

## **Informe de Gestión del Presidente y la Junta Directiva año 2010**

En cumplimiento de lo dispuesto por el Código de Comercio, la Ley 222 de 1995 y los Estatutos de la sociedad, presentamos a su consideración el Informe de Gestión correspondiente al ejercicio del año 2010, de que tratan los artículos 29 y 47, respectivamente, de la citada Ley 222.

### **Entorno Económico**

La actividad económica de Colombia durante el 2010 presentó un repunte y aunque se dieron diversas situaciones adversas tales como el invierno, la disminución de comercio con Venezuela y la crisis de algunos países de Europa, el buen desempeño en el campo minero, en la industria manufacturera, y el comercio entre otros, hicieron que el país logrará recuperar la senda del crecimiento.

Las estadísticas muestran que el Producto Interno Bruto en el 2010 estará por los alrededores del 4,2 por ciento, cuando en el 2009 fue del -1,0 por ciento y en el 2008 fue del 3,5 por ciento.

La Inflación en el 2010 fue del 3,17 por ciento presentando un repunte especialmente como consecuencia del invierno que afectó no sólo el precio de los alimentos sino también las vías terrestres. El Índice de Precios en el año 2009 fue del 2,00 por ciento y en el 2008 fue del 7,67 por ciento.

El Precio del Dólar finalizó el año en \$1.913,98 pesos debido al exceso de dólares en el mercado mundial de divisas por la expansión agresiva de la base monetaria de los Estados Unidos. En el 2009 el precio del dólar terminó el año en \$2.044,23 pesos y en el 2008 en \$2.243,59 pesos.

Las Tasas de Interés en el 2010 estuvieron influenciadas principalmente por la tasa de intervención del Banco de la Republica la cual se mantuvo estable en un 3.0 por ciento durante gran parte del año. La DTF terminó el 2010 en 3.5 por ciento, en el 2009 en 4.1 por ciento y en el 2008 en 10.1 por ciento.

### **Ventas y Mercadeo**

Conscientes del ambiente competitivo de la industria de las bebidas no alcohólicas en el país, las Compañías tienen en la innovación y creatividad, los ejes para capturar la preferencia de los consumidores. Se destacan, entre otras actividades e iniciativas las siguientes:

#### **Lanzamientos**

##### **Categoría Gaseosas**

PET 1.5 Litros no retornable en gaseosas, a un precio sugerido al público de \$2.500 la unidad.

Edición limitada SEVEN-UP BITE con sabor a lima-limón en la presentación PET 600 ml.

PET 500 ML. FULL BODY en los sabores de manzana, colombiana, uva, naranja, hipinto y pepsi-cola. En las etiquetas de los sabores propios los escudos de los 18 equipos que integran la Liga Postobón, y en las etiquetas de Pepsi-cola 7 motivos con los jugadores más representativos del mundial de futbol 2010.

Nuevo sabor en gaseosa XX, en los territorios de Postobon Dosquebradas en la presentación 350 ml retornable.

### **Categoría Jugos**

SUNFRUT PET 250 ml.

HIT VITAL 250 ml retornable.

HIT PET 500 ml en los sabores de mora, mango, naranja piña y frutas tropicales.

### **Categoría Hidratantes**

GATORADE PET LITRO en los sabores de mandarina y frutas tropicales.

SQUASH PET 500 ML en los sabores de frutas tropicales, mandarina, uva y naranja.

Edición limitada de futbol GATORADE PASIÓN en la presentación PET 500 ml sabor Fresandía.

### **Categoría Bebidas de Te**

Nuevo sabor MR TEA VERDE y MR TEA, en la presentación 250 ml retornables, en los territorios de Manizales y Armenia.

MR TEA PET 500 ml en los sabores de limón, durazno y mora.

### **Promociones**

“MECHUDOS”, en la categoría de gaseosas, las presentaciones personales de 250, 350 y 500 ml, con las tapas contramarcadas forma las letras me-chu-dos y reclama gratis un Mechudo Yetti o Mr Spin. En total 3.000.000 de unidades.

“SACAPLOOPS”, por la compra de un six pack de Hit o Hit Vital tetra pak de 200 ml, reclama gratis un sacapuntas, para un total de 500.000 elementos.

“TAPA LITRON VALE 200 PESOS”, se premia con \$200 pesos la compra de litrón, 1,25 litros retornable, para que el consumidor de como parte de pago en su próxima compra, en los territorios de la costa atlántica. Por cada 4 cupones que el detallista redima se le entregará un líquido gratis de litrón.

“SUNFRUT PET 500 ML” Por la compra de una caja de gaseosas personal retornable 250, 350 ó 500 ml, reclama dos (2) unidades de dicha presentación.

GANAR VASOS POSTOBON consistente en intercambiar cuatro (4) tapas de las presentaciones familiares de gaseosas por un vaso. En total 3 millones de unidades.

TAPA 200, consistente en buscar bajo las tapas de la presentación retornable 500 ml un premio por valor de \$200, como parte de pago de la próxima compra de una gaseosa de 500 ml retornable. Todas las tapas están premiadas.

Promoción al consumidor PEGA DOS POSTOBON consistente en buscar bajo las tapas de los tamaños personales de gaseosas ó en los paquetes de snacks premios inmediatos o aspiracionales. Los premios inmediatos consisten en reclamar gaseosas o snacks gratis, y los premios aspiracionales constan de carros, nintendos wii, portátiles marca Dell, ipods y MP3. Estos últimos se pueden reclamar si se completa la tapa de gaseosa con la tarjeta del snack respectiva.

“TUS ÍDOLOS SON MUCHO MAS QUE ESTRELLAS” consiste en buscar las tapas ganadoras en los tamaños retornables personales de gaseosas 250, 350 y 500 ml, para reclamar un álbum afiche, sobres de 3 láminas, tarjetas para llamar a larga distancia y módems de internet móvil totalmente gratis. Por llenar el álbum y registrarlo en un sitio web, se tiene derecho a participar en la rifa de balones de futbol, camisetas de los equipos del futbol profesional, maletines y conexiones a internet o TV Cable.

Agua Oasis, bajo las tapas de las presentaciones PET de Agua Oasis los consumidores encontrarán códigos con los cuales podrán entregar una dotación en vestuario completa a 13 mil niños, y 11 nuevos colegios. La dotación es fabricada por el Centro de Formación Integral Providencia.

CON PEAK GANAR ES UNA CUESTION DE ACTITUD, en la cual se entregarán seis AVEOS GTI EMOTION FULL EQUIPO. Con tres latas o tres tapas de peak, enviadas por Servientrega, las personas podrán concursar en la rifa de los carros, los cuales se entregarán a partir del 15 de noviembre (2 unidades), 15 de diciembre (2 unidades) y 20 de enero (2 unidades).

Promoción MOCHILAS COLOMBIANA, con tres (3) etiquetas de las presentaciones no retornables de las marcas colombiana y colombiana ligera más \$20.000 pesos, reclama una mochila en los puntos de Servientrega.

Promoción NAVIDAD POSTOBON consistente en reunir tres (3) tapas de cualquiera de las presentaciones 250, 350 y 500 ml retornable, para formar la palabra NAVIDAD y reclamar un vitral navideño. Son 8 motivos coleccionables y en total se tendrán 2,5 millones de elementos. Adicionalmente, los productos de las marcas de Postobon, Colombiana, Hipinto, Popular y Freskola en sus presentaciones no retornables tendrán una etiqueta alusiva a la navidad.

### **Patrocinios**

Patrocinio del Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá 2010.

### **Campañas Publicitarias y Eventos**

Campaña publicitaria de Postobón “TUS ÍDOLOS SON MUCHO MAS QUE ESTRELLAS” donde más de 19 mil colombianos eligieron a 18 jugadores de cada uno de los equipos de la Liga Postobón para conformar La Liga de las Estrellas. Estos mismos jugadores estarán en las etiquetas de la botella PET 500 ML FULL BODY.

Campaña Corporativa Postobón, en la cual se proyecta los avances tecnológicos y de infraestructura a través de la planta de Postobón Yumbo, y de la nueva línea de Pet llenado en caliente con nitrógeno; el concepto de la campaña es “cuando Postobón avanza, toda Colombia lo hace”.

Evento COPA POSTOBON DE FUTBOL FEMENINO 2010, realizado en varias ciudades del país con la participación de 12 equipos y 12 jugadoras extranjeras, a partir del 25 de Julio.

Evento gastronómico ALIMENTARTE 2010, realizado en el parque El Virrey de Bogotá donde se participó con 24 puntos de venta.

Evento virtual LIGA INTERACTIVA DE POSTOBÓN, consiste en realizar una convocatoria nacional para seleccionar los 16 participantes que representarán las selecciones del Mundial de Futbol en la liga virtual a disputarse en Bogotá.

CONCIERTO 2º FESTIVAL AGUA CRISTAL Y AGUA OASIS en las ciudades de Cartagena, Santa Marta, y Barranquilla, donde se puede reclamar una boleta para la entrada, presentando 30 bolsas de Agua 360 ó 10 bolsas Agua 5 Litros de las marcas Agua Cristal y/o Agua Oasis.

COLOMBIANA patrocinó los conciertos NUESTRA TIERRA y DIA MUNDIAL DE LA PARRANDA en la ciudad de Bogotá, en asoció con las cadenas radiales LA MEGA y RADIO UNO DE RCN.

AGUA CRISTAL patrocinó la MEDIA MARATÓN CIUDAD DE MEDELLÍN, junto a su evento FERIA DEPORTEVIDA..

Degustación de los productos de la marca H2O! en la ciudades de Medellín y Cali

### **Planes de Incentivos**

Plan de incentivos a la fuerza de ventas y personal administrativo NAVIDAD y AÑO NUEVO MILLONARIO vigente para los meses de diciembre 2010 y enero 2011 consistente en premios en tickets y rifas por el cumplimiento de la cuota de volúmenes total sector y Ebitda.

### **Movimiento de Precios**

A finales del año se hizo una reducción de precios a nivel nacional en las presentaciones GRANDOTOTA PET 3,125 litros y LITRON, 1.25 litros retornable.

### **Otras Actividades**

Lanzamiento de VALE MI GENTE, un programa de fidelización de clientes, basado en la acumulación de puntos por compras que pueden ser cambiados por premios, por cada \$2.000 en compras de cualquier producto acumula 1 punto.

Vinculación de la marca OASIS a la Primera Feria Marítima Internacional en el marco del Cartagena SAIL 2010, consistente en un stand donde las personas podían ingresar a la página web [www.ayudarrefresca.com](http://www.ayudarrefresca.com), y por cada mensaje (Video o Texto) enviado, AGUA OASIS dona \$50 a la educación en Colombia. Igualmente degustación de Oasis en botella de 420 ml.

Degustación en las ciudades de Cali, Medellín, Barranquilla, y Pereira de los productos de Pepsi, en la presentación Friopack 10 onzas. En total fueron 100.000 unidades.

## **Situación Jurídica**

La gestión jurídica en el año 2010 se caracterizó por afrontar con éxito la mayoría de los procesos civiles y laborales en los que se han visto implicadas.

Así mismo, las prácticas administrativas implementadas para prevenir los riesgos jurídicos derivados del negocio están dando buenos resultados.

Actualmente, ninguno de los procesos legales que cursan, representan un riesgo significativo y sus posibles efectos están debidamente registrados en los estados financieros, y amparados mediante pólizas de seguros.

La compañía ha cumplido a cabalidad con las garantías exigidas por la Superintendencia de Industria y Comercio, para la distribución de los productos gatorade, a través de un contrato de mandato con representación.

## **Gobierno Corporativo**

En el año 2003, Postobon S.A., estableció el Código de Buen Gobierno, el cual fue reformado y aprobado por la Junta Directiva, en reunión del 29 de febrero 2008, según acta numero 2293, por medio del cual se adopta "El Código de Mejores Practicas Corporativas en Colombia", plasmando la transparencia y ética de la administración y, cuyo estricto cumplimiento se ha llevado a cabo.

## **Inversiones**

Se efectuaron inversiones por un valor de \$201.468 millones en propiedades, planta y equipo, y \$41.206 millones en derechos fiduciarios. Las inversiones están representadas en la iniciación de la construcción de la nueva planta de producción en Malambo (Atlántico), adecuación del centro de distribución de Itagui, en compra de terrenos y edificios, en montaje de nueva línea de producción de PET en caliente, en Postobon Yumbo, en el mejoramiento de líneas de embotellado, en equipos para el mercado como neveras y dispensadores de gaseosa y agua, vehículos de distribución, envase y empaques retornables, y equipos de cómputo; los derechos fiduciarios corresponden a la adquisición de terrenos y edificios.

## **Calidad**

El éxito se logra controlando y mejorando los detalles críticos de nuestro negocio: los productos, los clientes y los consumidores.

En lo relativo a los productos, la estandarización de los procesos, la calidad en las materias primas, la selección de proveedores, los atributos de marca, la rigurosidad en los controles y el cuidado del medio ambiente, entre otros, nos han permitido alcanzar una calificación destacada.

Durante el 2010, se lograron superar 22 no conformidades de los mandatorios Postobon con relación a los mandatorios Pepsi. Igualmente, las plantas de Yumbo, Cartagena, y Postobón Medellín se abordaron según el plan maestro limpieza e higienización. El manual de zonificación inició su desarrollo, y una vez terminado, será el referente obligatorio de las localizaciones requeridas por cada planta.

Así mismo, se logró la estandarización de los laboratorios de microbiología, fisicoquímico, de metrología y sensorial en las plantas de Cartagena, Barranquilla Sur y Yumbo. También se realizó una capacitación de métodos analíticos fisicoquímicos y microbiológicos a personal de cargos operativos en la mayoría de nuestros centros productores.

De igual modo se construyó un sistema informático para analizar las tendencias de los defectos y los defectuosos por millón de oportunidades en producto terminado, con base en los eventos de productos defectuosos en el mercado y en las bodegas. Y para satisfacer los más exigentes estándares internacionales se implementaron los casos de prueba del sistema de control de plagas e infestaciones en nuestras instalaciones.

En el 2010 se destaca la inversión en la planta de potabilización de agua de Yumbo.

Finalmente, para garantizar el perfil de sabor y aroma de las bebidas, se implementó el sistema de evaluación sensorial cuya valoración periódica mediante un panel de expertos permitirá garantizar el cumplimiento de la "huella técnica de la marca".

## **Logística**

La manufactura de referencias, sus materias primas, empaques y almacenamiento son gestionados usando prácticas y sistemas tecnológicos para garantizar el aprovisionamiento óptimo del mercado.

Los procedimientos y materiales se revisan para ejecutar las operaciones de un modo más expedito y eficiente. Tal es el caso de la eliminación en el 2010 de los separadores de cartón en Yumbo mediante el uso de un sistema de pegante que permitió un ahorro en los costos. Igualmente, la aplicación de mejores diseños en el uso de los espacios mediante la instalación de estanterías ha permitido aumentar la capacidad de almacenamiento.

En el centro de distribución de Itagüí, la puesta en marcha del sistema WMS para la administración del producto terminado y envases y cajas mediante el uso de la tecnología inalámbrica con terminales portátiles y códigos de barra, mejorado la rotación de los productos y mantener los inventarios actualizados en tiempo real.

En Postobon Yumbo se realizó el montaje del sistema de picking con reconocimiento de voz para el cargue de los vehículos, reflejado en la disminución del número de operarios y del tiempo de cargue a los camiones.

Consientes de las necesidades especiales de determinados tipos de clientes, hemos rediseñado el servicio suministrado por nuestros centros logísticos a las cadenas de almacenes de grandes superficies mejorando el grado de satisfacción.

Todas estas actividades se han complementado con la capacitación de jefes de producción, mantenimiento, calidad, supervisores y operarios mediante el "Seminario PIT STOP" para disminuir el tiempo en cambios de formato de producción.

## **Distribución**

Nuestros esfuerzos están orientados a mejorar la plataforma y esquemas de distribución de productos, a fin de servir mejor a nuestros clientes y consumidores. Mediante la atención directa de nuevos territorios y el uso de sistemas tecnológicos, hemos mejorado el desempeño en las ventas y fortalecido nuestra posición en el mercado.

Para el 2010, las actividades más sobresalientes están relacionadas con la implementación del software ROAD NET para la asignación de rutas de entrega en preventa, la apertura de tres (3) nuevas agencias (Riohacha, Aracataca y Anserma), el plan piloto de seguimiento de los representantes de ventas con GPS para determinar su posición satelital, e implementación del sistema de distribución de preventa en la operación de San Andres.

## **Informática**

Nuestros sistemas de información buscan incrementar en forma permanente sus capacidades y funcionalidades usando lo mejor de la tecnología en los procesos claves del negocio para mejorar la productividad y el desempeño operativo.

## **Infraestructura**

Se implementó comunicaciones dedicadas para 6 nuevas sedes con tecnología satelital, lo que nos permite conformar una red nacional de 70 sitios.

Se implementó sistema virtual de servidores Microsoft con alta disponibilidad para mejorar el soporte y la continuidad de negocio.

Se adquirieron microcomputadores entre portátiles y desktop para cubrir obsolescencia y nuevos puestos de trabajo.

Se adquirieron terminales portátiles (Handheld) para implementar el sistema de automatización de fuerza de ventas con transmisión a través de tecnología celular (GPRS) para 5 sedes y seguimiento satelital a través de GPS.

## **Software y Servicios**

Se implementó la herramienta NetIQ para AS/400, aplicativo de seguridad que permite controlar todos los accesos, hacer seguimiento de funciones y entregar alertas sobre eventos específicos que requieran intervención.

Se implementó el sistema "RouteNet" para desarrollar procesos de ruteo dinámico en la planta de Cartagena.

Se desarrollaron los proyectos basados en Modelos de Inteligencia de Negocios para cubrir los proyectos de: RIME (Rentabilizando las Inversiones en el Mercado), Segmentación, Margen de Contribución, Distribución y Supermercados.

## **Recursos Humanos**

Nuestra estructura organizacional continuamente busca adaptarse al exigente mercado, afrontándolo con personal motivado y capacitado. Para tal fin, desarrollamos programas de selección y capacitación para capitalizar la experiencia y potencial de nuestros colaboradores según los valores corporativos de servicio, dedicación y profesionalismo.

### **Selección y Contratación**

Trabajamos para atraer y desarrollar personal adecuado a nuestros procesos de negocio. Durante el 2010 hubo un total de 3.303 procesos de selección para cubrir las necesidades de personal. Por cada proceso de selección realizado, se evaluaron en promedio 5 personas, las cuales cumplían con el perfil ocupacional, las competencias y las características requeridas para el cargo, lo cual da un total aproximado de 17.096 aspirantes evaluados.

Adicionalmente, entre 581 candidatos, fueron seleccionados 34 colaboradores para el programa "Profesionales en Entrenamiento" que busca preparar y ascender a los cargos de gerencia integral, jefatura de empaque y producto, jefatura de mantenimiento y jefatura de ventas funcionarios internos dentro de la Compañía.

### **Capacitación**

Impulsamos el desarrollo de nuestros colaboradores, ofreciendo programas e iniciativas permanentes de capacitación.

En el 2010 se realizó el acompañamiento en las implementaciones de nuevos procedimientos y tecnologías, destacándose el programa BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), el sistema de gestión del almacén de empaque y producto terminado WMS (Warehouse Management System), el sistema AIEM (administración Integral de Equipos en el Mercado) y el sistema de gestión de ventas TU (Universidad del Territorio). En todos estos programas se invirtieron 79.173 horas-hombre.

En el programa Profesionales en Entrenamiento se contó con la participación de 33 aprendices en los grupos de Gerencia Integral con 968 horas certificadas, Gerencia de Ventas con 958 horas, Gerencia Logística con 833 horas y Gerencia de Mantenimiento con 965 horas de formación. La certificación de este grupo de profesionales se realizó el 25 de febrero de 2011.

Igualmente, durante el todo el año hemos preparado a gran parte de nuestros colaboradores mediante seminarios, congresos y diplomados. En todos estos programas se invirtieron 49.693 horas-hombre.

### **Salud y Seguridad Ocupacional**

La salud es una de las condiciones básicas para el desarrollo pleno de nuestros colaboradores. Constantemente buscamos las mejores condiciones de trabajo junto con

programas de prevención y seguridad. Prueba de ello, son los avances en los índices de accidentalidad en las plantas y centros de distribución.

### **Procesos Jurídicos**

Nuestro objetivo es tener las mejores relaciones con nuestros colaboradores, procurando negociaciones justas y expeditas que eviten a todas las partes involucradas, instancias judiciales

### **Inversión Social**

Como parte de nuestra Responsabilidad Social Empresarial, la Compañía continúa aportando al desarrollo del país, vinculando cada uno de nuestras plantas y centros de distribución a iniciativas sociales, deportivas, educativas y culturales, cercanas a la comunidad local y logrando llegar a niños de escasos recursos, ancianos, desplazados y mujeres cabeza de familia, entre otros.

### **Exportaciones**

Los resultados de exportaciones durante 2010 fueron bastante satisfactorios si se considera el comportamiento negativo de las principales variables externas que afectan el negocio: 31,1% de Ebitda, 5,2% de crecimiento en volumen y 12,4% de crecimiento en valor. No obstante, la situación de la población colombiana residente en Estados Unidos y Europa continúa siendo preocupante y a los altos índices de desempleo se suman las nuevas políticas de inmigración que podrían obligar a los inmigrantes desempleados a regresar a su país natal, disminuyendo así nuestra base de consumidores. Adicional a esto, la constante revaluación de la moneda colombiana respecto al dólar continuó siendo una amenaza directa para alcanzar el Ebitda deseado sin afectar la competitividad actual de los productos; al cierre de 2010 la revaluación por transacciones de exportaciones alcanzó el 12,5%.

A nivel de proyectos de incursión en otros mercados vía exportaciones desde Colombia, se adelantaron proyectos de exportación a 28 países y la gran mayoría no tuvieron éxito por cuestiones de formato y precio.

Durante 2010 se realizaron exportaciones directas a Estados Unidos, España, Italia, Inglaterra, Panamá, Aruba, Curazao y Australia; y a través de subdistribuidores y mayoristas, se realizaron ventas en Bonaire, Canadá, Bélgica, Holanda, Alemania y Francia.

El hecho más importante durante el año 2010 lo constituyó la decisión de evolucionar en el esquema de internacionalización y dar inicio a los estudios de factibilidad de operaciones directas en algunos países de Latinoamérica.

### **Hechos Destacados**

En Asamblea Ordinaria de Accionistas del 26 de marzo de 2010, se reeligió a la firma PRICE WATERHOUSE COOPERS como revisor fiscal de la sociedad.

Compra de lotes en el Tenjo, Cundinamarca, con un área de 258.645 metros<sup>2</sup> por \$59.766.664.650, y anticipo de \$2.855.230.000 para la compra de un lote de 14.567 metros<sup>2</sup>, a la sociedad Torres Arquitectos e Ingenieros y otros, para construcción de futura planta.

Hasta el 31 de diciembre de 2010 y 2009, Postobón S. A. ha cumplido con todas las obligaciones derivadas del "Acuerdo de Salvamento de Coltejer", incluyendo el pago del pasivo pensional de Coltejer a través de la sociedad Agrícolas y Forestales S.A., la cual ha sido debidamente capitalizada para atender esta obligación.

### **Estado de Resultados**

Los ingresos operacionales por venta de bebida en el año 2010 ascendieron a la suma de \$725.918 millones con un aumento de \$20.834 millones equivalentes a un incremento del 3,0% con respecto al año 2009.

Los gastos operacionales pasaron de \$314.215 millones en el año 2009 a \$344.185 millones en el año 2010, con un aumento de \$29.970 millones que representa un incremento del 9,5%.

La utilidad operacional pasó de \$104.983 millones en el año 2009 a \$122.488 millones en el año 2010, con un aumento de \$17.505 millones, equivalente a un incremento del 16,7%, principalmente por el incremento de ingresos por servicios a compañías vinculadas en \$37.500 millones.

Los ingresos (gastos) no operacionales pasaron de un ingreso de \$1.501 millones en el año 2009 a un ingreso de \$8.288 millones en el 2010, con un aumento de \$6.787 millones, principalmente por la disminución en el gastos financiero.

La utilidad neta pasó de \$101.170 millones en el año 2009 a \$99.609 millones en el 2010, con una disminución de \$1.561 millones.

### **Ebitda**

El Ebitda en el año 2010 fue de \$216.692 millones, con un aumento de \$32.316 millones con respecto del año anterior, equivalentes a un incremento del 17,5%, según lo explicado anteriormente.

### **Balance General**

El activo total al 31 de diciembre de 2010 es de \$1.537.640 millones, con un aumento de \$44.798 millones que equivale a un incremento del 3,0% con relación a diciembre 31 de 2009.

El pasivo total pasó de \$348.639 millones en diciembre de 2009 a \$311.072 millones en diciembre 31 de 2010, con una disminución de \$37.567 millones, ocasionado principalmente por la reducción en las cuentas por pagar a compañías vinculadas.

El patrimonio de los accionistas pasó de \$1.144.203 millones en diciembre 31 de 2009 a \$1.226.568 millones en diciembre 31 de 2010, presentando un incremento de \$82.365 millones que equivale al 7,2%.

En general no se han efectuado cambios importantes en los procedimientos ni en las políticas y prácticas contables para la elaboración y presentación de los estados financieros de este año con respecto a los utilizados en el año anterior, uniformemente

aplicados con principios de contabilidad generalmente aceptados en Colombia y disposiciones emitidas por la Superintendencia de Sociedades, luego del cambio de método y del período de amortización del crédito mercantil, en el año 2009.

A continuación se incluye el resumen de las principales cifras de los estados financieros de las compañías contabilizadas por el método de participación al 31 de diciembre y por los años terminados en esas fechas y el efecto de la aplicación del mismo:

Compañía	Activos		Pasivos		Patrimonio		Utilidad (pérdida) neta		Utilidad (pérdida) neta por método de participación	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009
RCN Televisión S. A. (3)	875,493	759,215	248,057	154,908	627,436	604,307	45,412	25,113	2,044	1,902
Productora de Jugos S.A.	43,805	50,629	1,396	1,167	42,409	49,462	1,266	316	608	152
Incauca S. A.	<u>1,417,642</u>	<u>1,361,438</u>	<u>166,597</u>	<u>236,230</u>	<u>1,251,046</u>	<u>1,125,208</u>	<u>88,158</u>	<u>74,843</u>	<u>359</u>	<u>436</u>
	<u>2,336,940</u>	<u>2,171,282</u>	<u>416,050</u>	<u>392,305</u>	<u>1,920,891</u>	<u>1,778,977</u>	<u>134,836</u>	<u>100,272</u>	<u>3,011</u>	<u>2,490</u>

Todas las operaciones comerciales celebradas con compañías vinculadas se realizaron a precios de mercado o condiciones generales vigentes en el mercado, sin que las mismas hubieran afectado las condiciones de rentabilidad y costos.

### **Responsabilidad de Control de la Información Financiera**

El representante legal como responsable de la adecuada presentación de estos estados financieros de conformidad al art. 47 de la ley 964 del 2005, se permite certificar que ha conocido en asocio de la Junta Directiva, y del Revisor Fiscal, la no existencia de casos de fraude que puedan afectar la calidad de la información financiera. De igual manera ha ejercido controles periódicos sobre dicha información y certifica que la misma no ha tenido cambios en la metodología de evaluación, y que por tanto la considera apta y razonable, para ser sometida a consideración de los accionistas.

### **Hechos Importantes Posteriores al Cierre Contable**

La compañía no ha tenido información cierta y definitiva de hechos importantes ocurridos luego del cierre contable y a la fecha que, puedan comprometer su evolución y el patrimonio de sus accionistas.

### **Cumplimiento de las Normas sobre Propiedad Intelectual y Derechos de Autor**

La compañía ha establecido las políticas, controles y sanciones necesarios para garantizar el uso legal de software y el respeto a los derechos de autor.

Esta clase de información está autorizada de manera previa y expresa por sus legítimos titulares.

Adicionalmente, la compañía cuenta con todas las licencias de software corporativo, tanto a nivel de sus sistemas de información, como de usuario final.

# Postobón S.A.

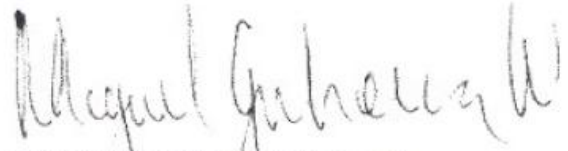
Este informe se presenta en forma conjunta entre el Presidente de la Compañía y la Junta Directiva, por lo tanto, la información estadística y contable exigida por la ley, se encuentra anexa a éste y queda disponible a los Señores Accionistas por el término legal, como lo dictamina el artículo 447 del Código de Comercio.

Finalmente, el Presidente y la Junta Directiva agradecen a los Accionistas, funcionarios y a todos los que permanentemente respaldaron y apoyaron las actividades emprendidas por Postobón.

De los señores Accionistas,



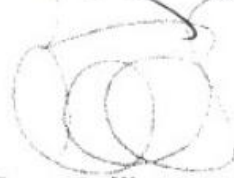
**Hector Fernando García Ardila**  
Presidente



**Miguel Gutierrez Navarro**  
Miembro Junta Directiva



**Gilberto Restrepo Vásquez**  
Miembro Junta Directiva



**Ivan Guillermo Lizcano Ortiz**  
Miembro Junta Directiva