructura organizacional como componente para soportar las decisiones. Dicha configuración tomó como base la creación de Unidades Estratégicas de Negocio y Unidades Estratégicas de Servicios.

Varias acciones en el mercado destacaron nuestra relevancia. Además de mantener el liderazgo en el sector, venimos construyendo el mercado de cerveza gracias a la gestión que ha hecho Central Cervecera de Colombia, empresa subsidiaria de Postobón. Los resultados de Central Cervecera comienzan a demostrar su relevancia como jugador en el mercado de cerveza en el país, gracias al aprovechamiento del conocimiento de sus socios, CCU de Chile y Heineken, expertos en el desarrollo de mercados y, nosotros, Postobón, como expertos en logística, distribución intensiva y servicio al cliente.

Los resultados consolidados de la compañía en 2015, dan cuenta de los buenos resultados que tuvimos en el año. En 2015, como lo habíamos planeado, crecimos a dos dígitos y las ventas tuvieron un crecimiento del 14,9% al pasar de 350 millones de cajas unitarias en 2014 a 395,5 millones en 2015. No fue fácil lograr estos resultados, pues tuvimos una fuerte presión debido al costo operativo, que fue impactado por el incremento del precio de las materias primas y la devaluación del peso.

Otro aspecto que debemos remarcar es el impacto del clima y de las altas temperaturas presentado en 2015. Esta situación afectó la producción de fruta en el país, reduciendo la productividad de los agricultores y haciendo más costoso el abastecimiento de este importante insumo para Postobón. Esta situación llevó a que el programa Hit Social, en el cual promovemos el desarrollo de los pequeños agricultores, enfrentara grandes retos por la falta de agua, lo cual evidenció la necesidad de trabajar en la resiliencia de estas familias.

Hoy el clima es un reto no solo por la afectación en el suministro de insumos como la fruta, sino también por el alto riesgo de desabastecimiento de agua en algunos lugares en donde tenemos centros de operación.



En 2015 avanzamos en nuestro compromiso de ser más eficientes con el recurso hídrico pues día a día buscamos alternativas para hacer más bebidas con alta eficiencia en el manejo del agua. Avanzamos también en la combinación de fuentes de captación de agua para tener capacidad de respuesta frente a posibles desabastecimientos y como compañía continuaremos invirtiendo en la protección de los ecosistemas que prestan servicios ambientales como la retención, filtración y regulación de los ciclos hídricos. Cuidar el recurso hídrico, es una premisa clave para nosotros.

En lo social, existe una preocupación mundial por el tema de nutrición. En Colombia el tema de desnutrición es muy relevante y paralelamente se han incrementado los niveles de obesidad, fenómeno multicausal originado en los malos hábitos alimenticios, los crecientes niveles de sedentarismo y las decisiones que no responden a la búsqueda individual y colectiva del bienestar.

De tiempo atrás Postobón ha respondido a este reto con un fuerte compromiso basado en la promoción de hábitos de vida responsables, que buscan generar bienestar por medio del deporte, la alimentación y el balance en el consumo. Ejemplo de esto son los esfuerzos que hacemos por ofrecer un portafolio variado en opciones y presentaciones, el cual se robusteció en 2015 con los diferentes lanzamientos como bebidas bajas o cero calorías, la adquisición de la marca Agua del Nacimiento, el lanzamiento de Sierra Fría y las negociaciones que iniciaron para incorporar marcas como té Hatsu.

En 2015 continuamos con el apoyo y patrocinio al deporte. Le dimos de nuevo vida al reconocido equipo de ciclismo Manzana Postobón, apoyamos a todas las selecciones colombianas de patinaje y ciclismo, patrocinamos diferentes camisetas de equipos de fútbol profesional y presentamos el programa Talentos Deportivos Postobón, para el cual la junta directiva de la compañía aprobó un fondo a cinco años por \$15.000 millones. Continuamos también con el apoyo a las escuelas de fútbol de Postobón, operadas por Atlético Nacional, impactando directamente a más de 9.000 niños.

Nuestra innovación continua en todos los aspectos. Por eso, trajimos al país a Qi Club, una plataforma virtual que permite poner el bienestar en las manos de todos los colombianos. Qi Club ofrece la posibilidad de combinar ejercicio, alimentación y meditación de forma personalizable, en cualquier momento del día.

Contar con 69 sedes entre plantas y centros de distribución, además de miles de vehículos llevando desarrollo y progreso por el país, nos hace conscientes de la responsabilidad de ser un buen vecino, asegurando que las comunidades se desarrollen junto con Postobón.

Sabemos que podemos jugar un rol importante en el proceso de postconflicto y que por medio de nuestra cadena de valor podremos crear oportunidades de integración económica y productiva para muchas iniciativas y personas, alejando así la posibilidad de que volver a caer en un contexto de violencia como el de las últimas décadas. Vale la pena destacar que participamos en la formación de la iniciativa multisectorial Reconciliación Colombia, de la cual hacemos parte del Consejo Directivo.

Finalmente, asumiendo nuestro compromiso ambiental, en 2015 mejoramos el diseño de envases, manteniendo la estética, la inocuidad del producto, los costos y, sobre todo, la capacidad de que sean reciclados para que no terminen en un relleno sanitario.

Trabajamos de la mano de otras empresas de la industria de bebidas, alimentos, cosméticos y aseo para apoyar al Gobierno Nacional en el desarrollo de una política extendida del productor que reduzca los impactos ambientales de los envases y empaques que juntos ponemos en el mercado. Esto será un reto en 2016, pues debemos tener en cuenta los intereses de sectores como el reciclador, los fabricantes de materiales y empaques e instituciones como el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, siempre teniendo en cuenta que el objetivo es mejorar la calidad ambiental de Colombia.

Entendiendo que el contexto en el que operamos es cada vez más volátil y cambiante, en 2016 actualizaremos la definición de asuntos relevantes que ha guiado nuestro actuar en sostenibilidad por los últimos años. Recogeremos la perspectiva de pensamiento de nuestros grupos de interés para identificar los retos y oportunidades que debemos abordar. Del mismo modo, nos comprometeremos con el desarrollo de metas específicas para cada uno de los asuntos críticos y los abordaremos para avanzar en el fortalecimiento de nuestra sostenibilidad, competitividad y capacidad de creación de valor compartido para nuestros grupos de interés.

Presentar los resultados de sostenibilidad se ha convertido en los últimos años en una obligación para muchas empresas. Para nosotros no es así. No lo hacemos por cumplir un requisito, lo hacemos porque tenemos la profunda convicción de que es una vía clara y transparente para construir mejores relaciones con los grupos de interés y, además, avanzar en el camino del desarrollo sostenible.

Esperamos que la lectura y consulta de este documento sea de su completo agrado.

**Miguel Fernando Escobar P.**  
Presidente Postobón

#### G4-32

La información contenida en este documento comprende las actividades de Postobón S.A., las compañías filiales y aquellas sociedades con las cuales tiene acuerdo de franquicia para la elaboración de bebidas. Para efectos de redacción del informe se utiliza la expresión Postobón, como síntesis del trabajo conjunto entre estas sociedades.

Para la elaboración del reporte adoptamos el estándar internacional de la Iniciativa Global de Reporte o Global Reporting Initiative (GRI) como metodología de base cumpliendo con los requisitos de las opciones "de conformidad".

A lo largo del texto hay pequeñas referencias gráficas que señalan la presencia de un indicador propuesto por el estándar GRI. Al final publicamos un cuadro resumen que contiene la descripción de cada indicador y revela su ubicación en la publicación. Por último, el texto evidencia el apoyo al Pacto Global y ratifica nuestro compromiso de trabajo con sus 10 principios y la implementación de buenas prácticas asociadas a éste. Con este informe presentamos nuestra Comunicación de Progreso con respecto al Pacto.

# ACERCA DEL INFORME





**NUESTRO COMPROMISO ES SATISFACER A**  
**NUESTROS CONSUMIDORES BUSCANDO**  
*SOLUCIONES QUE ATIENDAN A SUS NECESIDADES*





*Postobón*

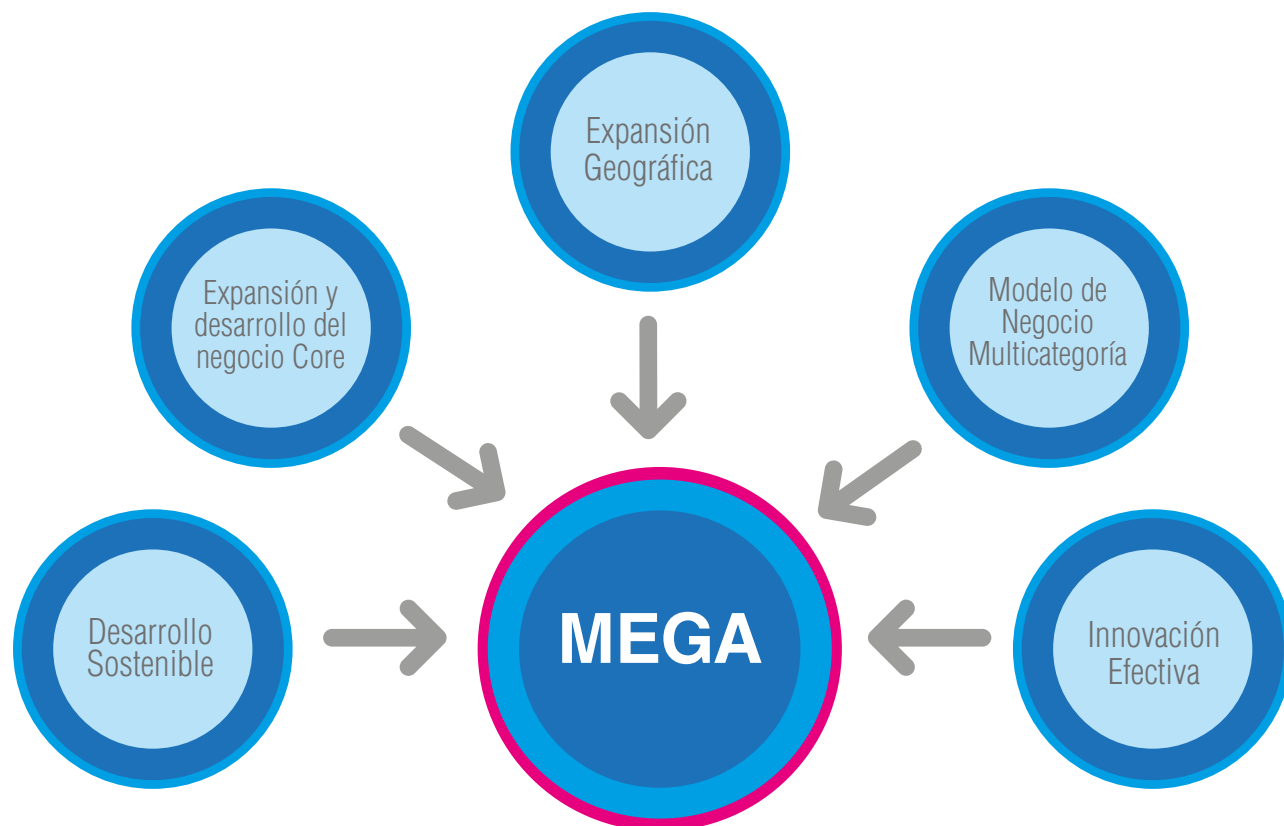
SOBRE  
POSTOBÓN



## Con pasos firmes y sostenibles: una estrategia que avanza

Una organización sostenible y rentable, altamente generadora de valor para sus grupos de interés, debe basar su crecimiento en premisas estratégicas que la lleven a ser consistente en el tiempo.

Postobón así lo hace. Por eso, consecuente con esas premisas diseñó en 2014 una estrategia corporativa y competitiva que constituye su ruta de navegación para los próximos años, que se apalanca en una metodología de horizontes de crecimiento que permiten dimensionar los espacios de trabajo y una serie de focos para la gestión de actividades y avanzar consecuente y consistentemente hacia los objetivos trazados.



2015 fue el primer año de ejecución de ese plan de trabajo hacia la Meta Estratégica Grande y Ambiciosa (MEGA) planteada. Un año que permitió consolidar la estructura organizacional como componente para soportar las decisiones. Vale destacar la configuración hecha que toma como base las Unidades Estratégicas de Negocio, las Unidades Estratégicas de Servicios y las Unidades Estratégicas Corporativas.

Los resultados del primer año de ejecución de la estrategia corporativa y competitiva ratificaron el liderazgo que Postobón tiene en el sector de bebidas en Colombia, gracias a su capacidad de transformación con crecimiento sostenible, que se amplía a nuevas perspectivas de ejecución, manteniendo

el compromiso de avanzar en la construcción de relaciones cercanas, sostenibles y perdurables en el tiempo con los grupos de interés.

**G4-9, EC1**

### Resultados económicos consolidados

2015 fue un año importante para Postobón. Las ventas tuvieron un crecimiento del 14,9% al pasar de 350 millones de cajas unitarias en 2014 a 395,5 millones en 2015.

Sin embargo, hay que mencionar que el costo de ventas estuvo afectado por incrementos en las materias primas, el precio del azúcar y la mayor participación de las presentaciones con empaque no retornable.

**VALOR ECONÓMICO DIRECTO  
GENERADO (VEG) CONSOLIDADO**

Ingresos	2.711.087
Otros ingresos operacionales	15.587
Valor económico distribuido (VED)	
Costos operativos	1.609.855
Salarios y beneficios sociales	322.802
Pagos a gobiernos	376.384
Valor económico retenido (VER)	
VEG-VED	417.633

Cifras en millones de pesos

**Impuestos pagados consolidados**

El aporte tributario de Postobón a los gobiernos nacional, regionales y locales fue de \$376.384 millones en 2015. Esta cifra engloba las obligaciones tributarias pagadas a la Nación, departamentos y los municipios en los cuales Postobón tiene presencia.

G4-13

**Crecimiento en infraestructura**

En cuanto a cambios en el tamaño de la compañía hay que mencionar la puesta en marcha de una nueva línea de llenado en PET en el centro de trabajo Postobón Malambo y las ampliaciones de capacidad en algunas plantas. Las inversiones en infraestructura fueron pensadas teniendo presente criterios de sostenibilidad que optimizan la utilización de recursos (menor desperdicio de agua, utilización de materias primas recicladas, entre otras).

**Aporte a la paz**

A lo largo de su historia Postobón ha demostrado amplio compromiso con el desarrollo social del país. En ese sentido, y conscientes del momento social y político que se vive, la organización sabe que pueden jugar un papel trascendental en el proceso de postconflicto. Un buen ejemplo es la participación activa en la constitución y desarrollo de la corporación Reconciliación Colombia, una organización de carácter multisectorial que busca contribuir desde la sociedad civil a la reconciliación a través del diálogo y la acción colectiva. En ella la compañía es miembro fundador y participante activo con asiento en el Consejo Directivo.





Además, con el trabajo que desarrolla Postobón en programas articulados con su cadena de valor sostenible y inclusiva, como Hit Social, Minimarket 2x3 y Microfranquicias con formato de negocio, la organización hace una apuesta para fortalecer las oportunidades de inclusión y por ende aportar a la paz.

## Hechos destacados en el mercado y la opinión pública

Entre las acciones más destacadas en el mercado hechas por Postobón en 2015 se destacan la adquisición de la marca Agua del Nacimiento, agua de origen extraída de un manantial ubicado en el Piedemonte llanero colombiano. Igualmente, en 2015 se iniciaron las negociaciones para incorporar las marcas y activos de la empresa antioqueña Triple Corona S.A.S., entre los cuales se incluyó la marca de té Hatsu, altamente reconocida y bien percibida por los consumidores, especialmente los del segmento Premium.

Hatsu da nombre a una bebida de té caracterizada por sabores y mezclas de frutas exóticas, que permiten avanzar en la categoría de bebidas de Nueva Generación donde se cuenta, además, con Mr. Tea, Lipton Tea, Twist Tea, Squash y Peak. Esta incorporación de marca y de activos terminó su proceso jurídico, societario y legal a principios de 2016.

También se destaca la consolidación que Postobón viene teniendo en el mercado de cerveza gracias a la gestión que ha hecho Central Cervecera de Colombia, empresa subsidiaria de la organización. Los resultados de Central Cervecera comienzan a demostrar su relevancia como jugador en el mercado de cerveza en el país, gracias al aprovechamiento del conocimiento de sus socios, CCU de Chile, experto en el desarrollo de mercados, y de Postobón, experto en logística y distribución intensiva.

### Creación Modelo de Atención Premium

En momentos en que el mercado es completamente dinámico, la atención al cliente es clave para avanzar en los propósitos como compañía. Con toda la capacidad y experiencia para manejar y atender clientes, Postobón concentró parte de sus esfuerzos en un segmento especializado conformado por clientes selectos a quienes les genera valor dándoles la oportunidad de crecer con productos de gran calidad. A raíz de esto, se creó un nuevo canal de distribución para los clientes: el Modelo de Atención Premium.

### Marcas de portafolio Postobón, en el Top of Mind de Colombia

El nivel de recordación de los consumidores frente a las marcas de Postobón continuó en aumento. Hit alcanzó su más alto nivel

histórico en la investigación de Top of Mind que año tras año realiza la revista Dinero con la firma Invamer Gallup. La marca líder en Colombia en bebidas de fruta obtuvo un 44% de Top of Mind, es decir, de recordación espontánea de la marca, cifra muy por encima de las bebidas de la misma categoría. Barranquilla fue la ciudad donde más creció, llegando a 52%.

Por otra parte, Postobón, como portafolio de productos, aumentó el reconocimiento de marca con 10 puntos de crecimiento y Cristal mantiene el liderazgo en la categoría aguas envasadas, con mayor fortaleza en Bogotá y Cali.

## Registro del color rosa para la Manzana Postobón

Gracias al esfuerzo, coherencia y consistencia en la publicidad y la comunicación a lo largo del tiempo, Postobón obtuvo por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio el registro de marca del color rosado como distintivo a la gaseosa sabor manzana, ya que según esta, el color genera una asociación directa e inmediata por parte del consumidor.

### Campañas promocionales

Las marcas pertenecientes al portafolio de Postobón demostraron en 2015 que tienen mucho para comunicar, gracias a la construcción de mensajes inspiradores que promocionan no solo el espíritu de las marcas sino también propuestas de estilos de vida responsables. Las campañas promocionales creadas en 2015 llegaron al corazón y al alma de los colombianos, porque combinaron emociones y sentimientos, pero sobretodo, sinceridad a la hora de comunicar a los grupos de interés.

### Lanzamientos de productos y campañas

Durante 2015 se lanzaron nuevos productos, extensiones de marca y campañas de comunicación que permitieron consolidar y ampliar la diversidad de opciones que tiene Postobón para los consumidores.

CAMPAÑA	MARCA
Momentos rosa del deporte colombiano	Manzana Postobón
La vida es color de rosa	Manzana Postobón
Hacerlo a la Colombiana es hacerlo bien	Colombiana
Mr. Tea hace parte de ti	Mr. Tea
Los expertos en fruta hablan de ellas	Hit

### PRINCIPALES LANZAMIENTOS, RELANZAMIENTOS BEBIDAS EN 2015

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	TIPO
Hit con Gas	Bebida que mezcla fruta con gas, la cual se presenta en sabores de mora, uva, naranja y manzana verde.	Nuevo producto
Línea stevia Manzana Postobón, Colombiana, Mr. Tea	Incorporación de la stevia, endulzante natural, con el fin de generar reducciones calóricas en las bebidas y participar en el segmento de medias calorías.	Innovación en el mercado
Línea CERO	Reducción completa de calorías en las bebidas gaseosas Manzana Postobón y Colombiana sin cambios en sus sabores.	Nuevos productos
Sierra Fría	Agua natural que nace en las profundidades de la cordillera Oriental a la que se le adiciona el toque justo de gas para intensificar su sentido refrescante.	Nuevo producto premium
Hit Néctar	Bebida de néctar de fruta con alto contenido de fibra y todas las propiedades de la fruta pura.	Relanzamiento extensión de marca
Squash	Squash es una bebida hidratante que ayuda a reponer las sales minerales y fluidos que se pierden durante la actividad física. Contiene la carbohidratos y minerales que permiten una rápida absorción.	Relanzamiento de imagen
Hit bebida con jugo	Bebida con jugo con reducción de azúcar y por consiguiente de calorías.	Relanzamiento







BON

SA  
MAN

MANZANA  
POSTOBON

CERO  
CALORÍAS

— 30% MENOS CALORÍAS —

25 LITROS  
MANZANA  
POSTOBON

POSTOBON  
350 ml

POSTOBON

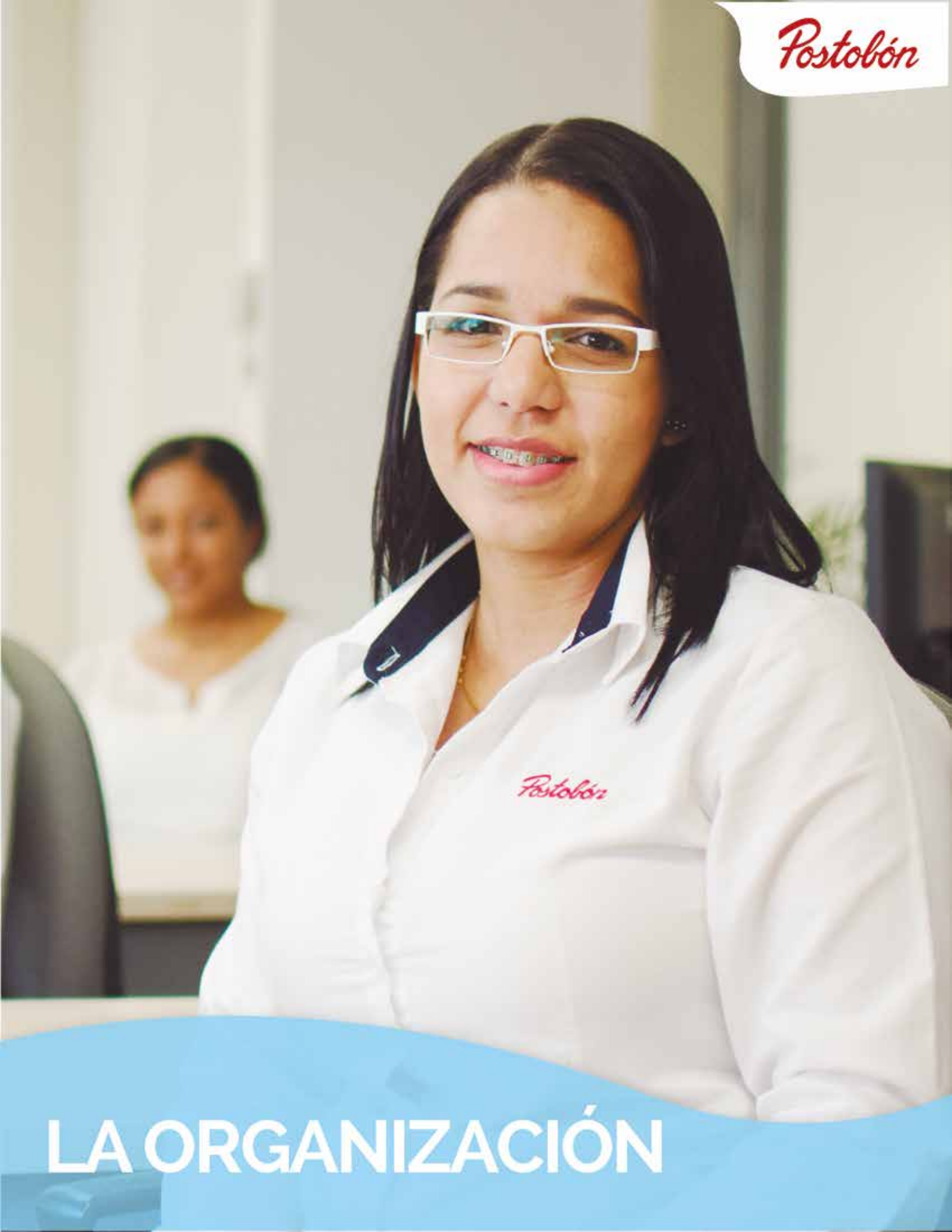
— 30% MENOS CALORÍAS —

Colombiano  
la nueva

Stevia

Mountain  
DEW

*Postobón*



LA ORGANIZACIÓN



## Quiénes somos

Postobón es una compañía especializada en la fabricación y comercialización de bebidas. Cuenta con 111 años de historia y hoy en día es una de las empresas más representativas de Colombia por su tamaño, liderazgo y aporte al desarrollo del país.

El trabajo que desarrolla a lo largo y ancho del país es posible gracias a la articulación de una serie de empresas con las cuales Postobón S.A., razón social de la compañía, tiene suscritos contratos de franquicia para la elaboración de bebidas pertenecientes a su portafolio. De igual forma, la compañía hace parte del sistema de embotelladores de PepsiCo.

De igual forma, esta operación se apalanca con el aporte que hacen empresas como Edinsa, Iberplast, Nutrium (antes Projugos), Peldar, Crown y Edinsa, que hacen parte del sector de bebidas de la Organización Ardila Lülle, propietaria de Postobón.

La compañía participa en el sector económico de bebidas con productos en las categorías de gaseosas, bebidas con frutas, bebidas de nueva generación (tés, hidratantes y energizantes), aguas y cervezas.

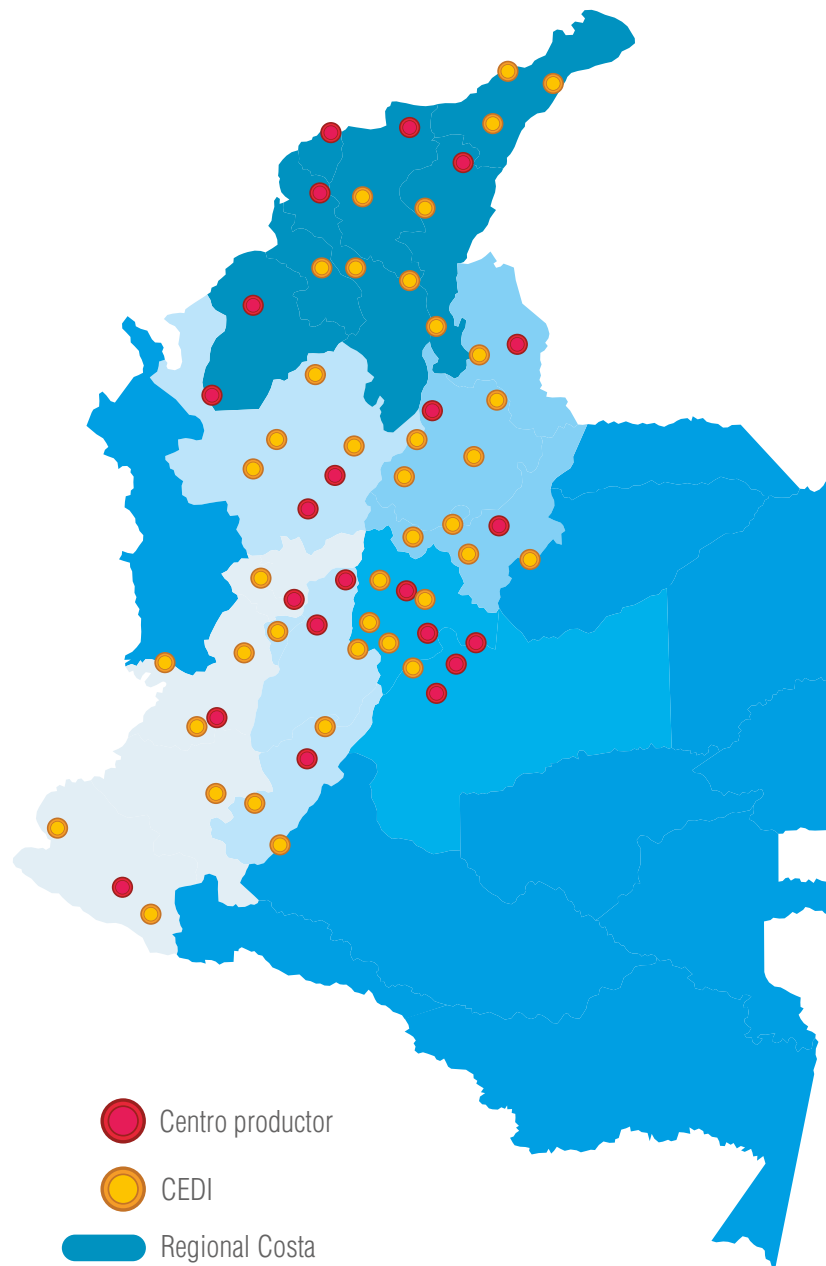
Actualmente, cuenta con un portafolio de más de 35 marcas y 400 referencias, destacándose las gaseosas Postobón y sus sabores, Colombiana, Pepsi, Breñaña, Hipinto, Popular, Seven Up, Mountain Dew, Jugos Hit, Tutti Frutti, Mr. Tea, Hatsu, Agua Cristal, Agua Oasis, Agua del Nacimiento, Sierra Fría, H2Oh!, Gatorade, Squash, Peak y Lipton Tea, entre otros, así como en cervezas las marcas Heineken, Coors Light, Amstel, Murphy's y Buckler.

G4-6, G4-8

## Presencia regional, nacional e internacional

Para su operación, Postobón cuenta con 69 sedes entre plantas de producción y centros de distribución, ubicados a lo largo y ancho del país, los cuales le permiten llegar al 90% del territorio nacional.

Asimismo, la compañía cuenta con presencia internacional al llegar a países como los Estados Unidos, México, China, Panamá, Aruba, Curazao, Chile, España, Inglaterra, Italia, Holanda y Australia, por medio de exportaciones directas a distribuidores y modelo de franquicia.



- Centro productor
- CEDI
- Regional Costa
- Regional Centro
- Regional Oriente
- Regional Antioquia
- Regional Occidente

## Portafolio de productos

G4-4



## Nuestros productos

Postobón  
Colombiana  
Pepsi  
Breña  
Hipinto  
Popular  
Seven Up  
Mountain Dew  
Freskola  
Tropikola



## Gaseosas



Agua Cristal  
 Agua del Nacimiento  
 Sierra fría  
 Oasis  
 H2Oh



Aguas

Hit  
 Tutti Frutti



Frutas

Mr. Tea  
 Hatsu  
 Lipton Tea  
 Squash  
 Gatorade  
 Speed Max  
 Peak

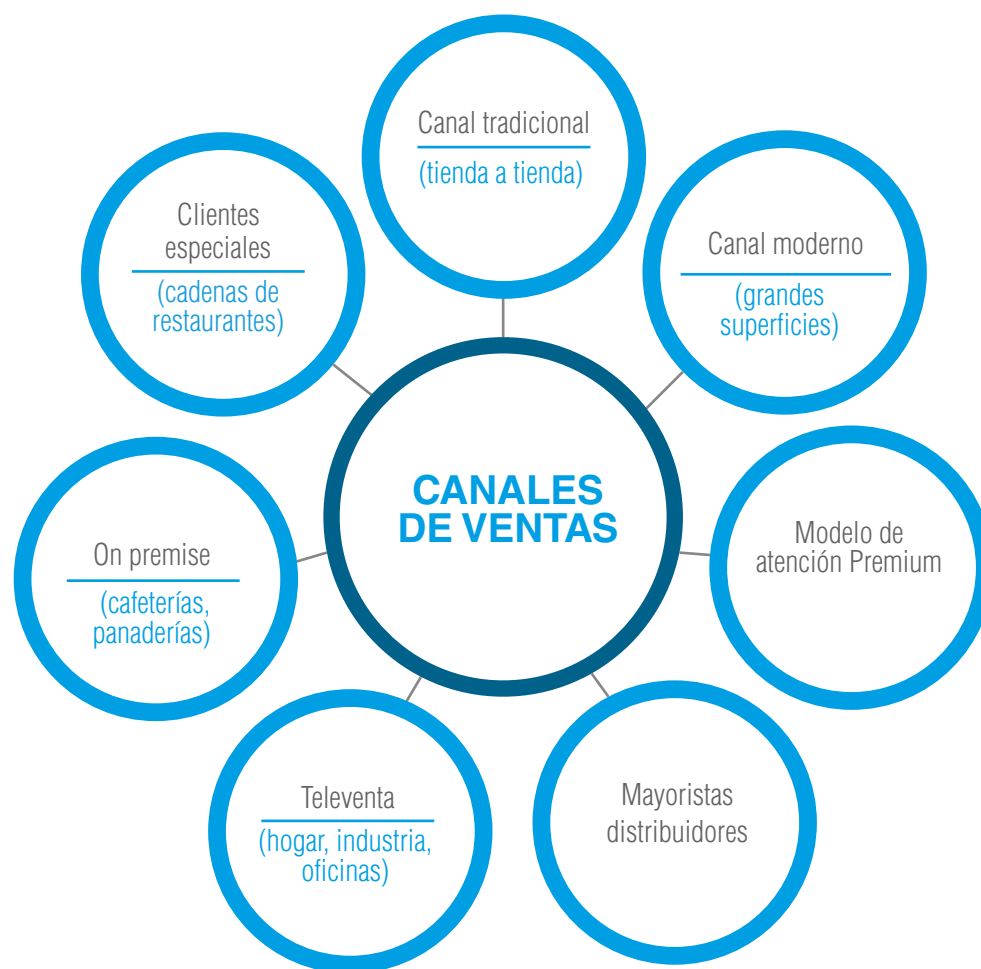


Bebidas de Nueva Generación

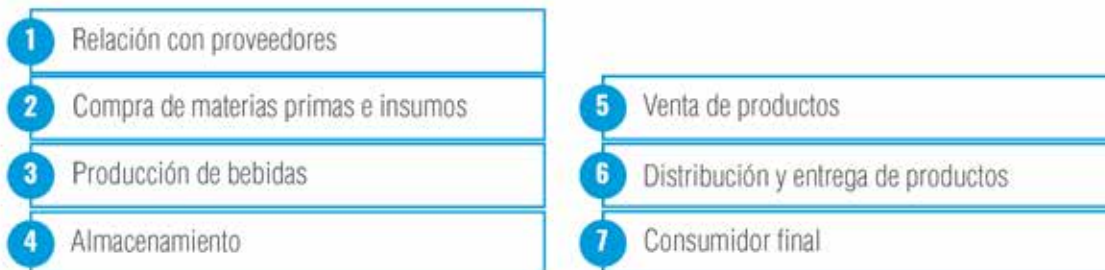
## Canales de distribución

G4-8

Para llegar a sus clientes, Postobón cuenta con los siguientes canales de distribución:







## Fundación Haciendo Equipo de Postobón

Postobón cuenta con la Fundación Haciendo Equipo, la cual desarrolla, diseña, ejecuta y opera proyectos sociales que se enmarcan dentro del modelo de sostenibilidad de la compañía.

En 2015, la Fundación Haciendo Equipo de Postobón logró mayor visibilidad, lo cual le permitió establecer alianzas con el sector público y privado. Como reto y metas para 2016, plantea fortalecer las alianzas existentes y conseguir nuevos aliados, gestionar más recursos para la sostenibilidad de los programas y continuar operando de manera eficaz, eficiente y transparente los programas a su cargo.

La Fundación Haciendo Equipo de Postobón, lidera actualmente proyectos como Talentos Deportivos Postobón, Mi Bici Postobón, Mi Pupitre Postobón y Litros que Ayudan, que se explican más adelante en el texto.



GOBIERNO CORPORATIVO,  
**ÉTICA Y TRANSPARENCIA**



Postobón está comprometido con una gestión corporativa transparente. Cuenta con políticas y herramientas que garantizan actuaciones y relaciones correctas, legales, justas y coherentes en todos los niveles en cada una de las operaciones y con sus diferentes grupos de interés. La generación de confianza hace parte de su ADN que se fortalece con la promoción de conductas éticas, buenas prácticas y acciones de mejora continua para fortalecer la cultura existente, mejorar los controles internos y asegurar claridad de sus procesos.

## Modelo de gobierno

G4-34, G4-51

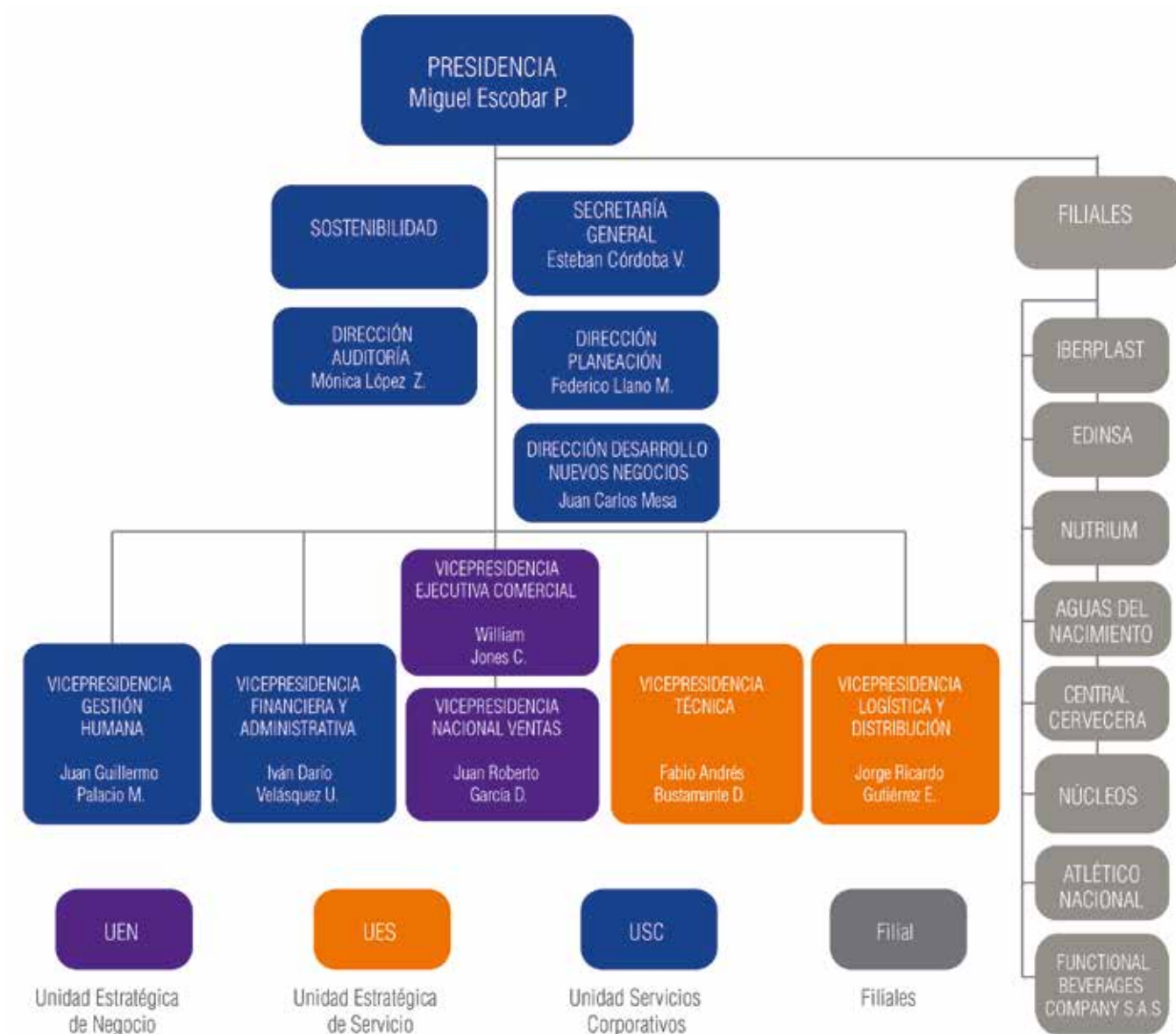
La organización cuenta con un Código de Buen Gobierno, el cual puede ser consultado en la página web [www.postobon.com](http://www.postobon.com), que brinda el marco conceptual para el gobierno de la sociedad, las prácticas de la administración, la conducta de sus empleados en todo nivel, el manejo veraz y fluido de la información y el conocimiento público de su gestión.

INSTANCIAS DE GOBIERNO	
INSTANCIA	FUNCIONES
<b>Asamblea de Accionistas</b>	Es la instancia superior de nuestro Modelo de Gobierno. Elige los miembros de la Junta Directiva.
<b>Junta Directiva</b>	Aprueba y adopta medidas con respecto al gobierno de la compañía. Supervisa y controla la gestión de las diferentes áreas, programas y estrategias. Nombra al Presidente de la compañía y aprueba al personal directivo.
<b>Presidente</b>	Establece planes, fija objetivos y determina las acciones necesarias para alcanzarlos. Asigna tareas a las diferentes áreas. Direcciona, controla y supervisa el desempeño de la compañía. Dirige al Comité Ejecutivo.
<b>Comité Ejecutivo</b>	Ejecuta las directrices de la Junta Directiva. Cumple la función de órgano asesor del Presidente. Determina los lineamientos de planeación estratégica. Vela por la correcta ejecución de las actividades. Revisa y aprueba preliminarmente cualquier proyecto de inversión, campaña promocional o publicitaria que deba ser sometida a consideración de la Junta Directiva. Conforma los comités que sean necesarios para el seguimiento de tareas específicas.
<b>Personal directivo</b>	Precisan objetivos para las áreas que dirigen. Implementan las acciones tácticas necesarias para alcanzar los objetivos estratégicos. Orientan el comportamiento de sus funcionarios y evalúan su desempeño.

En cuanto a remuneración de estas instancias de gobierno, los miembros de junta no perciben ningún tipo de remuneración por parte de la organización ni gozan de beneficios económicos alguno. Tampoco participan en la dirección ni control de la compañía debiendo guiarse únicamente por el interés social. La remuneración del Presidente y personal directivo se da a título de salario.

## Áreas de la compañía

El organigrama de primer nivel de la compañía está conformado por vicepresidencias y direcciones, que tienen línea directa con la Presidencia, las cuales se relacionan a continuación:



G4-56, G4-57, G4-58, SO4, SO5

## Ética y transparencia

A lo largo de su historia, Postobón ha demostrado ser una compañía comprometida con férreos valores que la orientan hacia la excelencia. Queriendo perpetuar esa imagen y conscientes de que la reputación se afianza a partir de la integralidad en su actuar, ha desarrollado una herramienta de cultura corporativa que constituye una declaración sobre los postulados que rigen el comportamiento y la ética del equipo humano vinculado a la compañía.

Así somos en Postobón<sup>1</sup> es un documento que establece pautas y directrices de acción “irrenunciables” y “no negociables”. Brinda orientación para encontrar vías que ayuden a resolver problemas complejos y a mejorar la capacidad de generación de valor, permitiendo administrar los riesgos de manera efectiva, comunicar de forma asertiva y construir colectivamente con flexibilidad, visión, innovación y sobre todo, pasión por el trabajo. A su vez, Postobón cuenta con una Política de Transparencia e Integridad<sup>2</sup> que tiene como

<sup>1</sup> [www.postobon.com](http://www.postobon.com)

<sup>2</sup> [www.postobon.com](http://www.postobon.com)



principios rectores fundamentales la legalidad, la honestidad, la buena fe, la lealtad, el interés general y corporativo y la veracidad. La compañía tiene, además, un programa de aseguramiento integrado a un mecanismo de reporte de conductas irregulares conocido como la Línea de Transparencia, que a la fecha opera también en la mayoría de las compañías relacionadas.

El Programa de Transparencia de la compañía se ha dado a conocer a todos los grupos de interés mediante mecanismos de comunicación como la Intranet Nosotros Postobón, el portal web corporativo [www.postobon.com](http://www.postobon.com), comunicaciones formales a proveedores, programas de inducción, promoción del código de conducta, pedagogía acerca de la herramienta Línea de Transparencia, y en el intercambio de buenas prácticas con otras compañías.

La Línea de Transparencia 018000123400, está a disposición de todos los grupos de interés y opera bajo estrictos parámetros de confidencialidad. En 2015 se analizaron y atendieron oportunamente todas las alertas que se presentaron y los hechos más relevantes fueron presentados al Comité de Transparencia, conformado por cinco directivos de la compañía quienes implementaron el protocolo establecido.

A continuación se listan los principales logros de la compañía durante 2015 en el Programa de Transparencia:

- Generar una cultura de legalidad al interior de la compañía a raíz de la implementación del Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT), en cumplimiento a la Circular Externa 100-00005 emitida por Superintendencia de Sociedades.
- Crear el programa Antifraude, continuando con el compromiso de construir y promover la transparencia.
- Participar activamente en convocatorias a nivel departamental y nacional, como la Red de Transparencia (iniciativa de la Contraloría de Antioquia), Empresas Activas Contra la Corrupción-EACA (iniciativa de la Presidencia de la República), Comité Oficiales de Cumplimiento empresas del sector real.
- Fortalecer el Sistema Integrado de Protección de Datos Personales (Ley 1581 de 2012), de acuerdo con los requerimientos de la Superintendencia de Industria y Comercio.



## Retos 2016

- Continuar con la promoción y fortalecimiento del buen gobierno de forma coherente, que inspire confianza y credibilidad y se refleje en todo lo que Postobón hace.
- Fortalecer el programa de transparencia por medio de campañas que refuercen la cultura en valores de los empleados.
- Adoptar mejores prácticas y fortalecer los controles para evitar que Postobón, en el desarrollo de sus operaciones, sea utilizado directa o indirectamente como instrumento para llevar a cabo actividades ilícitas que pongan en riesgo la reputación y la confianza de sus grupos de interés.



# GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS



La organización cree en una gestión basada en el manejo de los riesgos y el autocontrol, que contribuya a la alineación de los procesos, tecnología, capacidades, métricas y equipo humano con los objetivos estratégicos definidos.

El sistema de Gestión Integral de Riesgo adoptado por Postobón se basa principalmente en la Norma ISO 31000 y los estándares COSO ERM. Lo anterior también está alineado con el Sistema de Gestión de la Calidad de la compañía, bajo la norma NTC/ISO 9001:2008.

La identificación de riesgos le ha permitido a Postobón diseñar e implementar un sistema integral de gestión de riesgos corporativos que articula acciones encaminadas a mantener los riesgos en niveles bajos o aceptables. De igual forma, se cuenta con una ruta crítica de monitoreo y mitigación de los riesgos basada en procesos y proyectos claves asociados.

El sistema de Gestión Integral de Riesgos articula conceptos, políticas, estrategias y herramientas que potencian un gobierno corporativo y una cultura organizacional coherente y disciplinada, orientada a la mitigación de los riesgos de cumplimiento, que se originan por situaciones de política, leyes, reglamentación o del gobierno corporativo; los riesgos financieros, que surgen por la volatilidad en los mercados y en la economía real; los riesgos estratégicos, relacionados con los clientes, competidores e inversionistas, y los riesgos operativos, que se presentan de las contingencias operativas y que afectan los procesos, los sistemas, las personas y la cadena de valor.



## Retos 2016



- Articular el sistema de Gestión Integral de Riesgos con los demás sistemas de gestión de Postobón de cara a la creación de un único sistema.
- Profundizar en los mecanismos de identificación y gestión de riesgos ambientales y riesgos derivados del cambio climático, con implicaciones asociadas a la escasez de recursos, impactos energéticos, cambios demográficos y en las tendencias de los consumidores.
- Continuar con el fortalecimiento de la cultura de autocontrol fundamentada en la gestión integral de riesgos.





MODELO DE  
**SOSTENIBILIDAD**



Uno más Todos ([www.unomastodos.com](http://www.unomastodos.com)) es el nombre del modelo de sostenibilidad de Postobón el cual está concebido desde la mitigación de riesgos e impactos y la creación de valor compartido, es decir, la generación de valor para los grupos de interés y la compañía a partir del equilibrio entre las acciones sociales, económicas y ambientales, usando como motores disruptivos la innovación social, el alto impacto, las redes de trabajo y la cocreación.



El modelo como tal es una iniciativa que gestiona la compañía basada en focos de actuación, los cuales desarrollan temas relevantes, resultados del ejercicio de materialidad.









Los programas y proyectos de la iniciativa Uno más Todos impactan sobre una serie de grupos de interés que se explican más adelante.

## Grupos de interés

G4-24, G4-25

Los grupos de interés sobre los cuales opera la iniciativa Uno más Todos, fueron identificados y definidos a partir de los criterios de urgencia, legitimidad y poder, propuestos en la metodología desarrollada por Ronald K. Mitchell, Bradley R. Agle y Donna J. Wood.

## GRUPOS DE INTERÉS

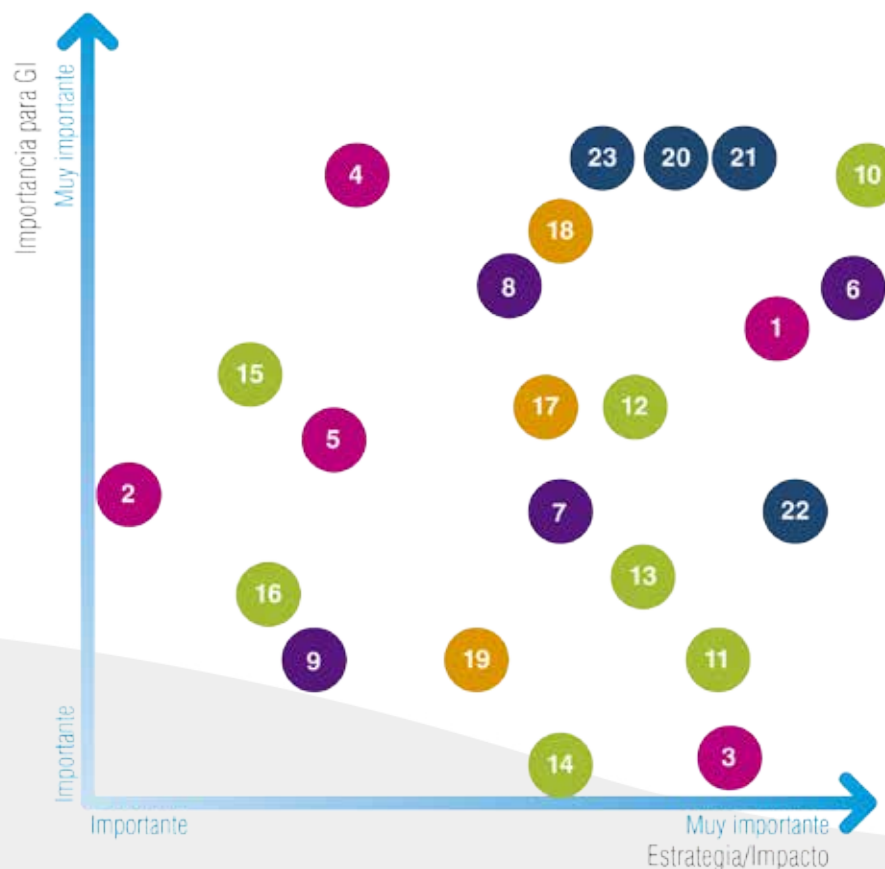
 <b>Comunidad</b>	Personas, organizaciones e instituciones que están en el área de influencia directa de Postobón.
 <b>Clientes</b>	Personas y entidades a las que Postobón les vende los productos, las cuales sirven como canal para llegar al consumidor final.
 <b>Consumidores</b>	Personas que disfrutan los productos de la compañía.
 <b>Empleados</b>	Son todas aquellas personas que tienen un vínculo laboral con la compañía.
 <b>Proveedores</b>	Son quienes suministran bienes y servicios a la compañía para el desarrollo de sus operaciones.
 <b>Medio ambiente</b>	Personas, organizaciones e instituciones que representan posiciones frente a las temáticas ambientales.
 <b>Accionistas</b>	Son los socios o propietarios de acciones de la compañía.
 <b>Gobierno</b>	Instituciones y organizaciones del Estado a los niveles locales, regionales y nacionales.

## Materialidad

G4-18, G4-19, G4-20






La construcción del modelo de sostenibilidad Uno más Todos es el resultado de un proceso de referenciación competitiva y de evaluación de diferentes estándares, normas y guías en sostenibilidad <sup>3</sup>. Esto se evaluó a la luz de la importancia para los grupos de interés, los impactos positivos y negativos de la industria y su relevancia de cara al cumplimiento de los objetivos de la compañía.

De esta forma, se determinaron los asuntos materiales que son abordados desde la gestión del modelo, preponderando la importancia y el impacto para los grupos de interés, los cuales se pueden ver en la gráfica.



<sup>3</sup> Como Dow Jones Sustainability Index, Global Reporting Iniciative, Pacto Global, CEO Water Mandate, entre otros



FOCOS DE ACTUACIÓN		
FOCO		ASUNTO
 <b>Buen vecino</b>	1	Minimizar los impactos negativos derivados de la operación
	2	Promover y apoyar causas solidarias
	3	Facilitar el acceso a agua potable de las comunidades en las áreas de influencia
	4	Generar oportunidades de empleo y priorizar la contratación de personas pertenecientes a la comunidad local
	5	Promover la cultura y la calidad educativa en las áreas de influencia
 <b>Hábitos de vida responsables</b>	6	Promover una alimentación adecuada y ofrecer un portafolio con alternativas para refrescarse y aportar a la ingesta de nutrientes esenciales
	7	Asegurar que las etiquetas de todos nuestros productos cuenten con información nutricional clara y completa
	8	Apoyar y promover el deporte y la actividad física
	9	Promover la toma de decisiones conscientes y responsables
 <b>Compromiso con el planeta</b>	10	Proteger las fuentes hídricas y promover la buena gobernabilidad
	11	Minimizar el uso de agua en los procesos productivos
	12	Mejorar la calidad de los vertimientos
	13	Diseñar envases y empaques con enfoque de ciclo de vida, propendiendo por ciclos circulares y fomentando el aprovechamiento de los materiales
	14	Maximizar el aprovechamiento postindustrial de los materiales
	15	Reducir las emisiones de la flota de vehículos
	16	Reducir los impactos por equipos de frío
 <b>Cadena de valor sostenible e inclusiva</b>	17	Desarrollar encadenamientos agrícolas productivos inclusivos y con prácticas responsables
	18	Desarrollar emprendimientos y potenciar negocios afines a la comercialización de nuestros productos
	19	Apoyar el desarrollo de los proveedores y promover prácticas de sostenibilidad
 <b>Capital humano</b>	20	Garantizar el bienestar de los empleados
	21	Garantizar la salud y la seguridad en el trabajo
	22	Lograr efectividad organizacional
	23	Generar oportunidades y espacios para la formación y el desarrollo humano

## Focos de actuación y asuntos relevantes

G4-26

Uno más Todos se fundamenta en cinco focos de actuación que abarcan los elementos que son actualmente materiales para Postobón.

Hasta el momento, el reconocimiento de las cuestiones y problemas de mayor relevancia se basa en fuentes de referencia primaria y secundaria, que incluyen encuestas en plantas, estudios externos, información de la línea de servicio al cliente

Rosita, indicadores asociados a salud y seguridad, entre otros.

Actualmente, la organización desarrolla un proceso gradual para adoptar un sistema de involucramiento, que definirá los canales de comunicación, la frecuencia para la participación y las responsabilidades en la gestión, que permitirán lograr un enfoque colaborativo.

Los focos de actuación definidos cuentan con una serie de temas que abarcan los asuntos relevantes sobre los cuales se construyen proyectos y programas que deben responder a las premisas de trabajo del modelo de sostenibilidad.

FOCOS DE ACTUACIÓN		
FOCO	DESCRIPCIÓN	TEMAS
 <b>Buen vecino</b>	Establecer relaciones duraderas y armónicas con los vecinos, incentivando el progreso de las comunidades donde la compañía opera, por medio de la promoción del desarrollo humano y territorial sostenible.	Relaciones de calidad y gestión de impactos
 <b>Hábitos de vida responsables</b>	Empoderar a los grupos de interés con alternativas e información suficientes, para la toma de decisiones.	Alimentarse bien para vivir bien Mover cuerpo y mente Consumir consciente y sosteniblemente
 <b>Compromiso con el planeta</b>	Adopción de un enfoque preventivo en el que Postobón asume su responsabilidad ambiental de acuerdo con los temas prioritarios para la compañía.	Gestión del agua y cuidado del recurso hídrico Gestión integral de residuos Consumo de energía y gestión de emisiones
 <b>Cadena de valor sostenible e inclusiva</b>	Orientar prácticas de adquisición, desarrollo de productos y relaciones comerciales, a partir de un sentido social y una conciencia ambiental, buscando crear valor compartido.	Competitividad Inclusividad, paz y reconciliación
 <b>Capital humano</b>	Atraer y motivar a los empleados, ofreciéndoles oportunidades de desarrollo y un ambiente sano y seguro.	Generación de empleo y bienestar laboral Gestión de la Salud y Seguridad en el Trabajo Desarrollo humano

G4-15, G4-16

## Articulación interinstitucional

Fiel a la premisa de crear redes de trabajo y cocrear, el modelo de sostenibilidad Uno más Todos se articula con otras instituciones que permiten potenciar una gestión responsable y sostenible.

Ejemplo de esto es la adhesión de Postobón a Cecodes, a la Red del Pacto Global y al CEO Water Mandate, así como a programas

e iniciativas de otras entidades entre las que se destacan el Ministerio de Educación Nacional, OIM, Fenalco, Propaís, BID, fundaciones empresariales, organizaciones sociales, la Asociación Nacional de Empresarios (ANDI) y Proantioquia, entre otras.

Gracias a esta articulación, Uno más Todos puede hacer mayores sinergias y por ende ampliar su impacto.





**SOMOS UNA COMPAÑÍA  
INNOVADORA Y VISIONARIA**



COMPROMISO CON  
EL PLANETA





## Gestión del agua y cuidado del recurso hídrico

El agua es la principal materia prima para la elaboración de bebidas, por lo cual la organización es consciente de la importancia de preservarla no solo para garantizar su sostenibilidad, sino también la calidad de vida de las comunidades donde opera y la conservación del medio ambiente.

Postobón reconoce la existencia de situaciones que son inherentes a la naturaleza de su negocio como la disponibilidad, calidad y accesibilidad del recurso hídrico, que son asumidas como riesgos que pueden afectar la operación causando situaciones potenciales o reales de escasez, vulnerabilidad (estrés hídrico) y competencia por el uso. En cuanto a las cuencas o zonas de recarga de pozos, los riesgos asociados son de tipo físicos, regulatorios, reputacionales y sociales.

La adecuada gestión del agua por medio de la ejecución de actividades de prevención, reducción, mitigación o compensación, según corresponda, permite el manejo de los riesgos y desarrollar eficiencias que pueden convertirse en ventajas competitivas.

En el marco del CEO Water Mandate<sup>4</sup>, iniciativa a la que Postobón adhirió en 2014, se definió una estrategia de actuación

con tres frentes de acción que permiten priorizar y enfocar asertivamente los esfuerzos. Estos frentes de acción son, (1) la optimización del uso y la minimización del impacto generado por la operación, (2) la protección de áreas de influencia hídrica de la operación y (3) el acceso a agua de las comunidades vecinas a nuestros centros de operación.

### Optimización en el uso y minimización del impacto generado por la operación

La compañía trabaja en la implementación de iniciativas que permitan optimizar el uso de agua en los procesos productivos y mejorar la calidad de los vertimientos.

#### EN8 Captación total de agua según la fuente

Postobón mide la captación de agua según la fuente con base en un indicador denominado Volumen total de captación de agua en m<sup>3</sup>. Este indicador se calcula como la suma de los volúmenes de agua captada de fuentes subterráneas (pozos), superficiales (río) y de los acueductos municipales por los todos los centros productores de Postobón.

Si bien el indicador tiende a aumentar, se valora como favorable dado el crecimiento en un 13% de la producción, manteniendo una tendencia a la baja en el índice de consumos de agua por litro de bebida producida.

### VOLUMEN TOTAL DE CAPTACIÓN DE AGUA EN M<sup>3</sup> SEGÚN FUENTE

Fuente	Total 2013		Total 2014		Total 2015	
Aguas subterráneas	3.524.482	6.555.360	2.809.031	6.641.138	1.890.791	6.836.458
Aguas Superficiales			169.348		1.019.970	
Acueducto municipal	3.030.878		3.662.759		3.925.697	

La compañía calcula mes a mes el índice de consumo de agua por litro de bebida en cada planta. Esto arroja un global por mes de toda la compañía, el cual sirve de base para calcular el acumulado de todo el año, que se denomina Indicador Global País.

El mejoramiento en el indicador de consumo de agua por litro de bebida entre 2014 y 2015, se debe a la implementación de una variedad de iniciativas que aumentan la eficiencia en el uso del recurso y permiten la recuperación del agua en algunos procesos. Las principales iniciativas que se llevaron a cabo en 2015 fueron:

### ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA POR LITRO DE BEBIDA<sup>5</sup>

Año	Indicador Global País
2013	3,77
2014	3,39
2015	3,17

<sup>4</sup> El CEO Water Mandate es una iniciativa público-privada, lanzada por el Secretario General de Naciones Unidas en 2007, destinada a ayudar a las empresas en el desarrollo, implementación y divulgación de las políticas de sostenibilidad para hacer frente al desafío global del agua. Reconoce que el sector empresarial, a través de su producción, tiene un impacto directo sobre los recursos hídricos, y propone trabajar en seis aspectos: operaciones directas, cadena de suministro, manejo de cuencas hidrográficas, acción colectiva, políticas públicas, compromisos con la comunidad, la construcción del indicador se tiene en cuenta los datos de agua cruda captada que reportan todas las plantas productoras y el volumen de litros producidos (se toma desde el reporte de Calidad en el Mercado)

- Recuperación de agua de retrolavados en Postobón Malambo y Lux Bogotá.
- Programa de instalación y actualización de plantas de tratamiento de aguas residuales.
- Optimización en el tratamiento de agua.
- Optimización Plantas de Tratamiento de Agua Potable.
- Recuperación de mermas en procesos de elaboración de jarabes.

### **Recuperación de agua de retrolavados en Postobón Malambo y Lux Bogotá**

Con el objetivo de mejorar el indicador de rendimiento de agua, al retornar al proceso productivo agua de excelente calidad se disminuye la necesidad de captación. Para esto, Postobón dispuso para los centros de producción Malambo y Lux Bogotá, tecnologías para la recuperación teórica del 100% del agua de retrolavado de filtros de arena y del 70% del agua de retrolavado de filtros de carbón.

Lo anterior permite retornar al proceso productivo agua de excelente calidad, disminuyendo así la captación, lo cual representa una disminución del indicador de rendimiento de agua.

### **Programa de instalación y actualización de plantas de tratamiento de aguas residuales**

Dentro del programa de instalación y actualización de plantas de tratamiento de aguas residuales se destaca el desarrollo de un proyecto para complementar el sistema de tratamiento de dichas aguas en los centros de trabajo Postobón Dosquebradas y Pereira.

Este proyecto contempla la ampliación de la capacidad de las trampas de grasas, filtración en arena y deshidratación de los lodos generados en proceso. Como resultado se redujo al mínimo la cantidad de grasas y sólidos suspendidos en el afluente, obteniendo una muy buena calidad en el agua residual, lo cual, además de dar cumplimiento a los requerimientos legales, permite ir más allá de lo establecido en la nueva norma de vertimientos, reduciendo los impactos ambientales generados por la operación.

De otro lado, y con el fin de preservar los cuerpos de agua receptores del vertimiento y teniendo en cuenta las reducciones en los niveles en época de sequía generadas por el Fenómeno de El Niño, la compañía tomó la decisión de realizar la conexión del vertimiento anteriormente mencionado con el alcantarillado municipal, planteándose como meta para lograrlo en 2016.

### **Optimización de Plantas de Tratamiento de Agua Potable**

Postobón hizo una revisión total de la plantas de tratamiento e hizo intervenciones en el 52% de estas con el fin de optimizar el uso del agua.



## OPTIMIZACIÓN PLANTAS DE TRATAMIENTO DE AGUA POTABLE

Centro	Acciones implementadas
<b>Gaseosas Córdoba Montería</b>	Recuperación en un 80% del agua de la lavadora para introducirla nuevamente al sistema productivo, mejorando los niveles actuales de recuperación de agua usada. De igual forma, en la línea donde se implementó el mejoramiento mencionado, se hizo la ingeniería básica para optimizar el tratamiento con el fin de mejorar los indicadores de agua y la eficiencia.
<b>Hipinto Valledupar</b>	Identificación de la posibilidad de tratamiento del agua de pozo y el mejoramiento del balance hidráulico. Para eso se determinaron los parámetros para introducir un floculador y las adecuaciones necesarias en la planta de tratamiento con el fin de implementar especificaciones funcionales y hacer un uso eficiente del agua.
<b>Hipinto Cúcuta</b>	Establecimiento de un plan de trabajo para mejorar el balance hídrico así como implementar la recuperación de retrolavados y un sistema CIP, disminuir el rechazo de agua y caracterizar una nueva fuente de abastecimiento de agua.
<b>Hipinto Duitama</b>	Establecimiento de las especificaciones de ingeniería básica para la implementación de mejoramientos en el corto plazo e introducción de cambios en las operaciones unitarias para optimizar la planta de tratamiento, disminuir el consumo energético y el uso de reactivos para alcanzar un uso eficiente del agua.
<b>Gaseosas Córdoba Mariquita</b>	Revisión de la viabilidad de cambiar de una planta multiproducto hacia la producción especializada de agua, teniendo en cuenta que la fuente de agua de esta planta es de excelente calidad.
<b>Gaseosas de Córdoba Chigorodó</b>	Reducción de reactivos. Establecimiento de especificaciones para by-pass del sistema de reducción de dureza del agua. Validación de la posibilidad de reducir el consumo de agua de retrolavados, optimizar el proceso, y estabilizar el tratamiento en el floculador (sistema de tratamiento de aguas, para remoción de propiedades como dureza, alcalinidad y microbiología con el fin de obtener agua potable).
<b>Villavicencio</b>	Implementación de un plan de trabajo para el mejoramiento de retrolavados, donde, entre otros, se determinó que el tratamiento no requiere floculación, sino simplemente aireación. Con ello, se suspende el suministro de reactivos no necesarios, se disminuye el consumo energético y el rechazo del tratamiento, al igual que el tiempo de retrolavado, lo cual implica un uso eficiente del agua.
<b>Postobón Yumbo</b>	Complementación de Planta de Tratamiento de Agua Potable (PTAP), para mejorar la calidad del agua de pozo, sustituir el agua de acueducto, y, a la vez, implementar una nueva línea PET. Introducción, a raíz del Fenómeno del Niño, de agua de pozo al tratamiento actual sin afectar la calidad con una reducción del consumo de acueducto del 80%.
<b>Gascol Centro</b>	Reestructuración de la PTAP, con el fin de suprimir operaciones unitarias innecesarias que acarrearán altos costos de mantenimiento, altos consumos de retrolavados y altos consumos energéticos.
<b>Postobón Cartagena</b>	Implementación del primer paso de la metodología pensar el agua. Ejecución de un plan de trabajo para la recuperación de agua de retrolavados, en vista de que la fuente de esta planta es agua de acueducto.
<b>Postobón Santa Marta</b>	Intervención de la planta con adecuaciones para el tratamiento básico, logrando una disminución del consumo de reactivos. Evaluación de mejoras en los procesos de calidad de la línea de Agua Cristal.
<b>Postobón Medellín</b>	Establecimiento de protocolos de recuperación de aguas de retrolavados, buscando disminuir el indicador. Supresión de operaciones unitarias innecesarias para obtener agua de calidad independiente de la fuente (acueducto o pozo) con un aprovechamiento eficiente del recurso hídrico.



## Pensar el agua, una metodología propia de alto impacto

Como parte del ejercicio proactivo y la búsqueda permanente de soluciones que mejoren eficiencias en el uso del agua y minimicen los impactos, Postobón desarrolló una metodología propia denominada Pensar el agua que busca la optimización de procesos teniendo como base seis pasos:

1. Evaluación de los reactivos.
2. Optimización de planta de tratamiento de agua potable (PTAP).
3. Modelo de demanda de agua.
4. Balances de masa y escenarios.
5. Costos operacionales y beneficios.
6. Evaluación financiera: viabilidad técnico-económica.

Ejemplos concretos de aplicación de la metodología propia Pensar el agua, se dieron en la planta Gascol Sur, ubicada en Bogotá, y en la planta Postobón Dosquebradas, en Risaralda.

**Gascol Sur:** Con la ejecución del primer paso de la metodología Pensar el agua, se encontró una oportunidad de mejora del tratamiento. Al hacer un estudio minucioso del proceso, se evidenció que con un único reactivo ( $\text{FeCl}_3$ ) y dejando de lado el uso de cloro y otros reactivos como cal, sulfato de aluminio y ácido clorhídrico, se podía obtener agua de excelente calidad, disminuir los costos, reducir la formación de lodos y material de desperdicio, minimizar el consumo energético y mejorar la salud ocupacional del operario de la planta de aguas.

**Postobón Dosquebradas:** Se implementó el primer paso de la metodología Pensar el agua, obteniendo resultados semejantes.

Se busca además mejorar el balance hidráulico y así tener un aprovechamiento total para producto disponible, mediante la reestructuración de la planta y la modificación de los tanques de almacenamiento para asegurar un mayor volumen de agua tratada y disminución del volumen de agua cruda.

Darle continuidad a la metodología Pensar el agua es un propósito de compañía. Por tanto, después de implementar los equipos adecuados, es necesario analizar la demanda de agua, plantear los balances de masa y posibles escenarios de suministro óptimo de agua, establecer costos de operación y beneficios en el crecimiento y finalmente, revisar la viabilidad técnico económica.







## Recuperación de mermas en procesos de elaboración de jarabes

En la planta de Postobón Malambo se instaló un sistema para recuperación de aguas azucaradas que usualmente se descartaban. Ahora, dichas aguas vuelven a ser utilizadas en el proceso de elaboración de jarabes, mejorando los indicadores de rendimiento de azúcar, agua y energía. Esta iniciativa se logró configurar como un proyecto de inversión dando un retorno inferior a tres años y se implementará en otras plantas de la compañía, donde los comités técnicos identifiquen oportunidades para reducción de mermas.

EN13

## Protección de áreas de influencia hídrica de la operación

El segundo frente de acción de la estrategia de actuación frente al recurso hídrico es la protección de áreas de influencia hídrica de la operación. A continuación se describen las principales acciones que se hicieron en 2015 para cumplir con este propósito de sostenibilidad.

### Fondos de agua

Postobón es socio de la corporación Cuenca Verde, una alianza público-privada creada en 2013 que ejecuta programas y promueve el cuidado de la protección de las cuencas abastecedoras de los embalses Riogrande II y La Fe, que proveen de agua a los municipios del Valle de Aburrá.

PROGRAMA	PROYECTOS
Cultura del agua	Planeación para fortalecer la gobernanza del agua Educación, capacitación y comunicaciones
Gestión del recurso hídrico y la biodiversidad	Restauración de ecosistemas Gestión del recurso hídrico Gestión de la biodiversidad Prácticas producción sostenible
Gestión de la información y el conocimiento	Valoración de los bienes y servicios ambientales Gestión interinstitucional
Monitoreo y seguimiento	Monitoreo y seguimiento hidrológico Seguimiento socioeconómico

Adicional a su participación en Cuenca Verde, Postobón tiene relación indirecta en Fondo de Agua por la Vida y la Sostenibilidad, en el cual tienen participación los ingenios azucareros de la Organización Ardila Lülle, los cuales son proveedores de Postobón. Este fondo es liderado por el sector azucarero por intermedio de Asocaña, y busca la protección de las cuencas Amaime, Bolo, Desbaratado, Nima, Tuluá, Buga, Riofrío, Zabaletas, Palo, Guabas y Fraile, ubicadas en el Valle del Cauca.

Los ejes de atención de este fondo son la educación ambiental, el manejo de áreas protegidas, el cercado de zonas sensibles, las prácticas silvopastoriles, la plantación de vegetación nativa y el mejoramiento de medios de subsistencia.

## Búsqueda de alternativas ante el cambio climático

En 2015 el cambio climático afectó la oferta hídrica del país. A raíz de esto, Postobón elaboró una matriz de riesgos de desabastecimiento para las fuentes de agua que emplea con el fin de enfocar mejor sus esfuerzos en la búsqueda de alternativas de adaptación a la variabilidad climática generada por situaciones como el fenómeno de El Niño, evitar la competencia por el uso en zonas donde el recurso podría llegar a ser escaso, enfocarse en el uso de aguas subterráneas, en la eficiencia y en el ahorro del recurso.

Asimismo, la organización trabajó en la reducción del consumo de aguas superficiales en zonas de alto riesgo de sequía, donde implementó acciones no solo de coyuntura sino de prevención para garantizar la sostenibilidad del recurso. Por ejemplo, en la planta de Postobón Yumbo se realizaron modificaciones a los sistemas de tratamiento para la potabilización del agua y así usar agua subterránea en vez de la de acueducto en épocas de sequía.

## Acceso social al agua

Con el ánimo de ser un buen vecino y consciente de las necesidades de acceso al agua de muchas poblaciones colombianas, Postobón desarrolló dos proyectos en 2015.

### Fondo de Agua Fuente de Vida de Malambo

Uno de los principales centros de producción de Postobón se encuentra en el municipio de Malambo, Atlántico. Allí, a pesar de que es un territorio con dos fuentes de agua importantes, el Río Magdalena y la ciénaga de Malambo, las condiciones económicas impiden que los hogares se conecten al servicio regular de acueducto por el costo que representa tener una acometida<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Es la derivación de la red local del servicio respectivo que llega hasta el registro del corte o contención del inmueble.

Entendiendo esta situación, Postobón, Empresas Públicas de Medellín (EPM) y Pepsico, interesadas en desarrollar las comunidades de sus zonas de influencia, constituyeron el fondo de agua Fuente de Vida de Malambo, que tiene como objetivo facilitar el acceso al servicio de agua potable de forma normalizada a hogares de los estratos 1, 2 y 3, entregando acometidas domiciliarias a clientes residenciales bajo un esquema de subsidio y financiación. A esta alianza, se sumaron las fundaciones EPM y Acesco, y la empresa Watertech, esta última con el aporte de los medidores. La meta es conectar formalmente al sistema a 5.660 familias.

Durante 2015 se avanzó en la formulación detallada del proyecto y la formalización del acuerdo de constitución del fondo, y se hizo entrega de los primeros aportes por parte de cada uno de los aliados.

En 2016 iniciará la construcción de las acometidas, que deberán ser terminadas antes de finalizar el año. Vale la pena resaltar que gracias a la sumatoria de esfuerzos por parte del fondo y el gobierno departamental y local, se podrá lograr un cubrimiento del 100% del municipio.

### Litros que Ayudan

En alianza con la Cruz Roja Colombiana y con el apoyo de la firma de comercio electrónico Place to Pay, se lanzó el programa Litros que Ayudan, una plataforma virtual ([www.litrosqueayudan.com](http://www.litrosqueayudan.com)) en la cual los colombianos pueden hacer donaciones de agua destinadas a atender emergencias por desabastecimiento en el país.

Litros que Ayudan es una herramienta confiable y práctica donde las donaciones ingresan a una gran bolsa de ayuda que es transformada por Postobón en litros de agua, aprovechando su experiencia y capacidad de producción y distribución en diferentes partes del país. Adicional a esto, la compañía aporta un 25% más de agua por cada litro que se done haciendo que la cantidad a entregar sea mayor.

En 2015, Litros que Ayudan recaudó un total de 43.612 litros de agua, de los cuales 10.890 fueron aportados por 325 donantes y 32.722 por Postobón (con un aporte inicial en agua de \$30 millones). El programa atendió ocho emergencias, beneficiando a 15.000 personas en Salgar, Tumaco, Puerto Asís, Yopal, Espinal Tolima, Cúcuta y Paraguachón, en la Guajira.

Hoy, Cruz Roja Colombiana considera a Litros que Ayudan como una herramienta integrada al Sistema Nacional de Atención de Emergencias.



## ¿Cómo funciona Litros que Ayudan?



## Gestión integral de residuos

La naturaleza del negocio de Postobón hace que la gestión de envases y empaques tenga una relevancia especial. Además de garantizar que los productos lleguen en condiciones óptimas al consumidor final, la organización está comprometida con la generación de un menor impacto ambiental. La gestión integral de los residuos en Postobón abarca el manejo de los residuos post consumo y de los residuos industriales.

### Envases y empaques sostenibles

La compañía diseña y reconfigura sus envases y empaques hacia un enfoque de ciclo de vida, propendiendo por ciclos circulares, dándole prioridad al uso de materias primas provenientes de fuentes renovables, reincorporando material reciclado, optimizando el aprovechamiento de los materiales y fomentando el reuso y el reciclaje.

Los principales materiales utilizados en los envases de Postobón y que componen la mayor parte del portafolio son vidrio, PET y tetra pak. Las iniciativas lideradas en 2015 buscaron mejorar el desempeño ambiental de los envases a través de la utilización de material reciclado, el mejoramiento del perfil de reciclabilidad y el aligeramiento de los mismos.

Las iniciativas de Postobón frente a post consumo se alinean a los esquemas de responsabilidad extendida al productor que busca proponer el Ministerio de Medio ambiente de cara al ingreso a la OCDE.

### Envases retornables

Dentro de los objetivos de compañía está el de revertir la tendencia decreciente del uso del retornable en el mercado, promoviendo en el consumidor la preferencia por este tipo de presentaciones por medio de acciones que le recuerden los beneficios que trae la retornabilidad para el ambiente y su propia economía, entre otros.

### Disminución de peso en material de empaque vidrio

Postobón tiene como propósito aligerar entre un 8% y un 20%<sup>7</sup>, el 80% de los envases de vidrio retornable y no retornable para todas las categorías de bebidas con el fin de optimizar el uso de la materia prima, generar ahorros económicos y contribuir con el medio ambiente.

Durante 2015, se realizaron pruebas para el envase de 350 ml en la marca Pepsi el cual se aligeró 13 gramos, que corresponde al 3,7% del peso total del envase, asegurando que presentara un buen comportamiento en toda la cadena logística.

<sup>7</sup>Este porcentaje de aligeramiento depende directamente del tipo de envase.

<sup>8</sup>Gránulos de PET reciclados, cristalizados, de alta viscosidad y bajo acetaldehído. La resina EKOPET cuenta con las certificaciones sanitarias Invima en Colombia, FDA en los Estados Unidos y EFSA en la Unión Europea.

### Botellas PET

Las botellas de PET para bebidas carbonatadas y agua son 100% reciclables y se elaboran con 50% resina Ekopet<sup>8</sup> fabricada por la empresa Enka de Colombia, aliado estratégico de Postobón para el tema.

### Consumo de Ekopet

Entre enero y diciembre de 2015, Postobón consumió 4.004 toneladas de resina Ekopet que equivalen a:

- 120 millones de botellas recicladas.
- Beneficios para 2.831 personas del sector reciclador.
- Ahorro en energía comparable al consumo de 74.178 hogares.
- Una reducción en las emisiones de CO<sup>2</sup> equivalente a retirar de las calles 2.831 vehículos.

Para 2016, la organización tiene como propósito que todos los envases de las categorías de Aguas y en los envases de la marca Hit bebida con jugo contengan material Ekopet.

De igual forma, las plantas recolectan los tapones de botellón para recuperar el material y usarlo en la fabricación de soportes de botellones. En 2015, se logró recuperar el 34% del material recolectado, que fue utilizado en la fabricación de 29.725 soportes de botellón, equivalentes al 65% del total de botellones comprados en el año.

Adicionalmente, con el fin de apoyar la labor de los recicladores de oficio, Postobón entregó por medio de EkoRed, empresa vinculada a Enka y que se encarga de la gestión con los recicladores, 500 tulas que facilitan y hacen más eficiente la labor de estas personas y reducen la inversión que ellos deben hacer en su trabajo. Lo anterior les permite incrementar la cantidad de material recuperado y mejorar los ingresos. De estas tulas, 200 se entregaron en Medellín, 50 en Tumaco y 250 en Bogotá.

### Envases PET más ligeros

El aligeramiento de los envases brinda la misma experiencia en cuanto a calidad, desempeño, apariencia y capacidad de almacenamiento, con la ventaja de que hay un uso menor de materia prima y por tanto un mejor desempeño ambiental. Además, facilita el reciclaje pues los envases son más fáciles de compactar y ocupan menos espacio.





**120 millones  
de botellas  
recicladas**

**Beneficios para  
2.831 personas  
del sector reciclador**

**Ahorro en  
energía comparable al  
consumo de  
74.178 hogares**

La compañía trabaja permanentemente para reducir el uso de materiales en sus envases. Como resultado se registraron ahorros de \$831,6 millones en 2015 y un menor consumo de energía en las líneas de envasado.

#### **Etiquetas amigables con el medio ambiente**

Si una botella con etiqueta hecha en material de PVC o con densidad mayor a 1 gm/cm<sup>3</sup> se filtra durante el ciclo de transformación de las botellas de PET, la resina puede afectarse evitando su reciclabilidad.

En ese caso, el material tendría que disponerse para la fabricación de fibra y no para la producción de una nueva botella, que sería lo ideal dentro de las dinámicas de reciclaje basadas en ciclos de vida cerrados.

Por esta razón, Postobón se comprometió a favorecer la cadena de reciclaje buscando materiales para que las etiquetas tengan densidades menores a 1 gm/cm<sup>3</sup>, con el fin de que los restos de estas etiquetas se separen en el agua del material triturado de las botellas, facilitando así su identificación.

Por otra parte, Postobón se propuso eliminar el uso de etiquetas conocidas como full body que se hacen en material de PVC y reducir el impacto ambiental debido a que en su proceso de transformación forman sustancias organocloradas.

La compañía estandarizó en sus líneas de envasado el uso de material de PET para reemplazar el material de PVC en el etiquetado, bajo un proceso de cambio gradual sujeto a inventarios existentes. Además, adelanta investigaciones con materiales como poliestireno y poliolefina, los cuales pueden ser alternativas para el etiquetado.

#### **Reducción de material de empaque**

Tras identificar que no generaba beneficios adicionales a la seguridad del producto terminado, se eliminó el 100% de la precinta utilizada en los envases de Agua Cristal y Oasis en todas sus presentaciones. Con ello, la compañía disminuyó la cantidad de material requerido, minimizó tiempos perdidos por la aplicación de la precinta y generó ahorros del orden de \$94,3 millones en el año.

Esta modificación mejoró el proceso de reciclaje de las botellas pues a veces se veía afectado por restos del material que quedaban en las botellas luego de que el consumidor retirara la precinta.

Adicional a esto se sustituyó el 100% de la tapa plástica con liner<sup>9</sup> por tapa plástica liner less, para la línea Nitro Hot Filled (NHF) de Malambo. La compañía buscará esta implementación en todas las líneas NHF para el 2016.

## **Empaque de material de tetra pak**

Los envases hechos en material de tetra pak soportan el calor, se pueden transportar fácilmente y protegen los alimentos que se envasan con todas sus propiedades. El material principal de estos envases es el cartón, que se utiliza para dar rigidez al envase, sin añadir peso extra. Cuenta también con capas de polietileno, un plástico muy común, que permiten proteger el producto de la humedad externa, y, además, con una capa de aluminio que protege el producto del aire, de la luz y de otros sabores. El material está fabricado para que pueda reciclarse de la forma más fácil posible.

## **Mi Pupitre Postobón**

Mi Pupitre Postobón es un programa que nació en 2014 como alternativa para aumentar los volúmenes de recolección y reciclaje postconsumo del material de tetra pak, incentivando al consumidor por medio del impacto social que genera, gracias a que Postobón entrega mobiliario escolar que beneficia a miles de niños y niñas de instituciones educativas públicas, fabricado a base de dicho material transformado.

El material, elaborado por el emprendimiento Proplanet<sup>10</sup>, es altamente resistente y soporta la humedad y los cambios de temperatura. Además es 100% reciclable, asegurando ciclos cerrados de producción.

En 2015, el programa se llevó a cabo con recursos generados por las ventas de la marca Oasis y comprometidos en el convenio NJ015/2009 firmado entre Postobón, la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (Anspe) y Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), los cuales fueron puestos y ejecutados por Postobón en su totalidad.

Gracias a este programa, 29 instituciones educativas de los departamentos de Bolívar, Antioquia, Atlántico, Cesar, Santander, Guajira y Valle del Cauca, se beneficiaron con 6.410 piezas de mobiliario para aulas y bibliotecas, hechas en material reciclado de tetra pak, las cuales impactan a más de 20.000 estudiantes.

Para 2016 la compañía invertirá \$500 millones en mobiliario para nuevas instituciones. De igual forma, hará campañas de promoción y sensibilización en colegios e instituciones educativas para promover y generar conciencia sobre el reciclaje de material de tetra pak como herramienta para mejorar la calidad de la educación en Colombia.

## **Responsabilidad Extendida del Productor (REP)**

Como parte de los requisitos que Colombia debe cumplir para el ingreso de Colombia a la OECD<sup>11</sup>, el Gobierno Nacional busca implementar una norma de Responsabilidad Extendida del Productor (REP). Se trata de un enfoque de política ambiental en el que la responsabilidad del productor se extiende a la etapa postconsumo del ciclo de vida del producto.

Ante esta situación, Postobón conformó un equipo multidisciplinario para entender distintos escenarios, mejores prácticas y particularidades a nivel país e industria, y participa activamente con la ANDI y en diálogos coordinados con otras empresas, para aportar en la estructuración técnica y operativa del sistema, de forma que se pueda lograr el objetivo ambiental propuesto de manera costo-eficiente y costo-efectiva.

## **Aprovechamiento postindustrial<sup>12</sup>**

Postobón busca opciones para aumentar el porcentaje de los residuos que pueden ser aprovechados y valorizados, reduciendo la cantidad de los que son tratados o dispuestos.

En 2015 revisó y actualizó el esquema de clasificación de residuos, teniendo en cuenta las características de peligrosidad, tipos de materiales, subtipos de materiales y los potenciales de aprovechamiento, indicando, además, la gestión más adecuada para cada uno de ellos. A esto se suma que los residuos que no son aprovechados se disponen adecuadamente mediante tratamiento o envío a rellenos sanitarios o celdas de seguridad según sus características.

Los valores de aprovechamiento postindustrial fueron calculados con base en los residuos y desechos peligrosos y no peligrosos totales generados. Los porcentajes representan el valor de aquellos que han sido aprovechados en el año en todos los centros productores de Postobón. Los residuos que no han sido aprovechados son adecuadamente gestionados mediante tratamiento o disposición en relleno sanitario o celda de seguridad según sus características.

### **APROVECHAMIENTO POSTINDUSTRIAL DE RESIDUOS**

Porcentaje aprovechado 2014	81%
Porcentaje aprovechado 2015	79%

<sup>9</sup> Liner es el aro de seguridad que acompaña las tapas de botellas y que se separa en el momento de abrirlas.

<sup>10</sup> Es un emprendimiento social que propone soluciones de alto impacto y de cuidado para el planeta, aliado estratégico de Postobón

<sup>11</sup> Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

<sup>12</sup> Información ampliada sobre este tema se encuentra en la sección de sostenibilidad en [www.postobon.com](http://www.postobon.com)



**29 instituciones**  
impactadas

**6.410 piezas de**  
mobiliario entregado

**Más de 20.000**  
beneficiados



**EN23 APROVECHAMIENTOS ESPECÍFICOS DE RESIDUOS****RESIDUOS O DESECHOS NO PELIGROSOS**

Tipo de residuo	Descripción	Método de aprovechamiento	Aprovechamiento 2014 (%)	Aprovechamiento 2015 (%)
Orgánicos de origen vegetal y animal	Residuos de comida, poda jardín, afrecho de avena y pulpas	Compostaje	89,8%	65,7%
Vidrio con excepción del vidrio de los tubos rayos catódicos y otros vidrios activados	Vidrio transparente y verde generado por envases retornables y no retornables rotos o defectuosos	Reciclaje	100,0%	100,0%
Papel y cartón	Papel archivo generado en las oficinas y cartón de separadores deteriorados, cajas de productos y rollos en donde vienen envueltas las etiquetas	Reciclaje, reuso	100,0%	100,0%
Caucho	Llantas y neumáticos de vehículos	Reciclaje, reuso	100,0%	99,8%
Plástico	Botellas de PET, tapas plásticas, vasos desechables, bolsa de azúcar, canecas plásticas, pitillos, botellón de policarbonato, sunchos	Reciclaje, reuso	100,0%	100,0%
Madera	Residuos de madera de estibas, cajas de elementos de mantenimiento y de recepción de materia prima	Reciclaje, reuso	99,9%	100,0%
Metálicos en forma masiva o no dispersable, incluso los montajes de generación eléctrica (y chatarra), excluidos los de la lista RESPEL	Tapa corona, latas de empaque de producto, canecas y otros metálicos	Reciclaje, reuso	100,0%	100,0%
Demás residuos o desechos metálicos o que contengan metales, excluidos los metales de forma masiva y los de la lista RESPEL	Partes o retales metálicos generadas en montajes y/o cambio de piezas	Reciclaje, reuso	100,0%	100,0%
Minerales no clasificados previamente	Lodos de planta de tratamiento de agua potable, carbón activado y tierras diatomeas	Compostaje, reciclaje, reuso	83,8%	95,1%
Lodos de tratamiento de aguas residuales industriales, excluidos los de la lista RESPEL	Lodos deshidratados del proceso de lodos activados	Compostaje	100%	100,0%



## APROVECHAMIENTOS ESPECÍFICOS DE RESIDUOS

### RESIDUOS O DESECHOS NO PELIGROSOS

Tipo de residuo	Descripción	Método de aprovechamiento	Aprovechamiento 2014 (%)	Aprovechamiento 2015 (%)
Montajes eléctricos y electrónicos de desecho o restos de éstos que contengan componentes como acumuladores y otras baterías incluidos en la lista A, interruptores de mercurio, vidrios de tubos de rayos catódicos y otros vidrios activados y capacitadores de PCB	Chatarra eléctrica y electrónica	Reciclado o recuperación de metales y compuestos metálicos, recuperación de componentes utilizados para reducir la contaminación	67,9%	91,1%
Desechos resultantes de la producción, preparación y utilización de tintas, colorantes, pigmentos, pinturas, lacas o barnices	Envases de pinturas - Envases contaminados con tintas	Reciclado o recuperación de metales y compuestos metálicos	18,8%	19%
Desechos resultantes de la producción, preparación y utilización de resinas, látex, plastificantes o colas y adhesivos	Envases de resinas o pegantes	Reciclado o recuperación de metales y compuestos metálicos	40,3%	37%
Desechos de carácter explosivo que no estén sometidos a una legislación diferente	Envases con residuos de gas	Reciclado o recuperación de metales y compuestos metálicos	76,7%	No fue necesario aprovecharlos y se dispusieron de acuerdo con la norma ambiental
Desechos que tengan como constituyentes: Cadmio, compuestos de cadmio	Baterías recargables y pilas	Recuperación de componentes utilizados para reducir la contaminación	10,3%	10,9%
Desechos que tengan como constituyentes: Mercurio, compuestos de mercurio	Tubos de lámparas fluorescentes	Reciclado o recuperación de metales y compuestos metálicos	45,5%	61%
Desechos que tengan como constituyentes: Plomo, compuestos de plomo	Baterías (plomo-ácido) para automotores	Reciclado o recuperación de metales y compuestos metálicos	90,6%	84,2%
Desechos de aceites minerales no aptos para el uso a que estaban destinados	Filtros de aceites, lubricantes usados y aceites lubricantes usados	Utilización como combustible (que no sea en la incineración directa) u otros medios de generar energía, reciclado o recuperación de metales y compuestos metálicos	46,3%	45,9%

## Material asociado a la flota logística

Postobón hace una gestión responsable de los residuos de materiales asociados a la flota logística como llantas, aceites y grasas, baterías, filtros, sólidos contaminados, lodos, cartón y chatarra.

### Llantas

Los residuos metálicos de las llantas son chatarrizados y el caucho es triturado para ser usado posteriormente en asfaltos, elaboración de productos industriales como antideslizantes y en la construcción de canchas sintéticas.

LLANTAS			
2014		2015	
Cant. Residuos	% aprovechado	Cant. Residuos	% aprovechado
1.100 un	100%	1.300 un	100%

### Aceites y grasas

Los aceites y las grasas son utilizados luego de su uso como combustibles para hornos y calderas industriales y producción de jabones, o, en su defecto, son enviados a celdas de seguridad.

ACEITES Y GRASAS			
2014		2015	
Cant. Residuos	% aprovechado	Cant. Residuos	% aprovechado
28.922 Kg	97,54%	31.462 Kg	97,40%

### Baterías

Las baterías son devueltas a los proveedores en la mayoría de los casos o vendidas a empresas interesadas en reciclarlas para obtener y producir nuevas baterías.

BATERÍAS			
2014		2015	
Cant. Residuos	% aprovechado	Cant. Residuos	% aprovechado
270 un	100%	300 un	100%





## Sólidos contaminados

Debido a que se consideran residuos peligrosos, los sólidos contaminados son incinerados. En 2014, se produjeron 1.500 kilogramas de sólidos contaminados y en 2015, se produjeron 1.700 kg.

## Lodos

En 2014 se generaron 238 kg de lodos, mientras que en 2015 se produjeron 280 kg. Los lodos son tratados con cales y neutralizadores con el fin de prevenir reacciones futuras. Posterior a este proceso, son llevados a una celda de seguridad aprobada por las autoridades ambientales.

## Filtros

Los filtros de aceite y combustible, luego de ser descontaminados, son chatarrizados. Mientras que los filtros de aire son incinerados.

FILTROS			
2014		2015	
Cant. Residuos	% aprovechado	Cant. Residuos	% aprovechado
1.085 un	83%	1.260 un	83%

## Cartón

El cartón es el material de empaque de los repuestos que usa la compañía en sus operaciones. En general, es reciclado, pero si se contamina en los talleres al contacto con elementos peligrosos, es incinerado.

CARTÓN			
2014		2015	
Cant. Residuos	% aprovechado	Cant. Residuos	% aprovechado
2.100 Kg	100%	2.300 Kg	100%

## Chatarra

La chatarra es vendida para reprocesamiento y obtención de elementos nuevos.

CHATARRA			
2014		2015	
Cant. Residuos	% aprovechado	Cant. Residuos	% aprovechado
26.000 Kg	100%	28.000 Kg	100%

## Consumo de energía y gestión de emisiones<sup>13</sup>

Postobón se enfoca en estrategias que permitan reducir el consumo de energía asociado a la operación y minimizar el impacto ambiental negativo que pueda derivarse vía emisiones de gases de efecto invernadero.

EN3

### Consumo de energía en la operación

Los consumos eléctricos incluyen equipos de producción, iluminación, oficinas y montacargas eléctricos. Los consumos de combustibles incluyen consumos de calderas, hornos, estufas, generadores y montacargas, entre otros. El consumo de energía eléctrica, desde 2013 a 2015 ha crecido en 28,1%. Mientras que el consumo de energía térmica solo ha crecido 3,26%. Aunque la tendencia muestra un incremento en los consumos de energía eléctrica y térmica en Postobón, lo cual es consistente con crecimiento y transformación de Postobón, el indicador de eficiencia en el uso de energía eléctrica mejoró frente a los últimos dos años; lo que quiere decir que se fue más eficiente por caja unitaria de bebidas producida.

### Intensidad energética

EN5

El indicador de rendimiento de energía eléctrica, que mide el número de cajas unitarias producidas por cada Kwh de energía eléctrica, se calcula mensualmente en todas las plantas<sup>14</sup>.

EN3, EN6 CONSUMO DE ENERGÍA EN MEGA WATTS (MWh)			
Consumo	2013	2014	2015
Electricidad	89.513	102.830	114.664
Gas natural	158.686	161.976	163.093
Fuel oil	-	-	-
Diesel	7.337	8.224	6.697
Energías renovables	-	-	-
Propano	12.748	14.141	14.652
Gasolina	831	675	1.014
<b>TOTAL</b>	<b>269.116</b>	<b>287.847</b>	<b>300.121</b>

EN3, EN6 CONSUMO DE ENERGÍA TÉRMICA EN MEGA WATTS (MWh)			
Consumo	179.603	185.017	185.456

<sup>13</sup> Los datos reportados corresponden a la sumatoria de los totales de los centros de producción de Postobón: Gaseosas Colombianas Sur, Gaseosas Colombianas Centro, Gaseosas Lux Bogotá, Gaseosas Lux Villavicencio, Postobón Bello, Postobón Cartagena, Postobón Dosquebradas, Postobón Malambo, Postobón Medellín, Postobón Santa Marta, Postobón Yumbo, Postobón Pereira, Gaseosas de Córdoba-Mariquita, Gaseosas de Córdoba-Villavicencio, Gaseosas de Córdoba-Neiva, Gaseosas de Córdoba-Pasto, Gaseosas de Córdoba-Chigorodó, Gaseosas de Córdoba-Montería, Hipinto Cúcuta, Hipinto Duitama, Hipinto Piedecuesta, Hipinto Valledupar

**CONSUMO ENERGÉTICO EN KILO JULES (KJ)**

Consumo	2103	2014	2015
Electricidad	322.246.265.180	370.188.976.248	412.791.645.420
Gas natural	571.271.371.747	583.112.856.956	587.133.379.768
Fuel oil	-	-	-
Diesel	26.413.591.566	29.607.250.192	24.110.788.767
Energías renovables	-	-	-
Propano	45.892.935.378	50.909.149.858	52.746.495.700
Gasolina	2.993.109.828	2.430.955.705	3.651.636.697
<b>TOTAL</b>	<b>968.817.273.699</b>	<b>1.036.249.188.960</b>	<b>1.080.433.946.352</b>

El rendimiento de energía eléctrica total país acumulado 2015 fue de 3,36 cajas unitarias producidas por cada Kwh de energía eléctrica consumida, superando en 0,11 cajas unitarias el rendimiento obtenido en 2014.

La compañía, además, mide el rendimiento de energía térmica siguiendo el mismo método del indicador anterior. Este abarca los combustibles consumidos para generación de energía térmica al interior de los centros de producción, sin incluir los consumos por montacargas ni camiones.

**Incremento de eficiencias generación de vapor**

Gaseosas Lux Bogotá es uno de los principales centros productores de la compañía. Por tanto, toda acción para mejorar la eficiencia energética en esta planta impactará positivamente el indicador de rendimiento energético general.

Por ese motivo, se hizo el cambio una caldera que presentaba baja eficiencia por antigüedad. La caldera nueva es de la misma capacidad, pero con una eficiencia 8% superior a la anterior. Con esto, se logró un control preciso de la mezcla aire/combustible, obteniendo disminuciones en el consumo de gas natural.

Adicionalmente, aumentó la confiabilidad del sistema de generación de vapor y se disminuyó el consumo de agua, la temperatura de los gases de salida por la chimenea y las emisiones contaminantes.

14 Para determinar el total año, se divide el número de cajas unitarias del año entre el consumo de energía eléctrica en Kw-h total año.

**EN5 INTENSIDAD ENERGÉTICA\***

Descripción	2013	2014	2015
Rendimiento energía eléctrica	3,33	3,25	3,36
Rendimiento energía térmica	1,66	1,82	2,06
<b>TOTAL</b>	<b>4,99</b>	<b>5,07</b>	<b>5,43</b>

\* Cajas unitarias producidas por cada Kwh de energía eléctrica consumida.

**Ampliación de subestaciones eléctricas**

En las plantas de Gaseosas de Córdoba Neiva y Postobón Cartagena se ampliaron y renovaron las subestaciones eléctricas con el fin de soportar el crecimiento de infraestructura y operaciones. Con esto, hubo disminución en el consumo de energía.

También se reemplazaron transformadores antiguos que tenían aislamiento en aceite, los cuales pueden contener PCB que son compuestos tóxicos y peligrosos para el medio ambiente. La disposición final de estos equipos se realizó por medio de una entidad ambiental legalmente constituida.

**Aseguramiento del suministro de energía eléctrica y combustibles**

Con el fin de lograr las mejores condiciones económicas dadas por el mercado eléctrico colombiano y asegurar el suministro a



los principales centros productores de la compañía, Postobón estableció contratos con empresas como EPM y Ecopetrol, legalmente registradas para comercialización de energía eléctrica y combustibles.

Adicional a esto, Postobón participa en los comités de mejora de la regulación eléctrica y de gas, que son realizados por la ANDI y la CREG.

La compañía aprovecha también los incentivos económicos otorgados por las empresas comercializadoras para ejecución de mantenimientos preventivos, estudios de calidad de energía y capacitación en gestión energética.

En 2016 se realizarán mantenimientos preventivos de las subestaciones eléctricas que lo requieran y se desarrollarán estudios de calidad de energía en varias plantas. Adicionalmente, se adelantarán proyectos de generación eléctrica con fuentes renovables.

De otro lado, Postobón en cada nuevo proyecto, busca oportunidades para reemplazar con tecnologías de punta, equipos y componentes obsoletos, así como automatizar procesos para trasiego de materia prima, insumos industriales y agentes químicos para limpieza.

Vale la pena destacar que la compañía usa y renueva permanentemente componentes y equipos de alta precisión como compresores y sistemas de purificación de aire, automatizadores de procesos, y condensadores de refrigeración, entre otros, que aportan significativamente a la eficiencia no solo productiva, sino también energéticas.

### **Incremento de eficiencia mecánica en plantas**

Postobón cuenta con un tablero de indicadores técnicos enfocado en productividad, calidad, costos y rendimientos, del cual hace parte el indicador de eficiencia mecánica <sup>15</sup>.

En las principales plantas productoras se creó la figura del Plañeador de mantenimiento, para lo cual se capacitaron a las áreas encargadas en la creación de planes, estableciendo además un indicador llamado índice de planes de mantenimiento.

La eficiencia mecánica total de la compañía creció más de un punto porcentual sobre el objetivo trazado en 2014. Plantas productoras como Postobón Bello, Postobón Cartagena y Gaseosas Lux Villavicencio tuvieron una variación de más de cinco puntos respecto al acumulado 2014. Estos resultados impactan positivamente el aprovechamiento de recursos humanos, energéticos y naturales.

Aunque en 2015 la eficiencia mecánica total de la compañía mejoró en comparación a la meta del 2014, es claro el

compromiso de Postobón con el mejoramiento de este indicador, para lo cual se trabajará fuertemente en lograr con consistencia su cumplimiento mensual. Para conseguirlo, se hará seguimiento a la operación mediante auditorías técnicas y observación permanente de los cronogramas de mantenimientos mayores y actividades de mantenimiento semanal.

Adicionalmente, el programa de entrenamiento de operarios se extenderá a otros centros de trabajo para garantizar un mayor conocimiento técnico-operativo y reducir los tiempos de falla.

## **Repotenciación de neveras**

Con una inversión de \$5.973 millones, Postobón repotenció el 48 % de los equipos de frío próximos a ser dados de baja, extendiendo así la vida útil de 5.204 neveras, evitando así su desecho.

Para 2016 se planteó una meta de repotenciación equivalente al 11% del total de equipos que Postobón tienen en el mercado.

## **Gestión de emisiones por producción**

Para el cálculo de los gases de efecto invernadero (GEI) se utiliza la herramienta FECOC 2015-Factor de Emisión para los Combustibles Colombianos - desarrollada por UPME en conjunto con ACCEFYN. Esta herramienta, puede ser encontrada en el sitio web [www.upme.gov.co](http://www.upme.gov.co)<sup>16</sup>.

### **Ejemplos de programas implementados:**

#### Programa de Gestión emisiones atmosféricas contaminantes

Se realizaron estudios de evaluación de emisiones generadas por las fuentes fijas de las plantas de Postobón Medellín, Gaseosas de Córdoba Chigorodó, Gaseosas de Córdoba Pasto, Postobón Pereira, Hipinto Piedecuesta y Gaseosas Colombinas Centro, según las frecuencias de medición resultantes de los monitoreos realizados en años anteriores.

Los resultados obtenidos fueron los esperados en calidad de emisiones, garantizando el cumplimiento de los parámetros establecidos por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Adicional a esto, se implementaron mejoras a partir del cambio de combustible fósil líquido a gas natural en el 90% de las plantas. En las restantes, a pesar de la no disponibilidad de este tipo de combustible, los resultados de emisiones son adecuados con base en el control y la gestión de su mantenimiento.

<sup>15</sup> Mide el rendimiento de la línea a partir del desempeño de los equipos. Indica que tan bien se está realizando el mantenimiento.

%Eficiencia mecánica= Producción neta / Velocidad (Tiempo producción-Tiempo extramecánico ) \*100

### EN15 EMISIONES DIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EN TONELADAS DE CO<sup>2</sup> (ALCANCE 1)

Descripción	2013	2014	2015
Gas natural	5.296,01	5.405,78	5.443
Diesel	1.014.360	1.137.006	925.926
Propano	39.268,80	43.560	45.133
Gasolina	421.237	42.122	513.915
Emisiones fugitivas (perdidas de CO <sub>2</sub> )	601	390	1.717
<b>Total de emisiones</b>	<b>1.480.764</b>	<b>1.528.486</b>	<b>1.492.135</b>

### EN16 EMISIONES INDIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO AL GENERAR ENERGÍA (ALCANCE 2)

Descripción	2013	2014	2015
Electricidad	14.859,13	17.069,83	19.034,28
<b>Total de emisiones</b>	<b>14.859,13</b>	<b>17.069,83</b>	<b>19.034,28</b>

## Flota de vehículos

Una de las grandes fortalezas de Postobón está en su capacidad logística y de distribución. La compañía cuenta con dos sistemas de distribución. El primero, conocido como sistema de distribución primaria se encarga de la logística entre las centros productores y los centros de distribución y está conformado por vehículos de gran capacidad de carga. El segundo, es el sistema de distribución secundaria, el cual se encarga de la entrega de los productos del portafolio a los diferentes canales de ventas que tiene la compañía.

Siendo consecuentes con la relevancia que el sistema de transporte tiene para la compañía, se hacen grandes esfuerzos para mejorar su gestión, optimizar los recursos, introducir mejoras y llevar a cabo todo tipo de proyectos e iniciativas que impacten positivamente la capacidad de la flota, los recursos que consume y los efectos relacionados a su operación.

- **Flota Primaria:** aunque la flota de transporte crece anualmente, las toneladas equivalentes de CO<sup>2</sup> por vehículo permanecen sin variación (96 toneladas equivalentes vehículo año). La metodología usada es la planteada en el

<sup>16</sup> [www.upme.gov.co/calculadora\\_Emisiones/aplicacion/calculadora.html](http://www.upme.gov.co/calculadora_Emisiones/aplicacion/calculadora.html)

Manual Transporte Limpio, enfoque huella de carbono para el subsector transporte terrestre automotor de carga. Los datos corresponden al total de la flota y mes a mes se realiza seguimiento a las variaciones.

- **Flota Secundaria:** para realizar el cálculo, se hace una estimación del consumo anual de combustible, el cual es de 1.872 galones/año.<sup>17</sup>

Las toneladas de CO<sup>2</sup> equivalentes de la flota en el período 2014-2015 tuvieron un incremento del 17%. Sin embargo, al establecer las toneladas de CO<sup>2</sup> equivalente por vehículo en el mismo período, el incremento fue de 6,4%.

Al comparar las toneladas CO<sup>2</sup> equivalentes por vehículo en el período 2013-2015, se encuentra una reducción de una tonelada.

Esta variación se presenta por el ingreso de vehículos nuevos a la flota de distribución, al igual que la menor participación de la flota de Chevrolet Kodiak con motores mecánicos y de mayor antigüedad.

- **Vehículos livianos y especiales:** las toneladas de CO<sup>2</sup> equivalente en el período 2014-2015, pasaron de 1.467 a 1.408 toneladas, reduciéndose en 4%.



## EN30 EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI) ASOCIADAS AL TRANSPORTE EN TONELADAS CO<sub>2</sub>e

2013				2014			2015		
Tipo de transporte	Equipos	Ton CO <sub>2</sub>	Ton CO <sub>2</sub> e/veh	Equipos	Ton CO <sub>2</sub>	Ton CO <sub>2</sub> e/veh	Equipos	Ton CO <sub>2</sub>	Ton CO <sub>2</sub> e/veh
Flota primaria EDINSA	155	14.875	96	165	15.786	96	180	17.292	96
Flota secundaria	1.242	20.966	17	1576	22.364	15	1.667	26.166	16
Veh. livianos y especiales	327	1.435	4.4	337	1.467	4.4	395	1.408	3.6
Montacargas gasolina	50	1050	21	63	1383	22	82	1.542	19
Montacargas GNV	34	997	29	34	706	21	34	733	22
Montacargas GLP	172	2.524	15	185	2.852	15	189	3.175	17
<b>Total de emisiones</b>		<b>43.860</b>	<b>182</b>		<b>46.572</b>	<b>173</b>		<b>52.331</b>	<b>173</b>

Al revisar las toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente por vehículo, se pasó de 4,4 toneladas en 2014 a 3,6 toneladas de CO<sub>2</sub> en 2015, logrando una disminución del 18,11%.

La variación se presenta por la renovación de la flota de transporte de vehículos livianos y especiales.

- Montacargas a gasolina: las toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub> se incrementaron en 19,1% en el período 2014-2015, debido al ingreso de montacargas en alquiler que operan con gasolina para atender los volúmenes de carga generados en el último trimestre del año.

## EFICIENCIA DE LA FLOTA PRIMARIA EN LA GESTIÓN DE EMISIONES

### TONELADAS DE CO<sub>2</sub>E POR KM RECORRIDO

2014 km/año	CO <sub>2</sub> e/km	2015 km/año	CO <sub>2</sub> e/km	Reducción
14.243.056	0,001108	16.241.994	0,001065	3,94%

Al revisar la generación de CO<sub>2</sub> por equipo se puede observar que las emisiones disminuyeron en 16,55%. Esto se presenta porque los montacargas que ingresaron en alquiler operan con motor electrónico mientras que las unidades que la compañía tiene son montacargas con motor mecánico.

Aunque se presenta un incremento del 12,4% en las emisiones de CO<sub>2</sub> equivalente en el período 2014-2015 a raíz del mayor número de viajes realizado por la flotas primaria y secundaria y, por consiguiente, un aumento en el consumo de energía fósil como ACPM, existe una serie de iniciativas enfocadas a estabilizar inicialmente las emisiones de CO<sub>2</sub> y posteriormente disminuirlas.

<sup>17</sup> Se realiza estimación porque el consumo de combustible es asumido por las zonas de distribución y no existe información real consolidada de consumo de combustible. Actualmente se está desarrollando un proyecto con Terpel para consolidar la información de consumo diario de combustible de la flota en estación de servicio.

## Programa profesionalización de conductores

Desde hace tres años Edinsa<sup>18</sup> desarrolla el programa de profesionalización de sus conductores de la flota primaria. Adicional a contribuir con el desarrollo humano y laboral del personal, este programa ha logrado disminuir el consumo de combustible por kilómetro recorrido pasando de 6,12 Kms/galón en 2012 a 7,07 Kms/galón en 2015, lo cual implica un crecimiento en el rendimiento del combustible del 15,52%.

Lo anterior, además de significar ahorros asociados al gasto, se traduce una reducción de las toneladas equivalentes de CO<sup>2</sup> enviadas al ambiente:

A partir de 2016, el programa ampliará su cobertura a los conductores de flota secundaria o de distribución urbana, dentro de la ejecución del plan Estratégico de Seguridad Vial<sup>19</sup>.

## Configuración adecuada de los equipos de transporte

La iniciativa hace referencia a configurar los camiones de la flota primaria y secundaria según la aplicación específica permitiendo optimizar el uso del equipo y logrando menores costos de operación y mantenimiento a partir de la utilización adecuada de la capacidad de los vehículos.

Con el paso de configuraciones de equipos C3S3 a C2S3<sup>20</sup>, se logró una reducción del 36% en el consumo de combustible por camión en las rutas de Iberplast<sup>21</sup> a las plantas ubicadas en Bogotá, al igual que menores costos de operación.

En la flota secundaria el uso de transmisiones automáticas ha permitido operar los vehículos dentro de los rangos adecuados de revoluciones por minuto, lo cual garantiza menor consumo de combustible.

## Extensión de vida útil de materiales y componentes

Basados en la búsqueda de ecoeficiencia, la compañía adelanta iniciativas sobre el manejo, la optimización y la durabilidad de diferentes componentes y materiales constitutivos de la flota de vehículos.

El proyecto Signum es un programa de mantenimiento preventivo a partir del seguimiento a muestras tomadas en cada intervalo de tiempo. Este proyecto está siendo implementado por Postobón desde 2008 tanto en flota primaria como secundaria. Como resultado, los lubricantes y filtros que antes se cambiaban cada 15.000 kilómetros, hoy se cambian cada 25.000 kilómetros, logrando así que la vida útil de los aceites haya aumentado 67%.

<sup>18</sup> Empresa filial de Postobón, operadora de la flota de vehículos para distribución y prestadora de servicios de transporte.

<sup>19</sup> Por medio del Plan de Seguridad Vial se busca una aproximación a la ISO36000, logrando reducir riesgo vial y la accidentalidad, impactando positivamente en la movilidad como resultado de la creación de cultura vial.

<sup>20</sup> Un tractocamión C3S3 cuenta con tres ejes con semirremolque de tres ejes. Por su parte, un tractocamión C3S2 cuenta con tres ejes con semirremolque de dos ejes.

<sup>21</sup> Filial de Postobón que suministra material y empaques de plástico

## CONTROL DE EMISIONES-PROGRAMA PROFESIONALIZACIÓN DE CONDUCTORES

Año	Ton CO <sup>2</sup> e	km/año	Ton CO <sup>2</sup> e/km	Reducción
2012	13.317	10.217.748	0,001303	18,3%
2015	17.292	16.241.994	0,001065	

De igual forma, se desarrolla un piloto en la flota primaria que busca extender la vida útil del aceite con el uso de filtros Trabold para llegar hasta 80,000 kilómetros. A la fecha, se han obtenido muestras con rendimientos cercanos a los 50,000 kilómetros.

La adquisición de llantas se hace con base en la expectativa de durabilidad y su nivel de reencauchabilidad (que pueda ser renovada con la misma carcasa más de dos veces). Actualmente, en la flota primaria de transporte pasó de una vida útil por llanta de 0,5 a 1,8, es decir, una llanta que es adquirida nueva se está reencauchando casi dos veces.

## Desarrollo de prototipos

Buscando aumentar las toneladas transportadas y disminuir el peso de los equipos, se comenzó la utilización de carrocerías de materiales más livianos conformados por mezclas de acero-aluminio, mezclas de polímeros, aluminio 100% y otros materiales.

En 2015 se iniciaron operaciones con una carrocería prototipo de marca Utility Romarco con una capacidad 8,82% mayor que los vehículos estándar usados a la fecha (37 toneladas) para la ruta Incauca<sup>22</sup> -Postobón Bello. Esto significa que por cada 11 viajes de la carrocería, se realiza un viaje más que con una carrocería estándar.

Actualmente, se desarrolla un vehículo **bitrain**<sup>23</sup> para el transporte de bebida en la ruta Yumbo-Dosquebradas, que permitirá transportar 62 estibas en lugar de 34 estibas por viaje, realizando 1,82 viajes más que un tráiler convencional.

## Transporte Multimodal (rio-terrestre)

Con la habilitación de la navegabilidad por el río Magdalena, principal afluente hídrico de Colombia, comenzó la implementación del transporte de carga por esta vía desde los puertos del Caribe (Cartagena y Barranquilla) hasta el puerto de Barrancabermeja y viceversa.





**RESPETAMOS LAS NORMAS**  
PARA PRESERVAR EL ORDEN  
*Y LA INSTITUCIONALIDAD*

Para Postobón, esto significa menor consumo energético, ahorros en costos de transporte del 15% y menores emisiones de CO<sup>2</sup> equivalente por disminución del consumo de combustible, al sustituir el número de viajes que se realiza entre Cartagena y Bogotá.

#### Antigüedad y renovación de la flota

Un asunto importante para Postobón es el ahorro de combustible no solo por temas económicos sino también por el compromiso con el medio ambiente. Esto ha llevado a que la renovación de la flota de vehículos sea permanente buscando eficiencias. Un ejemplo de esto, es la sustitución del 21% de montacargas de combustión interna por montacargas operadas con gas licuado y eléctricas.

### Apoyo a emprendimiento ambiental-Eco-Reto

Postobón apoyó en 2015 el Eco-Reto en Colombia, facilitando oportunidades para talentosos jóvenes emprendedores que con sus ideas y acciones innovadoras logran desarrollar soluciones a problemáticas ambientales relacionadas con agricultura sostenible, reciclaje PET, acceso al agua y el desarrollo de apps de conciencia eco-amigable.

En 2015 se presentaron 500 iniciativas colombianas, 190 más que en 2014.

Este programa es organizado por el Young Americas Business Trust (YABT), PepsiCo y la Organización de los Estados Americanos con el auspicio de CBC en Centroamérica y Postobón en Colombia.



#### Retos 2016

- Mejorar y optimizar los procesos de tratamiento de agua para el aumento en la eficiencia operativa y así, reducir en un 12% el índice de consumo de agua por litro de bebida producida.
- Dar continuidad a la metodología Pensar el agua.
- Iniciar la construcción de las acometidas del Fondo Fuente de Vida Malambo.
- Alcanzar el 100% de material Ekopet para los envases de las categorías de aguas, gaseosas y en los envases de la referencia de la marca Hit bebida con jugo.
- Fomentar la venta de productos en envase de vidrio y PET retornable.
- Migrar el 60% de las etiquetas full body a material de PET, asegurando su óptimo desempeño en la cadena.
- Continuar con el programa Mi Pupitre, con una inversión de \$500 millones en mobiliario y hacer sensibilizaciones en colegios e instituciones educativa sobre el reciclaje como herramienta para invertir en educación.
- Racionalizar el consumo de energía en los centros productores y reducir costos energéticos por caja producida.

**Creación  
metodología  
propia de  
gestión del  
agua** (pensar el agua)

**Habilitación  
transporte  
por el Río  
Magdalena**

**Mejoramiento  
indicador  
consumo  
de agua por  
litro bebida  
producida**

**Creación  
programas  
de gestión  
del agua con  
fines sociales**  
(Litros que Ayudan)

<sup>22</sup>Proveedor de insumos de azúcar, ubicado en el norte del departamento de Cauca.

<sup>23</sup> Los bitrenes son vehículos de alta tecnología que están diseñados para poder llevar más carga que uno convencional, agregando dos o más remolques articulados





- Desarrollar estudios de calidad de energía, adelantar proyectos de generación eléctrica con fuentes renovables y ampliar las subestaciones de energía de por lo menos tres centros productores.
- Repotenciar el 11% del total de equipos de frío que Postobón tienen en el mercado.
- Aplicar mecanismos de carpooling y viajes en medios de transporte sostenibles, en diferentes centros de trabajo.
- Aumentar la eficiencia en el uso de combustible en la flota primaria aprovechando nuevos camiones bajo configuración C2S3.
- Pasar de una vida útil de 1,8 a mínimo 2 reencauches de las llantas de la flota de distribución primaria e implementar la iniciativa en la flota secundaria, esperando iniciar con una vida útil mínimo de un reencauche.
- Optimizar los sistemas de información con el fin de dimensionar adecuadamente las necesidades de los vehículos para cada centro de trabajo, teniendo como punto de partida la información real de la capacidad de la flota de vehículos y la demanda de los clientes.





Postobón



CADENA DE VALOR  
SOSTENIBLE E INCLUSIVA





En Postobón, las prácticas de adquisición, el desarrollo de productos y las relaciones comerciales, a partir de un sentido social y una conciencia ambiental, son claves dentro de su ejercicio de sostenibilidad.

La cadena de valor de la compañía incluye actividades que van desde el abastecimiento hasta el postconsumo pasando por la transformación de materias primas, la gestión con proveedores, la producción de bebidas, la logística y la distribución de estas y las relaciones con los clientes y consumidores.

## Iniciativas para la competitividad de proveedores y clientes

La compañía tiene claro que la continuidad del negocio está directamente relacionada con la articulación estratégica en cada uno de los eslabones de la cadena de abastecimiento y valor.

En este sentido, diseñar y ejecutar proyectos que promuevan el trabajo cooperativo y la eficiencia, que ayuden a los proveedores y clientes a ser más competitivos, redundará en beneficios para Postobón, preponderando la generación de confianza por medio del éxito compartido.

### Implementación de Supply Chain Management SCM-APO

En enero de 2014, tras la validación de un piloto en la planta Postobón Bello, comenzó a implementarse Supply Chain Management (SPM), un proceso de planificación de la cadena de suministro, soportado en una única plataforma tecnológica.

SPM permite optimizar la gestión al contar con mayor visibilidad y comunicación. Disminuye, además, costos gracias a la adecuada distribución de inventarios, la planeación de la producción de forma organizada y secuenciada, la reducción de agotados al mínimo, el mejoramiento en los niveles de servicio a los centros y al cliente final y los incrementos en el intercambio de información, mejorando la capacidad de respuesta frente a los cambios imprevistos en la demanda.

## Selección y contratación con proveedores

Postobón tiene un gran compromiso con sus proveedores. Por eso busca potenciar sus capacidades y promover en ellos prácticas de sostenibilidad. La compañía cuenta con normas y procedimientos relacionados con el abastecimiento donde



establece los criterios mínimos de elegibilidad y permanencia y los compromisos que se deben asumir para tener un vínculo contractual, como la Norma de Selección, Evaluación y Seguimiento de Proveedores, el Manual de Compras, el Manual de Licitaciones, SARLAFT y la Política de Transparencia.

Los procesos de compras fueron centralizados y se dio prioridad al abastecimiento local en los casos en los que las condiciones comerciales fueran mejores o iguales. Adicional a esto, se promueve la creación de oferta nacional cuando se identifica capacidad potencial y de recursos para sustituir la extranjera o por efectos asociados a la devaluación.

Las compras equivalen al total facturado por los proveedores en cada uno de los años. Se consideran compras nacionales aquellas que son facturadas por proveedores en Colombia con pago en pesos (COP), sin importar si el bien adquirido es importado o de fabricación nacional.

EC9 PORCENTAJE DEL GASTO QUE CORRESPONDE A PROVEEDORES LOCALES			
	2013	2014	2015
Valor total de las compras	\$1.298	\$1.313	\$1.669
Valor total de las compras realizadas a proveedores locales	\$1.113	\$1.147	\$1.430
Porcentaje de las compras realizadas a proveedores locales	86%	87%	86%

Cifras en millones de pesos.

## Desarrollo de capacidades locales

Postobón capacitó al personal técnico de operación de sus centros de trabajo para realizar funciones de mantenimiento y montaje en las diferentes líneas de producción, de cara a reducir costos por esta actividad logrando así bajar en un 57% la mano de obra extranjera requerida para estos servicios, generando oportunidades a nivel local.

En 2015, la mano de obra nacional a cargo de los procesos de mantenimientos y montajes de las líneas de producción aumentó en un 184%.

Adicionalmente, la compañía promovió la investigación de especificaciones técnicas y el levantamiento de planos de repuestos adquiridos bajo la modalidad de importaciones con el fin de hacer un desarrollo de la industria nacional y adquirir estos productos localmente.

Con esta iniciativa, se ha obtenido descuentos unitarios importantes manteniendo el nivel de servicio, gracias a una mayor oportunidad en la entrega. No se presentaron problemas de calidad ni reclamos de los usuarios.

## Hit Social

Para Postobón construir cadenas de abastecimiento inclusivas para la pulpa de fruta es un asunto de sostenibilidad empresarial y de generación de oportunidades económicas para los productores de la misma.

Por eso, desde 1997 existe el programa Hit Social. La implementación de este programa ha pasado por diversas fases que han dejado lecciones sobre qué funciona y qué no en la construcción de relaciones sostenibles con pequeños productores.

En 2015 se llevó a cabo un estudio de la mano de la firma Innove, en el que se registró de forma detallada el modelo de Hit Social a lo largo de sus 19 años de existencia, mostrando escenarios clave con el fin de favorecer la toma de decisiones y reflexionar sobre el rumbo que debe tomar en adelante.

**86%**  
**de compras a**  
**proveedores**  
**locales**

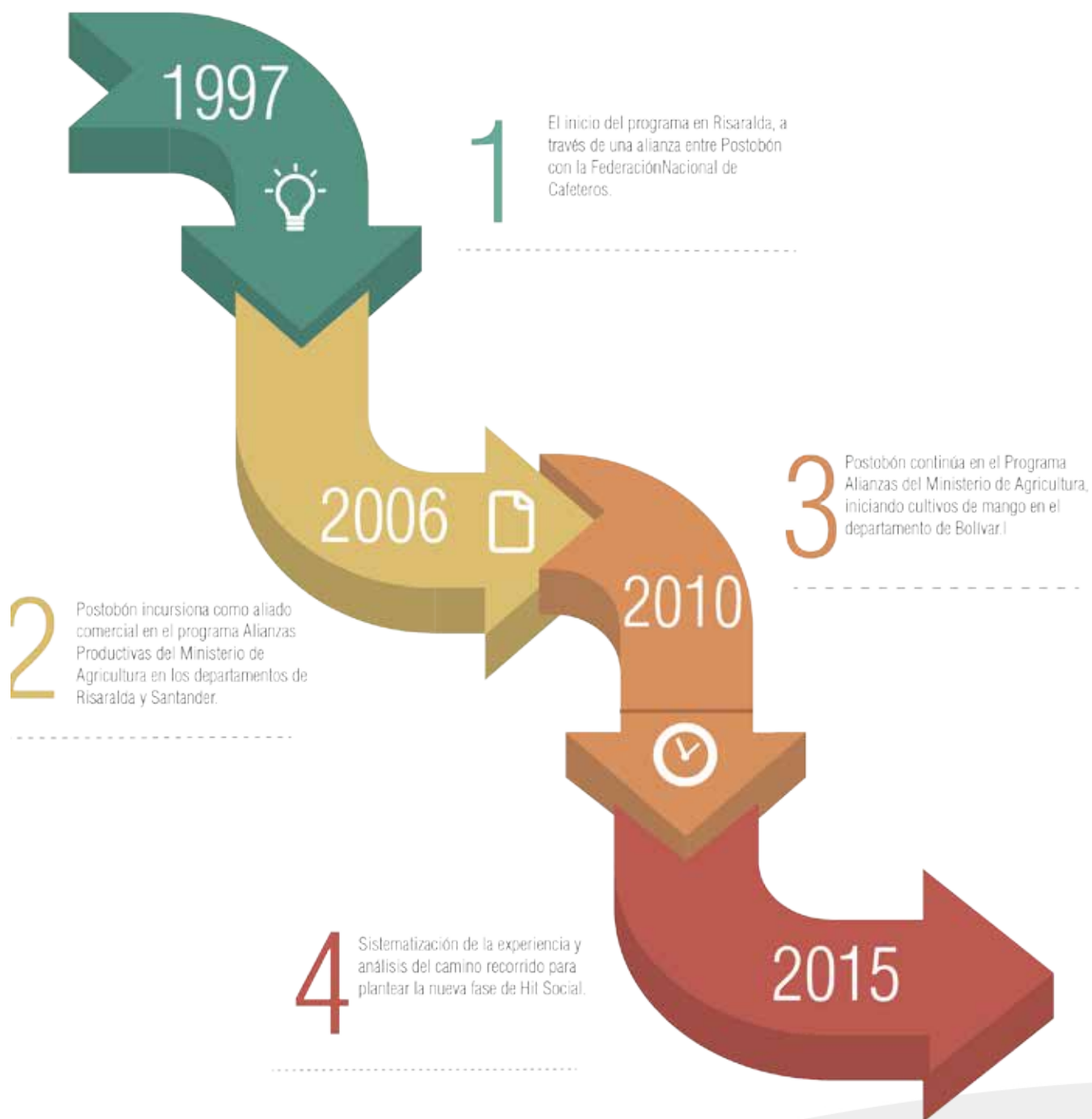
**Hit Social**  
**\$7.300 millones**  
**en compra de fruta**  
**3.134**  
**empleos generados**





## 1997-2015: El camino recorrido por Hit Social y sus aprendizajes

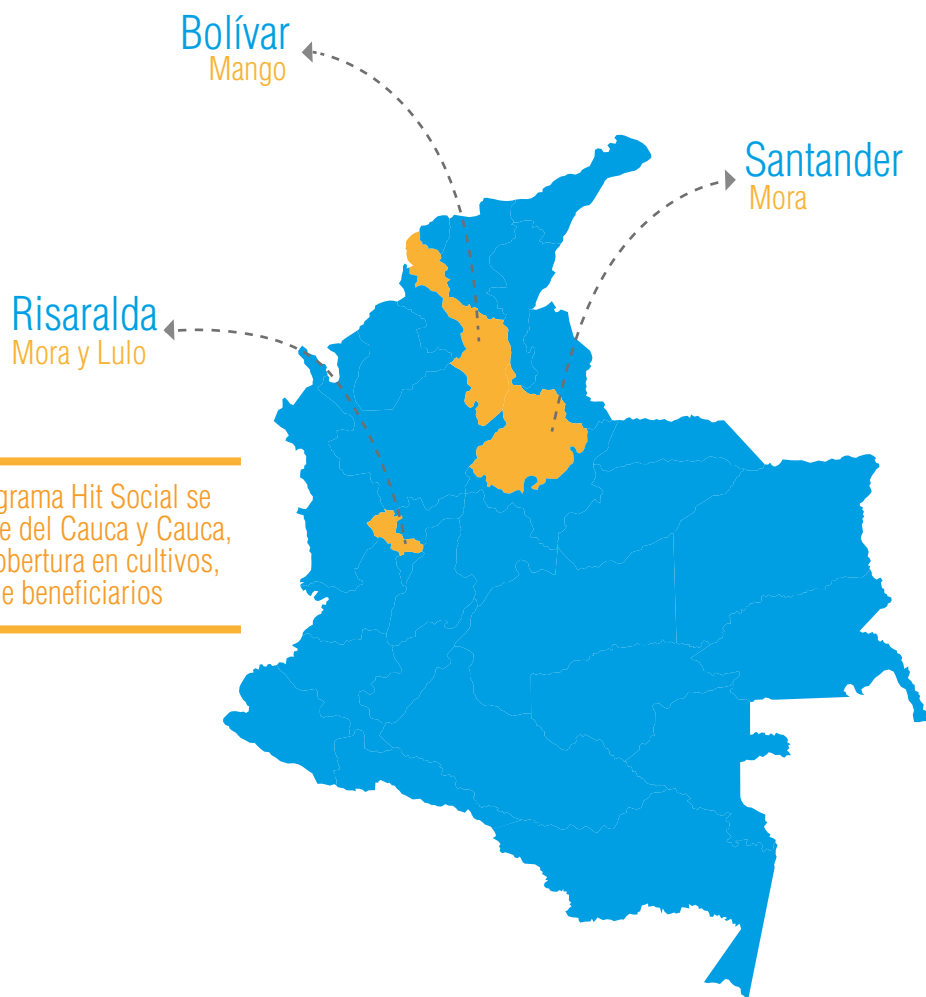
### Línea de tiempo



### Asociaciones creadas

En sus 19 años de funcionamiento, el Programa Hit Social ha participado en la creación y ha dado acompañamiento a 26 asociaciones de productores de mora, lulo y mango en Risaralda, Santander y Bolívar.

En 2016, el Programa Hit Social se expandirá al Valle del Cauca y Cauca, ampliando su cobertura en cultivos, área y número de beneficiarios.



### Hit Social en pocas palabras

**26**

Asociaciones  
de productores  
creadas

INCREMENTO  
en producción  
de fruta

MEJORAMIENTO  
condiciones  
comerciales

FORMALIZACIÓN  
y acceso  
al sistema  
financiero



INDICADORES DEL PROGRAMA HIT SOCIAL							
DEPARTAMENTO	PROMEDIO HA	PROMEDIO FAMILIAS	PROMEDIO ÁREA AGRICULTOR	TOTAL CANTIDAD COMPRADA 2015	PROMEDIO ANUAL CANTIDAD COMPRADA	PROMEDIO TOTAL PAGADO 2015	PROMEDIO EMPLEOS GENERADOS AÑO
Santander	350	342	1,02	2.540	1.270	\$3.632.200.000	1.026
Risaralda	159	276	0,58	1.494	747	\$2.170.246.700	827
<b>Subtotal Mora</b>	<b>509</b>	<b>618</b>	<b>0,82</b>	<b>4.034</b>	<b>2.017</b>	<b>\$5.802.446.700</b>	<b>1.853</b>
Risaralda	28	30	0,93	701	351	\$1.164.416.640	56
<b>Subtotal Lulo</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>0,93</b>	<b>701</b>	<b>351</b>	<b>\$1.164.416.640</b>	<b>56</b>
Bolívar	682	383	1,78	730	365	\$332.988.310	1.226
<b>Subtotal Mango</b>	<b>682</b>	<b>383</b>	<b>1,78</b>	<b>730</b>	<b>365</b>	<b>\$332.988.310</b>	<b>1.226</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.219</b>	<b>1.031</b>		<b>5.465</b>	<b>2.733</b>	<b>\$7.299.851.650</b>	<b>3.134</b>

El principal aporte que han recibido los agricultores ha sido la estabilidad en las condiciones comerciales ofrecidas. Por un lado, la certidumbre en la comercialización, pues Postobón asegura la compra de la fruta producida.

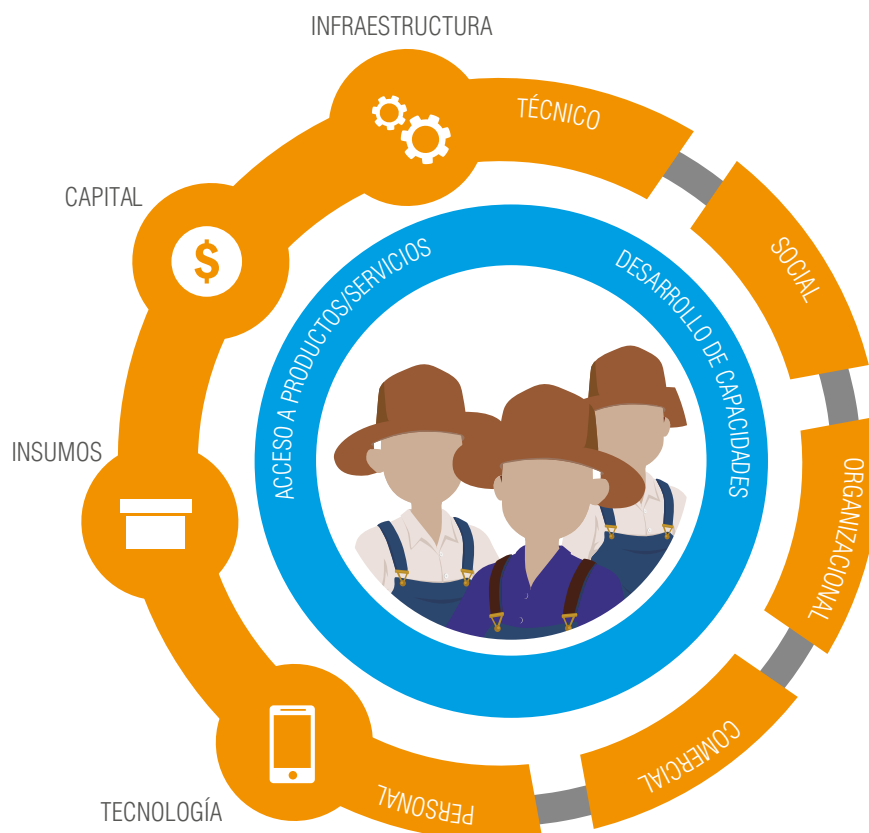
Por otro, la definición de precios justos de comercialización, los cuales tienen en cuenta los costos de producción de los agricultores y los precios de mercado, pero son más estables al propender por relaciones de confianza y de largo plazo. Finalmente, Hit Social cuenta con otro factor diferenciador en la industria agro y es el pago de contado.

Adicional a los valores antes mencionados, Postobón ha invertido de forma continua en la consolidación de las asociaciones de productores. Aunque no se cuenta con un inventario detallado o una cifra consolidada, a partir de la información disponible es posible tener una aproximación al alcance y magnitud de esta inversión, la cual asciende a más de \$1.000 millones. Es importante anotar que la apuesta de Postobón al desarrollo del campo colombiano ha logrado la vinculación y el aporte de otras organizaciones haciendo que se multipliquen los recursos disponibles para los agricultores.

Durante 2015, Postobón y Nutrium (antes Projugos) destinaron recursos para apoyar fondos de ahorro de algunas asociaciones de Risaralda y les han brindado apoyo financiero respaldado en la venta futura de fruta.

Hit Social propende por un enfoque diferencial al apoyar comunidades poco favorecidas, focalizándose además en víctimas del conflicto, desplazados por la violencia, mujeres y jóvenes. Este programa constituye, además, una de las grandes apuestas de Postobón por la paz, la reconciliación y la estructuración de una sociedad más incluyente y equitativa en tiempos de post conflicto.

## Modelo de intervención social



## El caso de éxito de Asmobel

Asmobel es una asociación de pequeños productores de Risaralda formada bajo el programa Hit Social. En ella, los productores que habían sido cafeteros en esa misma tierra, se transformaron a la fruta sin perder la vocación por el campo.

Postobón les aportó insumos iniciales como plantas, herramientas, fertilizantes y los apoyo para acceder a crédito con el Banco Agrario, lo cual les permitió crear condiciones de crecimiento y desarrollo. Asimismo, la asociación recibió capacitación para adquirir una visión agroempresarial y comercial.

La articulación con Hit Social les ha permitido relacionarse con instituciones de todo orden y gestionar así oportunidades para la adquisición de activos y herramientas de trabajo como por ejemplo un cuarto frío para diez toneladas, dos garruchas para transportar la mora y la creación de un fondo rotatorio de \$81 millones. Además, el proceso asociativo les ha llevado a que se bancaricen y aprovechen los beneficios y seguridad que ofrece la realización de pagos electrónicos, el uso de software contable y el reporte público de morosos.

*“Yo hace 10 años tenía un ranchito de paja donde se entraba toda el agua a la cocina, no tenía baños y ni luz, y así, había que hacerle a la vida. Gracias Asmobel yo pude acceder a créditos para arrancar. Esto permitió mejorar mi casa y hacer historia crediticia. Hace 10 años yo que me iba a imaginar que pudiera manejar una tarjeta de crédito o débito y que el banco me llamara y me dijera que tengo buen cupo. Eso lo he logrado porque hay una asociación por la que debemos echar para adelante”, Jaimer Ortiz Bedoya, representante legal Asmobel.*



## Selección de proveedores con criterios de sostenibilidad

La dotación de uniformes para el personal de Postobón, proviene del Centro de Formación Integral Providencia, que vincula a cerca de 90 madres cabeza de hogar, dedicadas a la confección de prendas, especialmente para sector industrial.

Ellas maquilan para Postobón más de 180.000 prendas de vestir al año. El valor de estas compras en 2015 fue de \$1.946 millones. Actualmente, se evalúa la posibilidad de que el centro, no solo realice la maquila, sino que se encargue del proceso de producción integral.

En cuanto a disposición final de las llantas de montacarga, se adquirieron nuevas ruedas industriales para montacargas con proveedores certificados en manejo ambiental de desechos. En 2015, 1.131 unidades fueron recolectadas para dar trámite ambiental, haciendo disposición final del 100% de las llantas adquiridas.

Frente a la disposición de baterías, la compañía cuenta con la política de adquirirlas para los montacargas y estibadores eléctricos únicamente con proveedores con programa y planes de disposición de cofres. En 2015, se logró la retoma de 58 unidades por valor \$32,5 millones que se traduce en descuento para la nueva compra.

La disposición final de residuos y envases de insumos para codificadores se contrata con proveedores homologados, que cuenten con licencia ambiental vigente. En 2015 se hizo la disposición de 1.241Kg de residuos.

En 2015, el 90% de las compras de estibas provinieron de bosques certificados que tienen como objetivo asegurar que una gestión forestal ambientalmente apropiada, socialmente beneficiosa y económicamente viable. Los principios del FSC (certificación del Consejo de Administración Forestal) incluyen todas las actividades que estén relacionadas con el aprovechamiento forestal, desde las técnicas empleadas hasta las relaciones laborales entre empresa y trabajador.

Para 2016, se pretende llegar a 100%, incluyendo la certificación como un factor fundamental en el pliego de peticiones a la hora de otorgar un contrato de suministro. En cuanto al manejo de cartón, el 45% de las cajas de este material son certificadas FSC y el 100% se fabrican con fibra reciclada en su totalidad.

## Desarrollo de clientes

Al ser quienes comercializan los productos del portafolio Postobón en el mercado, los clientes adquieren una connotación especial

en la visión sostenible de la compañía. Por eso, se busca su fortalecimiento permanente, creándoles capacidades para sus negocios y desarrollando relaciones cercanas y de calidad, fundamentales para el cumplimiento de la promesa de valor.

### Programa Vale Mi Gente

Se trata un programa de lealtad y fidelización dirigido al canal tradicional, minimercados y supermercados, creado para reconocer y premiar a los mejores clientes quienes acumulan puntos que pueden ser redimidos por productos para el hogar, electrodomésticos y tecnología. El programa lleva cinco años en operación y hasta el momento cuenta con 27.898 clientes inscritos, consolidándose como una de las principales iniciativas de fidelización del canal tradicional colombiano. En 2015, el indicador de redenciones creció 4,4% con respecto al año anterior.

### Publicación Buen Negocio

Postobón retomó la publicación Buen Negocio, que desarrolló con los tenderos durante muchos años y que hoy, revive para brindarles a ellos buenas prácticas e información de utilidad que les ayuda a potenciar sus oportunidades de negocio. En 2015, se realizaron cuatro ediciones de esta publicación, que aprovecha la revista Entienda como vehículo de distribución para llegar a 110.000 personas.

### Programa de Rentabilidad de Inversiones en el Mercado (RIME)

La compañía contribuye con el desarrollo y competitividad de sus clientes a través de inversiones que benefician sus negocios, los cuales están representados en producto, efectivo, descuentos y elementos publicitarios, entre otros.

### Satisfacción del cliente

PR5

El servicio al cliente es clave en el relacionamiento de Postobón con los clientes y consumidores. Por eso, la compañía procura niveles óptimos en su gestión con el fin de fortalecer sus actuaciones con ellos, quienes juegan un papel trascendental en la cadena de valor de la organización. Para conocer la percepción de los clientes, año tras año se realiza un estudio para medir su satisfacción, el cual es desarrollado por la firma Invamer-Gallup.

En 2015 se realizaron 1.980 encuestas para todas las regiones (Antioquia, Cundinamarca, Costa, Occidente y Santander), donde fueron calificadas variables como la atención y actitud del representantes de ventas, la claridad en la facturación y las condiciones comerciales, y la entrega de activos, las cuales mejoraron en 2015. Por su parte, se calificó también la asertividad en la entrega, la atención y actitud del entregador y el apoyo promocional al cliente, variables que disminuyeron levemente respecto a 2014. El resultado global se muestra en la tabla a continuación.

PR5 CLIENTES SATISFECHOS	2013	2014	2015
	4,33	4,36	4,35

## Inclusividad

Para Postobón articular iniciativas inclusivas a su cadena valor es clave. Esto permite generar oportunidades de integración económica y productiva con el fin de que haya un aporte al desarrollo integral y mutisectorial, que traiga beneficios no solo para la compañía en su objeto de negocio y relacionamiento con los grupos de interés, sino también para la sociedad.

Bajo el modelo de sostenibilidad Uno más Todos, los programas de inclusividad tienen una premisa fundamental: aportar a la paz y la reconciliación y de esa forma ayudar a la construcción de un mejor país.

### Minimarket 2x3 para la paz y la reconciliación

El programa Minimarket 2x3, busca la generación de ingresos rentables y sostenibles para personas en proceso de reintegración, por medio del montaje de microfranquicias de minimercados.

Este programa es impulsado por la Agencia Colombiana para la Reintegración (ACR), la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), Fenalco Atlántico, Coltabaco, y el apoyo de la Agencia de para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (USAID).

Postobón se vinculó al programa con el apoyo comercial a los locales, mejorando su visibilidad e imagen con el fin de que puedan posicionarse mejor, atraer nuevos clientes, diferenciarse de la competencia y fortalecerse como emprendedores.

En el programa, los beneficiarios reciben 450 horas de formación certificada y acompañamiento permanente en temas sociales y empresariales, obteniendo herramientas para afrontar dos de sus más grandes desafíos: adaptarse a una nueva dinámica económica y social.

Hoy, existen 30 Minimarkets 2x3 en funcionamiento, 12 de ellos conformados por personas en proceso de reintegración y 18 por víctimas del conflicto, para un total

de 90 beneficiarios directos, en los departamentos de Atlántico, Bolívar, Sucre, Cesar, Córdoba, Antioquia y Santander.

Actualmente, se buscan alternativas para ampliar los servicios ofrecidos en los locales, de forma que puedan posicionarse mejor, atraer nuevos clientes, diferenciarse de la competencia y fortalecerse como emprendedores.

### Microfranquicias para poblaciones de bajos ingresos

En 2015 Postobón, junto con otras 30 entidades, se convirtió en aliado de un programa desarrollado por Propaís y el Fondo Multilateral de Inversión-Fomin del Banco Interamericano de Desarrollo-BID, para la promoción, creación y expansión de microfranquicias<sup>24</sup> de formato de negocio en el territorio nacional.

El programa está dirigido a emprendedores que buscan ingresos sostenibles mediante la adquisición de una Microfranquicia, así como a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas que quieran crecer mediante la creación del formato. Tiene una duración de 42 meses y prioriza cuatro regiones: Antioquia, Cundinamarca, Cali y Barranquilla.

A diferencia de otros modelos de microfranquicias implementados en América Latina, este tiene como condición el formato de negocio, el cual es requisito para la implementación y consolidación, formentando así la formalidad económica y laboral.

Teniendo en cuenta la representatividad de los negocios relacionados con el objeto comercial de Postobón, en el inventario de empresas que son microfranquicias o tienen potencial para microfranquiciarse se identificó la posibilidad de jugar un papel crucial en la creación y consolidación de los nuevos negocios, orientándolos en la toma de las mejores decisiones para posicionarse con éxito en el mercado.

En 2016 iniciarán los programas de capacitación y asistencia técnica y se llevarán a cabo ruedas de negocios entre empresarios y emprendedores, con el acompañamiento de facilitadores regionales. Finalmente, durante el tercer año se pondrán en marcha las nuevas microfranquicias.

<sup>24</sup> Una Microfranquicia es una franquicia (transferencia de un modelo de negocios probado, con una marca reconocida en el mercado, formalizada empresarial y laboralmente) con un bajo monto de inversión y que puede generar un impacto social.



# 30 Minimarket 2x3 apoyados por Postobón en 7 departamentos

## Retos 2016 Cadena de Valor



- Implementar dentro del programa Hit Social iniciativas de resiliencia relacionadas con la escasez del recurso hídrico y aumentar por lo menos en 20% el ingreso de fruta por parte de las asociaciones.
- Alcanzar una asertividad del 80% en la planeación de la demanda responder adecuadamente a las necesidades de producto de los clientes.
- Iniciar en el programa de microfranquicias, la capacitación y asistencia técnica y, además, llevar a cabo ruedas de negocios entre empresarios y emprendedores.
- En el programa Vale Mi Gente bajar el indicador de puntos vencidos a 5% y aumentar las redenciones a un 95%, buscando que los clientes aprovechen al máximo este beneficio.
- Darle continuidad a la revista Buen Negocio dirigida a tenderos.
- Ampliar los servicios ofrecidos en los locales de Minimarket 2x3 con el fin de que se afiancen como emprendimientos.



Postobón



BUEN  
VECINO



Postobón busca establecer relaciones duraderas y armónicas con las comunidades donde tiene centros de trabajo, incentivando en ellas el progreso y la promoción del desarrollo humano y territorial sostenible.

La compañía es consciente de que las operaciones industriales de cualquier tipo generan impactos significativos directos e indirectos en las comunidades donde se encuentran y que de la forma en que los aborde, depende en gran medida la aceptación de dichas comunidades y la configuración de su entorno.

El objetivo de Postobón es que su presencia sea sinónimo de bienestar y progreso para las comunidades. Por esta razón, mitiga los efectos negativos derivados de sus procesos de producción y potencia alternativas que deriven en mayor calidad de vida.

## Relaciones de calidad y gestión de impactos

SO1, SO2

Durante 2015 la compañía desarrolló actividades que tienen influencia directa sobre las comunidades cercanas a donde opera.

Para entender mejor esos impactos, Postobón llevó a cabo un diagnóstico que da luces sobre los contextos locales alrededor de las plantas y principales centros de distribución de la compañía, con el fin de facilitar la planeación de iniciativas a desarrollar con las comunidades donde opera.

Este ejercicio tuvo en cuenta los planes de desarrollo locales y regionales con el propósito de sumar y articular las iniciativas a la proyección de la comunidad.

El proceso de tipificación contó con cuatro fases:

1. Estudio del contexto local/regional, utilizando información del archivo nacional y estadísticas de país, como base para delimitar los temas a profundizar.
2. Proceso interno de entendimiento, por planta y centro, del relacionamiento con la comunidad y de los temas prioritarios para Postobón.
3. Cruce de resultados para identificar los temas que son relevantes para la comunidad y para la compañía. A partir de esto, se genera un listado de temas definitivos que deberían ser gestionados por cada centro de trabajo.
4. Determinación del plan de acción a seguir, priorizando iniciativas y regiones, para asignar recursos específicos y ejecutar proyectos.

En 2015 se llegó hasta la fase 3, con resultados que serán socializados en el primer semestre de 2016 inicialmente en los principales centros de trabajo, de forma que sea posible diseñar estrategias de acuerdo con las necesidades y llevar a cabo intervenciones puntuales como por ejemplo las que se implementaron respectivamente en las comunidades aledañas a los CEDI Fusagasugá, Cundinamarca, donde se construyó un muro para el aislamiento acústico que eliminó las quejas por ruido de la comunidad; la planta Postobón Cartagena, donde se mejoraron las zonas recreativas aledañas, y el CEDI Rionegro, Antioquia, donde se intervinieron andenes e iluminación pública en los espacios cercanos.

## Litros de Luz

Postobón y Pepsico llevaron el programa Litros de Luz al corregimiento de Siapana, municipio de Uribe, en la alta Guajira colombiana. Allí, en la institución Etnoeducativa Integral Rural Internado de Siapana y sus alrededores, se instalaron 90 postes de alumbrado público, los cuales cuentan con celdas solares y bombillas LED, que permiten cargar en el día la luz para la noche.

La instalación de los postes la realizó la Fundación Un Litro de Luz Colombia, emprendimiento social que por medio del uso de desechos reutilizables y energías alternativas, desarrolla un modelo de intervención y trabajo comunitario para mejorar la calidad de vida de familias vulnerables. La inversión ascendió a \$108 millones beneficiando cerca de 5.000 personas, entre las cuales se encuentran 500 niños wayuu.

## Donaciones en dinero y en especie

Postobón aporta recursos económicos y en especie para el desarrollo de proyectos que se gestan externamente, pero que tienen un impacto social significativo.

Aunque por tradición, la compañía y sus accionistas tienen vocación de altruismo y filantropía, se ha preponderado la ayuda a propuestas que por su estructura aportan a los asuntos priorizados dentro del Modelo de Sostenibilidad, generando mayor valor compartido. En 2015, Postobón causó \$7.347 millones en donaciones en dinero o en especie.

De otra parte, el aporte en donaciones en especie ascendió aproximadamente a \$585 millones que fue entregado principalmente en forma de producto y apoyo logístico.

Dentro de las donaciones en especie, en su mayoría representadas en producto y logística, Postobón apoyó a la Asociación de Bancos de Alimentos, a la cual le entregó producto que no se comercializa con los clientes, por tener una fecha de vencimiento menor a la rotación en mercado.



Con esto, se aporta a la gestión social de esta organización en las diferentes regiones donde Postobón tiene operación y se reduce el volumen de desperdicio por productos no comercializables. Durante el año se entregaron 275.301 unidades de producto por valor de \$355 millones que beneficiaron a 226.752 personas<sup>25</sup> en 12 ciudades. En total, durante 2015 Postobón entregó \$3.950 millones en donaciones en dinero y en especie.

### Agua Oasis, ayudar refresca

Agua Oasis es la primera agua embotellada del país comprometida con una causa social: la educación. Por cada unidad vendida de este producto, Postobón dona un porcentaje para contribuir al mejoramiento de la calidad educativa en Colombia.

Desde 2009 a la fecha, Oasis ha entregado \$7.830 millones que se han destinado al apoyo de establecimientos educativos, la capacitación de rectores, la distribución de material educativo, kits escolares y aulas móviles, entre otros, por medio del trabajo articulado con entidades como Empresarios por la Educación, el Ministerio de Educación y otras asociadas al sector.

La Fundación Haciendo Equipo de Postobón es quien recauda, administra y opera los recursos del proyecto, y hace pública la gestión a través del sitio web [www.ayudarrefresca.com](http://www.ayudarrefresca.com) como parte de su ejercicio de transparencia.

### Mi Bici

Basado en la metodología Estudiar para ser Dueño, Mi Bici Postobón busca reducir la deserción escolar y mejorar el desempeño académico por medio de la entrega de bicicletas para mejorar las condiciones de acceso a la educación con el fin de que niños y niñas tengan un futuro más próspero y vean en el campo una oportunidad de vida y desarrollo.

Con la distribución de bicicletas diseñadas especialmente para la ruralidad<sup>26</sup>, se reducen los tiempos de desplazamiento de los beneficiarios de sus hogares a la escuela y viceversa, los cuales, regularmente tardan entre 45 minutos y dos horas diarias por trayecto.

El programa hace un acompañamiento integral durante dos años a los beneficiarios, quienes solo se convierten en propietarios de las bicicletas si durante ese período las usan adecuadamente, asisten a la escuela y obtienen resultados académicos positivos.

Durante 2015 el programa distribuyó 1.590 bicicletas a igual número de beneficiarios en 16 IER Instituciones Educativa Rurales y Centros Educativos Rurales de los departamentos de Antioquia, Bolívar, Meta, Atlántico, Guajira y Santander; lo que le significó a Postobón una inversión de \$1.341,4 millones.

<sup>25</sup>Cálculo realizado: 430 gr por persona (diario)

<sup>26</sup>Diseño de la fundación norteamericana World Bicycle Relief y su empresa Buffalo, aliada estratégica de Postobón en el proyecto

**\$7.830 millones**  
entregados por Oasis  
a la educación desde  
2009

**1590 bicicletas**  
distribuidas por mi Bici  
en 2015

**\$1.341 millones**  
invertidos en Mi Bici  
Postobón





Además, se generaron 17 empleos, entre mecánicos y coordinadores del programa quienes contribuyen al fortalecimiento integral del modelo en las comunidades de impacto.

En 2016, el programa distribuirá 1.200 bicicletas a nuevos beneficiarios buscando disminuir en 1% la deserción promedio anual de la educación rural. Adicionalmente buscará mejorar el proceso de selección de los beneficiarios, para evitar usos inadecuados de las bicicletas y contar con un mayor compromiso de los comités supervisores en el seguimiento.

## El poder de la bicicleta

Testimonios de algunos beneficiarios del programa Mi Bici Postobón.

*“Antes me sentía cansado cuando me iba a acostar, me dolían las piernas, y ahora con la bici no me canso, me levanto relajado y me acuesto feliz.”* Jhon Héctor de Arco, 12 años, María La Baja, Bolívar.

*“Llegué a mi casa, descansé, me dieron ganas de ir a donde una amiga, alisté mi bici y salí”* Yerlin Mosquera, 15 años, grado 8, IER Villa Nelly, municipio de Carepa - Antioquia

*“Hoy en mi bici fui con unos amigos a piscina, luego a llenar unos galones de agua para la casa y los traje en la parrilla”* Yadeisi Hurtado, 12 años, Carepa, Antioquia.

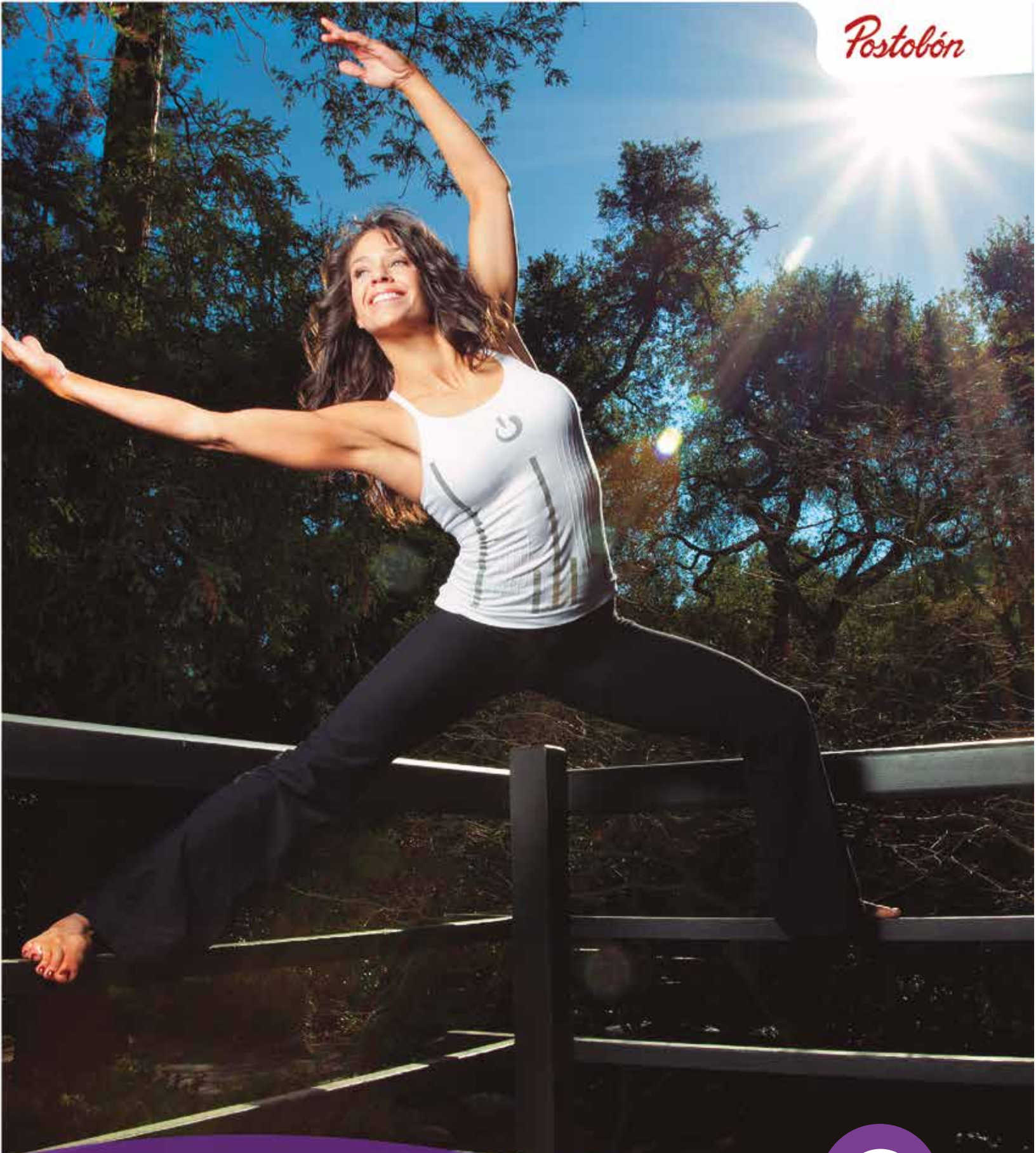


### Retos 2016 Buen Vecino

- Socializar y desarrollar planes de acción específicos enfocados en el relacionamiento y la gestión de impactos en los principales centros de trabajo.
- Distribuir en el programa Mi Bici, 1.200 bicicletas a nuevos beneficiarios buscando disminuir en 1% la deserción promedio anual de la educación rural.
- Beneficiar a instituciones educativas del área de influencia con el programa Mi Pupitre de Postobón, involucrando nuevos departamentos del país para ampliar la cobertura.
- Hacer que el Fondo de Agua Fuente de Vida de Malambo se convierta en un ejemplo de relacionamiento con las comunidades vecinas e incentivar en ellas la cultura de la legalidad.



*Postobón*



HÁBITOS DE VIDA  
**RESPONSABLES**



Un hábito de vida responsable es tener la capacidad de elegir bien para actuar bien, respetando el entorno y pensando en el bienestar propio y el de las generaciones futuras.

Actualmente existen problemáticas mundiales que afectan a la sociedad y al negocio. Temas como la obesidad, el sedentarismo y la desnutrición generan impactos en términos de costos, cambios regulatorios y riesgos reputacionales. Estos asuntos suscitan discusiones que, en ocasiones, se basan en argumentos subjetivos o erróneos.

Por esta razón, Postobón quiere empoderar a sus consumidores con alternativas e información suficiente para mejorar la toma de decisiones y ha decidido realizar su aporte por medio de tres perspectivas: alimentarse bien para vivir bien, mover el cuerpo y la mente, y consumir consciente y sosteniblemente.

## Alimentarse bien para vivir bien

Postobón desarrolla productos que les ofrecen a los consumidores alternativas a diferentes necesidades, buscando atender requerimientos energéticos particulares y aportar a la ingesta recomendada de los nutrientes esenciales (según edad, género, actividad física y demás factores asociados).

### Configuración del portafolio

Qué se busca:

- Desarrollo productos bajo el concepto de alimentación Completa, Equilibrada, Saludable y Adecuada (CESA).
- Ofrecimiento de diferentes presentaciones de acuerdo con las condiciones sociales, económicas y culturales de los consumidores, teniendo en cuenta que todas las bebidas del portafolio hacen parte de la canasta básica familiar.
- Inclusión de ingredientes en las bebidas que apliquen en casos especiales como planes alimentarios restrictivos en calorías, patologías crónicas, prácticas de actividad física, reposición de líquidos y condiciones fisiológicas.
- Análisis e investigación sobre temas de salud y bienestar, nuevos ingredientes, requerimientos y propiedades funcionales, para lograr nuevos desarrollos y modificar las formulas existentes, con orientación hacia la innovación, la accesibilidad y la oportunidad de los productos en la vida cotidiana de sus consumidores.
- Entrega de información clara, visible y veraz sobre la composición y aporte nutricional de todas las categorías de producto.
- Disposición de soporte técnico para brindar información sobre las características y propiedades de sus productos.

### Qué se ha hecho

En sus diferentes categorías, la compañía ha hecho desarrollos que le permiten contar hoy con un portafolio amplio en productos con diferentes configuraciones nutricionales y funcionales.

Trabaja, además, de forma prospectiva para brindar nuevas innovaciones alineadas con las tendencias existentes de cara a:

- Incrementar la oferta de bebidas con reducción calórica (medias y cero calorías) e ingredientes funcionales.
- Promocionar masivamente los beneficios de los ingredientes de las bebidas, como por ejemplo la stevia, edulcorante natural que permite la reducción calórica.
- Informar permanentemente a los grupos de interés con el fin de mantenerlos actualizados en tendencias de consumo e innovaciones en el mercado.

Vale la pena resaltar que durante 2015 se incluyó también la válvula Variety en las máquinas dispensadoras de bebidas, un mecanismo que permite ofrecer otros productos diferentes a las gaseosas como jugos, aguas saborizadas y té, aumentando así la variedad de opciones para que el consumidor elija.





### FP6 PRODUCTOS DEL PORTAFOLIO REDUCIDOS EN AZÚCAR PRESENTADOS EN 2015<sup>27</sup>

Producto	Componente reducido
Manzana y Colombiana con stevia	Azúcar
Mr. Tea con Stevia limón y durazno	
Squash reducido. Mandarina y Frutas tropicales	
Hit Bebida con jugo reducido	
Gaseosa manzana, toronja y Tropikal Tropikola	
Té plus con Teavigo, 4 referencias	
Hit pulpa de fruta (sin azúcar añadida)	
<b>Total productos reducidos</b>	<b>7</b>
<b>Total de lanzamientos</b>	<b>14</b>

### FP7 PRODUCTOS DEL PORTAFOLIO CON INGREDIENTES NUTRICIONALES ADICIONALES 2015<sup>28</sup>

Producto	Componente adicional
Hit con gas	Vitaminas
Squash	Minerales
Mr. Tea con Teavigo	Epigallocatequina galato
<b>Total productos con adiciones</b>	<b>3</b>
<b>Total de lanzamientos</b>	<b>14</b>

<sup>27</sup>Se tuvieron en cuenta los lanzamientos de producto en el año en los que hubiera reducción de azúcar, excluyendo lanzamientos por cambios en el empaque o nuevas presentaciones.

<sup>28</sup>Se tuvieron en cuenta productos desarrollados con ingredientes funcionales sin incluir nuevas presentaciones ni cambios de empaques vs lanzamientos/año por desarrollos en el producto.

En 2015 el portafolio de Postobón creció y se amplió en opciones con lanzamientos y relanzamientos que le permiten al consumidor tomar decisiones de acuerdo con sus necesidades e intereses.

### **Gaseosas**

Manzana y Colombiana Cero, ofreciendo el mismo sabor sin calorías.

Manzana y Colombiana Stevia, reduciendo el contenido calórico al reemplazar el 30% del azúcar con este edulcorante natural.

Tropikola reducida en azúcar y calorías, para los sabores Manzana, Tropikal y Toronja, realizando una contribución para un producto de bajo desembolso.

### **Bebidas de nueva generación**

Mr. Tea stevia sabores Limón y Durazno, logrando el mismo sabor con 50% menos azúcar.

Mr Tea Teavigo sabores Limón, Durazno y Frutos Rojos, una nueva línea de productos con solo 20 calorías y una reducción del 80% de azúcar con sustitución por sucralosa, que al ser elaborados con la molécula más pura de té verde tienen un alto poder antioxidante.

Squash bajo en calorías, con una reducción del 30% de azúcar, sustituida por edulcorantes artificiales como la sucralosa.

### **Frutas**

Cambio en la formulación de Hit Bebida con Jugo, retirando el 30% de azúcar sin afectar el sabor del producto.

Pulpas Hit en bolsas de 250 gramos, sabores mora, mango, mango orgánico, mango-maracuyá, guanábana y banano-mora. Su formulación es 100% fruta, libre de conservantes y sin azúcar añadida.

### **Aguas**

Ingreso al portafolio de aguas premium o de origen con las bebidas Agua de Nacimiento y Sierra Fría, las cuales tienen como característica la naturalidad y la alta pureza.





## Información nutricional

PR3

### Qué se ha hecho:

- Entregar información clara, visible y veraz sobre la composición y aporte nutricional de todas las categorías de productos.
- Disponer de soporte técnico para brindar información sobre las características y propiedades de sus productos.
- Contar con el 100% de productos que cumplen con las normas técnicas de etiquetado.
- Brindar al consumidor información sobre contenido e instrucciones de seguridad.

La compañía está comprometida con homologar las etiquetas de todos sus productos bajo el sistema GDA, proceso que comenzó en 2015 y buscando tener todo el portafolio migrado bajo esta metodología en 2017.

## Mover mente y cuerpo

Para Postobón patrocinar y apoyar el deporte es una forma clara de promover hábitos de vida responsables. Postobón apoya todas las selecciones colombianas de patinaje y ciclismo, así como el equipo profesional de ciclismo Manzana Postobón. Al grupo de patrocinios de equipos ingresó en 2016 las selecciones Colombia de beisbol. La organización patrocina también con la marca gaseosas Postobón las camisetas de los equipos de fútbol Santa Fe, Junior, Nacional, Caldas y Cali y con la marca de franquicia Pepsi, las de Millonarios y Medellín.

En 2015, la compañía hizo presencia en 43 escenarios deportivos de 13 municipios de país con marcas como agua Cristal y Squash, como hidratación oficial de las competencias que allí se presentaron. En los últimos seis años, Postobón ha invertido en patrocinio y apoyo al deporte en todos sus niveles \$147.615 millones.

## Talentos Deportivos Postobón<sup>29</sup>

Postobón lanzó en febrero de 2015 el programa Talentos Deportivos Postobón, el cual apoya a 25 deportistas colombianos con alto potencial de convertirse en campeones y ser ejemplo para las generaciones futuras.

Los talentos entre los 12 y 20 años se escogieron mediante un proceso de convocatoria en el cual se presentaron 673 deportistas quienes fueron evaluados bajo parámetros técnicos, deportivos y psicosociales, para llegar a una selección final de 25 deportistas, 10 de ellos hombres y 15 mujeres, practicantes de 16 disciplinas deportivas, quienes provienen de Antioquia,

Valle, Santander, Risaralda, Bogotá, Boyacá, Meta, Cauca, Tolima, Caldas y Córdoba.

En este programa, Postobón aporta \$15.000 millones hasta 2020 que son entregados en especie a los deportistas seleccionados con el fin de que mejoren sus condiciones como atletas y personas. Este apoyo se traduce en dotación de uniformes e implementos deportivos, acompañamiento permanente técnico y multidisciplinario para el entrenamiento, recursos para desplazamientos a lugares de competencia y para pago de matrículas educativas.

Con el apoyo de Postobón, los talentos deportivos han obtenido figuración relevante en diferentes campeonatos regionales, nacionales y panamericanos, alcanzado en la mayoría de casos nuevas marcas, personales y pódiums. Cabe destacar el cupo que obtuvo el deportista de natación paralímpica, Carlos Daniel Serrano, a los Juegos Paralímpicos que se celebrarán en Río de Janeiro, Brasil, en 2016. El programa contribuye a la formación de personas con proyectos de vida claros y retos, con nuevos conocimientos y nuevas responsabilidades como ciudadanos y deportistas integrales.

Uno de los retos que tiene Talentos Postobón es lograr que el 100% de los deportistas que apoya el programa estén escolarizados y que puedan acceder a educación superior de calidad.

## Escuelas de fútbol Postobón-Atlético Nacional

Postobón, en línea con su propósito de promover el deporte e incentivar los hábitos de vida responsables, y en conjunto con su filial Atlético Nacional, promueve la creación de escuelas de fútbol, en las cuales se forman integralmente niños y niñas entre los 5 y 14 años, en torno al deporte, valores y principios de vida.

En ellas hay inscritos 9.069 niños y niñas de todas las condiciones sociales quienes comparten e interactúan en un sano ambiente donde el respeto por el rival es clave en la formación. Actualmente hay 35 escuelas en 17 departamentos del país.

Las escuelas tienen como propósito el desarrollo integral en todos los procesos que comprometen al ser humano y fundamentan su éxito en principios y valores que permitan una formación personal y deportiva. Además, cuentan con un componente amplio de inclusión toda vez que en ellas hay tres escuelas conformadas por jóvenes indígenas ubicadas en el departamento del Amazonas y más de 100 niños en condición de discapacidad, con quienes se hace un trabajo especializado de inclusión.

<sup>29</sup> [www.talentospostobon.com](http://www.talentospostobon.com)

<sup>30</sup> [www.qicclub.com](http://www.qicclub.com)





## Qi Club<sup>30</sup>

Pensando en ofrecer alternativas concretas de bienestar a los Colombianos, Postobón en alianza con RCN, trajo a Colombia la plataforma digital Qi Club, un sistema personalizable de bajo costo, creado por el médico y músico Kike Santander, que funciona por medio de una plataforma virtual y tiene como objetivo democratizar el bienestar.

Como novedad ofrece música compuesta por Kike Santander especialmente para las rutinas, probadas médicamente para potenciar la energía interior.

La plataforma ofrece durante 24 horas los siete días de la semana:

- Sesiones de actividad física con 13 instructores de Fitness, cientos de rutinas, clases personalizadas y herramientas de ejercicio únicas y revolucionarias.
- Opciones de nutrición por medio de recetas saludables y videos instructivos.
- Música terapéutica y meditaciones dirigidas.

## Apoyo al tenis en Pereira

Postobón apoyó la construcción del complejo deportivo de tenis Santiago Giraldo, ubicado en la ciudad de Pereira, el cual ayudará a dinamizar la práctica de este deporte en la ciudad. Este complejo deportivo lleva el nombre de la raqueta número uno del país, quien es uno de los 100 mejores tenistas del mundo.

## Consumir consciente y sosteniblemente

La compañía busca empoderar a las personas para que sus decisiones de consumo sean el resultado de un juicio elaborado con información suficiente.

Por ejemplo, en Colombia por desconocimiento o falta de recursos económicos, el 70% de las personas no consume frutas y la dieta promedio es alta en harinas, grasas y azúcares. En respuesta a esto, la compañía busca desarrollar productos que ofrezcan fácil acceso al poder de la fruta.

Néctar Hit es un caso con el cual Postobón da respuesta a lo anterior. Esta bebida es uno de los néctares con más contenido de pulpa de fruta del mercado, la cual se activó fuertemente en la costa Caribe y santanderes, logrando en un corto periodo

aumentar el consumo de este producto en 16% frente a los meses anteriores. Este es un ejemplo de la invitación que hace Postobón a la gente para que consuma fruta.

La campaña Hacerlo a la Colombiana es hacerlo bien, es otro ejemplo. Con ella se le dio sentido a la creación de un movimiento que promueve estilos de vida activos, incentiva el orgullo patrio, hace reflexiones de comportamiento e invita a tomar consciencia desde el bienestar, la cultura, la música, la gastronomía, entre otros. Así la marca logró dinamizar un tono de comunicación alineado con nuevas tendencias que le permitirá rejuvenecerse y mantenerse cerca al corazón de los colombianos.

Por su parte, Manzana Postobón lanzó dos campañas relevantes para la construcción de hábitos de vida responsables. La primera de ella fue campaña Momentos rosa del deporte, que exaltó aquellos instantes importantes que se viven con el deporte en los cuales Manzana Postobón está siempre presente. La segunda, fue la Vida es Color de Rosa, una invitación a buscar el ideal de vida y disfrutarlo para que se conviertan en un gran momento, único y especial.

En 2015 Postobón también trabajó por hacer más asequibles sus marcas de agua con el fin de que consumidores con poder adquisitivo menor tengan más acceso a ellas. En ese sentido, se destaca la campaña “Elige”, de agua Cristal. Otra aspecto destacado es la propuesta que ha hecho la compañía para que Bretaña sea una alternativa al licor en el momento de celebrar y compartir con los amigos por medio de la mezcla de esta bebida con frutas y hierbas aromáticas, dándoles así una nueva experiencia de consumo a las personas.

## Proyecto ConSiente

Postobón se unió a la iniciativa editorial ConSiente, la cual es liderada por la casa editorial Semana, por medio de su revista Semana Sostenible. ConSiente tiene como objetivo entregar información asertiva que genere consciencia y sentimiento a la hora de consumir.

La publicación es un llamado a tomar buenas decisiones relacionadas con el bienestar partiendo de la base de la conciencia y el equilibrio. Los artículos incluyen sugerencias de alimentación diaria, las características de las comidas típicas colombianas, consejos para llevar una alimentación equilibrada e información sobre innovación en alimentos.

## Todos Podemos

Postobón realizó una convocatoria de innovación social para encontrar ideas de alto impacto enfocadas en el mejoramiento de los hábitos de vida. Para Postobón, este tipo de actividades

representa una oportunidad de cocrear y generar nuevas propuestas que permitan promover hábitos de vida responsables. Esta convocatoria, denominada Todos Podemos, se hizo en asocio con Socialab Colombia, organización con amplia experiencia en innovación y emprendimiento en Latinoamérica.

A finales de noviembre de 2014 se convocó a los emprendedores y al cierre de la convocatoria el 28 de febrero de 2015, se logró recoger 131 ideas de emprendimientos relacionados con los hábitos de vida. Luego, con el apoyo de mentores voluntarios, se seleccionaron 10 ideas finalistas con potencial de ser emprendimientos sólidos, escalables y de impacto, las cuales participaron en un evento para seleccionar las tres mejores, a las que se apoyó con \$20 millones cada una y el acompañamiento de la academia Socialab para fortalecer su componente de emprendimiento.

#### Las ideas seleccionadas fueron:

- Baby Evolution: empresa de alimentación infantil, que ofrece productos saludables, orgánicos y sostenibles, con recetas a base de 100% fruta. Apoyados en la tecnología, ofrecen educación gratuita a través de códigos QR en los empaques de los productos, con videos, en los cuales nutricionistas explican los puntos esenciales de la nutrición infantil.
- Supergalletas: alimento asequible y poderosamente nutritivo, enfocado principalmente en niños con necesidades alimentarias latentes. Su ingrediente principal es la Moringa, conocida como la “planta milagrosa”.

- SokoText: empresa social que empodera económicamente a los pequeños tenderos en los barrios marginales urbanos y contribuye a la seguridad alimentaria de sus comunidades.

### **Concurso Ventures- premio Hábitos de Vida Responsables**

El Concurso Nacional de Emprendedores Ventures tiene como propósito captar, canalizar, estructurar y desarrollar iniciativas empresariales con propuestas innovadoras y sostenibles para transformarlas en proyectos exitosos, mediante acompañamiento y entrenamiento a sus gestores.

Por medio de este concurso, los emprendedores reciben herramientas como autodiagnósticos de fortalezas y debilidades del modelo de negocio y cursos de propiedad intelectual. La versión 2015 tuvo presencia record llegando a 33 ciudades del país donde se sensibilizó a más de 15.000 personas.

Postobón patrocinó la categoría especial Hábitos de Vida Responsables, en línea con el modelo de sostenibilidad de la compañía, otorgando \$20 millones al equipo ganador. Esta categoría recibió 232 postulaciones de 926 que hubo en total para las diferentes categorías.

El ganador del Premio Hábitos de vida Responsables fue el equipo de Inmotion Group que identificó necesidades insatisfechas en torno al tema de movilidad urbana, así como el creciente interés en los medios alternativos de transporte.

#### **Retos 2016** **Hábitos de vida responsables**



- Introducir al menos un nuevo producto con reducción de azúcar o beneficios funcionales en cada una de las Unidades Estratégicas de Negocio de la compañía, complementado así las opciones en el portafolio de Postobón.
- Desarrollar, en asociación con los proveedores de stevia, campañas promocionales que validen y expliquen los beneficios de este endulzante natural.
- Avanzar en homologación de las etiquetas de todos los productos bajo el sistema GDA de cara a que en 2017 todo el portafolio cumpla con este estándar.
- Incorporar el patrocinio de nuevos deportes que fomenten la práctica y el orgullo nacional.
- Lograr el reconocimiento del programa Talentos Postobón como una innovación en el apoyo al deporte y como una herramienta para la construcción de modelos de vida y hacer que el 100% de los deportistas que apoya el programa estén escolarizados y puedan acceder a educación superior de calidad.
- Consolidar la plataforma Qi Club desde los aspectos promocionales y comerciales.
- Incrementar en un 5% la participación en proyectos, iniciativas y concursos de emprendimiento e innovación social que promuevan hábitos de vida responsables que sean apoyados por Postobón.

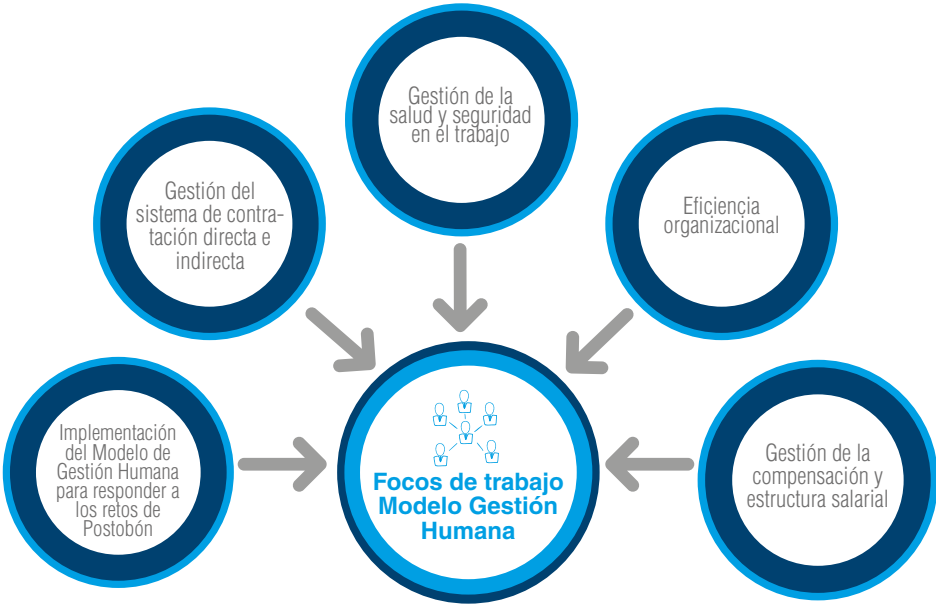




CAPITAL  
HUMANO

Postobón atrae y motiva a sus empleados ofreciéndoles oportunidades de desarrollo y un ambiente sano y seguro con el fin de que se promueva la calidad de vida, la productividad y el desempeño de las personas.

La compañía reconfiguró su modelo de Gestión Humana en 2014. Dentro de dicha reconfiguración definió cinco focos prioritarios de trabajo.



INICIATIVA	ACTIVIDADES
<b>Dimensionamiento</b>	<p>Con el fin de definir e implementar “reglas de negocio” para los diferentes procesos, se diseñó una herramienta administrativa para determinar el número de personas adecuadas en los diferentes procesos y monitorear su productividad, optimizando las capacidades y asegurando el cumplimiento de la normatividad legal laboral.</p> <p>Con esto se ha logrado el control de los procesos y los recursos asignados a las distintas operaciones, estandarizando y analizando métodos de trabajo y tiempos de ejecución de actividades para así mejorar la calidad de vida del trabajador.</p> <p>Hasta el momento se ha cubierto a los principales centros de trabajo y se espera que todos los demás se alcancen al finalizar 2016.</p>
<b>Implementación de estructura organizacional</b>	<p>Se rediseñó el 80% de las áreas de la compañía a partir del fortalecimiento de las capacidades organizacionales, promociones de empleados y la asignación de responsabilidades frente a los objetivos estratégicos en todos los niveles asociados a áreas centrales del negocio.</p>
<b>Compensación y nómina</b>	<p>Se centralizó el proceso de nómina de las regionales Antioquia y Centro, correspondientes al 55% del total nacional de personas que trabajan en la compañía. Con esto se logró homologar procesos, unificar el cronograma de novedades y pagos, consolidar criterios y alcanzar confiabilidad en la liquidación de comisiones y la unidad de los reportes, aumentando la productividad en el proceso y manteniendo la seguridad jurídica.</p> <p>En 2016 se continuará el ejercicio en el 45% de la nómina restante.</p>
<b>Gestión del clima organizacional</b>	<p>Se realizó la medición de clima organizacional en todos los centros de trabajo cubriendo el 40% de la población total de Postobón, obteniendo una calificación de 58,9 puntos con respecto a una meta de 60 puntos. El objetivo ahora es ampliar la cobertura de la medición y mejorar los indicadores relacionados con motivación y reconocimiento.</p>





## Generación de empleo y bienestar laboral

G4-10, LA1, LA12

A continuación se presentan los datos relacionados con la generación de empleo en Postobón. Se destaca el crecimiento de empleados, lo cual obedece fundamentalmente al ejercicio de dimensionamiento de personal y diseño de nuevas estructuras.

Los procesos de selección se ejecutan dando prelación a las comunidades donde la compañía tiene operación, impactando la generación de empleo en el área de influencia. En casos especiales y por excepción, atendiendo a características particulares de perfiles técnicos y operativos, se gestionan traslados entre las distintas localidades.

NÚMERO DE EMPLEADOS DIRECTOS		
Tipo de contrato	Hombres	Mujeres
Fijo	5.792	1.429
Indefinido	790	219
Empleados de empresas temporales	1.369	125
Aprendices	138	180
<b>Total empleados directos</b>	<b>8.089</b>	<b>1.953</b>

NÚMERO DE EMPLEADOS INDIRECTOS	
Tipo de contrato	Número
Distribuidores	2.763
Contratistas	1.841
Total empleados indirectos	4.604
PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE EMPLEADOS DIRECTOS E INDIRECTOS ACTIVOS*	
2014	2015
4,9%	12,9%

\* Con respecto al año anterior.

PROMEDIO SALARIAL (EMPLEADOS DIRECTOS)		
Categoría laboral	Hombres	Mujeres
Aprendiz	644.350	644.350
Empleados salario comisión	1.681.000	1.652.000
Empleados salario fijo	2.123.000	2.018.000
Dirección general	15.585.740	16.853.363
Personal operativo calificado	928.000	959.400
Personal operativo no calificado	711.217	645.697

## Condiciones laborales

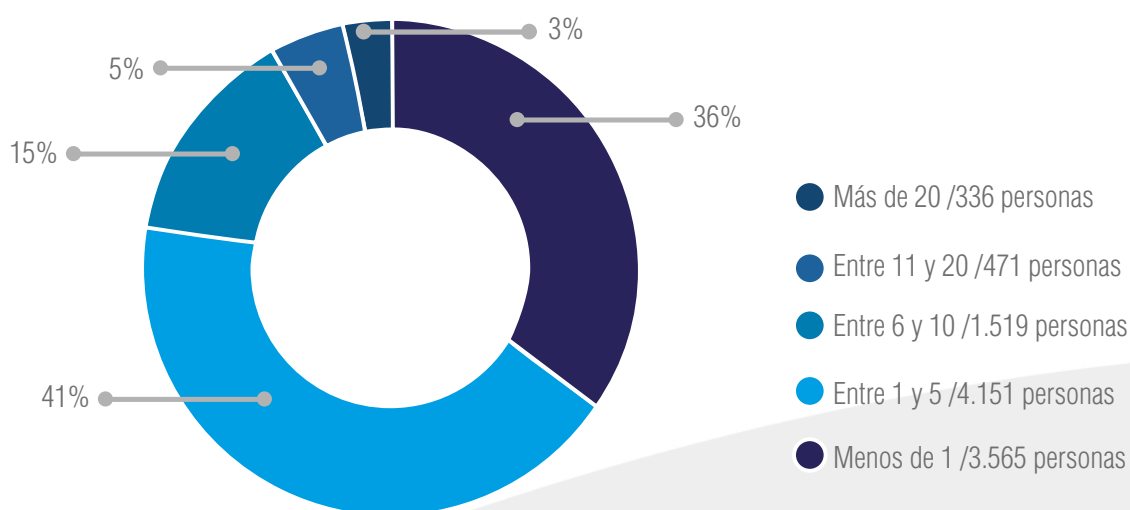
LA13

Para todas las categorías, los salarios se asignan de acuerdo con el cargo y las responsabilidades asociadas. Para ello, la empresa cuenta con un sistema universalmente aceptado para la definición, asignación y aplicación de estructuras en cargos y salarios.

Los cargos ocupados por mujeres en la categoría Personal operativo no calificado, tienen condiciones diferentes a los cargos ocupados por hombres que, en su mayoría, corresponden a cargos asociados con esfuerzo físico, lo que implica una denominación salarial superior.

A continuación se presentan los principales indicadores e información relacionada con las condiciones laborales en Postobón.

### Antigüedad promedio (Años)





### ROTACIÓN DEL PERSONAL (EMPLEADOS DIRECTOS)

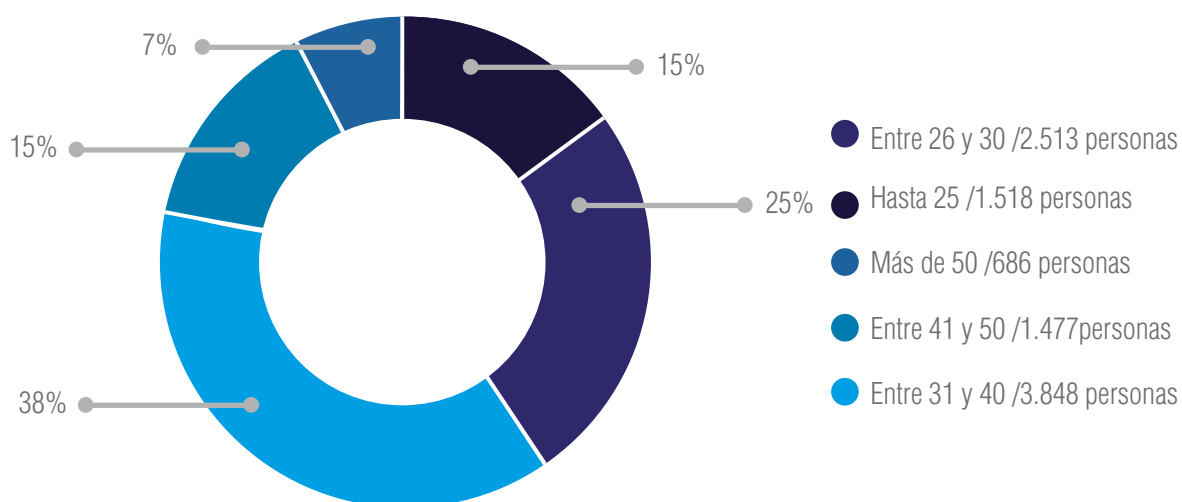
2013	2014	2015
24,4%	25,18%	31,69%

### LA2 PRESTACIONES SOCIALES<sup>31</sup>

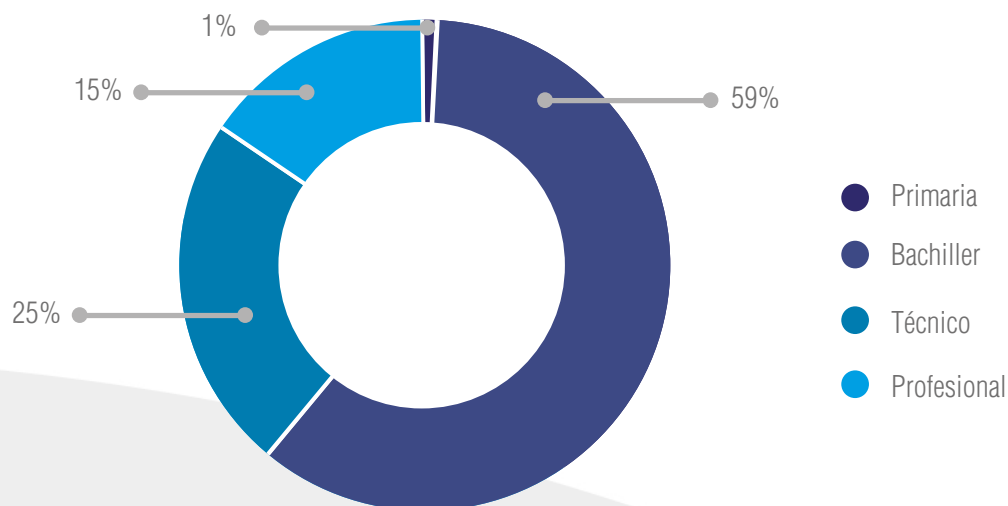
Primas	10.904
Auxilios	1.438
Beneficios	1.362

Cifras en millones de pesos

#### Edad promedio



#### Escolaridad



<sup>31</sup>Las prestaciones sociales para los empleados con jornada completa no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.



**CREEMOS EN LA CALIDAD HUMANA  
COMO BASE DE NUESTRA  
*ACTIVIDAD EMPRESARIAL***

**POSTOBON**

## REINCORPORACIÓN AL TRABAJO Y RETENCIÓN LUEGO DE MATERNIDAD O PATERNIDAD

	Hombres	Mujeres
# Empleados que tuvieron derecho a licencia	254	128
# Empleados que ejercieron el derecho a licencia	254	128
# Empleados que se reincorporaron al trabajo después de finalizar la licencia	254	128
# Empleados que se reincorporaron al trabajo después de finalizar la licencia y conservaron su empleo por más de un año	232	95
Índice de reincorporación al trabajo	100	

### Convenios colectivos

En la compañía coexisten dos tipos de convenios colectivos que cubren el 82% de los empleados:

- Las convenciones colectivas, que aplican a empleados sindicalizados y que regulan los incrementos salariales y los auxilios extralegales para los beneficiarios de dichas convenciones.
- Los pactos colectivos, que aplican para personal vinculado a la compañía mediante contrato de trabajo y no se encuentra sindicalizado.

### Reclamaciones laborales

LA16

En 2015 se redujeron las reclamaciones laborales con respecto al año anterior. Se presentaron 97 reclamaciones, 40% de ellas se cerraron en favor de la compañía y 23% se conciliaron. En 2014, se presentaron 102 reclamaciones, de las cuales el 74% se cerró a favor de la compañía.

## Salud y seguridad en el trabajo

El propósito de la compañía es generar una cultura de seguridad basada en el autocuidado. Para lograrlo, estableció en 2015 una nueva estructura organizacional de Seguridad y Salud en Trabajo (SST) que cuenta con un gerente y coordinadores regionales para tener así capacidad de ejecución en la toma de decisiones.

De igual forma, la compañía cambió de Administradora de Riesgos Laborales (ARL) la cual busca ser un aliado estratégico en cuanto a riesgos laborales.

A esto se suma la implementación de un plan básico legal en SST para los centros de trabajo, el cual se validó durante el primer encuentro nacional en SST, donde también se elaboró la planeación estratégica del área para 2016.

Asimismo, se continuó con la formación en vigías de SST quienes son personas interesadas en liderar dentro de los centros de trabajo algunos temas específicos de SST para apoyar la gestión y disminuir la ocurrencia de accidentes.

Dentro de las metas y retos más grandes para el área se encuentra la disminución de la accidentalidad de la compañía y el manejo integral de los trabajadores que presenten algún tipo de reubicación (ya sea por enfermedad común, laboral o accidente de trabajo), debido a que en ambos casos es necesario velar por la preservación de la salud de las personas por intermedio de acciones de intervención derivadas de programas de gestión.

### Comités de seguridad y salud

LA5

Todos los centros de producción y los tres centros de distribución más grandes del país (Itagüí, Antioquia; Madrid y Zipaquirá, Cundimarca) cuentan con Comités Paritarios de SST, que en promedio tienen entre cuatro y ocho miembros. Por lo tanto, el 10% en promedio del personal activo de la compañía participa en los comités de seguridad y salud por elección de sus compañeros.

Por otra parte, dentro de los comités de calidad y gerencia de los centros de trabajo se llevan a cabo revisiones en temas de SST para hacer seguimiento y ejecutar acciones relacionadas con el



control de la accidentalidad, las condiciones peligrosas, seguimiento al personal con reubicación, entre otros. Esto significa que en promedio también participa un 10% del personal de la compañía en este tipo de reuniones, las cuales cuentan en su mayoría con personal de nivel directivo medio, jefes de áreas, coordinadores y supervisores.

#### LA6 TIPO Y TASA DE LESIONES, ENFERMEDADES PROFESIONALES, DÍAS PERDIDOS, ABSENTISMO Y NÚMERO DE VÍCTIMAS MORTALES RELACIONADAS CON EL TRABAJO

	2013	2014	2015	Fórmula empleada para el cálculo
<b>Tasa de accidentes</b>	13,65	11,19	11,04	Número de accidentes de trabajo reportables/ número de trabajadores
<b>Tasa de enfermedades profesionales</b>	SIN	SIN	SIN	Número de casos nuevos / número de trabajadores
<b>Tasa de días perdidos</b>	SIN	0,66	0,61	Número de días perdidos / número de trabajadores
<b>Tasa de absentismo</b>	SIN	1,27	1,49	Número de eventos / número de trabajadores
<b>Número de víctimas mortales</b>	0	0	0	

#### Empleados con incidencia o riesgo elevado de enfermedad

LA7

Los cargos relacionados con la operación del área de empaque y producto tienen una alta sensibilidad a generar enfermedades laborales debido al constante levantamiento de cargas y movimientos repetitivos durante los turnos de trabajo.

Asimismo, los conductores de montacargas al mantener posturas estáticas en la conducción del vehículo y la vibración, también son propensos al desarrollo de enfermedades de tipo laboral. Por otra parte, el personal de producción es sensible a generar enfermedades de tipo laboral asociadas al ruido, debido a la constante exposición en el ambiente.

A todos ellos, la compañía los acompaña con planes de prevención de riesgos, los motiva y les informa acerca de buenas prácticas para evitar estas situaciones.

#### Asuntos de salud y seguridad cubiertos con acuerdos con sindicatos

LA8

La convención colectiva contempla el pago de salarios al empleado hasta los 260 días por motivo de incapacidad. En el mismo documento se indica que la dotación de uniformes para

los empleados beneficiados se suministra cinco veces al año. La compañía suministra aparatos ortopédicos cuando estos no hagan parte del Plan Obligatorio de Salud (POS).

#### Desarrollo humano

La compañía gestiona el logro de la estrategia corporativa mediante el desarrollo integral de las personas que conforman el equipo humano de Postobón. Garantiza, además, el mejor talento incorporando personas competentes y gestionando el aprendizaje y las rutas de carrera al interior de la compañía, para lo cual se tienen tres iniciativas, a saber: desarrollo de Plan Nacional de Formación, redefinición de modelo de cultura corporativa y diseño y plan piloto de sistema de identificación de nivel de competencia técnica en procesos de impacto a la calidad.

En 2015 se dictaron un total de 41.988 horas a nivel país impactando 5.150 personas, lo que equivale a un 51% del personal total de la compañía.

Con respecto a temas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aspectos que tocan Derechos Humanos relevantes para sus actividades, la compañía brindó a 218 empleados 875 horas de formación.

### LA9 PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN ANUALES POR EMPLEADO

Categoría Laboral	Sexo	Promedio
<b>Administrativos</b>	Hombres	6,7
	Mujeres	5,4
<b>Operativos Comercial</b>	Hombres	8,5
	Mujeres	8,5
<b>Operativos Técnica</b>	Hombres	10,1
	Mujeres	7,1
<b>Operativos Logística</b>	Hombres	SIN
	Mujeres	0,66
<b>Promedio total de horas de capacitación por empleado</b>		8,15

LA10

### Gestión habilidades/formación continua

La compañía desarrolla un programa conocido como Plan Futuro, que permite la profesionalización de sus participantes. Por el programa han pasado 205 profesionales, patrocinados en formación técnica, tecnológica, pregrado y posgrado. El programa cuenta con 65 egresados.



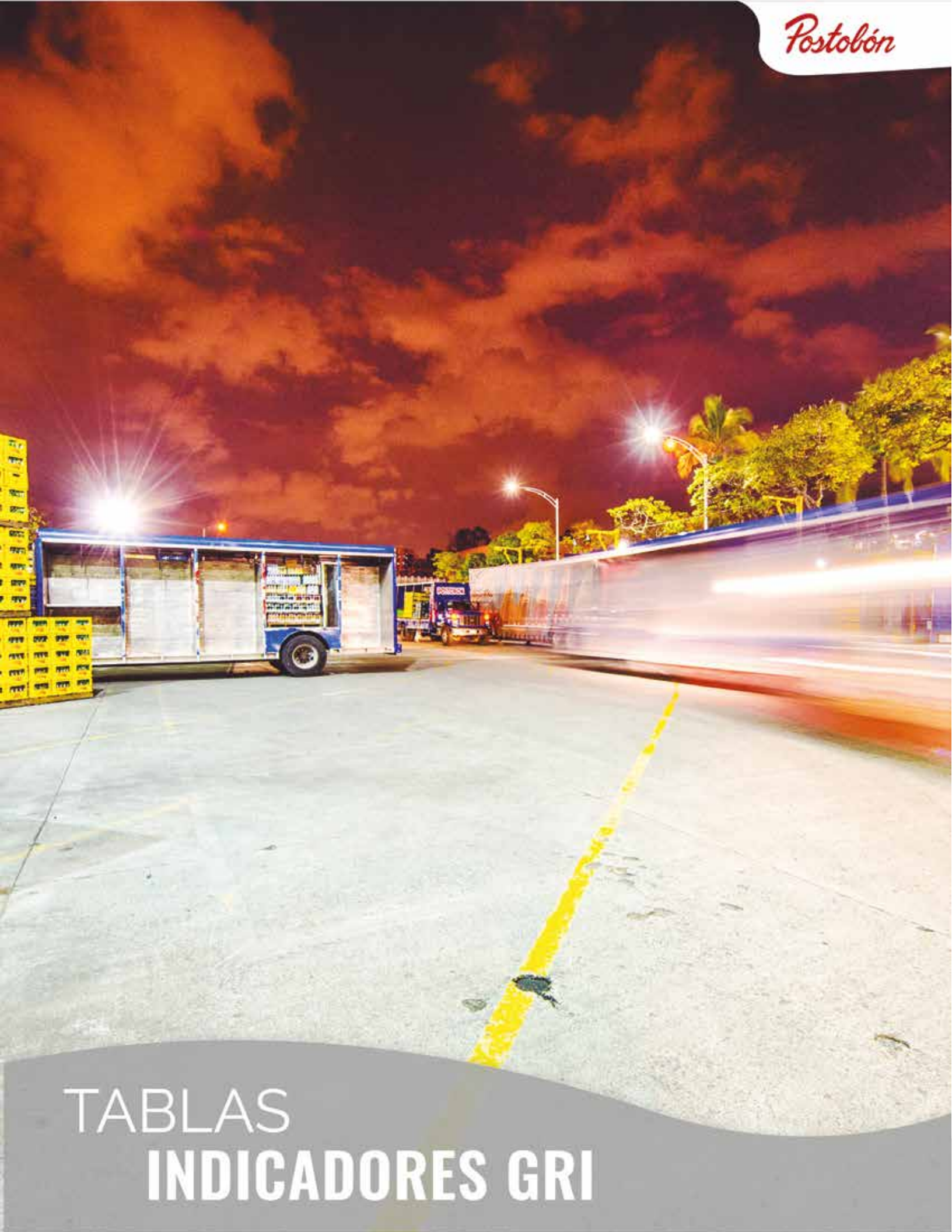
### Retos 2016 Capital Humano

- Ampliar la cobertura de la medición de clima organizacional y mejorar los indicadores relacionados con motivación y reconocimiento.
- Lograr el dimensionamiento total de los centros de trabajo basado en determinar el número de personas adecuadas en los diferentes procesos, monitorear su productividad, optimizar las capacidades y asegurar el cumplimiento normativo.
- Finalizar el proceso de centralización de la nómina en las regionales faltantes.
- Implementar un sistema de aprendizaje corporativo mediante la definición de estructura, políticas, sistemas y modelos.
- Implementar el modelo cero accidentes en los principales centros de trabajo y hacer intervenciones específicas en las demás operaciones.
- Desarrollo del plan de seguridad vial y riesgo público para disminuir la accidentalidad.
- Establecer una política de contratación por procesos, identificando esquemas de tercerización en procesos diferentes a los centrales de la compañía.



**ESTAMOS COMPROMETIDOS  
CON LA SOSTENIBILIDAD Y  
*EL DESARROLLO DEL PAÍS***





# TABLAS INDICADORES GRI

GRI	Descripción del indicador	Respuesta	Omisión																																																						
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES																																																									
G4-1	Declaración sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia	Sostenibilidad como foco de la estrategia corporativa																																																							
G4-2	Principales efectos, riesgos y oportunidades	Sostenibilidad como foco de la estrategia corporativa																																																							
G4-3	Nombre de la organización	Postobón S.A.																																																							
G4-4	Principales marcas, productos y servicios	La organización																																																							
G4-5	Lugar de la sede central de la organización	Postobón Oficina Central - Medellín - Edificio Coltejer																																																							
G4-6	Países donde opera	La organización																																																							
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica	Sociedad Anónima, Regimen Común y Gran Contribuyente																																																							
G4-8	Mercados de los que se sirve	La organización																																																							
G4-9	Tamaño de la organización	Sobre Postobón																																																							
G4-10	Número de empleados por contrato laboral y sexo	Capital humano																																																							
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	Capital humano																																																							
G4-12	Describe la cadena de abastecimiento	La organización																																																							
G4-13	Cambios significativos en el tamaño, la estructura, propiedad accionarial o cadena de suministro	Sobre Postobón																																																							
G4-14	Principio de precaución	No aplica																																																							
G4-15	Iniciativas externas que la organización ha adoptado	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-16	Asociaciones a las que pertenece la organización	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-17	Entidades que figuran en los EEEF y señalar cuáles no figuran en la memoria	Gaseosas Posada Tobón S.A., Gaseosas Lux S.A., Gaseosas Colombianas S.A., Gaseosas de Córdoba S.A., Gaseosas Hipinto S.A.S., Gaseosas de la Sabana S.A., Gaseosas Caribe S.A.S.																																																							
G4-18	Proceso para determinar el contenido de la memoria	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-19	Lista de los aspectos materiales	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-20	Cobertura de cada aspecto material	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización	<table><tr><th rowspan="2">FOCOS</th><th rowspan="2">Interno</th><th colspan="6">Externo</th></tr><tr><th>Comunidad</th><th>Clientes</th><th>Consumidores</th><th>Proveedores</th><th>Medio Ambiente</th><th>Gobierno</th></tr><tr><td>Compromiso con el planeta</td><td>X</td><td>X</td><td></td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td></tr><tr><td>Cadena de valor sostenible e inclusiva</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td></tr><tr><td>Buen vecino</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td></tr><tr><td>Hábitos de vida responsables</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td></tr><tr><td>Capital humano</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td></td><td>X</td><td></td><td></td></tr></table>	FOCOS	Interno	Externo						Comunidad	Clientes	Consumidores	Proveedores	Medio Ambiente	Gobierno	Compromiso con el planeta	X	X		X	X	X	X	Cadena de valor sostenible e inclusiva	X	X	X	X	X	X	X	Buen vecino	X	X	X	X	X	X	X	Hábitos de vida responsables	X	X	X	X	X	X	X	Capital humano	X	X	X		X			
FOCOS	Interno	Externo																																																							
		Comunidad	Clientes	Consumidores	Proveedores	Medio Ambiente	Gobierno																																																		
Compromiso con el planeta	X	X		X	X	X	X																																																		
Cadena de valor sostenible e inclusiva	X	X	X	X	X	X	X																																																		
Buen vecino	X	X	X	X	X	X	X																																																		
Hábitos de vida responsables	X	X	X	X	X	X	X																																																		
Capital humano	X	X	X		X																																																				
G4-22	Describe las consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas	No hubo reformulaciones que se consideren materiales																																																							
G4-23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores	No hubo cambios que se consideren materiales																																																							
G4-24	Lista de los grupos de interés	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-25	En qué se basa la elección?	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-26	Frecuencia de la participación de los grupos de interés	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-27	Cuestiones que hayan surgido a partir de la participación de los grupos de interés, evaluación hecha por la organización y qué grupos hicieron el planteamiento	Modelo de sostenibilidad																																																							
G4-28	Período de reporte	Enero-Diciembre 2015																																																							
G4-29	Fecha del reporte más reciente	Informe de Sostenibilidad 2014																																																							
G4-30	Frecuencia de reporte	Anual																																																							
G4-31	Contacto	Sebastián Devis Rueda																																																							
G4-32	Indicar la opción de conformidad, índice GRI e informe de verificación, si lo hay	Acerca del informe																																																							
G4-33	Información sobre la verificación externa	No aplica																																																							
EC1	Valor económico directo generado y distribuido	Sobre Postobón La inversión en la promoción de hábitos de vida responsables, incluyendo lanzamiento de productos, programas, campañas y patrocinios asciende a \$21.718 millones																																																							
GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA Y TRANSPARENCIA																																																									
G4-34	Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités y responsabilidad sobre asuntos ESG	Modelo de gobiernoLa Dirección de Sostenibilidad planea, dirige y controla la estrategia de sostenibilidad, innovación y reputación corporativa, diseña el plan de comunicaciones corporativas internas, tiene a cargo el sistema de gestión de la innovación y ejecuta acciones de valor compartido.																																																							
G4-48	Comité o cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	Dirección de Sostenibilidad																																																							
G4-51	Políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección	Modelo de gobierno																																																							
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento como código de conducta y ética	Ética y transparencia																																																							
G4-57	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento	Ética y transparencia																																																							
G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda	Ética y transparencia																																																							

SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	Ética y transparencia																																																													
SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Ética y transparencia		No se especifican los casos																																																											
ASPECTO MATERIAL 1: COMPROMISO CON EL PLANETA																																																															
EN1	Materiales usados por la organización	<table><tr><th>Grupo de Artículos</th><th>Valor 2015</th><th>Participación</th></tr><tr><td>Adit. y elem básicos</td><td>\$ 317.890</td><td>36,0%</td></tr><tr><td>Aditivos Auxiliares</td><td>\$ 1.968</td><td>0,2%</td></tr><tr><td>Cajas</td><td>\$ 7.518</td><td>0,9%</td></tr><tr><td>Colores</td><td>\$ 116</td><td>0,0%</td></tr><tr><td>Edulcorantes</td><td>\$ 3.742</td><td>0,4%</td></tr><tr><td>Embalaje Retornable</td><td>\$ 82.216</td><td>9,3%</td></tr><tr><td>Envases no retorn.</td><td>\$ 195.053</td><td>22,1%</td></tr><tr><td>Envases retornables</td><td>\$ 6.707</td><td>0,8%</td></tr><tr><td>Estibas</td><td>\$ 4.418</td><td>0,5%</td></tr><tr><td>Gas Carbónico</td><td>\$ 15.355</td><td>1,7%</td></tr><tr><td>Insumos de campo</td><td>\$ 1.716</td><td>0,2%</td></tr><tr><td>Material de empaque</td><td>\$ 27.697</td><td>3,1%</td></tr><tr><td>Pulpas</td><td>\$ 19.440</td><td>2,2%</td></tr><tr><td>Pulpas Projugos</td><td>\$ 16.406</td><td>1,9%</td></tr><tr><td>Sabores</td><td>\$ 114.662</td><td>13,0%</td></tr><tr><td>Sustancias Controlad</td><td>\$ 6.584</td><td>0,7%</td></tr><tr><td>Tapas Bebidas</td><td>\$ 61.150</td><td>6,9%</td></tr><tr><td>Tratamiento de aguas</td><td>\$ 1.444</td><td>0,2%</td></tr><tr><td>Total general</td><td>\$ 884.082</td><td></td></tr></table> <p>Cifras en millones de pesos</p>	Grupo de Artículos	Valor 2015	Participación	Adit. y elem básicos	\$ 317.890	36,0%	Aditivos Auxiliares	\$ 1.968	0,2%	Cajas	\$ 7.518	0,9%	Colores	\$ 116	0,0%	Edulcorantes	\$ 3.742	0,4%	Embalaje Retornable	\$ 82.216	9,3%	Envases no retorn.	\$ 195.053	22,1%	Envases retornables	\$ 6.707	0,8%	Estibas	\$ 4.418	0,5%	Gas Carbónico	\$ 15.355	1,7%	Insumos de campo	\$ 1.716	0,2%	Material de empaque	\$ 27.697	3,1%	Pulpas	\$ 19.440	2,2%	Pulpas Projugos	\$ 16.406	1,9%	Sabores	\$ 114.662	13,0%	Sustancias Controlad	\$ 6.584	0,7%	Tapas Bebidas	\$ 61.150	6,9%	Tratamiento de aguas	\$ 1.444	0,2%	Total general	\$ 884.082		Se expresa como porcentaje sobre el valor de las compras. En 2016, se trabajará con las áreas de compras, empaquetecnia y calidad para hacer las modificaciones a los registros y reportar el indicador en términos de peso o volumen
Grupo de Artículos	Valor 2015	Participación																																																													
Adit. y elem básicos	\$ 317.890	36,0%																																																													
Aditivos Auxiliares	\$ 1.968	0,2%																																																													
Cajas	\$ 7.518	0,9%																																																													
Colores	\$ 116	0,0%																																																													
Edulcorantes	\$ 3.742	0,4%																																																													
Embalaje Retornable	\$ 82.216	9,3%																																																													
Envases no retorn.	\$ 195.053	22,1%																																																													
Envases retornables	\$ 6.707	0,8%																																																													
Estibas	\$ 4.418	0,5%																																																													
Gas Carbónico	\$ 15.355	1,7%																																																													
Insumos de campo	\$ 1.716	0,2%																																																													
Material de empaque	\$ 27.697	3,1%																																																													
Pulpas	\$ 19.440	2,2%																																																													
Pulpas Projugos	\$ 16.406	1,9%																																																													
Sabores	\$ 114.662	13,0%																																																													
Sustancias Controlad	\$ 6.584	0,7%																																																													
Tapas Bebidas	\$ 61.150	6,9%																																																													
Tratamiento de aguas	\$ 1.444	0,2%																																																													
Total general	\$ 884.082																																																														
EN3	Consumo de energía	Consumo de energía y gestión de emisiones																																																													
EN8	Captación total de agua según la fuente	Gestión del agua y cuidado del recurso hídrico																																																													
EN11	Instalaciones que estén ubicadas en áreas protegidas o de gran valor para la biodiversidad	No aplica																																																													
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	Gestión del agua y cuidado del recurso hídrico																																																													
EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1)	Consumo de energía y gestión de emisiones																																																													
EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2)	Consumo de energía y gestión de emisiones																																																													
EN23	Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento	Gestión integral de residuos																																																													
EN30	Impactos ambientales del transporte de productos y de personal	Consumo de energía y gestión de emisiones																																																													
ASPECTO MATERIAL 2: CADENA DE VALOR SOSTENIBLE E INCLUSIVA																																																															
EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	Selección y contratación de proveedores																																																													
FP1	Porcentaje del volumen de compras a proveedores que cumplen con la política de abastecimiento de la compañía			La compañía cuenta con normas y procedimientos relacionadas con el abastecimiento como son: Norma de Selección, Evaluación y Seguimiento de Proveedores, Manual de Compras, Manual de Licitaciones, SARLAFT y Política de Transparencia. Si bien no se cuenta con una estadística de cumplimiento para cada uno de ellos, en 2015 se realizó una evaluación de calidad y cumplimiento a 500 proveedores, en la que el 100% de ellos dio cumplimiento a los parámetros, considerándolos aptos para seguir contratando con ellos																																																											
FP2	Porcentaje del volumen de compras verificado por un estándar de producción internacional			A pesar de que muchos proveedores tienen certificación internacional, no se cuenta con estadísticas al respecto. Se planea empezar a mapear para 2016																																																											
EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales			Las normas y procedimientos asociados al abastecimiento, establecen elementos mínimos de elegibilidad y permanencia y compromisos para mantener el vínculo contractual, que relacionan temas de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de SARLAFT y un proceso de revisión que se está llevando a cabo con Cofase, la compañía planea incluir progresivamente y de forma específica aspectos ambientales dentro de los criterios formales de selección y evaluación.																																																											
EN33	Impactos ambientales negativos, reales y potenciales en la cadena de suministro y medidas adoptadas			Las normas y procedimientos asociados al abastecimiento, establecen elementos mínimos de elegibilidad y permanencia y compromisos para mantener el vínculo contractual, que relacionan temas de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de SARLAFT y un proceso de revisión que se está llevando a cabo con Cofase, la compañía planea incluir progresivamente y de forma específica aspectos ambientales dentro de los criterios formales de selección y evaluación.																																																											



LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales		Las normas y procedimientos asociados al abastecimiento, establecen elementos mínimos de elegibilidad y permanencia y compromisos para mantener el vínculo contractual, que relacionan temas de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de SARLAFT y un proceso de revisión que se está llevando a cabo con Cofase, la compañía planea incluir progresivamente y de forma específica aspectos laborales dentro de los criterios formales de selección y evaluación.
LA15	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto		Las normas y procedimientos asociados al abastecimiento, establecen elementos mínimos de elegibilidad y permanencia y compromisos para mantener el vínculo contractual, que relacionan temas de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de SARLAFT y un proceso de revisión que se está llevando a cabo con Cofase, la compañía planea incluir progresivamente y de forma específica aspectos laborales dentro de los criterios formales de selección y evaluación.
SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social		Las normas y procedimientos asociados al abastecimiento, establecen elementos mínimos de elegibilidad y permanencia y compromisos para mantener el vínculo contractual, que relacionan temas de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de SARLAFT y un proceso de revisión que se está llevando a cabo con Cofase, la compañía planea incluir progresivamente y de forma específica aspectos sociales dentro de los criterios formales de selección y evaluación.
SO10	Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas		Las normas y procedimientos asociados al abastecimiento, establecen elementos mínimos de elegibilidad y permanencia y compromisos para mantener el vínculo contractual, que relacionan temas de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de SARLAFT y un proceso de revisión que se está llevando a cabo con Cofase, la compañía planea incluir progresivamente y de forma específica aspectos sociales dentro de los criterios formales de selección y evaluación.
HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos		Las normas y procedimientos asociados al abastecimiento, establecen elementos mínimos de elegibilidad y permanencia y compromisos para mantener el vínculo contractual, que relacionan temas de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de SARLAFT y un proceso de revisión que se está llevando a cabo con Cofase, la compañía planea incluir progresivamente y de forma específica aspectos relacionados con los derechos humanos dentro de los criterios formales de selección y evaluación.
HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas		Las normas y procedimientos asociados al abastecimiento, establecen elementos mínimos de elegibilidad y permanencia y compromisos para mantener el vínculo contractual, que relacionan temas de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de SARLAFT y un proceso de revisión que se está llevando a cabo con Cofase, la compañía planea incluir progresivamente y de forma específica aspectos relacionados con los derechos humanos dentro de los criterios formales de selección y evaluación.
PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	Desarrollo de clientes	
ASPECTO MATERIAL 3: BUEN VECINO			
EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance	Los impactos se describen en cada una de las iniciativas	
SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	Relaciones de calidad y gestión de impactos	
SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales	Relaciones de calidad y gestión de impactos	
ASPECTO MATERIAL 4: HÁBITOS DE VIDA RESPONSABLES			
FP5	Certificaciones con que cuenta la organización y porcentaje del volumen de producción manufacturado en centros certificados por un tercero independiente, de acuerdo a estándares internacionales en producción de alimentos.	La compañía cuenta con las siguientes certificaciones que son verificadas anualmente a través de ciclos de auditoría realizadas por el Icontec: - Sello de calidad ICONTEC para las bebidas gaseosas, bajo el referencial NTC 2740 "Bebidas no alcohólicas. Bebidas Gaseosas o Carbonatadas", otorgado el 6 de febrero de 1997 - Certificación NTC - ISO 9001:2008, cuyo alcance es: "Fabricación de Bebidas gaseosas, bebidas con jugo, refrescos de fruta, jugos 100%, néctares, bebidas con leche, bebidas de té, agua envasada, agua con gas, refresco de agua saborizada, refresco de agua saborizada con gas, hidratantes y energizantes", otorgada el 14 de marzo de 2014 A partir del año 2014 se inició la implementación de la norma: NTC-ISO 22000 "Sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria" inicialmente con alcance a las líneas de fabricación de bebidas gaseosas en Postobón Malambo. A la fecha se continúa en el desarrollo de los procedimientos necesarios, validación y ajustes del plan HACCP y realización de programas de capacitación y comunicación interna.	
FP6	Porcentaje del volumen total de ventas por categoría de productos que han sido reducidos en grasas saturadas, grasas trans, sodio o azúcar	Alimentarse bien para vivir bien	Los datos se presentan en términos del número de productos, no en volumen de ventas
FP7	Porcentaje del volumen total de ventas por categoría de productos que contienen ingredientes nutricionales adicionales como fibra, vitaminas, o aditivos funcionales	Alimentarse bien para vivir bien	Los datos se presentan en términos del número de productos, no en volumen de ventas
PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos	Alimentarse bien para vivir bien	

	y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos		
ASPECTO MATERIAL 5: CAPITAL HUMANO			
LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	Generación de empleo y bienestar laboral	Los datos no se presentan desglosados
LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa	Generación de empleo y bienestar laboral	
LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	Generación de empleo y bienestar laboral	
LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	La compañía se ciñe específicamente a lo establecido por las normas laborales colombianas, cuya regla general es de 2 meses	
LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud	Salud y seguridad en el trabajo	
LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	Salud y seguridad en el trabajo	
LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	Salud y seguridad en el trabajo	Aquellos que llevan a cabo tareas de manejo manual de cargas de forma intensiva que pueden generar desórdenes de trauma acumulativos y afectación al sistema músculo esquelético de los trabajadores.
LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	Salud y seguridad en el trabajo	
LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	Desarrollo humano	Los datos no se presentan desglosados.
LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	Desarrollo humano	
LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	Durante 2015 no se realizaron ejercicios estructurados de gestión del desempeño	
LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Generación de empleo y bienestar laboral	Desglose parcial de los datos
LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	Generación de empleo y bienestar laboral	Los datos no se presentan desglosados
FP3	Porcentaje de tiempo perdido debido a paros o huelgas	Cero	





# Postobón

---

[Contáctenos](#)

[comunicaciones@postobon.com.co](mailto:comunicaciones@postobon.com.co)  
[www.postobon.com/www.unomastodos.com](http://www.postobon.com/www.unomastodos.com)  
[Facebook/unomastodos/](https://www.facebook.com/unomastodos/)[Twitter@UnoMasTodosCo](https://twitter.com/UnoMasTodosCo)

Sede Oficina Central/Calle 52 #47 - 42 Edificio Coltejer/Teléfono: 5765100/Medellín