

PASOS OPTIMISTAS

PARA AVANZAR HACIA UN MUNDO SOSTENIBLE

**Informe de
sostenibilidad
2025**

Postobón
Tómate la Vida

JUNTOS NOS TOMAMOS LA VIDA PARA AVANZAR HACIA UN MUNDO SOSTENIBLE



EDICIÓN TEXTOS Y REDACCIÓN

Dirección Comunicaciones Corporativas Postobón

CONCEPTUALIZACIÓN, ARQUITECTURA GRÁFICA Y DISEÑO

Taller de Edición | www.tallerdeedicion.co

ALCANCE DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD

(GRI 2-1, 2-2, 2-3)

Aquí está nuestro informe de sostenibilidad 2025, un texto que consolida las acciones más destacadas en las dimensiones social, ambiental y económica, que desarrollamos en la sociedad Postobón S.A.

Estas acciones son extensivas y abarcan el trabajo conjunto que desarrollamos con las sociedades Gaseosas Lux S.A.S., Gaseosas Colombianas S.A.S. y Nueva Generación de Bebidas S.A.S., con las cuales tenemos acuerdos para la producción de bebidas.

La información financiera de estas sociedades la presentamos de forma consolidada para efectos administrativos.

En el informe también presentamos actividades conjuntas con otras compañías con las que tenemos relaciones sinérgicas como Edin-sa S. A. S., e Iberplast S.A.S.

El marco de desarrollo de este informe utiliza como referencia los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI). Al final del documento detallamos los indicadores reportados ante GRI, nuestros indicadores de sostenibilidad (POS) y la relación del contenido con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). A lo largo del texto, también los señalamos con convenciones gráficas.

En este documento evidenciamos el apoyo que tenemos al Pacto Global de la Organización de Naciones Unidas. Además, ratificamos el compromiso con la implementación de buenas prácticas asociadas al mismo, constituyéndose también en nuestra Comunicación de Progreso con respecto al Pacto.

PERIODO Y RESPONSABILIDAD DEL INFORME

(GRI 2-3)

El informe da cuenta de la gestión desarrollada entre el primero de enero y el 31 de diciembre de 2025.

Para más información sobre el contenido, metas, indicadores y programas, puedes comunicarte con Martha Ruby Falla González, directora de Sostenibilidad de Postobón, al correo:

comunicacionesexternas@postobon.com.co

Verificación externa

(GRI 2-5)

Como una acción de transparencia, consecuente con nuestra forma de actuar y de pensar, la información contenida en este documento fue presentada por Postobón al Icontec para su verificación, utilizando como referencia los estándares GRI 2021. Para mayor información consultar el siguiente enlace:

<https://informe2025.postobon.com/>

CONTENIDO

Pág.

5

Lo que somos: propósito, valores y perfil de la organización

Pág.

14

Carta del presidente

Pág.

17

Sentido de orientación vibrante y sostenible

Pág.

21

Gestión de riesgos corporativos

Pág.

25

Pasos éticos y transparentes

Pág.

33

Desempeño del negocio

Pág.

43

Abastecimiento sostenible

Pág.

51

Gobierno corporativo

Pág.

57

Relación con clientes y canales de ventas

Pág.

65

Portafolio en constante evolución

Pág.

81

La forma cómo contamos lo que hacemos

Pág.

87

Nuestra gente



Lo que somos:
PROPÓSITO,
VALORES
Y PERFIL DE LA
ORGANIZACIÓN

TRANSFORMA LA VIDA

LO QUE SOMOS

Aquí te contamos nuestra esencia, lo que nos mueve, lo que nos orienta: **LO QUE SOMOS.**

“JUNTOS NOS
CREANDO

TRANSFORMANDO
PARA AVANZAR HACIA

Avanzar hacia un mundo sostenible

Ser coherentes y consistentes con el compromiso que hemos tenido a lo largo de nuestra historia con el país para contribuir a su desarrollo. Un compromiso que hoy ponemos en función de la solidaridad, la conciencia por el medioambiente, la sociedad, la economía, la inclusión, la responsabilidad y la ética.

Crear experiencias y transformar momentos

Conectarnos con nuestros grupos de interés para impactar positivamente y generar valor.

Tomarse la vida

Una actitud que promueve el optimismo, el equilibrio, la libertad de decisión, el empoderamiento, el compromiso, la pasión y la diversidad.

¿QUÉ
SIGNIFICA?

NUESTRO PROPÓSITO SUPERIOR
TOMAMOS LA VIDA
EXPERIENCIAS Y
MOMENTOS
UN MUNDO SOSTENIBLE”

NUESTROS VALORES

Los valores se demuestran en cada decisión y acción. Nos orientan para avanzar con confianza y coherencia, aportando a las personas, la sociedad y el planeta. Cuando los valores guían, cada paso tiene sentido.

COLABORACIÓN
VALENTÍA
RESPECTO
INTEGRIDAD
INNOVACIÓN
PASIÓN

ESTO ES LO QUE HACEMOS

GRI 2-1

Somos parte activa del mercado de bebidas no alcohólicas en Colombia y hemos construido una posición de liderazgo a lo largo de 121 años de historia, que nos hacen únicos, diferentes y altamente generadores de valor.



Contamos con un portafolio multicategoría que acompaña **DISTINTOS MOMENTOS DE LA VIDA DE LAS PERSONAS.**

Un portafolio hecho para tomarse la vida, que llega a millones de personas:

GRACIAS:

A una capacidad de distribución en el **95%** del territorio nacional.

A una presencia omnicanal, que cuenta con **416.183** clientes que habilitan diferentes plataformas de consumo tanto tradicionales como digitales.

A un portafolio con marcas generadoras de valor, algunas de ellas centenarias, que se encuentran entre las más valiosas del país y son símbolos culturales. Además, contamos con reconocidas marcas mundiales como Pepsi, Gatorade, 7UP y Red Bull.

PARTICIPACIÓN EN MERCADOS:
CREAMOS EXPERIENCIAS Y TRANSFORMAMOS MOMENTOS

Nos guiamos por un propósito superior que nos impulsa a la crear experiencias y transformar momentos para tomarnos la vida y avanzar hacia un mundo sostenible. Esto lo hacemos en diferentes segmentos de mercado donde tenemos posiciones de liderazgo y relevancia gracias a los productos propios o a los que comercializamos y distribuimos en el portafolio.

BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

- Gaseosas.
- Aguas.
- Bebidas con fruta.
- Bebidas de té.
- Hidratantes.
- Energizantes.
- Maltas.
- Bebidas lácteas y vegetales.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS

- Cervezas.
- Bebidas tipo hard Seltzer.
- Bebidas tipo refajo.

ALIMENTOS

- Salsas.
- Sazonadores.
- Gelatinas.
- Bocadillos de guayaba.
- Enlatados.
- Avena.
- Compotas.
- Snacks.

CAFÉ

- Café tostado (grano y molido).
- Café instantáneo soluble.

Producción y comercialización

Comercialización

Distribución

CONTRIBUCIÓN A LA INDUSTRIA DE BEBIDAS

Fuente: Cámara de Bebidas de la ANDI, DANE, DNP, NielsenIQ.

Somos parte fundamental de una industria clave el desarrollo económico del país.

Aporta el **0,8%** del PIB nacional.

Es el **7%** del PIB manufacturero.

Generó **\$14,7 billones** en valor a la producción nacional en 2025 (ANDI).

Tiene presencia con producción en los **32** departamentos.

Genera más de **55.000** empleos.

Seis de cada **10** pesos que vende una tienda provienen de las bebidas, que representan el **24%** del surtido del punto de venta.

Acompaña a más de **10.000** recicladores de oficio.

Se articula con **71** encadenamientos productivos de los sectores agropecuario, agroindustrial, logístico y de distribución, comercio, comunicaciones y posconsumo, entre otros, ampliando su impacto en la generación de empleos.



DE VALOR

(GRI 2-6)

Adquisición de materias primas



- Nos basamos en las mejores prácticas de producción.
- Valoramos las relaciones de abastecimiento de largo plazo.
- Buscamos el progreso de los proveedores y los acompañamos en la implementación de buenas prácticas.

Producción y manufactura



- Generamos una producción eficiente con criterios de sostenibilidad.

Preventa



- Mas de 3.000 personas de nuestros equipos de ventas atienden los diferentes canales con una oferta multicategoría de más de 50 marcas y 450 referencias.
- Las solicitudes de los clientes se procesan y gestionan de acuerdo con la asertividad de la demanda y la cadena logística y de distribución para hacer despachos de productos en menos de 24 horas.

Distribución primaria



- Movilizamos nuestros productos desde las plantas a los centros de distribución de una forma asertiva, pensada desde la movilidad sostenible.

Distribución secundaria

- Entregamos, de acuerdo con las ordenes de compra, nuestros productos a 416.183 clientes, distribuidos en el 95% del territorio nacional. La distribución secundaria la hacemos con nuestra flota de vehículos operada por contratistas de transporte o con terceros distribuidores.



Atención posventa

- Contamos con procesos de retroalimentación en todos los canales de ventas, los cuales nos dan un relacionamiento superior con los grupos de interés.



Gestión posconsumo

- Aplicamos prácticas de responsabilidad extendida como productores en la gestión de residuos posconsumo.
- Promovemos la separación en la fuente, apoyamos asociaciones de recicladores y generamos procesos de economía circular que valorizan los materiales aprovechables.



DIMENSIÓN DE LA COMPAÑÍA

CAPACIDADES PRODUCTIVAS Y DE NEGOCIO

71 centros de trabajo

16 plantas de producción.

55 centros de distribución.

Presencia en el 95% del territorio nacional.

Nuestra sede administrativa y corporativa se encuentra en Medellín, Colombia.

LLEGADA AL MERCADO

416.183 clientes en diferentes canales de ventas. 73% lo representan las tiendas de barrio.

Nuestra fuerza de ventas la conforman más de 3.000 empleados.

GENERACIÓN DE VALOR

Ingresos: \$5,5 billones Impuestos pagados: \$686.907 millones

PROVEEDORES

4.273 proveedores 96% proveedores locales

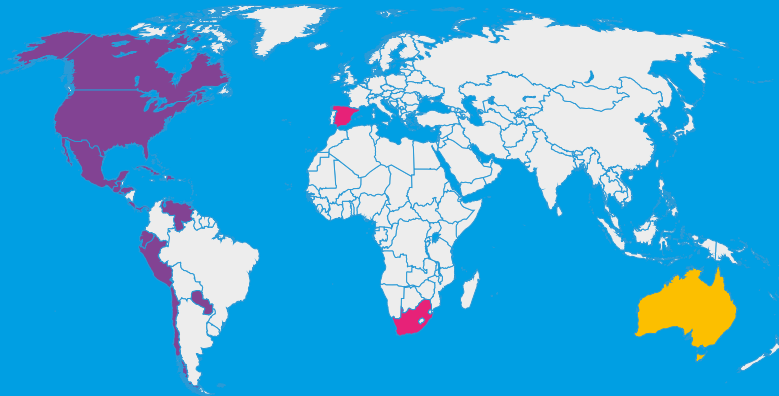
\$3.086 millones en compras, de los cuales 76% fueron compras locales.

\$684.057 millones en compras con criterios de sostenibilidad (ASG).

DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL

Llegamos, por medio de exportaciones directas a

4 continentes y 21 países



NORTEAMÉRICA

- Canadá
- Estados Unidos
- México

CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE

- Aruba
- Bonaire
- Costa Rica
- Cuba
- Curazao
- El Salvador
- Guatemala
- Panamá
- República Dominicana
- Honduras

SURAMÉRICA

- Chile
- Ecuador
- Paraguay
- Perú
- Venezuela

OCEANÍA

- Australia

ÁFRICA

- Sudáfrica

EUROPA

- España

UNA MARCA EMPLEADORA POTENTE Y OPTIMISTA

Somos uno de los mayores generadores de oportunidades de trabajo en el país:

18.595 oportunidades de trabajo generadas de las cuales 11.327 son empleos directos.

Clima organizacional catalogado como una fortaleza.¹

35% de los cargos directivos es ocupado por mujeres.

\$3.334 millones invertidos en formación y en la Universidad Postobón.

Organización declarada como diversa, incluyente y equitativa.

25% de los colaboradores son mujeres.

610 empleados fueron promovidos en 2025, de los cuales 29% son mujeres.

346.975 horas de formación a los empleados en el año.

\$57.414 millones en beneficios y auxilios a los empleados y sus familias.

RECONOCIMIENTOS A NUESTRA GESTIÓN

Generamos confianza en la sociedad

Nos posicionamos en el **Top 10** del ranking Merco Empresas 2025.

Ocupamos el **puesto 17** en el monitor Merco ASG, destacándonos por nuestras prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo:

- **13*** en gestión ambiental.
- **13*** en gestión social.
- **22*** en gestión de gobernanza.

Fuimos incluidos en el listado de Forbes Colombia como una de las **50 compañías** líderes en sostenibilidad, gracias a nuestra gestión ambiental y social.

Estamos en el **Top 10** de las empresas más valoradas en Antioquia, según Shift y Porter Novelli Colombia.

Ocupamos el **puesto 11** entre las empresas más admiradas del país, de acuerdo con cifras y conceptos.

Una de las firmas con mayor inversión social en Colombia, según el Índice de Inversión Social Privada (JA&A).

Cuidado y gestión hídrica

Premio Xposible Colsubsidio, por el proyecto de seguridad hídrica en la subcuenca del río Palo (Cauca).

Premio BIBO – El Espectador, por la conservación ambiental y la gestión del agua en el río Palo.

Un gran lugar para trabajar

14ª compañía en Merco Talento, destacándonos en atracción y fidelización del talento.

Reconocidos como Best Workplaces por Computrabajo, por ser uno de los mejores lugares para trabajar en el país.

Excelencia en gestión ambiental

Recibimos reconocimientos del Programa de Excelencia Ambiental Distrital (PREAD) en Bogotá:

PREAD ÉLITE LUX CENTRO

PREAD ÉLITE LUX SUR

PREAD EXCELENCIA GASEOSAS LUX

¹ Según los resultados de la encuesta de clima organizacional anual de la compañía en la que participó el 92% de los empleados directos.

² Reconocimiento otorgado por la plataforma Favikon, una de las principales referencias a nivel mundial en medición de influencia digital.

Liderazgo que inspira

Nuestro presidente ocupó el **puesto 21** en Merco Líderes 2025, por su liderazgo y gestión estratégica.

También se ubicó en el **Top 10** del Social CEO Ranking Colombia de Favikon², gracias a su posicionamiento e impacto en entornos digitales.

Movilidad sostenible

Recibimos el Premio Inspiradores EAFIT 2025 por nuestro programa de Movilidad Sostenible.

FUIMOS RECONOCIDOS CON EL PREMIO COLFECAR VERDE 2025, POR EL USO DE HIDRÓGENO Y LA REDUCCIÓN DE EMISIONES EN NUESTRAS OPERACIONES.

Gestión del cambio climático

RECIBIMOS EL RECONOCIMIENTO EN MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO OTORGADO POR LA ONUVI, POR LA REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO Y NUESTRAS ACCIONES DE RESTAURACIÓN AMBIENTAL.

Equidad e inclusión social

Fuimos reconocidos como Empresa de Transformación Social por la Fundación Juanfe, por la generación de oportunidades en comunidades vulnerables.

Reconocimiento de Best Buddies, por nuestro compromiso con la inclusión social y el apoyo a personas con discapacidad intelectual.

Reconocimientos a nuestras marcas

Breña: Effe Oro en la categoría Éxito sostenido.

Colombiana: Effe Plata en la categoría Engaged Community por la campaña “Súbete al Bus de la Nuestra”.

HIT: Effe Oro y Effe Plata en las categorías Mejor promoción y Bebidas.

Hipinto: Effe Plata en Influencer Marketing por la campaña “Verdad y Punto”.

Agua Cristal, Mr. Tea y HIT, marcas con mejor Top of Mind en Colombia (Revista Dinero-Yanmass).

Innovación

Una de las 30 empresas más innovadora del país, según el ranking de Innovación de la ANDI.

El CLM Excellence Award de Webdoo destacó nuestra innovación digital en la gestión legal.

Caso de éxito latinoamericano para la firma Yalo, por la implementación de ventas con inteligencia artificial.



**MIGUEL
FERNANDO
ESCOBAR**
Presidente

**Carta del
PRESIDENTE**
(GRI 2-22)

En 2025 ratificamos una condición que nos acompaña: cuando una organización actúa con propósito, con disciplina y con la grandeza de su gente, los resultados llegan.

En medio de un año retador, esa condición se manifestó con *optimismo, enfoque y voluntad de acción hacia la sostenibilidad*.

El mundo sigue presentando desafíos de gran escala. Somos conscientes de eso. Según el Informe de Riesgos Globales 2025 del Foro Económico Mundial, el cambio climático, la presión sobre los recursos naturales, la desigualdad económica, las tensiones geopolíticas y la disrupción tecnológica concentran la atención de empresas, gobiernos y sociedad. Nuestra decisión es clara: concentrar capacidades, conocimiento y voluntad de acción al servicio de la sostenibilidad, porque asumimos el contexto como un reto, no como pretexto.

Esta introducción me lleva a recordar el nombre que elegimos para este informe: *“Pasos optimistas para avanzar hacia un mundo sostenible”*. La frase no es de ocasión. Es la síntesis de lo que somos y de cómo entendemos nuestro papel en la vida de millones de colombianos, en el cuidado del planeta y en la construcción de un futuro compartido.

La sostenibilidad está profundamente arraigada a nuestra estrategia corporativa y competitiva, pero, sobre todo, es parte constitutiva de un propósito superior: tomarnos la vida para avanzar hacia un mundo sostenible.

En 2025, con base en nuestra materialidad, avanzamos en la gestión de sostenibilidad. Con rigor metodológico y la voz de nuestros grupos de interés, generamos acciones, concentrando esfuerzos en algunos asuntos resultantes de dicha materialidad.

PASOS OPTIMISTAS
*para avanzar
hacia un*

MUNDO SOSTENIBLE

Los resultados son claros: clima, agua y economía circular son asuntos de nuestra completa relevancia y no es casualidad que sean, justamente, los pilares sobre los que hemos construido nuestra plataforma de gestión ambiental Postobón BIO y los que guían los compromisos que asumimos para la próxima década.

Los recursos voluntarios destinados a programas socioambientales alcanzaron \$60.459 millones, confirmando el interés y compromiso que tenemos con la sostenibilidad. Gracias a eso, beneficiamos a 187.512 personas con nuestros programas e iniciativas.

Además, las inversiones en la cadena de valor con características de sostenibilidad, como la adquisición de materias primas para la circularidad, los equipos de frío ecoamigables y los equipos para movilidad sostenible, maximizaron nuestra contribución para avanzar hacia el mundo sostenible que buscamos y añoramos.

En gestión hídrica, redujimos el consumo de agua por litro de bebida producida 48% desde 2013, consolidando una senda de eficiencia que no tiene pausa.

Conservamos, también, 35.047 hectáreas de ecosistemas clave para el cuidado del agua y la biodiversidad y entregamos soluciones de acceso a agua potable en comunidades vulnerables, porque entendemos que el acceso al agua es un derecho para todos.

(GRI 2-22)

En economía circular, reafirmamos nuestro liderazgo. Destacamos el impacto en 24 departamentos y 63 municipios, apoyando con el programa FARO Postobón a 5.806 recicladores y 55 organizaciones en 20 departamentos, dignificando su labor y fortaleciendo su asociatividad.

Por tercer año consecutivo renovamos la certificación carbono neutro. Mantenerla en un contexto energético complejo demuestra la solidez de nuestro plan climático. Además, duplicamos la generación de energía fotovoltaica y redujimos las emisiones de Gases de Efecto Invernadero tanto en la producción y el transporte manteniendo una gran coherencia con nuestra declaración de reducción de emisiones y movilidad sostenible, esta última reconocida con el premio Colfecar

Verde 2025 y el galardón Inspiradores EAFIT en la categoría Sostenibilidad y Cambio Climático.

El optimismo se refleja también en el impacto social. MiPupitre benefició a 2.695 estudiantes con mobiliario fabricado a partir de 7,2 millones de cajas Tetra Pak recicladas; MiBici entregó 382 bicicletas para reducir la deserción escolar rural; Litros que Ayudan llegó con agua potable a 25.772 personas en seis emergencias a lo largo del territorio nacional. HIT Social Postobón impactó directamente a 1.765 familias agricultoras en 10 departamentos, demostrando que el valor compartido define lo que somos.

En 2025 nos posicionamos como una de las 10 empresas con mejor reputación en Colombia, fuimos reconocidos como una de las empresas con más inversión social voluntaria del país e incluidos en la Lista Forbes de las 50 empresas líderes en sostenibilidad. Esos reconocimientos son el fruto del sentido institucional para construir valor compartido y capitalismo consciente en beneficio de la sociedad y el planeta.

De cara al futuro, seguiremos profundizando nuestra acción en los tres asuntos que identificamos como prioritarios: el agua, la economía circular y la acción climática. Avanzaremos también en el desarrollo de acciones relacionadas con el bienestar de las comunidades y aceleraremos el cumplimiento de las metas que nos propusimos al 2030.

El camino es optimista. Contamos con las personas, el conocimiento y, sobre todo, con una voluntad arraigada en nuestro propósito superior.

Les compartimos este informe como un testimonio vivo de lo que creemos y lo que hacemos, la posibilidad de dar pasos optimistas hacia un mundo sostenible.



SENTIDO DE
orientación
VIBRANTE
Y SOSTENIBLE



NUESTRA ESTRATEGIA CORPORATIVA Y COMPETITIVA

¿Cómo se llama nuestra visión de crecimiento rentable, vibrante y sostenible?

Se llama Transformación para Crecer y representa la capacidad que tenemos de retornos hacia una Meta Estratégica Grande y Ambiciosa, proyectada al 2030, donde buscamos, generar mayores ingresos y márgenes de rentabilidad que permitan seguir siendo líderes en el mercado.

¿Cómo construimos la estrategia?

Con un trabajo colaborativo que movilizó a los líderes de la organización, en el cual se plantearon conversaciones emergentes, llenas de valor, que dan orientación, conservando el legado de lo que hemos hecho y proyectando nuestra vocación de liderazgo.

¿Cuál es la clave en nuestra estrategia?

La clave está en el crecimiento vibrante, rentable y sostenible, basado en la generación de valor como eje central de nuestra gestión.

¿Cómo logramos los objetivos planteados?

- Con una comprensión profunda de cómo evoluciona el mercado.
- Incorporando la innovación como motor de transformación.
- Avanzando con visión de liderazgo y sostenibilidad.

¿Qué caminos nos impulsan a crecer?

- El fortalecimiento de las ventajas competitivas.
- El fortalecimiento de los negocios actuales.
- El crecimiento vía grandes apuestas.
- Nuestro talento humano y una cultura organizacional que nos distingue.

RENTABLE, VIBRANTE Y SOSTENIBLE



Obligaciones tributarias POS G-3

La tributación impulsa el desarrollo social y fortalece las instituciones. Como grandes contribuyentes, apoyamos una gestión fiscal ética que mejora el bienestar y la confianza pública.

IMPUESTO	2024	2025	Var %
Impuesto de renta	\$170.726	\$199.872	17,1%
Impuesto a las ventas – neto	\$347.686	\$375.106	7,9%
Industria y comercio	\$62.786	\$63.990	1,9%
Impuesto predial	\$11.637	\$12.917	11%
Impuesto de vehículos	\$773	\$839	8,5%
Impuesto al carbono	\$1.409	\$636	-54,8%
Impuesto al consumo	\$621	\$656	5,6%
Impuesto a la gasolina	\$210	\$182	-13,3%
Impuesto alumbrado público	\$3.578	\$3.651	2%
Impuesto publicidad exterior	\$157	\$197	25,5%
Gravamen a las transacciones financieras	\$13.757	\$18.657	35,6%
Otros impuestos	\$34.460	\$10.204	-70%
Total impuestos	\$647.800	\$686.907	6%

Cifras en millones de pesos colombianos.

GENERACIÓN DE VALOR CRECIMIENTO RENTABLE Y SOSTENIBLE EN 2025

(GRI 201-1)

En 2025, la industria de bebidas en Colombia experimentó crecimiento económico moderado y recuperación del consumo.

A pesar de desafíos como la volatilidad cambiaria, la incertidumbre fiscal y los ajustes normativos, que impactaron los costos operativos, mantuvimos la competitividad al alcanzar nuestros objetivos gracias a eficiencia operativa, adaptación regulatoria y fortalecimiento de nuestras marcas.

	2025
VALOR ECONÓMICO GENERADO (VEG)	\$5.571.760
Ingresos	\$5.500.993
Otros ingresos operacionales	\$70.767
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)	\$3.986.261
Costos Operativos	\$2.276.979
Salarios y beneficios sociales para los empleados	\$991.766
Pagos a gobiernos	\$686.907
Donaciones en dinero y especie	\$30.609
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER) =(VEG - VED)	\$1.585.499

Cifras en millones de pesos colombianos.



GESTIÓN DE RIESGOS corporativos

GESTIÓN DE RIESGOS CORPORATIVOS

Nuestra gestión de riesgos se basa en el monitoreo de tendencias globales y de industria, así como los riesgos emergentes.

De esa forma, contamos con un marco de actuación para prevenir, mitigar, controlar y transferir los riesgos.

El Comité Ejecutivo supervisa y define el tratamiento de los riesgos corporativos.

Actualizamos anualmente el mapa de riesgos y hacemos una clasificación basada en tres tipos de riesgos: Mercado, Operacionales y Regulatorio.

El riesgo residual corporativo lo actualizamos trimestralmente y consolida la gestión táctica y operativa.

Nuestro sistema, alineado con ISO 31000, COSO-ERM y NTC/ISO 9001:2008, permite identificar alertas y evitar impactos. Los seguros cumplen nuestras políticas internas y los estándares del mercado para garantizar la mitigación y transferencia de los riesgos corporativos.

Frente a todos estos riesgos la compañía está desarrollando las medidas de control y administración para reducir el impacto.



Tendencias que condicionan los riesgos

- **Conflictos entre países.**
- **Desinformación y polarización.**
- **Inestabilidad política y cambios regulatorios.**
- **Disrupción digital.**
- **Riesgos de ciberseguridad.**
- **Cambio climático y afectaciones al medioambiente.**
- **Continuidad del negocio.**
- **Volatilidad de tasas de cambio, desaceleración económica e inflación.**

Riesgos de mercado

Cambios en los sistemas de distribución

- Diversificación de canales.
- Innovación en modelos de canales, incluyendo los digitales.

Volatilidad y exposición a la tasa de cambio

- Costo de los commodities y materias primas críticas.



Riesgos operacionales

Inestabilidad social y política

- Inseguridad y situaciones de orden público en entornos cercanos a los centros de trabajo.
- Afectación de las actividades comerciales y de distribución.
- Expansión de grupos armados al margen de la ley.

Impacto del cambio climático

- Afectación de la disponibilidad del recurso hídrico para la operación.

Continuidad operativa

- Dependencia de recursos como gas y energía, que puedan tener restricciones de abastecimiento.
- Dependencia y redundancia de proveedores críticos.

Continuidad tecnológica

- Posibles interrupciones de servicios tecnológicos que soportan la operación de la compañía.

Ciberseguridad

- Ataques que afecten la continuidad tecnológica, la integridad y la confidencialidad de la información.
- Amenazas cibernéticas externas como phishing, suplantación y ransomware.

Riesgos regulatorios

Deterioro de la reputación corporativa

- Impacto en la percepción de los grupos de interés.

Cambios regulatorios y normativos

- Tasas impositivas que impacten el objeto de negocio.
- Normas de protección al consumidor, propiedad intelectual, publicidad y ventas que impacten la dinámica de negocio.



RIESGOS EN LOS CRITERIOS ASG

Durante este año realizamos un estudio detallado sobre riesgos ambientales, sociales y de gobierno.

Identificamos riesgos asociados al cambio climático y su impacto en la seguridad hídrica y energética. Este análisis también nos invitó a seguir fortaleciendo nuestro ejercicio de economía circular, especialmente en el manejo de los materiales de envases y empaques.

Ante estos riesgos implementamos medidas de control y gestión para minimizar su impacto.





PASOS
éticos y
TRANSPARENTES

NUESTRO COMPROMISO CON LA ÉTICA, LA TRANSPARENCIA Y EL CUMPLIMIENTO

(GRI 2-23)

ACTUAR CON RECTITUD Y TRANSPARENCIA

es fundamental para asegurar la sostenibilidad, fortalecer nuestra reputación y consolidar la confianza de los grupos de interés.

EL CUMPLIMIENTO NOS IMPULSA

a continuar por una senda ética, correcta y alineada con el respeto a las normas y leyes vigentes.

NUESTROS PROGRAMAS DE CUMPLIMIENTO

reciben la guía y respaldo firme de la alta dirección y de los órganos de gobierno de la compañía.

INVOLUCRAN A TODOS LOS COLABORADORES

para fortalecer una cultura organizacional donde el comportamiento ético es inalterable.

ESTO ES LO QUE HACEMOS

Fomentamos una cultura organizacional basada en la integridad, la transparencia y la ética empresarial, orientada a prevenir e identificar actos o indicios de corrupción, soborno, conflictos de interés y conductas anticompetitivas.

Implementamos controles definidos para salvaguardar la confianza, reputación y sostenibilidad, impulsando la libre competencia.

Diseñamos mecanismos efectivos de cumplimiento normativo para adherirnos a los principios éticos y garantizar la protección de la información conforme a elevados estándares de seguridad.

Fortalecemos el gobierno corporativo mediante la aplicación de políticas y procedimientos que aseguran el cumplimiento legal y ético.

Nuestra declaración de compromiso se fundamenta:

El Código de Buen Gobierno.

El reglamento interno de trabajo.

La guía para la contratación con entidades públicas o estatales a nivel nacional e internacional.

El código de conducta Así Somos en Postobón.

La política de conflictos de interés.

La política de gastos de viaje y entrega de regalos.

El manual de compras y licitaciones y el código de conducta para proveedores.

La política para la administración de riesgos.

La política de Derechos Humanos.

La política para la gestión de contribuciones en especie y donaciones en dinero.

El protocolo de verificación interna de fraude y la línea de transparencia.



SISTEMA DE CUMPLIMIENTO Y ÉTICA EMPRESARIAL

Creamos un sistema de cumplimiento y ética empresarial que organiza los distintos frentes de trabajo. Sus componentes forman parte de la cultura corporativa y responden a los valores éticos de la empresa.

Lo más importante: el autocontrol es el eje central de nuestra gestión.



TRANSPARENCIA Y ÉTICA EMPRESARIAL

Cumplimos el código de conducta y las normas internas y externas, incluida la Circular Externa 100-000011 de 2021.

Gestionamos conflictos de interés, donaciones, patrocinios, regalos y gastos de viaje de forma ética.

Promovemos la transparencia en las compras y licitaciones, exigiendo conductas éticas a proveedores y contratistas.

Prevenimos corrupción y soborno con acciones transparentes basadas en nuestros valores éticos.

Acciones relevantes

- Realizamos sesiones semestrales del Comité de Transparencia para monitorear el cumplimiento.
- Evaluamos todos los centros de trabajo en riesgos de corrupción y soborno (GRI 205-1).
- Implementamos controles de gobierno corporativo para donaciones.
- Supervisamos el riesgo de corrupción con entidades estatales y aplicamos protocolos éticos para el modelo de comisiones.
- Reforzamos la debida diligencia según el riesgo de corrupción o soborno transnacional.
- Entregamos el informe No. 75, de la Superintendencia de Sociedades, que integra asuntos sobre lavado de activos, terrorismo, proliferación de armas y corrupción.
- Capacitamos a 9.930 colaboradores mediante canales internos y la Universidad Postobón.
- El 100% del órgano de gobierno recibió información sobre políticas anticorrupción (GRI 205-2).
- En 2025 no se reportaron incidentes confirmados de corrupción (GRI 205-3).

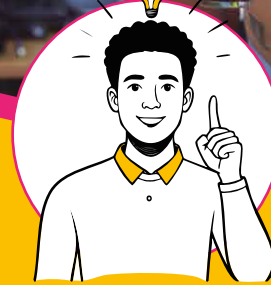


SAGRILAF

Controlamos los riesgos de relacionamiento con terceros implicados en lavado de activos, financiamiento del terrorismo y proliferación de armas.

Acciones relevantes

- Realizamos 513 diligencias con clientes, Personas Políticamente Expuestas y contrapartes en países no cooperantes y jurisdicciones de alto riesgo.
- Enviamos 87 reportes a entidades de control.
- Las auditorías internas y fiscales concluyeron que el riesgo residual es bajo.
- Fortalecimos la gobernanza con informes trimestrales para la alta dirección sobre cumplimiento.
- Aumentamos las coberturas de prevención y protección contra actividades ilícitas y lavado de activos para accionistas, proveedores, clientes, colaboradores, distribuidores mayoristas y contratistas de transporte.



GESTIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

(GRI 2-15)

Controlamos los conflictos de interés para evitar el riesgo de corrupción y soborno, garantizando transparencia y equidad en las relaciones con los grupos de interés.

Acciones relevantes

- 1.742 colaboradores diligenciaron la encuesta semestral sobre conflictos de interés.
- 7% reportó posibles conflictos.
- Todos los casos se analizaron y se respondieron.



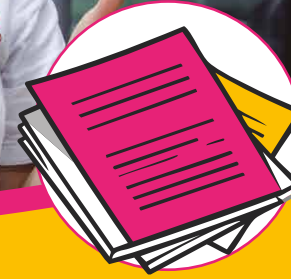
DERECHOS HUMANOS

Contamos con una política de Derechos Humanos y debida diligencia basada en los principios de la ONU, la Carta Internacional de Derechos Humanos y las directrices de la OCDE.

Nuestro compromiso es que los líderes y colaboradores de la compañía promuevan y respeten los Derechos Humanos, actuando con debida diligencia para evitar o remediar impactos negativos.

Acciones relevantes

- En 2025 no hubo vulneraciones de Derechos Humanos ni denuncias en la línea de transparencia (POS G-9).
- 3.396 proveedores aceptaron la declaración de Derechos Humanos al registrarse, en nuestro sistema, requisito para contratar.
- Revisamos el impacto en Derechos Humanos en el 87,5% de los centros de trabajo sin encontrar situaciones críticas.



GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Promovemos el uso seguro de datos personales de nuestros grupos de interés, implementando controles para cumplir con la Ley 1581 de 2012.

Nuestra política interna abarca gestión y seguridad de datos, clasificación y documentación de información, así como la atención de incidentes de ciberseguridad.

Respetamos los derechos de los titulares y garantizamos el cumplimiento de las obligaciones del régimen de protección de datos personales.

Acciones relevantes:

- En 2025 atendimos y cerramos 23.153 requerimientos. No hubo incidentes de seguridad de información personal (GRI 418-1).
- Fortalecimos y actualizamos los lineamientos legales y de seguridad en protección de datos y contratos con proveedores tecnológicos.
- Realizamos reportes externos a entidades de control.



CANALES DE REPORTE Y LÍNEA DE TRANSPARENCIA 018000-123400

(GRI 2-26)

Fomentamos una cultura ética y de responsabilidad, con canales seguros y confidenciales para reportar irregularidades.

La Línea de Transparencia ayuda a prevenir y gestionar riesgos, reafirmando nuestro compromiso con la integridad y los principios corporativos.

Los reportes pueden ser anónimos y protegemos la identidad e información, garantizando la confidencialidad y evitando represalias, fortaleciendo el ambiente de control.

Acciones relevantes

- En 2025 atendimos 376 alertas en la línea, todas fueron tramitadas y ninguna estuvo vinculada a corrupción o soborno. (POS G-1).



LIBRE COMPETENCIA

(GRI 206-1)

Contamos con políticas para equilibrar nuestra participación de mercado con la estrategia comercial y financiera, garantizando cumplimiento legal, trato justo y participación responsable en las relaciones comerciales, incluyendo las licitaciones.

Promovemos la competencia con relaciones comerciales transparentes y sólidas.

Definimos los precios de manera centralizada según criterios de mercado y rentabilidad, siempre alineados con la libre competencia.

También protegemos información sensible y garantizamos acceso a información pública del mercado.

Acciones relevantes:

- Actualizamos la política de libre competencia económica para todos los colaboradores.
- Reforzamos el proceso disciplinario para asegurar el cumplimiento de las normas.
- Los monitoreos internos de análisis de precio y rentabilidad no detectaron incumplimientos.



PROCESO DE DEBIDA DILIGENCIA

Nuestro proceso de debida diligencia es riguroso y nos ayuda a tomar decisiones comerciales o legales relevantes. Este proceso se rige por los siguientes pasos:

1

Incorporar la conducta empresarial responsable a las políticas y sistemas de gestión.

2

Identificar y evaluar los impactos negativos reales y potenciales.

3

Evitar, prevenir y mitigar los impactos negativos.

4

Seguimiento de la implementación y los resultados.

5

Informar sobre cómo se abordan los impactos.

6

Reparar el impacto cuando corresponda.

CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN Y LAS NORMAS

(GRI 2-27, 206-1)

Somos respetuosos de las normas y el cumplimiento legal de cara a la sostenibilidad del negocio y la confianza con los grupos de interés.

Trabajamos con profunda convicción para:

- **Alinear nuestros productos** con la regulación sanitaria en etiquetado, formulación, calidad e inocuidad.
- **Cumplir con las normas ambientales** asociadas al manejo de residuos, la gestión hídrica y la reducción de huella de carbono.
- **Obtener, conservar y preservar** los permisos ambientales.
- **Proteger la propiedad intelectual** incluyendo marcas, signos distintivos y derechos de autor.

Gestión de peticiones, quejas y reclamos

(POS S-29)

Garantizamos a nuestros grupos de interés el derecho de presentar quejas, peticiones y reclamos a través de canales establecidos como la línea Rosita (servicio telefónico), WhatsApp y la página web.

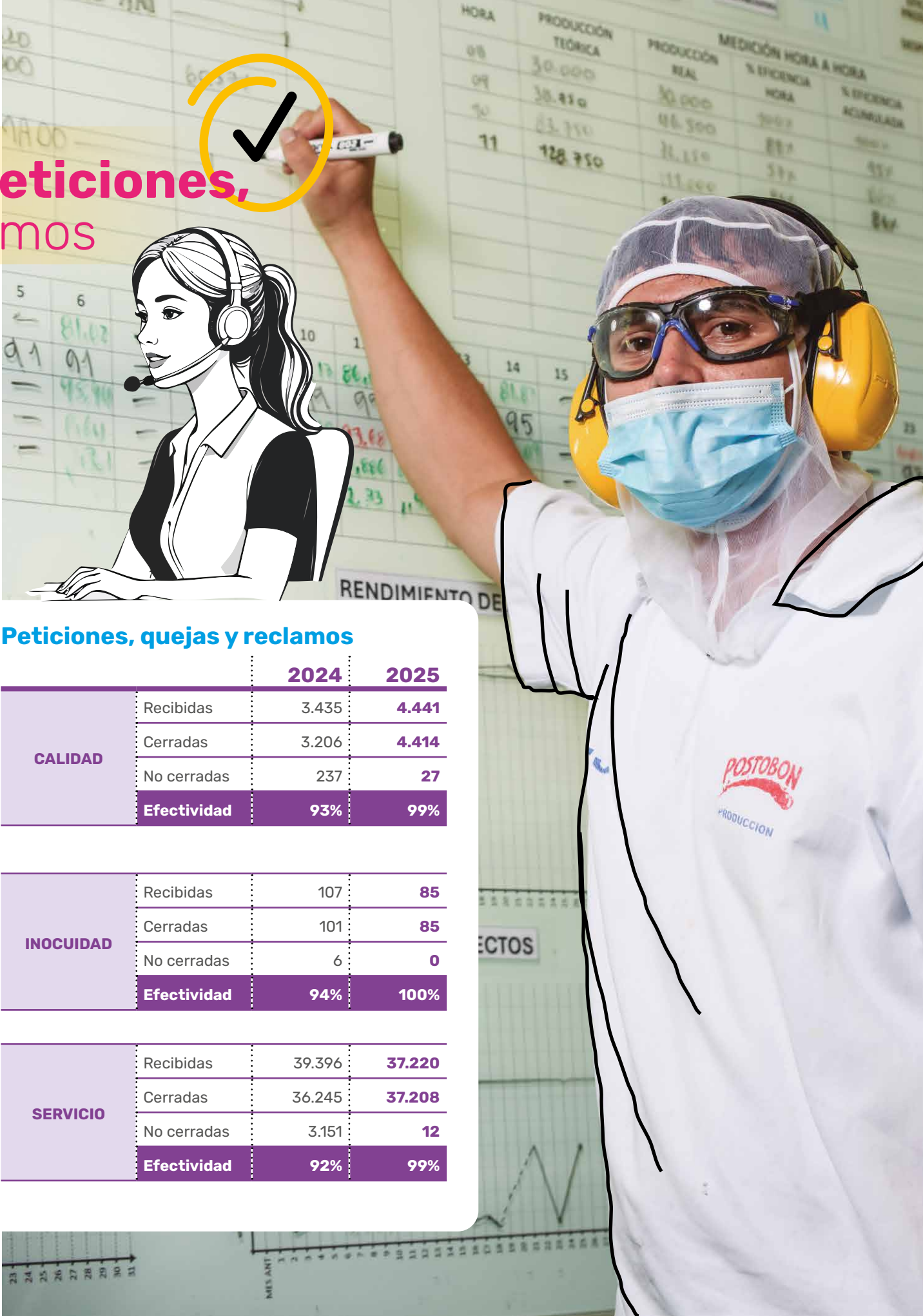
Estos medios permiten una adecuada recepción de inquietudes y aseguran una gestión eficiente conforme a los requisitos legales, regulatorios y voluntarios vigentes.

Cuando recibimos un caso, lo coordinamos internamente con las áreas necesarias, para encontrar una solución rápida. Esto incluye realizar inspecciones, recolectar muestras y gestionar la documentación necesaria, todo orientado a resolver el caso en el menor tiempo posible.

En 2025, incrementamos la resolución de los casos en un 37,7%, mostrando mayor capacidad de respuesta. Las peticiones, quejas y reclamos de calidad no cerradas, se redujeron un 88,6%, evidenciando mejoras en la gestión.

Por su parte, las PQR de inocuidad se redujeron 21% respecto a 2024, y se resolvieron todos los casos presentados.

Los casos de PQR sobre servicios disminuyeron un 5,5% y se incrementó el número de casos cerrados.



Peticiones, quejas y reclamos

		2024	2025
CALIDAD	Recibidas	3.435	4.441
	Cerradas	3.206	4.414
	No cerradas	237	27
	Efectividad	93%	99%

INOCUIDAD	Recibidas	107	85
	Cerradas	101	85
	No cerradas	6	0
	Efectividad	94%	100%

SERVICIO	Recibidas	39.396	37.220
	Cerradas	36.245	37.208
	No cerradas	3.151	12
	Efectividad	92%	99%



DESEMPEÑO DEL NEGOCIO

L-J

POSTOBON

DESEMPEÑO DEL NEGOCIO

PRODUCCIÓN CON CRITERIO (POS G-6, G7)

Nuestro proceso productivo se basa en:

- Aprendizaje.
- INNOVACIÓN
- Eficiencia.

Esto permite:

- Alta productividad.
- Optimización de recursos humanos, naturales y materiales.



Producimos bebidas en 16 centros de trabajo para las categorías de gaseosas, aguas, bebidas con fruta, energizantes, té e hidratantes.



Las plantas reciben insumos, preparan y envasan productos en frío y calor bajo estrictas normas de calidad e inocuidad, aplicando técnicas de Manufactura de Clase Mundial.

Frentes de trabajo en la producción

Enfocamos nuestra gestión en cinco frentes para suplir la demanda del mercado:

1

Costo de producción

Optimizamos los costos del proceso y producto sin comprometer estándares de calidad e inocuidad.

2

Productividad

Gestionamos capacidades operativas y personal según la demanda, asegurando eficiencia para el negocio.

3

Rendimiento

Optimizamos recursos y disminuimos las mermas y desperdicios en los procesos.

4

Calidad e inocuidad

Mantenemos y garantizamos las condiciones de calidad e inocuidad en los procesos.

5

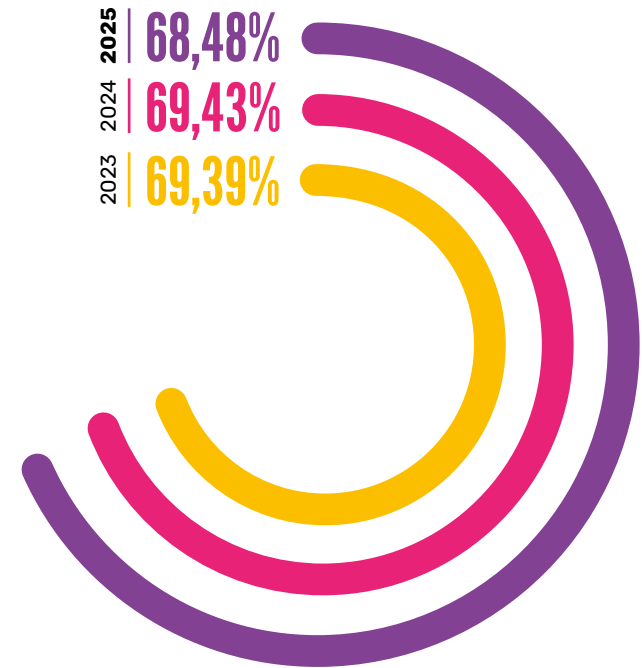
Oportunidad

Garantizamos el cumplimiento de los planes de producción acorde con la demanda, el tiempo y la cantidad de producto requerido.

En cada frente contamos con indicadores con sus objetivos y metas específicas en el corto y el mediano plazo.

En 2025 pusimos en funcionamiento una nueva línea dual para envasado de aguas y gaseosas en nuestra planta de Malambo.

EFICIENCIA DE PRODUCCIÓN (POS G-6)



PRODUCTIVIDAD (POS G-7)

Uno de nuestros objetivos es buscar caminos permanentes para mejorar el proceso productivo y hacerlo cada vez más eficiente.

LO QUE HACEMOS:

Generamos eficiencias con centralización de la producción en centros de trabajo con mayores capacidades.

AJUSTAMOS LAS CAPACIDADES, ACORDE CON LA DEMANDA DEL MERCADO.

Incorporamos, además, capacidades de agilidad que reducen los tiempos y mejoran la entrega de productos terminados, en alineación entre las áreas técnica y logística y distribución.

Aplicamos metodologías de mejoramiento continuo que facilitan la identificación y gestión necesaria para el incremento de eficiencia, así como también técnicas de Manufactura de Clase Mundial que permiten contar con mejores resultados en nuestros procesos productivos.

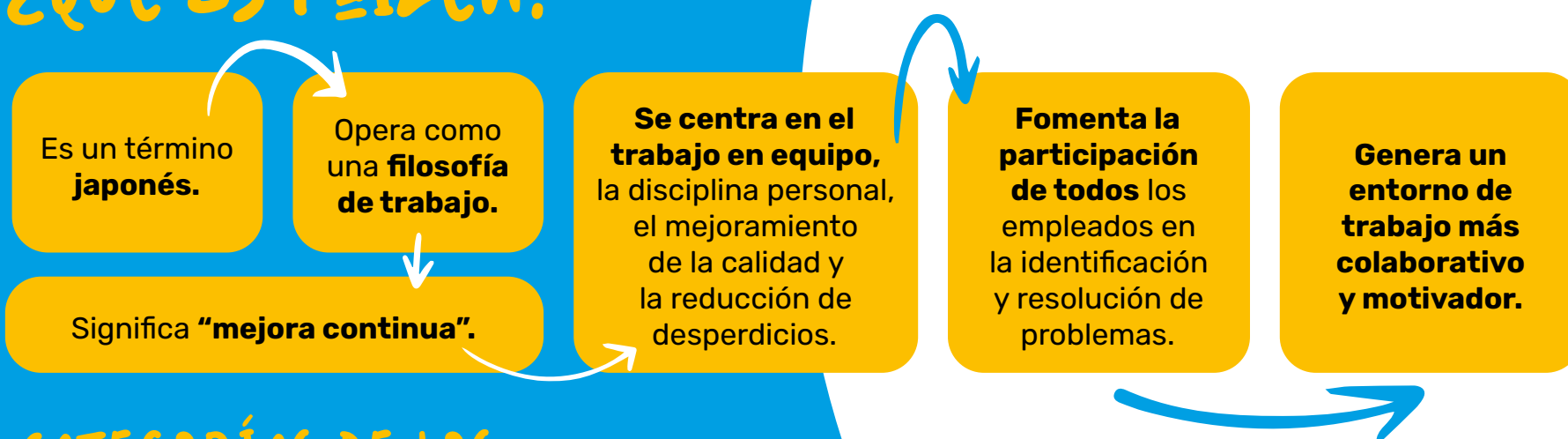


Mejoramiento *continuo*

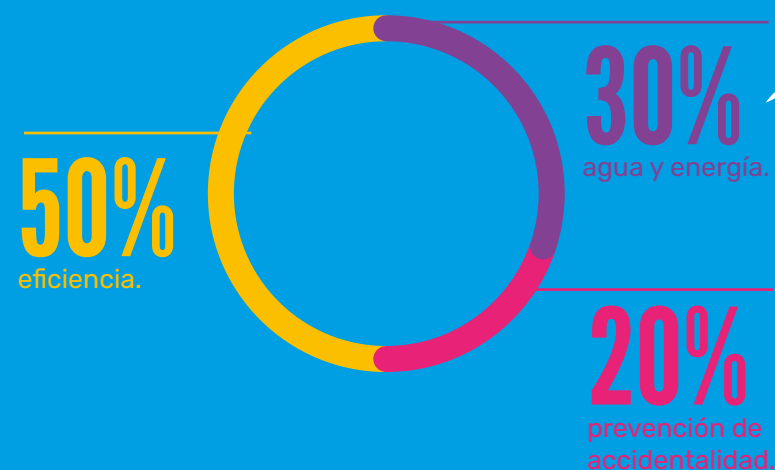
Creemos en el mejoramiento continuo como clave para la eficiencia, productividad y excelencia.

Seguimos la **filosofía Kaizen**, que impulsa a innovar con mejoras constantes en todos los niveles de la organización.

¿QUÉ ES KAIZEN?



CATEGORÍAS DE LOS PROYECTOS KAIZEN



Proyectos Kaizen asociados a agua y energía

- SMED (Single-Minute Exchange of Die), enfocados en la reducción de tiempos de cambio y preparación de maquinaria.
- Reducción de consumos de agua por limpiezas y descargues en lavadoras.
- Rendimiento, optimización y recuperación de agua en los procesos.
- Rendimientos y consumos de energía.

EN 2025

Tuvimos
50
proyectos
Kaizen.

Participaron
603
personas.

Generamos ahorros gracias al mejoramiento continuo por

\$41.268 millones.

74% más que en 2024.

Manufactura *de Clase* **Mundial**

Avanzamos en la implementación del modelo de Manufactura de Clase Mundial (MCM) con el que buscamos:

Fortalecer la gestión por niveles y el seguimiento diario a los procesos.

Optimizar tiempos.

Generar un cambio cultural que asegure resultados extraordinarios y transformación en el lugar de trabajo.

BENEFICIOS DEL MODELO MCM

- **Mejora** la confianza de los empleados en las operaciones.
- **Fomenta** la motivación y el compromiso con los objetivos individuales y grupales.
- **Desarrolla** habilidades y competencias, impulsando a las personas a aprender y desarrollar nuevas habilidades.
- **Moviliza** un sentido de control y progreso, minimizando la incertidumbre con respecto a los resultados.
- **Genera** oportunidades de crecimiento y desarrollo.
- **Crea** mayor satisfacción laboral.

EN 2025

Implementamos pilotos del modelo MCM en las plantas Lux Bogotá y Postobón Malambo.





La calidad y la inocuidad representan una pieza clave en nuestra forma de actuar y por eso vamos más allá de lo que exigen los estándares aceptados en la industria.

Actuar con coherencia y compromiso frente a la gestión de la calidad y la inocuidad nos permite asegurar la protección del consumidor, fortalecer la confianza, demostrar nuestro sentido de transparencia, confiabilidad y credibilidad, la sostenibilidad del negocio en el largo plazo, la competitividad y el acceso a mercados.

El compromiso de la alta dirección con la calidad e inocuidad es esencial y lo consideramos un factor determinante para avanzar hacia una operación competitiva y coherente con nuestra visión estratégica y valores corporativos.

¿CÓMO GESTIONAMOS LA CALIDAD Y LA INOCUIDAD?

Hacemos gestión integral de la calidad y la inocuidad desde el diseño del producto hasta la distribución.

Lo que buscamos es **garantizar bebidas seguras, confiables y alineadas** con los estándares nacionales e internacionales más exigentes.

Este enfoque forma parte esencial de **nuestra estrategia corporativa y competitiva**.

Creemos profundamente que la calidad y la inocuidad **son clave para fortalecer la confianza de consumidores, clientes y grupos de interés.**

Contamos con un sistema robusto de gestión de la inocuidad alimentaria **sustentado en estándares reconocidos globalmente.**

Nuestras certificaciones garantizan la producción de bebidas seguras para el mercado nacional e internacional, cumpliendo con los requisitos de inocuidad y calidad de diferentes países.

Tenemos la certificación FSSC 22000, una de las más rigurosas dentro de los esquemas de la Global Food Safety Initiative (GFSI). Esta certificación integra normas como ISO 22000 y ISO 22002-1, y asegura el cumplimiento estricto de requisitos como:

Buenas prácticas de manufactura.

Limpieza y desinfección.

Manejo integrado de plagas.

Controles microbiológicos.

Infraestructura y mantenimiento.

Control estricto de los procesos productivos.

Tenemos tres plantas certificadas en FSSC 22000 (Postobón Malambo, Yumbo y Gaseosas Lux Bogotá). En 2026 certificaremos nuestra planta en Piedecuesta.

POLÍTICA DE calidad e inocuidad

- Contamos con una política de calidad e inocuidad orientada al cumplimiento estricto de estándares internos y externos.
- Esta política se soporta en un enfoque preventivo basado en gestión del riesgo, los programas de control y el monitoreo continuo de procesos, así como la capacitación permanente del personal técnico y operativo y el cumplimiento de lineamientos ambientales y de sostenibilidad.
- Garantizamos la eficacia del sistema de calidad e inocuidad mediante auditorías internas y externas, la validación continua de procesos y el fortalecimiento de capacidades técnicas del personal.
- La política nos obliga al monitoreo de indicadores críticos que miden la calidad, las reclamaciones, los incidentes, el cumplimiento de los parámetros ambientales, el uso del agua, entre otros.

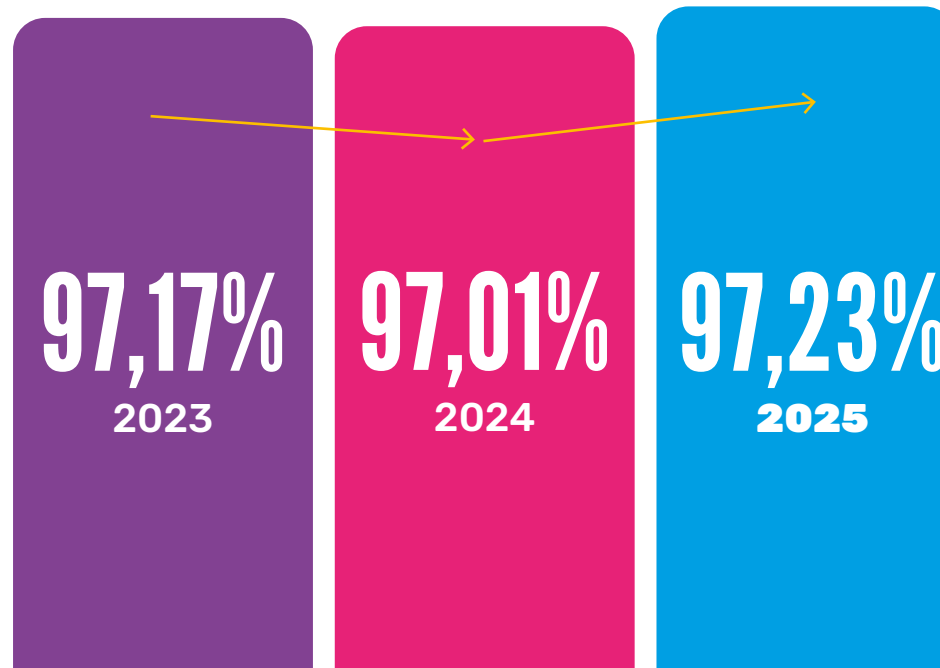
CALIDAD EN EL PROCESO PRODUCTIVO

Nuestros estándares de calidad e inocuidad son estrictos en los centros productores.

En 2025 el índice de calidad de planta cerró con una cali-

ficación promedio de 97,23%, mejorando 0,22 puntos con respecto a 2024, demostrando una condición excelente de calidad y control sobre todas nuestras operaciones.

Índice de calidad en plantas (POS G-4)





Premios y reconocimiento en calidad e inocuidad

RECONOCIMIENTOS PREAD

El Programa de Excelencia Ambiental Distrital (PREAD) es una iniciativa liderada por la Secretaría Distrital de Medioambiente de Bogotá. Este programa tiene como objetivo reconocer y promover las buenas prácticas ambientales en las empresas de la ciudad, incentivando la adopción de medidas sostenibles y responsables en el manejo de recursos naturales y en la reducción del impacto ambiental.



Premio Élite (Máxima categoría)

- Gaseosas Lux Centro

Premio Élite (Máxima categoría)

- Gaseosas Lux Sur

Reconocimiento Excelencia Ambiental

- Gaseosas Lux Bogotá

Auditorías EN CALIDAD

En el año recibimos 81 auditorías internas y externas para verificación de los procesos de calidad e inocuidad, así como la gestión ambiental y de responsabilidad social, con resultados satisfactorios en todas ellas.

El INVIMA realizó visitas presenciales de inspección sanitaria a 15 centros productores, con el objetivo de verificar el cumplimiento de la normativa sanitaria vigente, con concepto favorable en todas ellas y puntajes en promedio país de 91,1%, aumentando en 3,1 puntos con relación a 2024.

Entre las auditorías más relevantes, destacamos las auditorías del Icontec a:

- La certificación ISO 9001: 2015 Sistemas de Gestión de la Calidad.
- La certificación FSSC 22000 para las plantas Gaseosas Lux Bogotá, Postobón Malambo y Yumbo, con conceptos favorables del auditor. Esta auditoría incluyó, además, la revisión de los certificados FSSC 22000 (Food Safety System Certification), ISO 22000:2018 Sistemas de Gestión de la inocuidad de los alimentos, NTC ISO/TS 22002-1:2011 Programas prerrequisitos sobre inocuidad de los alimentos. En todos obtuvimos conceptos favorables.
- Adicionalmente, tuvimos auditorías en cinco plantas, en el laboratorio central y en la Oficina Central para la renovación del certificado de calidad.
- La renovación del certificado fue otorgada hasta 2029 y aplica para todos los centros productores.
- En cuanto a auditorías internas, se realizó el ciclo anual, considerando los requisitos propios y los de la Normas ISO 9001 y FSSC 22000, lo cual permitió mejorar algunos procesos.

Certificaciones

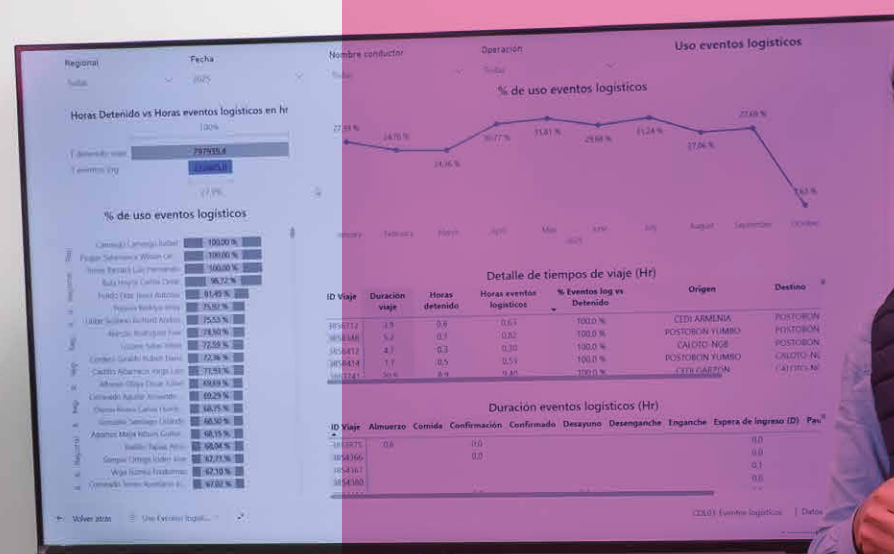
(POS G-14)

Nuestra excelencia en materia de gestión de la calidad y la inocuidad se refleja en las certificaciones con las que contamos, las cuales les garantizan a nuestros grupos de interés la seguridad y confiabilidad de los procesos en cada etapa de la operación.

Certificaciones en calidad e inocuidad

TIPO	CERTIFICACIÓN	ENTIDAD	CENTROS DE TRABAJO	
Calidad	- ISO 9001:2015 - Sistema de Gestión de Calidad	Icontec	- Postobón Bello - Postobón Medellín - Postobón Yumbo - Postobón Malambo - Postobón Pereira - Lux Bogotá - Lux Piedecuesta	- Lux Sur - Lux Centro - Lux Duitama - Lux Montería - Lux Cúcuta - Lux Neiva - Lux Valledupar - Lux Villavicencio
	Auditoría de calidad Quality Audit System (QAS)	Pepsico	- Bello - Malambo - Lux Bogotá - Lux Sur - Postobon Yumbo - Lux Piedecuesta	- NGB (nueva generación de Bebidas - Lux Montería - Lux Neiva - Lux Cúcuta - Lux Valledupar
	Certificación Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)	Invima	- Postobón Malambo - Lux Bogotá - Postobón Yumbo - Lux Piedecuesta	
Inocuidad	Auditoría de inocuidad (AIB)	AIB	- Bello - Malambo - Lux Bogotá - Lux Sur - Postobon Yumbo - Lux Piedecuesta	- NGB (nueva generación de Bebidas - Lux Montería - Lux Neiva - Lux Cúcuta - Lux Valledupar
	- FSSC 22000 (Food Safety System Certification) - ISO 22000 Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos - NTC ISO/TS 22002-1 2011 Programas prerrequisitos sobre inocuidad de los alimentos	Icontec	- Postobon Malambo - Postobón Yumbo - Gaseosas Lux Bogotá	
	Auditoría FSA Programa de Desarrollo. Nivel 1 versión 11 febrero 2021	Icontec	- Postobón Bello - Lux Sur	
	Auditoría FSA: IFS Progress Logistic	Intertek	- Lux Centro - Postobón Medellín - Lux Cúcuta - CEDI Itagüi - CEDI Calle 80	
Calidad e inocuidad	Aprobación Calidad y seguridad de los alimentos en distribución	Grupo YUM	- Postobón Malambo - Gaseosas Lux Bogotá - Postobón Yumbo	
Responsabilidad social	Auditoría de responsabilidad social	Costco	Lux Sur	

ABASTECIMIENTO sostenible



Abastecimiento

ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS



Durante 2025, el valor total de las compras ascendió a:



Garantizamos un suministro eficiente, competitivo, innovador, oportuno y, sobre todo, responsable y sostenible.

Brindamos transparencia e integridad durante todas las fases de nuestra cadena de valor.

Generamos confianza y demostramos criterios éticos en las operaciones comerciales.

Creamos relaciones sólidas y estratégicas con los proveedores, convirtiéndolos en aliados a largo plazo.

Nuestros proveedores son aliados estratégicos y con ellos construimos relaciones de largo plazo basadas en la generación de valor.

La preferencia por proveedores locales, respalda nuestra voluntad de fortalecer el tejido productivo nacional.

Esta práctica acelera las operaciones y reduce riesgos de aprovisionamiento. El abastecimiento local también minimiza la huella logística y favorece la sostenibilidad.

Proporción de gasto en proveedores locales (DRI 204-1)	2023	2024	2025
Valor total de las compras	\$3.447	\$3.259	\$3.086
Valor de las compras a proveedores locales	\$2.662	\$2.715	\$2.426
Porcentaje de las compras totales hechas a proveedores locales	77%	83%	77%
Cifras en miles de millones de pesos			
Proveedores (POS D-13)	2023	2024	2025
Número total proveedores	4.625	4.203	4.273
Número total proveedores nacionales	0	4.006	4.097
Porcentaje proveedores nacionales	0%	95,3%	95,9%
Número total proveedores extranjeros	0	197	176
Porcentaje proveedores extranjeros		4,7%	4,1%
Número total proveedores críticos (nacionales y extranjeros)	0	261	278
Porcentaje proveedores críticos	0%	6%	6,5%

PROVEEDORES RELEVANTES

Tenemos

278 proveedores

clave para nuestro abastecimiento. Los evaluamos continuamente según calidad, entrega, precio, innovación y sostenibilidad para asegurar relaciones duraderas.

¿CÓMO GESTIONAMOS EL ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE?

- Nuestro proceso utiliza una gestión estratégica para adquirir materiales y servicios de forma eficiente y transparente, cumpliendo las normas y fomentando la sostenibilidad.
- El equipo de compras se organiza en niveles estratégico, táctico y operativo según la responsabilidad e impacto.
- Los procedimientos se adaptan al valor de compra para asegurar eficiencia y trazabilidad.
- Para administrar de manera eficiente el proceso, dividimos las adquisiciones de bienes y servicios en categorías que permiten identificar oportunidades y generar valor:
- **Bienes directos:** materias primas y material de empaque.
 - **Maquinaria y repuestos:** producción, mantenimiento y adquisición de equipos, obras civiles, entre otros.
 - **Bienes y servicios indirectos:** administrativos, logísticos, de tecnología e informática, publicidad, insumos para gestión ambiental, laboratorio, investigación y desarrollo, entre otros.

SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO DE ABASTECIMIENTO

Las compras las realizamos con transparencia, ética, competencia y sostenibilidad, y cuentan con trazabilidad tecnológica. Seleccionamos proveedores según requisitos técnicos, económicos, financieros, organizacionales y de sostenibilidad. Evaluamos el proceso mediante indicadores como:

- Calificación del proveedor:

cumplimiento técnico y sostenible.
- Calificación de proveedores críticos:

criterios ASG para bienes directos, maquiladores y principales proveedores.
- Satisfacción de usuarios internos:

percepción sobre compras.
- Nivel OTIF:

entrega puntual.



ANÁLISIS DE RIESGO EN EL PROCESO DE ABASTECIMIENTO

En el proceso de compras, identificamos y gestionamos riesgos que pueden afectar la continuidad, calidad, legalidad y transparencia del abastecimiento.

En el análisis consideramos el impacto operativo, reputacional y normativo, y si los controles siguen las políticas corporativas.

PRINCIPALES RIESGOS

- Fallos en la planeación.
- Incumplimiento de procedimientos.
- Selección inadecuada de proveedores.
- Riesgos de integridad y transparencia.
- Errores en gestión documental y tecnológica para las compras.
- Dependencia de proveedores relevantes.
- Riesgos financieros y cambiarios.
- Contingencias tecnológicas.

En 2025 realizamos compras con criterios ASG por \$684.057 millones.

COMO RESPUESTA A ESTOS RIESGOS, APLICAMOS LAS SIGUIENTES MEDIDAS:

Para evaluar y prevenir el riesgo

- Gestión de inventarios y solicitudes en SAP, validando presupuesto y anexos técnicos.
- Procedimientos de compras para garantizar trazabilidad y cumplimiento.
- Homologación y evaluación de proveedores según listas restrictivas y criterios de sostenibilidad.

Para evaluar y prevenir el riesgo

- Segregación y control de accesos:** definición de roles para evitar concentración y accesos indebidos.
- Prevención del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo:** validación en listas restrictivas y reporte de casos.
- Gestión contractual:** revisión jurídica, uso de minutas modelo y cláusulas de cumplimiento contractual, según el tipo de riesgo.
- Monitoreo:** evaluación de proveedores relevantes, planteamiento de mejoras y búsqueda de alternativas.
- Capacitación:** formación sobre asuntos relacionados con el cumplimiento del código de conducta, conflictos de interés y uso de la línea de transparencia.

POLÍTICA DE COMPRAS E INCLUSIÓN DE CRITERIOS ASG

- Seleccionamos proveedores mediante procesos competitivos y mejores prácticas, usando la plataforma ARIBA-SAP para asegurar transparencia e integridad.
- Los proveedores adhieren a los criterios del código de conducta.
- Nuestros criterios incluyen pluralidad, análisis técnico y condiciones comerciales óptimas.
- Validamos a los proveedores en Sagrilaft y exigimos el cumplimiento de criterios ASG sobre medioambiente, Derechos Humanos, igualdad de género, prohibición de trabajo infantil y seguridad laboral.
- Fomentamos la inclusión económica y la participación de proveedores responsables con asuntos de diversidad.
- 3.695 proveedores aceptaron estos requisitos en 2025.

Proveedores que han firmado el código de conducta (POS G-5)

INDICADOR	2023	2024	2025
Número de proveedores que han firmado el código de conducta	3.216	3.396	3.695
Porcentaje de proveedores que han firmado el código de conducta	69,5%	80,8%	86,5%
Valor de las compras a proveedores que cumplen el código de conducta	3.447	3.259	3.086

GESTIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES EN EL ABASTECIMIENTO

Aplicamos criterios ambientales en el proceso de selección de proveedores.

Contamos con proveedores certificados para la disposición de residuos industriales como llantas y baterías.

Impulsamos la adquisición de tecnologías limpias y programas de reciclaje como reencauche de llantas, recolección de baterías y sustitución de montacargas de gas a eléctricos.

Revisamos proveedores y tenemos en cuenta criterios ambientales.

Priorizamos la compra de materiales reciclables y biodegradables.

Consideramos el costo de emisiones al comprar equipos.



Equidad, diversidad e inclusión en el abastecimiento

Realizamos una encuesta para valorar asuntos relacionados con la equidad de género, la diversidad y la inclusión en el abastecimiento, en la cual participaron 202 proveedores.

40% de los proveedores cuenta con mujeres en los niveles más altos de liderazgo.

81% está alineando sus políticas internas con prácticas más inclusivas.

Programa Sourcing to Equal Colombia
Formamos parte de *Sourcing to Equal*, iniciativa de la Corporación Financiera Internacional del Banco Mundial y del CESA, para promover cadenas de suministro más diversas, inclusivas y sostenibles.

En este programa participamos como compradores corporativos y hacemos mentoría a mujeres empresarias, apoyando su fortalecimiento comercial y desarrollo de capacidades.

GESTIÓN DE IMPACTOS SOCIOAMBIENTALES Y DERECHOS HUMANOS EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

Promovemos la aplicación de criterios sociales, ambientales y de Derechos Humanos en los procesos de abastecimiento.

Los proveedores deben seguir nuestro código de conducta basado en ética, transparencia, sostenibilidad, responsabilidad social y cumplimiento legal.

La selección de proveedores se basa en el respeto a los Derechos Humanos, salud, seguridad y cumplimiento ambiental. En 2025 reforzamos controles anticorrupción, gestión de conflictos de interés, protección de datos, confidencialidad y competencia justa. También ampliamos la diligencia financiera y asumimos responsabilidad en la prevención de terrorismo y lavado de activos.

Evaluamos criterios ambientales para elegir proveedores.

Los proveedores nuevos deben aceptar la declaración de Derechos Humanos; de lo contrario, no pueden ser inscritos ni avanzar en negociaciones o contrataciones. Además, deben disponer de esta información para participar en procesos licitatorios y no licitatorios.

En los contratos establecemos cláusulas que obligan a los proveedores a respetar los Derechos Humanos de todas las personas relacionadas con sus procesos. También deben prevenir impactos negativos y garantizar mecanismos de remediación si ocurren.

Todos los contratos con proveedores incluyen cláusulas que obligan a respetar los Derechos Humanos de todas las personas involucradas en sus procesos.

Ofrecemos capacitaciones internas y campañas externas para garantizar que los proveedores respalden la declaración de Derechos Humanos.

Hacemos evaluación de gestión social con proveedores para entender su compromiso con el tema.

Solicitamos a los proveedores que informen si tienen programas relacionados con estándares laborales justos, respeto por los Derechos Humanos, inclusión de grupos vulnerables y promoción del empleo local. Estos criterios también se consideran en la evaluación de su desempeño.

99%

de los nuevos proveedores cumplieron con los criterios ambientales.

En 2025 no identificamos proveedores con impactos sociales negativos en la cadena de suministro.

No tenemos proveedores con riesgo de vulneración a los Derechos Humanos.

Proveedores que cumplen con criterios ambientales para contratación

(GRI 308-1)

INDICADOR	2024	2025
Número de proveedores nuevos en el año	151	684
Porcentaje de nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	98,8%	99,3%
Cantidad de proveedores evaluados en relación con los impactos ambientales	83	55
Cantidad de proveedores identificados con impactos ambientales negativos significativos, potenciales y reales	N.D.	N.D.
Porcentaje de proveedores con los que se hayan acordado mejoras como consecuencia de una evaluación	N.D.	N.D.
Porcentaje de proveedores con impactos ambientales con los que se haya puesto fin a la relación como consecuencia de la evaluación	N.D.	N.D.

N.D.: No determinado

Proveedores que cumplen con criterios sociales para contratación

(GRI 414-1)

INDICADOR	2024	2025
Número de proveedores nuevos en el año	151	684
Porcentaje de nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	98,8%	99,3%
Cantidad de proveedores evaluados en relación con los impactos sociales	83	55
Cantidad de proveedores identificados con impactos sociales negativos significativos, potenciales o reales	N.D.	N.D.
Impactos sociales negativos significativos, potenciales y reales identificados en la cadena de suministro	N.D.	N.D.
Porcentaje de proveedores identificados con impactos sociales negativos con los que se hayan acordado mejoras como consecuencia de una evaluación	N.D.	N.D.
Porcentaje de proveedores identificados como proveedores con impactos sociales negativos significativos con los que se haya puesto fin a la relación como consecuencia de la evaluación	N.D.	N.D.

N.D.: No determinado

Respeto y promoción de los Derechos Humanos

(POS G-12)

INDICADOR	2023	2024	2025
Cantidad de proveedores que adhieren a la debida diligencia en Derechos Humanos	3.216	3.396	3.695
Porcentaje de proveedores que se adhieren a la debida diligencia en Derechos Humanos	69,5%	80,8%	86,5%
Número total de contratos celebrados en el año	106	89	108
Porcentaje de contratos que incluyen cláusula de Derechos Humanos	83%	76%	70%
Valor económico de los contratos que incluyen cláusula de Derechos Humanos	\$135.523	\$315.042	\$229.161
Porcentaje de proveedores a quienes se les realizaron recomendaciones en Derechos Humanos	0%	0%	0%
Porcentaje de proveedores con los que se han implementado planes de Derechos Humanos	0%	0%	0%

Cifras en millones de pesos colombianos

PROGRAMA DE LA MANO POSTOBÓN

Alineados con nuestro propósito superior de avanzar hacia un mundo sostenible, contamos desde 2021 con el programa De la Mano Postobón, con el que brindamos acompañamiento a proveedores relevantes de cara a su cualificación y mejoramiento en asuntos de sostenibilidad.

En los cuatro años del programa, 114 proveedores críticos han avanzado en la implementación de buenas prácticas de sostenibilidad. Por su parte, 42 cerraron brechas implementando planes de acción y desarrollando nuevos sistemas en su organización.

Autodiagnóstico
Los proveedores evalúan su estado en asuntos asociados a la sostenibilidad como, su desempeño ambiental, relaciones sociales y gobernanza.

Identificación de brechas
Identificamos las brechas que los proveedores deben cerrar en asuntos de sostenibilidad.

Diseño de planes de acción
Definimos acciones para que cada proveedor cierre sus brechas.

Plataforma de capacitación
Ofrecemos una plataforma con información y herramientas para avanzar en los planes de acción.

Valoración del plan de acción
Acompañamos a los proveedores, revisamos sus planes de acción y ayudamos a mejorar su calificación.

Relacionamiento y comunicación
Mejoramos la relación con comunicaciones sobre temas valiosos para los proveedores.

Formación a los proveedores
Ofrecemos formación con expertos y aliados como Cecodes en temas de sostenibilidad.



GOBIERNO
CORPORATIVO

GOBIERNO

(GRI 2-9, GRI 2-10, GRI 2-11)

Nuestro gobierno corporativo se fundamenta en estándares internacionales y buenas prácticas, lo que garantiza claridad en nuestras relaciones con los grupos de interés y el cumplimiento normativo.

Establece vínculos entre accionistas, Junta Directiva, administración, colaboradores, proveedores, clientes, aliados y entidades reguladoras.

Disponemos de normas que estructuran las directrices del gobierno corporativo, respaldadas por un código específico y los documentos necesarios para la gestión.

El gobierno corporativo lo implementamos mediante órganos como la Asamblea de Accionistas, la Junta Directiva, el Comité Ejecutivo y los comités administrativos, los cuales apoyan al presidente en tareas de supervisión y control relacionadas con transparencia, cumplimiento normativo, gestión de riesgos, administración financiera, tecnología y sostenibilidad.



ÓRGANOS DE GOBIERNO

JUNTA DIRECTIVA

La Junta Directiva supervisa y orienta la administración de la sociedad.

Está conformada por ocho miembros: cuatro principales y sus respectivos suplentes.

Los miembros suplentes tienen representación patrimonial y laboran para la Organización Ardila Lülle.

TODOS LOS MIEMBROS PRINCIPALES SON INDEPENDIENTES Y LA MITAD SON MUJERES.

La Junta está compuesta por personas de destacada ética, trayectoria empresarial nacional e internacional y sólida formación académica.

Todos sus miembros son altos ejecutivos expertos en sectores como financiero, agroindustrial, manufacturero, consumo masivo y medios.

Entre sus funciones están:

- Elegir al presidente.
- Adoptar estrategias y políticas generales.
- Aplicar y supervisar políticas de buen gobierno.
- Supervisar gestión de riesgos, cumplimiento legal, impuestos, competencia, asuntos laborales, salud, seguridad, medioambiente y seguridad digital.
- Recibir reportes sobre ASG y metas de sostenibilidad.
- Elegir la Revisoría Fiscal.

Miembros principales

Alfonso Ocampo Gaviria

Miembro independiente

Carlos Raúl Yepes Jiménez

Miembro independiente

Mónica Contreras Esper

Miembro independiente

Carolina Angarita Barrientos

Miembro independiente

Miembros suplentes

Miguel Ignacio Gutiérrez Navarro

Iván Guillermo Lizcano Ortiz

Álvaro Arango Restrepo

Miembro independiente

Vicente Borrero Calero

CORPORATIVO

COMITÉ EJECUTIVO

El presidente, respaldado por el Comité Ejecutivo, tiene la responsabilidad de definir la estrategia corporativa y competitiva, la cual es presentada para revisión y aprobación ante la Junta Directiva.

La estrategia determina los retos que asume la organización tanto a nivel corporativo como competitivo.

Estos retos se traducen en objetivos a largo, mediano y corto plazo, orientados hacia el crecimiento rentable, vibrante y sostenible de la organización.

El Comité Ejecutivo también se encarga de liderar los diferentes procesos y los equipos que integran las áreas asignadas.



Miguel Fernando Escobar P.
Presidente



Federico Llano Molina
Vicepresidente Financiero y Administrativo



Juan Felipe Montoya Calle
Vicepresidente Gestión Humana



Juan Fernando Maya Restrepo
Vicepresidente Nacional de Ventas



Jorge Ricardo Gutiérrez Escobar
Vicepresidente Logística y Distribución



Juan Sebastián Barrientos Saldarriaga
Vicepresidente Jurídico y Asuntos Corporativos



Matías Franco Posada
Vicepresidente Técnico y de Innovación



Lina María Ocampo Jaramillo
Vicepresidente Generación de Demanda



Mónica López Zapata
Directora Gestión de Riesgos, Control Interno y Cumplimiento



Santiago Suárez Mesa
Director Centro de Excelencia Digital

OFICIAL DE CUMPLIMIENTO

La debida diligencia en gobierno corporativo y cumplimiento está a cargo de un líder designado por la Junta Directiva, quien reporta periódicamente su gestión.

El oficial de cumplimiento, designación que recae en una mujer, supervisa el sistema Sagrilaft, supervisa la privacidad de datos personales, promueve el comportamiento ético, el cumplimiento y la transparencia empresarial.

POLÍTICA Y GOBIERNO DE LA SOSTENIBILIDAD (GRI 2-12, 2-13, 2-14, 2-23)

Nuestra organización cuenta con una política de sostenibilidad plenamente integrada en sus procesos internos.

Esta política define metas y compromisos, respaldados por normativas como las políticas de cambio climático, neutralidad de materiales, Derechos Humanos, diversidad e inclusión, donaciones y guías técnicas guardadas en el sistema de administración documental.

El gobierno de la sostenibilidad se ejerce por medio del Comité de Sostenibilidad y la Dirección de Sostenibilidad, como área técnica de gestión.

La Junta Directiva es informada periódicamente sobre los asuntos de sostenibilidad según las directrices de gobierno corporativo de la OCDE.

Durante 2025, la Junta recibió información sobre avances de metas, iniciativas relevantes y el reporte anual. Además, fue informada sobre los riesgos estratégicos relacionados con temas ambientales, sociales y de gobierno.

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

(GRI 2-12, 2-13)

El Comité de Sostenibilidad revisa el progreso y cumplimiento de las acciones en sostenibilidad.

Está integrado por el presidente, los vicepresidentes Jurídico y de Asuntos Corporativos, Financiero y Administrativo, y la directora de Sostenibilidad.

Las sesiones del comité incluyen la participación de invitados según el tema, como gerentes generales, vicepresidentes, directores de áreas y líderes técnicos, logísticos y de mercadeo.

El comité, bajo la coordinación de la Dirección de Sostenibilidad, sesiona periódicamente para revisar el avance de las iniciativas, proyectos, examinar riesgos ambientales y supervisar indicadores y recursos involucrados en el tema.

En 2025, el Comité de Sostenibilidad supervisó el cumplimiento de la política, aprobó nuevas metas para 2025-2030 y evaluó riesgos y oportunidades. También dirigió iniciativas, indicadores y recursos para la gestión sostenible.



Relación con
CLIENTES
Y CANALES DE VENTAS

Con los clientes y en los CANALES PARA GENERAR VALOR

ASÍ LO HACEMOS

- **Trabajamos para seguir siendo los líderes** en el mercado de bebidas en Colombia.
- **Nuestra red de distribución llega al 95%** del territorio nacional.
- **La visión omnicanal** nos distingue y nos posiciona como opción preferente, creando valor y relaciones duraderas basadas en la confianza.
- **Integramos logística**, distribución y ventas para asegurar entregas eficientes, apoyados en herramientas digitales como WeShop by Postobón, e-retailers, agregadores y WhatsApp para optimizar la experiencia del cliente.
- **Los clientes son el eje de nuestra plataforma comercial.** Impulsamos su crecimiento rentable y sostenible, y los consideramos esenciales para llegar al consumidor final.
- **El éxito de nuestros clientes** impulsa una red comercial eficiente, que mantiene nuestras marcas como las preferidas en Colombia y favorece el desarrollo económico y social de los clientes.
- **Durante el año**, identificamos las necesidades de los clientes, detectamos oportunidades de crecimiento conjunto y ajustamos nuestros modelos de atención para hacerlos más estratégicos y personalizados.
- **También mejoramos nuestra adaptabilidad** con un modelo comercial y logístico sólido, lo que nos permitió llegar a todas las regiones, incluidas las de difícil acceso por condiciones geográficas o de seguridad.

NUESTRA PLATAFORMA COMERCIAL

Está diseñada para adaptarse al mercado y cumplir nuestra promesa de valor.

Tenemos al cliente, al *shopper* y al consumidor, en el centro, analizando sus compras para crear portafolios, atención y canales adecuados.

Segmentamos de manera eficiente y reforzamos nuestras marcas en el punto de venta para lograr visibilidad, disponibilidad y rotación, consolidando un modelo flexible que promueve el crecimiento sostenible.



ASUNTOS DESTACADOS EN LA GESTIÓN COMERCIAL

Crecimos en grandes cuentas y clientes especiales

¿Por qué?

Por la focalización y los esquemas de atención diferenciados.

Canal tradicional

Fortalecimos nuestra presencia en el canal con portafolios ideales por tipo de cliente, la promoción del consumo in sitio y la consistencia en la ejecución en los puntos de venta.

Profundizamos en la segmentación de clientes

Creamos portafolios acordes con las características de clientes.

Aplicamos modelos de datos.

Más digitalización

Impulsamos el modelo de atención digital para ampliar la cobertura, mejorar la eficiencia comercial y facilitar nuevas formas de relacionamiento con los clientes.

Mantuvimos el nivel de servicio al cliente.

Fuimos acuciosos con el abastecimiento, la eficiencia operativa y la ejecución en punto de venta.

¿Cómo funciona nuestra plataforma comercial?

Contamos con modelos de atención diferenciados.

El consumo in sitio y en espacios de entretenimiento, restaurantes, plazas de comidas, lo atendemos con portafolios y esquemas de atención acordes con las condiciones de consumo en estos espacios.

Entendemos a los clientes.

Articulamos las necesidades de clientes con los hábitos de consumo de los shoppers y los consumidores.

Creamos modelos que permiten llegar de forma segmentada al mercado y contribuyen a una atención más eficiente, manteniendo la omnicanalidad como un habilitador de la operación comercial.

Compras de conveniencia

Especializamos portafolios y esquemas de atención adaptados a dinámicas operativas para las compras de conveniencia.



Nuestra fuerza
comercial llega a

416.183

clientes (POS-G10)

Contamos
con un equipo
comercial de más de

3.000

personas.

Más del

70%

de nuestros
clientes son
tiendas, panaderías
y autoservicios
de barrio.

Tenemos
cobertura en el

100%

de los comercios
conocidos como
discounters.

Más allá de la rotación y las ventas, somos la compañía que más beneficios aporta los tenderos, en términos de bonificaciones, descuentos, apoyo comercial y acompañamiento, lo cual construye fidelidad y preferencia en la tienda³.

Servicio al cliente

Rosita
Postobón

Contamos con plataformas que facilitan una comunicación directa, ágil y efectiva entre los clientes y los consumidores con la compañía.

Cientes y consumidores pueden registrar solicitudes, peticiones, quejas y reclamos por teléfono, WhatsApp, páginas web o redes sociales, lo que nos ayuda a mejorar y mantener la calidad de nuestros productos y servicios.

Rosita es una de nuestras plataformas más representativas en servicio al cliente. Tras 26 años de trayectoria, pasó de ser una línea telefónica a una solución multicanal y digital, mejorando el acceso, la cercanía y la eficiencia con clientes y consumidores.

Datos que marcan diferencia

Tenemos cerca de

456.000
interacciones

anuales por los canales de servicio al cliente.

Nuestros asesores de servicio al cliente son todas mujeres, conocidas como Rositas, y desempeñan un papel fundamental en la atención oportuna y eficiente a nuestros clientes.

Los acuerdos de nivel de servicio indican que al menos

80%

de las solicitudes por teléfono y otros canales deben atenderse en menos de 20 segundos.



COMERCIO INTERNACIONAL

Nuestro ejercicio de comercio internacional se basa en:

(POS G-B)

La venta a distribuidores de canal moderno por intermedio de ejecutivos y líderes de venta.

Ejecutivos comerciales para atender distribuidores en los países donde no tenemos operación directa.

Venta en los canales tradicional y distribuidores, con fuerza de ventas y lanzamientos de nuevos productos en diferentes temporadas.⁴

Atendemos a 21 países en cuatro regiones

Norteamérica: Canadá, Estados Unidos, México; Centroamérica y el Caribe: Aruba, Bonaire, Costa Rica, Cuba, Curazao, El Salvador, Guatemala, Panamá, República Dominicana, Honduras; Suramérica: Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Venezuela; Oceanía: Australia; Europa: España; África: Sudáfrica.

⁴ Esta fuerza de venta es de aliados con los que tenemos acuerdos de servicio.

“Lo que más valoro es el acompañamiento. No es solo vender, es sentir que tenemos un aliado que nos impulsa”.

ANGIE PORRAS
propietaria minimercado Las Flores.
Bogotá – Cundinamarca.

“Con Postobón he logrado aumentar mis ventas. Siempre tienen productos que se mueven rápido y eso me ayuda a crecer día a día”.

CARLOS ARBOLEDA
Propietaria panadería Gustapán.
Envigado – Antioquia.

“Gracias a Postobón he podido diversificar mi negocio. Sus marcas atraen clientes y eso se nota en la caja”.

LINA MARCELA GIRALDO
Licores y Abarrotes Castilla.
Cali – Valle del Cauca.

“Vender bebidas de con Postobón me ha permitido organizar mejor mi tienda y mejorar mis ingresos”.

SANDRO MONTES
Surti Mercaalex.
Medellín – Antioquia.

LA INNOVACIÓN

La innovación es clave para nosotros.

Nacimos en 1904 como una innovación para Colombia y conservamos en nuestro ADN el sentido innovador.

Entendemos la innovación como una palanca que nos conecta

con las tendencias y habilita el crecimiento vibrante, rentable y sostenible.

A lo largo de los años,

este enfoque nos ha permitido desarrollar procesos innovadores y crear productos e incluso categorías, siempre bajo la premisa de crear propuestas de valor relevantes y diferenciadas para los grupos de interés.

En los últimos años

y en alineación con el proceso de transformación digital hemos concentrado esfuerzos en la analítica de los datos, la construcción de bases tecnológicas que permiten la convergencia y en el uso de la inteligencia artificial como habilitadores del crecimiento.

(POS S-2)

En 2025 tuvimos

25 lanzamientos

de productos derivados de la metodología de innovación conocida como Stage Gate.

Trabajamos con agencias de investigación,

consultores, equipos de Investigación y Desarrollo, área de innovación de empresas, startups, universidades y centros de conocimiento, entre otros, con el fin de generar valor corporativo y competitivo.

Utilizamos herramientas tecnológicas

para la gestión y trazabilidad de proyectos, las cuales permiten coordinar las iniciativas de innovación bajo una lógica de trabajo End-to-End.

Más de

4.500 empleados

están involucrados en actividades asociadas a innovación.

EN EL CENTRO DE NUESTRO PENSAMIENTO

Nuestro propósito en materia digital

es hacer de los datos elementos de valor relevantes, ágiles, escalables, que propicien el crecimiento sostenible.

En 2025 generamos más de

175 proyectos

e iniciativas de innovación, que transformaron procesos, mejoraron actividades, generaron eficiencias y abrieron nuevos caminos.

Estos proyectos fueron de base

tecnológica, desarrollo de producto, capacidades organizacional e innovación social, entre otros.

Nuestra Vicepresidencia de Innovación

está construyendo un ecosistema de innovación ágil y eficiente, alineado con las mejores prácticas en materia de ciencia, Tecnología e Innovación.

Somos la

26ª empresa

más innovadora del país, según el ranking de Innovación de la ANDI. Este ranking evaluó a **308** empresas.

Nos ubicamos en la novena posición

del arquetipo Héroe, en el ranking de Innovación de la ANDI, gracias a nuestro programa de movilidad sostenible.

Este arquetipo reconoce a las empresas que generan ideas con impacto social

e invierten y apalancan recursos para crear cambios sostenibles que mejoren la vida de las personas.

Contamos con un centro de excelencia digital (CoE)

enfocado en gestionar, optimizar y potenciar las iniciativas digitales de la compañía. Su propósito es coordinar el uso de herramientas tecnológicas, datos y canales, alineando la transformación digital con los objetivos del negocio.



PORTAFOLIO
en constante
EVOLUCIÓN

Un portafolio PARA TOMARSE LA VIDA

Nuestro portafolio se actualiza constantemente para ofrecer productos acordes con las expectativas de consumo generando opciones que van desde la indulgencia hasta el máximo cuidado.

Esto se alinea con nuestro propósito: una invitación abierta a tomarnos la vida disfrutando las experiencias y momentos que creamos y transformamos.

Promovemos el bienestar como estilo de vida, ofreciendo desde indulgencia hasta opciones equilibradas y fomentamos los estilos de vida activos y conscientes, asegurando decisiones de consumo responsables y accesibles.

Nuestra publicidad y comunicación, cumplen con las normas legales, incluyendo el Estatuto del Consumidor y las indicaciones de entes de vigilancia como el Invima y la Superintendencia de Industria y Comercio. Además, contamos con criterios autorregulatorios.

Aplicamos directrices internas para la revisión de los mensajes publicitarios. Contamos con un comité de publicidad para asegurar su precisión. Todos nuestros productos cumplen con las normas de etiquetado, garantizando información clara para decisiones de consumo informadas.

Calidad e inocuidad

Aseguramos materias primas de alta calidad y aplicamos estrictos controles de inocuidad y calidad en la producción.

Colaboramos constantemente con nuestros proveedores para adoptar innovaciones que mejoran nuestra oferta de productos.

Transformación del portafolio

En los últimos años, hemos renovado nuestro portafolio para reducir el azúcar añadida e incluir ingredientes naturales y funcionales.

Ampliamos nuestras opciones para ofrecer más alternativas según las preferencias del consumidor y fortalecer nuestra competitividad.

Entendimiento del consumidor

Entendemos a nuestros consumidores mediante estudios de mercado, identificando tendencias y necesidades para ofrecer productos alineados a sus preferencias.

Renovamos nuestra oferta y adaptamos categorías según nuevas demandas y expectativas del mercado.

Comunicación asertiva

Resaltamos los valores de las marcas y buscamos conectar con los intereses y preferencias de las personas mediante una comunicación efectiva, siempre en un tono optimista.

Promovemos el bienestar
Entendemos el bienestar del consumidor desde una perspectiva amplia e integral, que invita a tomar decisiones libres de consumo.

INGREDIENTES NATURALES Y REDUCCIONES CALÓRICAS

Durante más de una década hemos trabajado en reducir el contenido calórico y el azúcar en nuestras bebidas, cumpliendo con las expectativas de los grupos de interés y con las regulaciones aplicables.

En 2015, constituimos un equipo interdisciplinario dedicado a la investigación y desarrollo de productos bajos⁵ o libres⁶ de calorías, manteniendo el perfil sensorial original. Tomando como base normas internacionales y referenciando, por ejemplo, la legislación del Reino Unido sobre reducción calórica, formulamos bebidas con menos de cinco gramos de azúcar añadida por cada 100 mililitros.

En 2017, comenzamos una reducción gradual de calorías mediante el uso de edulcorantes no calóricos aprobados por la Unión Europea, la FDA, la OMS y el Invima. Entre estos, se incorporó la estevia, un edulcorante natural que supera al azúcar en dulzor, permitiendo reducir entre un 30% y un 40% el contenido calórico de marcas como Manzana, Uva Postobón y Colombiana sin afectar su sabor. Con el tiempo, este ejercicio de reducción calórica se ha llevado a todo el portafolio.

Este proceso anticipado y planificado de reducción calórica respalda el compromiso de ofrecer productos acordes con los estándares de la OMS y tendencias regulatorias, evidenciando coherencia frente a temas de interés público y priorizando al consumidor en la toma de decisiones.

⁵ 20 kilocalorías por cada 100 mililitros.

⁶ Cero kilocalorías por cada 100 mililitros.

⁷ Parámetros determinados por la Resolución 810 de 2021 expedida por el Ministerio de Salud.

Volumen de ventas con respecto al azúcar añadida (POS S-19, S-21)

95%

del volumen de ventas fue bajo o sin azúcar añadida.⁷

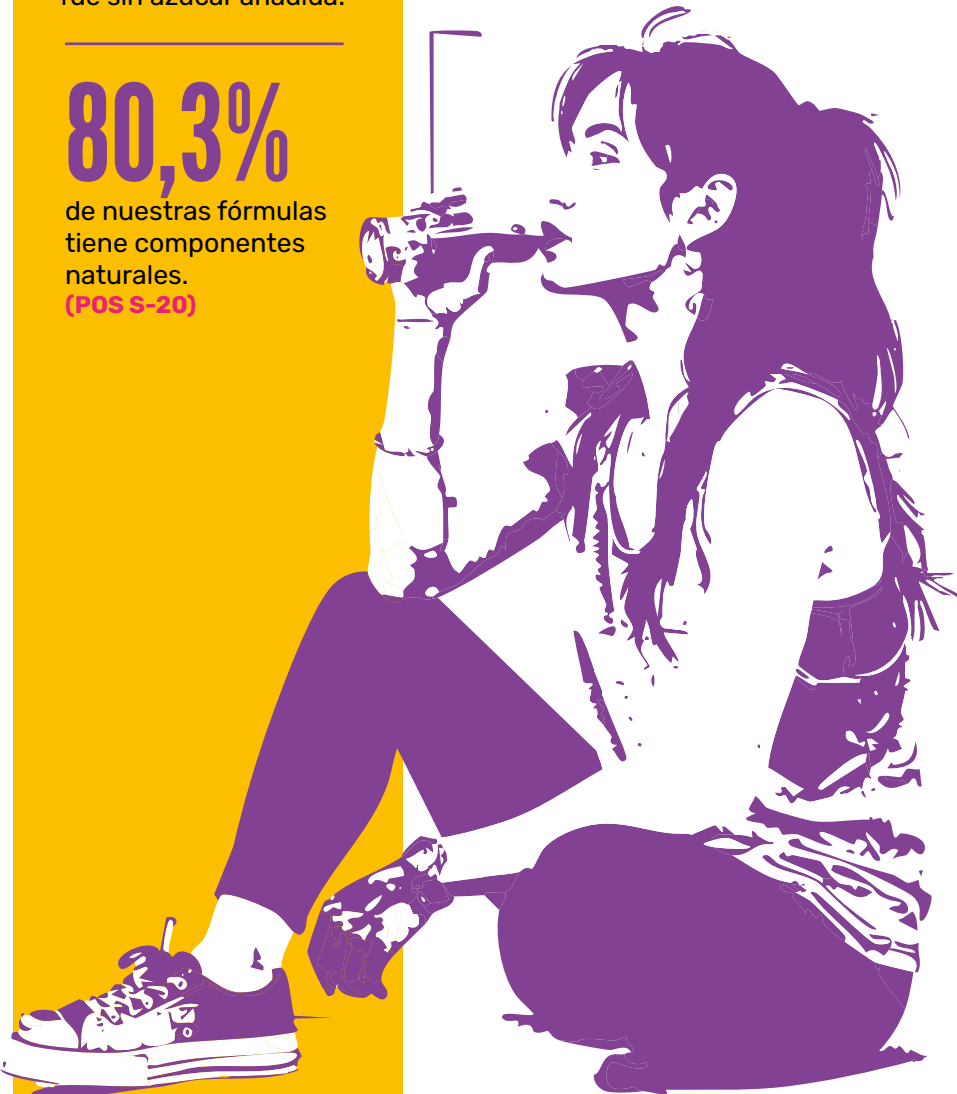
48%

del volumen de ventas fue sin azúcar añadida.

80,3%

de nuestras fórmulas tiene componentes naturales. (POS S-20)

	2023	2024	2025
Sin azúcar añadida	41%	46%	48%
Bajo en azúcar (menos de 5 gramos por 100 mL)	39%	46%	47%
Reducido en azúcar añadida (entre 5 y 8 gramos por 100 mL)	18%	7%	5%



INFORMACIÓN

A LOS CONSUMIDORES

(GRI 416-2, 417-1, 417-2, 417-3)

Brindamos información clara y visible sobre ingredientes, nutrición y restricciones en nuestras etiquetas y publicidad para que los consumidores tomen decisiones informadas.

Esta práctica fomenta el consumo responsable, asegura una comunicación adecuada y refuerza la confianza con transparencia y cumplimiento normativo.

En 2025 no tuvimos casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de mercadeo ni incumplimientos sobre el impacto de nuestros productos en la salud y seguridad de los consumidores.

ETIQUETADO

DE LOS PRODUCTOS

Todos nuestros productos cumplen con la normatividad asociada al etiquetado frontal.

Productos con sellos frontales para el total del portafolio (POS S-4)

INDICADOR	2024	2025
Número de productos que deben contar con sello frontal	462	381
Porcentaje de productos que cuentan con al menos un sello frontal	84,3%	84,3%
Número de productos que no cuentan con sello frontal	86	71
Porcentaje de productos que no cuentan con ningún sello frontal	15,7%	15,7%

Nota: no incluye ni alimentos ni bebidas alcohólicas.

PUBLICIDAD RESPONSABLE

Nuestra comunicación publicitaria se ajusta a normas de regulación y autorregulación, como el estatuto del consumidor, el acuerdo de autoregulación del sector de bebidas promovido por la ANDI, y otras leyes relevantes.

Aseguramos el cumplimiento de estos preceptos con el compromiso del equipo de mercadeo y comunicaciones y el respaldo del comité de publicidad conformado por el área jurídica y de investigación y desarrollo.

Capacitamos continuamente a nuestros equipos y agencias en las normativas vigentes de comunicación y publicidad, incluyendo a nuevas agencias.

PORTAFOLIO QUE PROMUEVE LOS ESTILOS DE VIDA ACTIVOS

Participamos, patrocinamos y organizamos eventos que fomentan la actividad física, los estilos de vida activos y el deporte.

En 2025 promovimos 83 eventos relacionados con la actividad física, en los cuales participaron 1.181.760 personas.

LO QUE CREEMOS

Creemos en el poder de los momentos y en la capacidad de transformarlos en experiencias memorables.

Nuestro propósito va más allá de fabricar productos: es una invitación a tomarse la vida con optimismo.

Contamos con un portafolio amplio y diverso que abarca desde bebidas hasta alimentos.

Acompañamos cada momento del día, respondiendo a las necesidades y preferencias de nuestros consumidores.

Nuestra oferta va desde opciones indulgentes hasta alternativas orientadas al máximo cuidado personal.

Nuestra responsabilidad Respetamos la libertad de elección de quienes nos eligen.

Nos importa la construcción de hábitos de consumo responsables.

Fomentamos estilos de vida activos y conscientes.

Cumplimos las normativas de etiquetado vigentes.

Garantizamos información clara, veraz y confiable sobre la calidad, los ingredientes y el valor nutricional de nuestros productos.

Nuestra convicción El bienestar no es un concepto abstracto: se construye día a día, en cada elección y en cada momento que compartimos con quienes nos eligen.

95%

del volumen de ventas es bajo, reducido o sin azúcar añadida.

48%

del volumen de ventas es sin azúcar añadida.

80,3%

de nuestras fórmulas contiene ingredientes naturales.

25

lanzamientos de productos basados en innovación en 2025. (POS 5-2)



Comercialización y distribución

Salsas, aderezos, snacks y otros.



Café tostado, molido, en grano e instantáneo.



Bebidas con fruta



Aguas



Gaseosas



Hidratantes y sueros



Tés



Energizantes



Cervezas y maltas



• El exceso de alcohol es perjudicial para la salud. Ley 30 de 1986. Prohibase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad y mujeres embarazadas. Postobón distribuye y comercializa marcas producidas por otras empresas.
• Maltit es un medicamento. No exceder su consumo. Registro Sanitario No. 2021M-0013942-R1. Leer indicaciones y contraindicaciones en la etiqueta. Si los síntomas persisten, consulte a su médico.

DINAMICA DEL PORTAFOLIO

Queremos que el consumidor nos considere su elección perfecta para sus gustos, necesidades y momentos de consumo, bajo una propuesta que integra disfrutar, el bienestar y las experiencias.

Nuestro portafolio responde a:

- Entendimiento profundo del consumidor.
- Contexto social.
- Competitividad en el mercado.
- Innovación.

Manzana Postobón lanzó el mensaje “La Manzana que nos une”, con Rigoberto Urán como embajador, promoviendo unión y cercanía.

Por medio de la serie “El sabor que nos une”, Manzana Postobón destacó la diversidad gastronómica colombiana.

Nos unimos con otro sabor icónico en el país: Bon Bon Bum de Colombina. Como resultado, lanzamos una gaseosa Postobón con sabor a Bon Bon Bum original y una chupeta con sabor a Manzana Postobón.

Junto a Grissly, marca de Colombina, presentamos unas gomitas con sabor a manzana, uva y naranja Postobón.

Colombiana La Nuestra colaboró con AKT y creó la campaña El Motor de lo Nuestro, que incluyó una edición limitada de una motocicleta NKD125, homenajeando a quienes impulsan los barrios.

La campaña ‘Súbete al bus de la nuestra’ apoyó a la selección Colombia en la clasificación al Mundial.

Colombiana reforzó el orgullo nacional con “Pollo y Colombiana por siempre”, fomentando una de las tradiciones gastronómicas más comunes en el país.

HECHOS DESTACADOS

GASEOSAS

Tenemos algunas de las marcas más emblemáticas y queridas de Colombia.

Ofrecemos sabores refrescantes y sensaciones burbujeantes.

Nuestra comunicación de marca brinda mensajes optimistas.

Cada marca tiene un propósito claro y distintivo, lo que nos ayuda a mantener la lealtad de nuestros consumidores.

NOS IMPORTA

Conectar a hogares colombianos con experiencias únicas.

Innovar para generar conexiones profundas.

Ofrecer productos sin azúcar que mantengan el sabor y la refrescancia.

Explorar la gastronomía, el deporte y el entretenimiento, donde nuestras marcas se destacan como las mejores acompañantes.

Mantener y profundizar el compromiso de contar con productos bajos en calorías, sin calorías y sin azúcar añadida.



BEBIDAS CON FRUTA

Tenemos como propósito generar valor por medio de todo lo bueno que tiene la fruta.

Lideramos la categoría de bebidas con fruta tanto en valor como en volumen, con HIT como la marca líder en el país, según Nielsen.

Nuestros pilares son la innovación constante para responder a las necesidades y expectativas de los consumidores.

Buscamos tener presencia en diferentes ocasiones de consumo, con bebidas que preponderan el sabor como el complemento ideal para cualquier tipo de comida.

Comunicamos desde el propósito, lo que hacemos, buscando incrementar la relevancia en los consumidores.

Creamos puntos de conexión y vínculos profundos con la gente.

NOS IMPORTA

Evolucionar resaltando el sabor, la diversión y la conexión.

Acompañar el día a día de los consumidores, ofreciendo lo bueno de la fruta de manera práctica, accesible y cercana.

Generar valor, desarrollo en el campo y bienestar para las familias productoras de fruta por medio del programa HIT Social Postobón.

HECHOS DESTACADOS

La marca lanzó su referencia de un litro, con el objetivo de fortalecer su presencia en el segmento familiar.

En cuanto a presentaciones personales, la marca lanzó HIT PET 300 mL en todo el país.

HIT fue reconocida con un premio Effie oro y un premio Effie plata, resaltando la efectividad de sus acciones y comunicación de marca.

Tutti Frutti fortaleció su presencia en el segmento familiar, especialmente en la costa atlántica.

HIT y Tutti Frutti se consolidaron como la marca número uno y la tercera en poder de marca, respectivamente, según Kantar.

AGUAS



NOS IMPORTA

Ofrecemos una propuesta de valor que proporciona hidratación a las personas en diversos momentos del día, asegurando tanto la asequibilidad como la accesibilidad.

Promovemos experiencias que fomentan estilos de vida activos y sostenibles.

Nuestro portafolio de productos se ajusta a múltiples necesidades, estilos de vida y momentos de consumo.

Presentar al mercado una propuesta orientada a la promoción de la vitalidad.

Desarrollar productos y formatos innovadores que no solo satisfagan las necesidades del consumidor, sino que también ofrezcan alternativas diferenciadoras.

Acompañar las estrategias de comunicación con mensajes que incentiven el reciclaje como práctica fundamental para fortalecer el carácter sostenible de nuestros envases y empaques.

Utilizar envases diseñados bajo criterios de ecodiseño y circularidad, completamente reciclables, que incorporan materiales reciclados y minimizan el uso de plásticos.

Generar vínculos de marca que aporten valor y posicionen la relevancia en el mercado.

Consolidar una comunidad activa enfocada en el bienestar y el movimiento, logrando distinción frente a otras marcas presentes en el sector de aguas en Colombia.

HECHOS DESTACADOS



Renovamos la certificación Plástico Neutro, otorgada por Icontec, manteniendo la marca como la primera y única en Colombia certificada en esta categoría.

Según la revista Dinero y Yanhaas, Cristal fue la marca más innovadora en la categoría de aguas en Colombia.

⁸ Miliequivalente es una unidad de medida utilizada para expresar la concentración de una sustancia en una solución, teniendo en cuenta la capacidad de la sustancia para reaccionar o combinarse con otras. En el contexto de la hidratación, indica la cantidad de electrolitos presentes, lo que permite comparar la eficacia de diferentes soluciones para reponer sales y minerales en el organismo.

Avanzamos en el segmento de hidratación especializada mediante el lanzamiento de Cristalite, un producto enriquecido con minerales, vitaminas del complejo B y 26 miliequivalentes (mEq)⁸ de sodio.

Nos relacionamos con los consumidores invitándolos a la actividad física y al entretenimiento.

Creamos experiencias únicas participando en eventos deportivos y carnavales.

Junto a Cristal, como patrocinadores oficiales de hidratación en las principales carreras del país, suministramos agua y gestionamos el reciclaje de botellas usadas en los eventos con el programa FARO Postobón, reincorporándolas al sistema productivo.

Lanzamos Cristal saborizada mandarina, en presentación personal, ideal para las loncheras.

Presentamos Cristal en litro para familias.

Estuvimos presentes en el Carnaval de Barranquilla, Festival Vallenato y conciertos, aumentando visibilidad en redes sociales.

Incluimos etiquetas especiales de regreso al colegio con la licencia de la película Intensamente 2.

Nos aliamos con la marca de ropa deportiva Asics en la primera carrera Golden Run Medellín.

Creamos Puntos Cristal, un *chatbot*, para incentivar el reciclaje usando botellas como moneda de cambio.

Abrimos una convocatoria en redes sociales, recibiendo 1.380 aspirantes, la cual permitió elegir 20 embajadores del Team Cristal, quienes participan en las principales carreras atléticas del país.



NOS IMPORTA

Transformar el consumo en experiencias.

Crear vínculos emocionales y de propósito.

Innovar para marcas alineadas a tendencias y valores.

Promover estilos de vida conscientes sin extremos.

Fomentar la sostenibilidad y el cuidado ambiental con las marcas.

Creamos marcas aspiracionales y valoradas, centradas en experiencias.

Nos inspiramos en innovación y tendencias globales para propuestas únicas y exclusivas.

Breña, HATSU y Canada Dry transforman el consumo en experiencias memorables, cada una con su propia identidad.

HECHOS DESTACADOS

Participamos con Breña en eventos de artistas internacionales como Andrea Bocelli, destacando la música y el arte.

Breña colaboró con la actriz internacional Ester Expósito, generando una campaña de alto reconocimiento, que resaltó emociones intensas y sofisticación.

Impulsamos activaciones de marca enfocadas en mezclas, generando experiencias sensoriales.

Desarrollamos alianzas diversas: Parchita x Breña con Alcohol (moda, arte y cultura), Breña x Refisal (sal limón picante negra) y SuperDry x Breña con Alcohol (presencia en puntos de venta).

Lanzamos Breña 1,25L para fortalecer el segmento familiar.

HATSU soda completó tres sabores en lata de 310mL y lanzó té negro en litro Tetra Pak, además de la referencia “On The Go”.

Realizamos colaboraciones como HATSU x Vibes (lipstick inspirado en HATSU Pink), HATSU x Daniela Salcedo (contenidos digitales sobre los nueve colores de té) y HATSU x American Eagle (estilo de vida).

La marca participó en la pasarela de moda Alma, apoyando a la Fundación AlmaRosa, comprometida con la lucha contra el cáncer de mama, la promoción del amor propio y el cuidado personal.

HATSU donó mobiliario escolar del programa MiPupitre Postobón en La Guajira y Amazonas, en alianza con la celebridad Claudia Bahamón.



Renovamos la certificación Icontec en Neutralidad de Materiales para HATSU.

HATSU estuvo en eventos de creatividad y bienestar como Camilo Fest, Happy Fest, Origen Fest, Feria EVA y más.

BEBIDAS DE NUEVA GENERACIÓN

Desarrollamos las categorías de bebidas hidratantes, té, energizantes y sueros hidratantes, con marcas que generan valor y ganan la preferencia de los consumidores.



HECHOS DESTACADOS

Ofrecer una propuesta atractiva y competitiva en nuestras categorías.

Entregar innovación, calidad y sabor, así como una conexión sincera con los consumidores.

Comunicar los atributos clave como el sabor, la capacidad de refrescar y acompañar comidas, así como la funcionalidad.

Innovar en las categorías para cumplir las necesidades de nuestros consumidores.

Speed Max lanzó una nueva campaña de la mano de Beéle, uno de los artistas más escuchados en Colombia en Spotify. Esta campaña estuvo acompañada por un nuevo sabor.

Squash presentó su sabor frutos silvestres, que le brinda mayor variedad a su oferta.

Mr. Tea reconectó con los consumidores enfatizando en sus sabores y fortaleciendo su presencia en restaurantes, cadenas de comidas rápidas y plazas de comidas.

Maxlit, la puerta a un nuevo segmento de mercado

En 2025 le presentamos al mercado Maxlit, nuestra nueva marca, que participa en la categoría de sueros hidratantes.

Maxlit es una propuesta ideal para atender la deshidratación de leve a moderada, gracias a las propiedades del producto al contar con 45 miliequivalentes (mEq), lo cual permite una hidratación más rápida y eficaz.



DESAFÍOS DEL PORTAFOLIO

Aguas

- Fortalecer la propuesta de sostenibilidad de Agua Cristal como parte de su propósito y su diferenciación frente a los consumidores.

Bebidas con fruta

- Fortalecer la asequibilidad.
- Promocionar el sabor y las frutas como distintivos en nuestras bebidas.
- Vincular a los consumidores con el programa HIT Social Postobón, que provee la mora, mango y lulo para producir refrescos HIT.
- Fomentar empaques sostenibles mediante la retornabilidad en vidrio, las botellas PET aligeradas, el reciclaje de Tetra Pak y la reciclabilidad de los envases.

Gaseosas

- Avanzar en la innovación de las marcas.
- Fortalecer el consumo en envases de vidrio retornables.

Bebidas premium

- Fortalecer las propuestas de valor diferenciadas que sean relevantes y memorables para los consumidores.
- Innovar con nuevas propuestas de sabores, que creen experiencias y cautiven a las personas.

Bebidas de nueva generación

- Fortalecer los componentes funcionales de las bebidas de la categoría.



Compromisos de autorre

La industria de bebidas, agrupada por la ANDI, tiene un acuerdo voluntario de autorregulación orientado a promover la información nutricional, innovación, la publicidad responsable y la promoción de estilos de vida activos, entre otros.

Nosotros somos suscriptores y tomamos los compromisos del acuerdo como un marco de gestión voluntario y proactivo.



COMPROMISO 1

Contribuir con la promoción de los estilos de vida activos y saludables en la población

Lo que hemos hecho:

- El programa ¡Boom! Activa tu vida ha beneficiado a **214.389 estudiantes** en **250** colegios, promovido **65.250** horas de actividad física, formado a **3.340** docentes y apoyado **157** planes institucionales de actividad física, con una inversión de más de **\$3.000 millones**.

En 2025 estuvimos presente con nuestras marcas en

83 eventos

y activaciones con más de **1.181.760** personas impactadas.

- Agua Cristal y Manzana Postobón patrocinaron maratones, carreras y eventos ciclistas para fomentar la actividad física.

COMPROMISO 2

Innovación en el portafolio de bebidas con tamaños individuales reducidos

Lo que hemos hecho:

- Contamos en el portafolio con **118 referencias** menores a 250 mL para consumo personal, todas bajas o sin calorías.

gulaación

de la industria de bebidas

COMPROMISO 3

Innovación en el portafolio de bebidas con opciones bajas, reducidas o libres de calorías

Lo que hemos hecho:

- Desde 2017, hemos reducido progresivamente las calorías de nuestras bebidas gracias a edulcorantes sin calorías aprobados por la Unión Europea, FDA, OMS e Invima, como la estevia. **95%**
- Al cierre de 2025, **48%** del volumen de ventas fue libre de calorías⁹.

COMPROMISO 4

Publicidad dirigida a menores de 12 años

- Garantizamos que nuestras bebidas no se publiquen en espacios donde más del **35%** de la audiencia sea menor de 12 años.
- El comité de publicidad supervisa el cumplimiento al revisar las campañas.
- Nuestros aliados de pauta certifican periódicamente esta medida.

COMPROMISO 5

Venta y entrega directa de bebidas a colegios e instituciones educativas de primaria

- Nuestra normativa adopta este compromiso, lo que implica la responsabilidad del equipo de ventas en la comercialización solo de bebidas exentas.

⁹ 20 kilocalorías por cada 100 mililitros.
¹⁰ Cero kilocalorías por cada 100 mililitros.



La forma
CÓMO CONTAMOS
LO QUE HACEMOS

Comunicación QUE GENERA CONFIANZA

RELACIONAMIENTO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

(GRI 2-29)

Nuestros grupos de interés incluyen personas, comunidades y organizaciones con quienes construimos relaciones de credibilidad y confianza. Este compromiso está en nuestro código de conducta *Así Somos en Postobón*, que orienta nuestras acciones y vínculos.

Promovemos un diálogo constante y transparente y creamos espacios y canales efectivos para que nuestra visión de sostenibilidad sea clara, comprendida y apoyada, fomentando relaciones duraderas basadas en el respeto y la coherencia.

ACCIONISTAS

Propietarios de acciones de Postobón y sus compañías relacionadas.

CLIENTES

Personas y entidades a las que les vendemos productos, quienes operan en diferentes canales de ventas para llegar al consumidor final.

PROVEEDORES

Pequeñas, medianas y grandes empresas que suministran bienes y servicios para el desarrollo de nuestras operaciones.

GOBIERNO

Entidades estatales en los ámbitos local, regional y nacional.

CONSUMIDORES

Personas de todas las edades que disfrutan los productos de nuestro portafolio.

COLABORADORES

Personas que tienen un vínculo laboral directo con la compañía.

COMUNIDAD

Personas, organizaciones e instituciones que hacen parte del área de influencia directa de nuestras operaciones.

MEDIOAMBIENTE

Individuos, organizaciones e instituciones con posiciones y criterios que impactan la opinión pública al respecto de asuntos relacionados con temáticas ambientales.

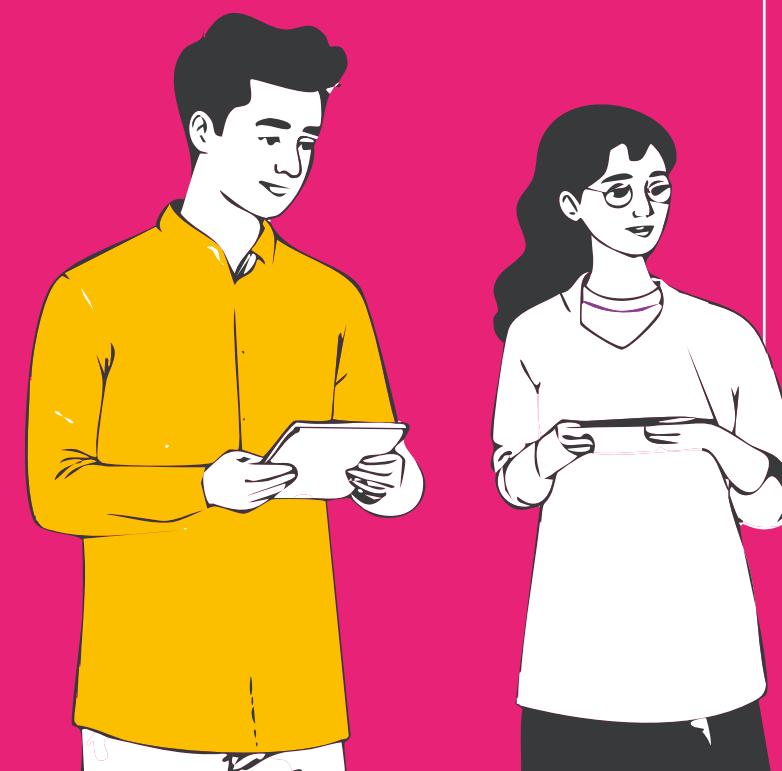
Compartimos información corporativa sobre nuestros avances, decisiones e impactos en sostenibilidad, aportando a la conversación pública, reflejando nuestro propósito y promoviendo el optimismo como eje de nuestras conversaciones.

Nuestros canales de comunicación son bidireccionales: no solo informamos, sino que también escuchamos.

La retroalimentación de nuestros grupos de interés nos permite mejorar continuamente, fortalecer la confianza y ajustar nuestros mensajes para que sean pertinentes, claros y oportunos.

Adoptamos un tono simple, cercano y de sentido común, que facilita la comprensión de los temas y hace evidente cómo nuestras acciones generan valor para las personas, las comunidades y el país.

Contamos con una política de comunicación corporativa con los lineamientos que orientan nuestra relación con los grupos de interés.



CONTENIDOS, REPUTACIÓN Y POSICIONAMIENTO

● Contamos con una red de medios de comunicación potente, diferencia y generadora de valor.

● En 2025, nuestra gestión de comunicaciones corporativas generó.

1.857 contenidos

en diferentes medios, lo que representó un crecimiento del **38%** frente a 2024 y un impacto relevante en la opinión pública, llegando al **80%** de los colombianos.

● De este total,

651 contenidos

estuvieron enfocados en asuntos de sostenibilidad y fueron difundidos por medios corporativos y canales externos, alcanzando a **42 millones** de personas.

● Estos contenidos contribuyeron a posicionar nuestro enfoque corporativo, de sostenibilidad, innovación e impacto social.

● Gracias a este trabajo consistente y articulado, fortalecimos nuestra reputación corporativa lo cual se vio reflejado al recibir el reconocimiento como la décima compañía con mejor reputación corporativa en Colombia¹¹.

¹¹ Monitor Merco Empresas 2025.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	TIPO DE CONTACTO	GRUPOS DE INTERÉS						
		Comunidad	Accionistas	Gobierno	Colaboradores	Clientes	Proveedores	Consumidores
Sitios web								
Redes sociales								
Intranet Nosotros Postobón								
Programa de televisión Conexión Postobón								
Revista SOMOS Postobón								
Carteleras virtuales								
Carteleras físicas								
Correos (físicos y electrónicos)								
Publicación El Buen Negocio								
Comunicaciones formales								
Comunicación masiva (televisión, radio, vallas, entre otros medios)								
Comunicación relacional								
Línea de servicio al cliente (Rosita)								
Línea de transparencia								
Línea para proveedores								
Reportes de autorregulación								
Comunicaciones de marca y promocionales								
Informes de gestión y sostenibilidad								
Comunicación para el desarrollo y la educación								
Relaciones públicas y patrocinios de eventos								
Encuestas, estudios y sondeos								
Material de comunicación en punto de venta								
Comunicados de prensa								
Eventos de compañía y reuniones								
Eventos públicos								
WhatsApp Corporativo								

Una vía Doble vía

LÍDERES QUE COMUNICAN

Nuestro presidente, Miguel Fernando Escobar, fue reconocido dentro del Top 10 de líderes empresariales con mayor influencia en la red social LinkedIn, según la plataforma Favikon¹². Además, fue incluido dentro del programa LinkedIn Top Voice, que reconoce a los profesionales más influyentes y líderes de opinión a nivel mundial en esta plataforma.



CONVERSACIÓN CON COLABORADORES

- El reconocimiento fue motivado por:
- Su sobresaliente visibilidad.
 - Su capacidad para comunicar mensajes estratégicos, compartir logros corporativos y generar conversaciones de alto impacto sobre sostenibilidad e innovación y entorno empresarial.
 - El estilo comunicacional claro, objetivo e inspirador.
 - La capacidad de generar comunidad y la relevancia profesional de sus audiencias.
 - La calidad y relevancia de sus publicaciones.
 - El impacto que tiene su conversación digital.



Los resultados señalaron que:

La percepción general y la calidad de la comunicación interna alcanzan un

88,5%,

evidenciando una valoración positiva por parte de los colaboradores.

90,1%

de los colaboradores destaca la conexión y creación de vínculos con la compañía, consolidando una relación sólida con la organización.

89,1%

reconoce el conocimiento del propósito superior y del negocio, reflejando una adecuada comprensión estratégica.

La generación de compromiso y orgullo corporativo alcanza un

88,1%,

mostrando un alto nivel de identificación con la compañía.

La evaluación de los medios de comunicación interna obtiene un

88,5%,

indicando que los canales son bien valorados por los colaboradores.

Con base en este diagnóstico, definimos planes de acción orientados a fortalecer las relaciones, mejorar la oportunidad de los mensajes y seguir construyendo una comunicación interna más cercana, participativa y alineada con nuestra cultura y propósito corporativo.

¹² Favikon es una plataforma digital que mide la influencia e impacto de más de 10 millones de perfiles de creadores de contenidos en el mundo, utilizando herramientas de IA.



NUESTRA
GENTE

Nuestra gente,



nuestro motor

Gracias a nuestros colaboradores, avanzamos para generar valor en el país. Por eso, priorizamos su bienestar, ofrecemos oportunidades de desarrollo y los acompañamos en su crecimiento personal y familiar.

Impulsamos iniciativas para que nuestro equipo comprenda el propósito institucional, asuma responsabilidades y contribuciones sociales, todo guiado por valores, formación continua y bienestar integral.

Mediante procesos de atracción, desarrollo, bienestar, compensación y retención, consolidamos competencias clave para el crecimiento y preparamos al equipo para desafíos actuales y futuros.

Promovemos una cultura en la que cada colaborador entiende su aporte al propósito superior, haciendo que la gestión del talento impulse la sostenibilidad empresarial.

RELACIONES DE TRABAJO

Reconocemos los derechos y deberes del equipo, facilitando los canales de comunicación bidireccionales, garantizando la seguridad jurídica en el cumplimiento de las obligaciones legales y condiciones de seguridad y salud en el trabajo.

ORGANIZACIÓN

Incrementamos la efectividad de la organización, por medio de diseño de estructuras, procesos y la definición de sistemas de compensación alineados con la estrategia.

CONDICIONES Y AMBIENTE DE TRABAJO

Trabajamos por la calidad de vida en el trabajo, asegurando el cuidado de la salud y el bienestar del talento humano y sus familias, por medio de la promoción de condiciones y ambientes propicios.

LIDERAZGO

Aseguramos un liderazgo centrado en las personas, mediante el desarrollo de atributos que habilitan a nuestros líderes para gestionar, potenciar y desarrollar el talento humano.

CULTURA

Facilitamos y propiciamos el desarrollo del propósito de la organización, generando una identidad propia, compromiso y empatía entre las personas, fomentando así los valores corporativos.

Desarrollo y aprendizaje

Fomentamos el aprendizaje y desarrollo del talento con el fin de asegurar capacidades y competencias de la organización.

Nuestra propuesta de valor

GENERACIÓN DE EMPLEO y oportunidades de trabajo

Generamos oportunidades de trabajo para **18.595** personas.

11.327 fueron empleos directos, lo cual equivale al 61%.

25% de nuestros empleados son mujeres.

Oportunidades de trabajo generadas (GRI 2-7, GRI 2-8)

	2023	2024	2025
Empleos directos	11.418	11.670	11.327
Empleos indirectos	7.618	7.786	7.268
Contratistas de transporte	5.572	5.290	4.969
Contratistas	2.046	2.496	2.299
Total	19.036	19.456	18.595

La disminución de oportunidades laborales fue consecuencia de la situación del mercado y la economía nacional, afectando principalmente los puestos de apoyo a la producción.

Empleados por rango de edad y género (GRI 2-7)

EDAD	2023			2024			2025		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Menores de 30 años	2.228	885	3.113	2.141	902	3.043	1.935	785	2.720
Porcentaje	19,5%	7,8%	27,3%	18,4%	7,7%	26,1%	17,0%	7,0%	24%
Entre 30 y 50 años	5.440	1.787	7.227	5.594	1.935	7.529	5.567	1.956	7.523
Porcentaje	47,6%	15,7%	63,3%	47,9%	16,6%	64,5%	48%	17%	65%
Mayores de 50 años	924	154	1.078	960	138	1.098	948	136	1.084
Porcentaje	8,1%	1,4%	9,4%	8,2%	1,2%	9,4%	1,2%	9,6%	10,8%
Total	8.592	2.826	11.418	8.695	2.975	11.670	8.450	2.877	11.327
Porcentaje	75%	25%	100%	75%	25%	100%	75%	25%	100%

Empleados por categoría profesional y género (GRI 405-1)

CATEGORÍA	2023			2024			2025		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Apoyo	6.253	1.601	7.854	6.472	1.967	8.439	6.236	1.855	8.091
Junior	1.778	881	2.659	1.664	712	2.376	1.669	728	2.397
Senior	434	268	702	427	222	649	409	220	629
Gerente	92	54	146	96	53	149	94	52	146
Director	35	22	57	36	21	57	42	22	64

Modalidad de contrato por categoría profesional

(GRI 2-7)

CATEGORÍA	2023			2024			2025		
	Indefinido	Temporal	Total	Indefinido	Temporal	Total	Indefinido	Temporal	Total
Apoyo	6.328	1.525	7.853	6.586	1.854	8.440	6.589	1.502	8.091
Porcentaje	80,6%	19,4%	100%	78,5%	21,5%	100%	81,4%	18,6%	100%
Junior	2.140	520	2.660	2.258	123	2.381	2.305	92	2.397
Porcentaje	80,5%	19,5%	100%	95%	5%	100%	96%	4%	100%
Senior	701	1	702	643	0	643	629	0	629
Porcentaje	99,9%	0,1%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%
Gerente	146	0	146	149	0	149	146	0	146
Porcentaje	100%	0%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%
Director	57	0	57	57	0	57	64	0	64
Porcentaje	100%	0%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%
TOTAL	9.372	2.046	11.418	9.693	1.977	11.670	9.733	1.594	11.327
Porcentaje	82%	18%	100%	83%	17%	100%	85,9%	14,9%	100%

Diversidad empleados

(GRI 405-1)

INDICADOR	2023	2024	2025
Porcentaje mujeres	25%	25%	25%
Porcentaje hombres	75%	75%	75%
Porcentaje menores de 30 años	27%	26%	24%
Porcentaje entre 31 y 50 años	63%	65%	66%
Porcentaje mayores 50 años	10%	9%	10%

Empleados en el Comité Ejecutivo por rango edad

(GRI 202-2, 405-1)

EDAD	2023			2024			2025		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Menores de 30 años	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Porcentaje	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Entre 30 y 50 años	2	1	3	3	1	4	3	1	4
Porcentaje	25%	50%	30%	33,33%	50%	36,36%	37,5%	50%	40%
Mayores de 50 años	6	1	7	6	1	7	5	1	6
Porcentaje	75%	50%	70%	66,67%	50%	63,64%	62,5%	50%	60%
Total	8	2	10	9	2	11	8	2	10
Porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Antigüedad promedio

(POS S-9)

EDAD	2023			2024			2025		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Menos de 1 año	2.751	906	3.657	2.662	987	3.649	2.239	748	2.987
Entre 1 y 5 años	2.407	1.025	3.432	2.481	1.043	3.524	2.668	1.145	3.813
Entre 6 y 10 años	1.657	522	2.179	1.677	553	2.230	1.650	558	2.208
Entre 11 y 20 años	1.504	324	1.828	1.566	355	1.921	1.563	389	1.952
Más de 20 años	284	38	322	309	37	346	330	37	367
Total	8.603	2.815	11.418	8.695	2.975	11.670	8.450	2.877	11.327

Niveles de reincorporación al trabajo tras permiso parental

(GRI 401-3)

De los empleados que se acogieron a su permiso parental lo acogieron en el 2025, 93% regresó a sus labores en el mismo año.

INDICADOR	2023			2024			2025		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Empleados con derecho al permiso parental	172	328	500	128	270	398	173	326	499
Empleados que se acogieron al permiso parental	172	328	500	128	270	398	173	326	499
Empleados que regresaron al trabajo después del permiso	93	247	340	128	270	398	145	320	467
Tasa de regreso al trabajo	54%	75%	68%	100%	100%	100%	85%	98%	93%

Nuevas contrataciones

(GRI 401-1)

En 2025 vinculamos 4.424 personas, reafirmando nuestra condición de gran empleador en Colombia.

RANGO DE EDAD	2023			2024			2025		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Menores de 30 años	1.439	523	1.962	2.020	750	2.770	1.713	609	2.322
Porcentaje	52,1%	57,41%	53,43%	50,80%	55,97%	52,11%	50,92%	57,45%	52,49%
Entre 30–50 años	1.305	381	1.686	1.919	580	2.499	1.617	446	2.063
Porcentaje	47,3%	41,82%	45,92%	48,26%	43,28%	47,01%	48,07%	42,08%	46,63%
Mayores de 50 años	17	7	24	37	10	47	34	5	39
Porcentaje	0,62%	0,77%	0,65%	0,93%	0,75%	0,88%	1,01%	0,47%	0,88%
Total	2.761	911	3.672	3.976	1.340	5.316	3.364	1.060	4.424
Porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Rotación de personal directo

(GRI 401-1)

INDICADOR	2023	2024	2025
Tasa de rotación	6%	7%	6,8%
Tasa de contratación	32%	45%	39%
Tasa de retiros	14%	12%	15%

40%
de nuestros empleados lleva más
de cinco años en la compañía.

REMUNERACIÓN y reconocimiento

La remuneración a los colaboradores es un eje habilitador de nuestra sostenibilidad y competitividad.

Nuestro modelo reconoce la contribución de las personas y se sustenta en principios de equidad interna y competitividad externa, garantizando coherencia organizacional y posicionamiento adecuado frente al mercado laboral.

Aplicamos incrementos salariales superiores a los estándares de la industria para cargos operativos clave por su impacto en la continuidad del negocio.

Nuestro salario base está entre **13% y 17%** por encima del Salario Mínimo Legal Mensual Vigente.

Fortalecimos los beneficios de compañía que crean vínculos emocionales y complementan la retribución económica para los trabajadores.

Contamos con esquemas de compensación variable, ligados a metas estratégicas y sostenibilidad del negocio.

Tenemos estrategias de retención para talento clave y puestos críticos, combinando remuneración fija, variable y beneficios.

Impulsamos la motivación con incentivos ligados a resultados y al desempeño personal y grupal.

Creamos sistemas de remuneración a corto y largo plazo para retener talento clave y asegurar la sostenibilidad del negocio.

EQUIDAD SALARIAL DE GÉNERO

Aplicamos estándares internacionales para garantizar equidad salarial de género en la industria.

Valoramos cada cargo según responsabilidad, impacto y competencias, sin importar el género.

Impulsamos la inclusión femenina con programas formativos y espacios de desarrollo.

(POS S-10)
Las mujeres devengan **1,2** veces más que los hombres en promedio.

Relación del salario base frente al salario mínimo legal vigente

(GRI 202-1)

INDICADOR	2023		2024		2025	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Salario base compañía	\$1.257.000	\$1.257.000	\$1.523.875	\$1.528.375	\$1.661.725	\$1.658.725
SMMLV	\$1.160.000	\$1.160.000	\$1.300.000	\$1.300.000	\$1.423.500	\$1.423.500
Relación (Base/SMMLV)	1,08	1,08	1,17	1,18	1,17	1,17

Cifras en pesos colombianos.

Reconocimientos

CELEBRAMOS EL COMPROMISO, LA EXCELENCIA Y EL DESEMPEÑO QUE IMPACTAN LOS RESULTADOS DEL NEGOCIO.

Exaltamos la trayectoria y dedicación de colaboradores celebrando sus años de servicio.

Destacamos a quienes promueven nuestros valores corporativos mediante comportamientos consistentes.

Reconocemos logros relevantes que contribuyen directamente al cumplimiento de objetivos estratégicos.



Talento que inspira **15 personas** reconocidas por vivir la cultura y valores corporativos.

Pasión por lo nuestro **1.050 personas** reconocidas por sus años de servicios.

Calidad de vida y bienestar laboral

(POS S-27)
Tenemos programas que fomentan el bienestar integral de las personas. Esto impulsa la fidelidad laboral, la productividad y la competitividad.

1 Pasaporte al Futuro

Acompañamos la formación académica de empleados y sus hijos.

Crédito rotatorio sin interés para estudios técnicos, tecnológicos, profesionales, posgrados, cursos cortos y diplomados en instituciones acreditadas.

Beneficiarios:
235 empleados

Subsidio de hasta 50% en matrícula para estudios técnicos y tecnológicos.

Beneficiarios:
247 empleados
Inversión:
\$335 millones

Auxilios escolares para hijos de empleados
Entrega de material escolar para todos los niveles educativos.

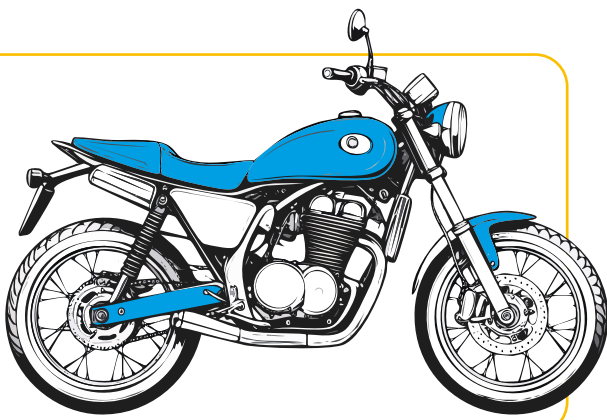
Beneficiarios:
7.671 empleados
Auxilios entregados:
8.400 auxilios
Inversión:
\$4.220 millones

9

Apoyo a la movilidad

Crédito de movilidad sin intereses para adquirir moto, equipos de protección o tramitar documentos.

Beneficiarios:
56 empleados
Inversión:
\$89 millones



10 Ruta de Bienestar Integral

Programa mensual para fomentar el bienestar físico, emocional, social y financiero mediante formaciones, webinars, actividades y autocuidado.

700 actividades realizadas

2 Auxilio de matrimonio

Beneficio a empleados con ocasión de su matrimonio.

Beneficiarios:
119 empleados
Inversión:
\$118 millones

3 Creciendo Juntos

Programa de acompañamiento a la experiencia de ser padres. Incluye un auxilio por nacimiento, acompañamiento integral desde la semana 20 de gestación hasta los primeros meses de vida del bebé¹³ y salas de lactancia en los centros de trabajo.

Beneficiarios:
229 familias
Auxilios por nacimiento entregados:
340 auxilios
Salas de lactancia:
10
Inversión:
\$160 millones

BENEFICIOS y auxilios

\$57.414 millones

invertidos en la calidad de vida de nuestro talento humano.

10,5%
más que en 2024.



14

Prima de vacaciones

Beneficio económico para el disfrute del periodo vacacional.

Beneficiarios:
8.355 empleados
Inversión:
\$13.360 millones

11

Línea de atención Bienestar Plus

Servicio de bienestar mental con telemedicina, psicología y nutrición.

Beneficiarios:
1.700 empleados

12 App Longevo¹⁴

App para gestionar bienestar físico y emocional con entrenamientos, planes de alimentación, coaching y clases guiadas para empleados.

13

Convenios de bienestar

Descuentos en gimnasios y comercios para promover el bienestar físico y mental de los colaboradores. Adicionalmente, contamos con convenios para la oferta de las cajas de compensación familiar.

Convenios para bienestar:
7
Cajas de compensación familiar:
26

4 Mi Proyecto, Mi Hogar

Crédito rotatorio de vivienda sin interés para comprar, construir o mejorar una vivienda.

Beneficiarios:
240 empleados
Inversión:
\$3.830 millones



5

Auxilio por incapacidad y prórroga de incapacidad

Reconocemos el porcentaje no cubierto por la EPS desde el tercer día de incapacidad hasta 180 días.

Beneficiarios:
16.657 empleados
Inversión:
\$2.400 millones

7

Auxilio por fallecimiento

Apoyo económico otorgado en caso de fallecimiento de un empleado o de un familiar directo.

207 auxilios entregados
Inversión:
\$113 millones

8

Sentido de Vida

Programa para empleados a punto de pensionarse (hasta tres años antes) que facilita su transición y transformación personal.

Beneficiarios:
24 empleados



15

Prima extralegal

Reconocimiento económico adicional para los empleados.

Beneficiarios:
10.879 empleados
Inversión:
\$17.598 millones

16

Reconocimiento a la antigüedad y celebraciones

Reconocimiento y homenaje con actos solemnes a empleados por sus años de servicio.

Personas reconocidas:
1.050 empleados

17

Día de la familia

Celebración en todos los centros de trabajo para integrar a las familias.

Beneficiarios:
31.579 personas (empleados y sus familias)
Inversión:
\$1.443 millones



¹³ La etapa de acompañamiento integral se realiza con la metodología patentada de Toolbe®
²⁴ En alianza con SURA.



Beneficios y auxilios para los colaboradores
(GRI 401-2)

CATEGORÍA	BENEFICIO / PROGRAMA	2023		2024		2025	
		Inversión	Beneficiarios	Inversión	Beneficiarios	Inversión	Beneficiarios
Beneficios y programas de bienestar	Vivienda (Mi Proyecto, Mi Hogar)	\$4.288	288	\$3.815	240	\$3.830	229
	Educación (Pasaporte al futuro)	\$274	242	\$241	205	\$336	231
	Primera infancia (Creciendo Juntos)	\$226	239	\$258	192	\$160	229
	Seguridad alimentaria (Comer es primero)	\$551	4.200	\$0	0	\$0	0
	Sentido de vida	\$80	239	\$22	47	\$0	0
	Día de la Familia	\$1.800	11.418	\$1.472	11.670	\$1.443	31.579
	Universidad Postobón	\$2.068	11.114	\$3.136	15.983	\$3.044	10.661
	Formación Externa	\$0	0	\$0	0	\$290	23
	Total	\$9.287	27.740	\$8.944	28.337	\$9.103	42.952
Auxilios a empleados	Antigüedad	\$1.420	119	\$277	29	\$610	80
	Jubilación	\$56	29	\$93	33	\$135	37
	Matrimonio	\$92	120	\$114	125	\$118	119
	Educación	\$3.288	7.349	\$3.729	7.727	\$4.220	7.658
	Lentes	\$106	1.110	\$114	1.017	\$151	1.111
	Maternidad	\$183	589	\$135	398	\$210	548
	Vacaciones	\$10.434	11.133	\$12.354	9.253	\$13.361	8.355
	Extralegales	\$14.669	8.816	\$16.834	10.832	\$17.598	10.879
	Transporte	\$5.642	3.766	\$6.714	4.821	\$8.386	7.948
	Defunción	\$81	167	\$100	201	\$113	207
	Incapacidad	\$1.667	10.512	\$2.075	11.451	\$2.401	11.351
	Diligencia sindical	\$191	30	\$174	27	\$192	30
	Otros auxilios	\$799	4.744	\$200	492	\$816	4.007
	Total	\$38.629	48.484	\$42.914	46.406	\$48.311	52.330
	TOTAL INVERSIÓN	\$47.916	76.224	\$51.858	74.743	\$57.414	95.282

Cifras en millones de pesos.

CLIMA ORGANIZACIONAL
(POS S-7)

En 2025, el 92,3% de los empleados participó en la medición de clima organizacional, 14% más que en 2024.

El clima fue clasificado como Fortaleza con 83,98 puntos, un incremento de 1,42 puntos frente al año anterior.

Encuesta de clima organizacional

	2023	2024	2025	VARIACIÓN VS. 2024
Empleados participantes	8.389	8.051	9.244	14,8%
Resultados de la encuesta (escala 1 a 100 puntos)	81,86	82,56	83,98	1,42

Todas las variables analizadas crecieron y se mantienen en el nivel de Fortaleza.

Los empleados muestran un fuerte sentido de orgullo y pertenencia por la empresa.

El talento declara estar alineado con sus funciones y cargos.

Género, diversidad, EQUIDAD E INCLUSIÓN

(POS S-28)

Promovemos una cultura corporativa basada en el pensamiento crítico, diversidad e inclusión para potenciar el aporte de cada persona al propósito superior de la organización.

Nuestra política SERes reconoce el valor de cada individuo sin importar género, edad, origen, condición física o cognitiva, raza, orientación sexual, idioma, religión, afiliación, estado civil, posición económica, política, estado de salud u otra condición, otorgando respeto y reconocimiento a todos.

El Comité SERes, integrado por representantes de todas las áreas, lidera el compromiso con la diversidad e inclusión, define metas y contribuye al fortalecimiento de una cultura inclusiva.

250 personas recibieron formación en asuntos de diversidad, equidad e inclusión en 2025.

- Cultura, raza y etnia**

 - Hacemos presencia en todo el territorio nacional, por lo cual, somos una compañía pluriétnica y multicultural.
- Generaciones**

 - Creemos que todas las generaciones aportan con innovación a cumplir con los objetivos de la organización, lo cual constituye un aporte relevante a la productividad y al crecimiento de la institución.

- Personas con capacidades especiales**
- Promovemos una cultura que reconoce el valor del ser humano desde sus fortalezas, capacidades y habilidades, no desde sus limitaciones.

- Principios SERes**
- en igualdad de trato
 - en igualdad de oportunidades
 - en entornos libres de acoso y discriminación
 - en equilibrio con sus entornos

Enfoques de la política SERes

- Género y diversidad sexual**
- Fomentamos entornos de trabajo abiertos e inclusivos donde las personas se sientan suficientemente valoradas y reconocidas.
 - Prestamos especial interés a la mujer y su empoderamiento en toda nuestra cadena de valor.

PARTICIPACIÓN Y LIDERAZGO FEMENINO

74 mujeres ocupan cargos directivos y el 35% de las promociones a estos puestos fueron para mujeres.

Eliminamos los sesgos de género en posiciones tradicionalmente masculinas, ampliando el acceso laboral para mujeres calificadas.

En 2025, tuvimos 60 mujeres en funciones como montacarguistas y técnicas de operación.

Participamos en el programa Mujeres Líderes de Comfama junto a Proantioquia, impulsando el liderazgo femenino en organizaciones antioqueñas.



PROTOCOLOS DE ACOSO SEXUAL

Nuestra política establece criterios claros para prevenir y abordar el acoso laboral y sexual en todos los equipos, promoviendo respeto y dignidad.

Busca que los empleados y los contratistas conozcan sus derechos y actúen ante situaciones de acoso, contribuyendo a un ambiente laboral coherente con los valores éticos de la empresa.

ORGANIZACIÓN DIVERSA E INCLUYENTE

Estamos presentes en todo Colombia, lo que nos convierte en una empresa pluriétnica, multicultural. Además, contamos con empleados de diversas generaciones.

De acuerdo con la encuesta de clima organizacional, el 97% de los empleados percibe que promovemos la diversidad y 95% nos considera incluyentes.

Valoramos el aporte de todas las generaciones y buscamos impulsar innovación y productividad, aprovechando sus distintas perspectivas.

10% de los colaboradores se identifican como pertenecientes a un grupo étnico (población negra, afrodescendiente, indígena, raizal, palenquera o ROM).

PERSONAS CON CONDICIONES ESPECIALES Y DISCAPACIDAD

Promovemos una cultura que valora a las personas por sus capacidades.	Con el programa Sentido de Vida, impulsamos la inclusión laboral de quienes tienen condiciones de salud especiales.	En 2025 trabajamos en la readaptación a nuevos roles de 52 personas en condiciones especiales con el fin de que se adapten a nuevos procesos como televentas.	Adicionalmente, capacitamos a 276 líderes para facilitar la readaptación laboral de personas en esta situación.	Fuimos reconocidos por la fundación Best Buddies Colombia como una de las empresas más comprometidas con la inclusión de personas con discapacidad intelectual.	Incluimos en el Pacto Colectivo un auxilio para apoyar la educación y el cuidado de hijos con discapacidad de nuestros colaboradores.
Personas con condiciones especiales y discapacidad					
		2024	2025		
Con condición especial		18	52		
Con discapacidad		20	2 ¹⁵		

10% de nuestros empleados se identifica como perteneciente a un grupo étnico (población negra, afrodescendiente, indígena, raizal, palenquera o ROM).

20 empleados pertenecen a la comunidad LGTBIQ+.

¹⁵ La legislación colombiana cambió los parámetros para la definición de personas con discapacidad, por lo cual, en la vigencia 2025 la compañía solo cuenta con dos personas certificadas de acuerdo con los nuevos parámetros de ley como discapacitados.

SISTEMA DE SALUD y seguridad en el trabajo

Contamos con un Sistema de Gestión de SST alineado con la norma colombiana, con el cual impulsamos el bienestar del equipo y su impacto familiar para lograr fidelización, productividad y competitividad. Bajo la premisa “Cuidándote te cuidamos”, promovemos la salud y seguridad en el trabajo enfocándonos en:

Entornos de trabajo seguros y saludables

Formamos líderes para impulsar la transformación y mejorar los entornos laborales, contribuyendo a la calidad de vida.

Gestionamos riesgos de Seguridad y Salud en el Trabajo para proteger la integridad de las personas.

Facilitamos la reincorporación sociolaboral para promover la inclusión y reducir el ausentismo, mejorando la productividad.

Promoción de la salud y el bienestar

Nuestro sistema de seguridad y salud laboral protege a todo el personal. Además, promovemos el bienestar y hábitos saludables para ellos y sus familias.

Procesos de participación, consulta y comunicación en SST (GRI 403-4)

Tenemos Comités Paritarios de Seguridad y Salud (Copasst) que incentivan hábitos seguros y facilitan la comunicación entre empleados y la empresa.

Promovemos la participación de los empleados en estos para fortalecer el autocuidado y mejorar el sistema.

Contamos con comités de emergencias y seguridad vial para abordar necesidades específicas y definir acciones preventivas.

Programas para el control de tareas críticas y de alto riesgo

Ofrecemos programas para trabajo en alturas, espacios confinados, calor, riesgo eléctrico, izaje de cargas, riesgos mecánicos, biomecánicos, físicos y psicosociales, además de manejo de montacargas, sustancias químicas y seguridad en calderas.

Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes (GRI 403-2)

Identificamos peligros, evaluamos riesgos e investigamos incidentes, todo gestionado por personal certificado por el Ministerio de Trabajo, lo que garantiza la validez de su desempeño.

Servicios de salud en el trabajo y acceso para los trabajadores (GRI 403-3)

- Contamos con un sistema de evaluación de riesgos físicos y químicos, tanto cualitativo como cuantitativo, respaldado por personal calificado y laboratorios acreditados. Expertos técnicos y la ARL colaboran en su diseño y ejecución.
- La app A Tu Lado Postobón permite a los empleados reportar condiciones o enfermedades para activar protocolos preventivos.

Formación en salud y seguridad en el trabajo (GRI 403-5)

Capacitamos continuamente a los colaboradores en trabajos en alturas, espacios confinados, brigadas de emergencia y comités de seguridad vial.

Acceso a servicios de salud no laborales y programas voluntarios de promoción de la salud (GRI 403-6)

- Ofrecemos herramientas y programas adicionales a nuestras obligaciones de salud y seguridad, reforzando nuestro enfoque integral del bienestar.
- Línea Bienestar Plus:** telemedicina, consulta nutricional y psicológica.
- App Longevo:** formación de hábitos y fortalecimiento de estilos de vida activos.

Enfoque de gestión de SST con contratistas y terceros

Nuestras políticas de salud y seguridad laboral aplican a contratistas y terceros, quienes deben cumplirlas íntegramente para garantizar su idoneidad.

Cobertura del sistema de salud y seguridad en el trabajo
(GRI 403-8)

INDICADOR	2023	2024	2025
Número de colaboradores cubiertos por un sistema de SST, sujetos, además a auditoría interna y certificaciones de terceros	11.418	11.670	11.327
Porcentaje	100%	100%	100%

LESIONES
POR ACCIDENTE
LABORAL
(GRI 403-9)

En nuestra industria los riesgos principales que pueden generar accidentes laborales están asociados a la seguridad vial, caídas, lesiones osteomusculares y accidentes con maquinaria. Los controlamos con valoración de riesgos y análisis estadístico.

En 2025 no tuvimos
fatalidades laborales.

7%
se redujeron
los eventos
laborales
de salud y
seguridad en
el trabajo.

79%
fue la reducción
en dolencias
y enfermedades
laborales.

792
beneficiarios
de chalecos
con airbag y
calzado especial.
Además,
apoyamos
económicamente
la adquisición
de cascos.

2.300
personas
capacitadas
en movilidad
segura como
mecanismo de
prevención de
accidentes.

Accidentabilidad, dolencias y enfermedades laborales
(GRI 403-9)

INDICADOR	2023		2024		2025	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Tasa fallecimientos por lesión laboral	0%	0,01%	0%	0,01%	0%	0%
Tasa lesiones con grandes consecuencias	0,2%	0,47%	0,2%	0,43%	0,53%	0,48%
Tasa lesiones registrables	5,54%	4,67%	6,03%	4,77%	6,93%	5,29%

Dolencias y enfermedades laborales
(GRI 403-10)

INDICADOR	2023	2024	2025
Fallecimientos resultantes de dolencia o enfermedad laboral	0	0	0
Casos de dolencias y enfermedades registrables	14	4	3



Relaciones y
DERECHOS LABORALES

Priorizamos las relaciones laborales centradas en la persona, garantizando derechos y obligaciones para asegurar seguridad jurídica y un ambiente productivo.

Todas las políticas y procedimientos laborales cumplen con normas constitucionales, legales e internacionales ratificadas por Colombia.

Respetamos el derecho de asociación. Además, administramos y acompañamos las negociaciones colectivas con trabajadores sindicalizados y pactos colectivos con personal no sindicalizado, para garantizar la correcta ejecución de los acuerdos.

Colaboradores cubiertos por
acuerdos de negociación
colectiva
(GRI 2-30)

INDICADOR	2023	2024	2025
Empleados	11.418	11.670	11.327
Cubiertos	8.913	8.635	8.912
Porcentaje	78%	74%	79%

JORNADA LABORAL

Aplicamos la jornada máxima legal, cumpliendo las reducciones establecidas por la Ley 2101 de 2021 hasta 2026, con una distribución equitativa de tareas para realizar dentro del horario.

Respetamos los días de descanso y festivos conforme a la Ley 2466 de 2025. Las horas extras se gestionan según los procesos definidos.

En 2025, flexibilizamos la jornada permitiendo que el personal de soporte trabaje solo de lunes a viernes e implementamos modalidad de teletrabajo para áreas como tecnología y sistemas.

Evaluamos casos especiales para trabajo en casa según la ley.



Planes de CARRERA Y FORMACIÓN

(GRI 404-2, POS S-11)

71,7%
de nuestra oferta académica está dirigida a los cargos actuales y **28,3%** a nuevos conocimientos.

Cubrimos al **94%** de los empleados con formación (10.661 personas).

La inversión en la Universidad Postobón y otras instituciones fue **\$3.334 millones**, **6,31%** más que en 2024.

Por medio de la Universidad Postobón impulsamos la cultura corporativa y el desarrollo de competencias para mejorar el desempeño del equipo.

Con sus estrategias formativas, la universidad ofrece inducción, entrenamiento y formación continua, de cara a la estrategia corporativa bajo un enfoque de *upskilling* y *reskilling* del conocimiento.



En 2025 creamos **20** cursos nuevos en nuestras cuatro escuelas (Administración y Humanidades, Comercial, Técnica y Logística), ofrecidos presencialmente, virtualmente y vía WhatsApp.

Diseñamos cinco rutas formativas en IA, analítica, trabajo matricial, innovación y agilidad, junto a una ruta avanzada de analítica para logística y un grupo de estudio especializado.

Más de **300** colaboradores participaron en cursos de aliados externos.

Dictamos **346.975** horas de formación, con un promedio de **30,6** horas por empleado.

Tenemos más de **1.000** cursos propios y de aliados.

FORMACIÓN EXTERNA

(POS S-17)

23 colaboradores recibieron apoyo en 2025 para formarse en más de 30 instituciones de prestigio, lo que representó una inversión de \$290 millones.

Entre los centros educativos estuvieron Esic, las universidades de Antioquia, Los Andes, Pontificia Bolivariana, del Valle, Ean, Externado de Colombia, Eafit, de la Sabana y la Universidad Libre, así como universidades de talla mundial como Stanford Business School, entre otros.

Horas de formación

PERSONAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Apoyo	217.564	54.302	271.866
Junior	47.900	17.307	65.207
Senior	5.585	3.040	8.625
Gerente	874	323	1.197
Director	43	37	80
TOTAL	271.966	75.009	346.975

Beneficiarios de la Universidad Postobón

(POS S-11, POS-17)

2023	2024	2025
11.210	14.906	10.661

Inversión en formación

(POS S-12)

PERSONAL	2023	2024	2025
Universidad Postobón	\$2.069	\$3.136	\$3.044
Otras instituciones educativas externas	\$470	\$411	\$290
Total	\$2.539	\$3.547	\$3.334

Cifras en millones de pesos.



GESTIÓN DEL DESEMPEÑO Y DESARROLLO PROFESIONAL

(GRI 404-3)

Acompañamos el desarrollo y el desempeño de todos los colaboradores de la organización con el fin de propiciar su crecimiento, al tiempo que contribuyen a los objetivos planteados.

Esto lo hacemos con el fortalecimiento de las capacidades de los líderes, en función del acompañamiento de los equipos de trabajo. De esa forma, se generan conversaciones y diálogos de valor.

SUMMA Postobón es nuestro programa y plataforma para medir el desempeño y las competencias. Apoya a los líderes en orientar y calificar a sus equipos. La cobertura de planes de desempeño fue del 73%, un aumento de 10% respecto a 2024.

En cuanto a promoción de los empleados, 610 personas pasaron a cargos de nivel superior, un 16,2% más que en 2024.

Evaluación de desempeño y desarrollo profesional

Nivel	2024		2025	
	Evaluaciones	Porcentaje	Evaluaciones	Porcentaje
Hombres	4.761	64%	5.433	74%
Mujeres	1.376	57%	1.702	69%
Total	6.137	63%	7.135	73%

Empleados promovidos

(POS S-8)

INDICADOR	2023	2024	2025	VARIACIÓN VS. 2024
Hombres	556	370	433	17,3%
Mujeres	153	155	177	14,2%
Total	709	525	610	16,2%

POSTOBÓN

PARA AVANZAR HACIA
UN MUNDO SOSTENIBLE



**Informe de
sostenibilidad
2025**

Postobón
Tómate la Vida

CONTENIDO

PÁG.
3

Estrategia y modelo
de sostenibilidad

PÁG.
7

Asuntos materiales

PÁG.
11

Inversiones en sostenibilidad

PÁG.
15

Grupos de interés

PÁG.
23

Reconocimientos
sostenibilidad

PÁG.
27

Sociedad

PÁG.
39

Postobón
BIO
Más verde, más vida.

PÁG.
43

Agua

PÁG.
55

Economía circular

PÁG.
65

Acción climática

PÁG.
71

Movilidad sostenible

PÁG.
75

Indicadores GRI



ESTRATEGIA Y
MODELO DE
SOSTENIBILIDAD

AVANZAR HACIA UN MUNDO SOSTENIBLE sí es posible

NUESTRA DEFINICIÓN DE SOSTENIBILIDAD

Incorporamos criterios ambientales, sociales y de gobernanza en nuestras decisiones para anticipar riesgos, identificar oportunidades y fortalecer la confianza de los grupos de interés. Así, aseguramos el cumplimiento regulatorio, mantenemos licencias ambientales y desarrollamos programas sociales que mejoran la calidad de vida.

Nuestro enfoque de sostenibilidad sigue mejores prácticas, análisis de materialidad y estándares internacionales como el GRI.

Con principios de valor compartido y capitalismo consciente, trazamos estrategias para un impacto positivo y duradero.

Promovemos la colaboración entre sectores para avanzar hacia el desarrollo sostenible, articulando capacidades y recursos.

Nuestra visión de la sostenibilidad impulsa la acción colectiva y de colaboración entre sectores público y privado, fortaleciendo así la confianza y la credibilidad ante los grupos de interés.

NUESTRA ORIENTACIÓN POR CRITERIOS ASG



CRITERIOS AMBIENTALES

Tomamos decisiones con base en la comprensión sobre cómo nuestras actividades afectan el medioambiente y cómo debemos gestionarlas.



CRITERIOS SOCIALES

Comprendemos el impacto de nuestras actividades desde diversas perspectivas para gestionarlas adecuadamente frente a las comunidades.



CRITERIOS DE GOBIERNO Y CIUDADANÍA CORPORATIVA

Trabajamos para fortalecer la transparencia, la ética empresarial y las relaciones con los grupos de interés, guiando nuestras acciones para generar valor económico, social y ambiental.

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

Establece nuestro marco de decisiones y actuaciones con respecto a los asuntos de sostenibilidad.

Asegura que las operaciones se realicen con prácticas sostenibles.

Permite alcanzar el desarrollo y crecimiento de los negocios en el largo plazo.

Define las metodologías de reporte de información para gestionar los objetivos fijados.

Traza lineamientos asociados a la gestión del cambio climático, la economía circular, el manejo del recurso hídrico, los Derechos Humanos, la debida diligencia, la Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) y el manejo de donaciones, entre otros.

La Política cuenta con un objetivo y compromisos claros.

Estos se complementan y desarrollan por medio de instrumentos normativos internos de la compañía.

Garantiza el cumplimiento regulatorio.

Compromiso con nuestra gente

Compromiso con la ética y el gobierno corporativo

Compromiso con la cadena de valor

UNO MÁS TODOS

UN MODELO DE SOSTENIBILIDAD CON NOMBRE OPTIMISTA

- Nuestro modelo de sostenibilidad tiene nombre: UNO MÁS TODOS.
- Fue creado en 2014 para cimentar nuestra gestión hacia un mundo sostenible y hace parte del marco estratégico de la compañía.
- Este modelo se integra con nuestra estrategia corporativa y competitiva, asegurando el avance hacia un mundo sostenible, como lo declaramos en nuestro propósito.
- La base del modelo es la construcción colectiva, reflejada en el “todos”, lo que permite ampliar el alcance de cada acción y generar impactos significativos.
- Se articula con la innovación social, la gestión de riesgos socioambientales y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS).
- Teniendo como base los asuntos materiales identificados, el modelo está organizado en seis focos de actuación, que se desarrollan mediante programas y proyectos que contribuyen a metas cuantitativas y cualitativas.
- Rendimos cuentas anualmente sobre las metas, fortaleciendo nuestras relaciones con los grupos de interés y generando valor a largo plazo.



Compromiso con el planeta





M-V-D

POSTOBON
PRODUCCIÓN

M-V-D

POSTOBON
PRODUCCIÓN

ASUNTOS MATERIALES

Avanzar con optimismo hacia un mundo sostenible implica concentrar nuestra energía, recursos y determinación en los temas que realmente generan transformación.

¿Cuáles son esos temas?

Respondemos esta pregunta mediante el análisis de materialidad: un proceso estructurado, participativo y basado en evidencia que nos permite identificar y priorizar los temas de sostenibilidad más relevantes e impactantes, tanto para nuestros grupos de interés como para la organización.

Este ejercicio no es nuevo para nosotros. Desde 2010, cuando sentamos las bases para identificar asuntos relevantes, hemos desarrollado un proceso continuo y evolutivo de consulta con los grupos de interés. De ese trabajo surgió en 2011 nuestro modelo de sostenibilidad Uno más Todos, que incorpora el enfoque de valor compartido de Michael Porter y Mark Kramer y, con el tiempo, consolidó la plataforma con la que generamos impacto en el negocio, la sociedad y el planeta.

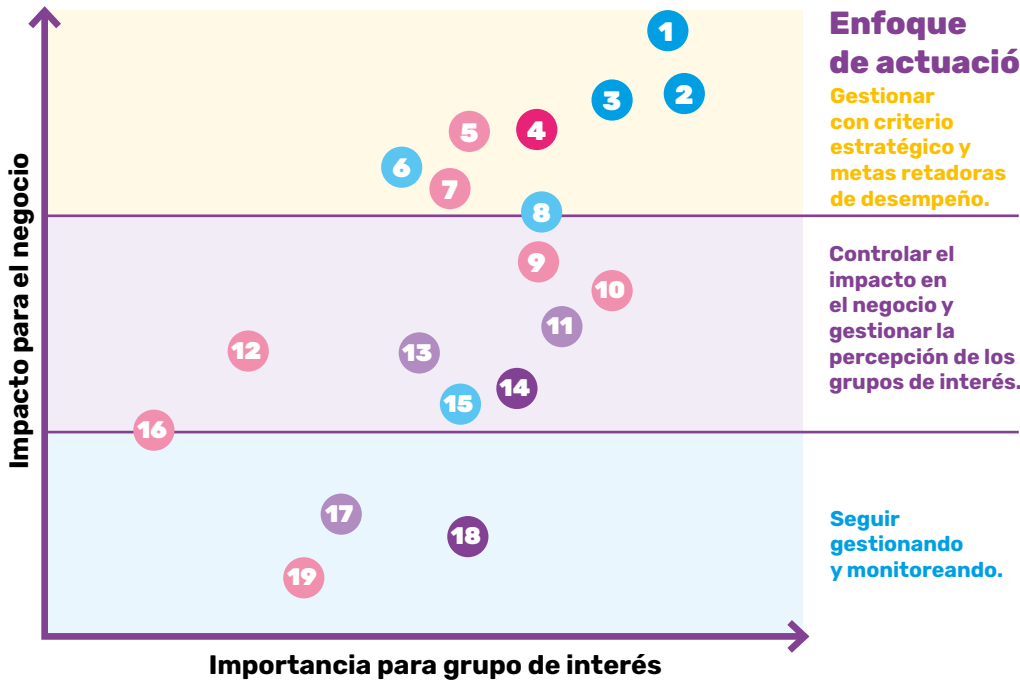
Nuestro compromiso con la sostenibilidad está alineado con las expectativas de los grupos de interés. Sus percepciones y preocupaciones orientan nuestra estrategia.

En 2023, con el apoyo de una firma especializada, actualizamos el análisis de materialidad para evaluar los temas más relevantes para el negocio y nuestra capacidad de generar valor sostenible.

Gracias a eso, contamos con 19 asuntos materiales, agrupados en focos de gestión. Este ejercicio de materialidad es evolutivo y cada vez más concentra su análisis la prevención de riesgos y la construcción de valor en el marco de la sostenibilidad.



Materialidad DE IMPACTO



Asuntos materiales

FOCO	ASUNTO	DEFINICIÓN
Compromiso con el planeta	1 Naturaleza, agua y biodiversidad	Desarrollo de iniciativas de protección, conservación y restauración de los ecosistemas que proveen servicios ambientales a nuestras operaciones y a las comunidades aledañas. Ejecución de estrategias y acciones para el uso eficiente del agua en nuestras operaciones para mitigar el impacto en sobre el recurso natural.
	2 Economía circular	Gestión y uso eficiente de los materiales e insumos con enfoque de ciclo de vida para generar valor económico por un mayor tiempo. Minimización de la generación de residuos, incrementando su aprovechamiento y promoviendo el reciclaje inclusivo, la generación de empleos verdes y el ecodiseño en nuestros envases y empaques.
	3 Gestión cambio climático	Mitigación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero que generamos directa o indirectamente en nuestras operaciones y en los servicios logísticos. Desarrollo de acciones de adaptación y resiliencia, que minimicen el impacto de la variabilidad climática para la compañía, incluyendo su cadena de valor. Reducción y optimización del consumo de energía eléctrica, combustibles e hidrocarburos.
Compromiso con la sociedad	4 Promoción del desarrollo social y económico de las comunidades con criterios inclusivos	Fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones sociales y de las comunidades para contribuir a la redistribución del ingreso, satisfacer sus necesidades básicas y garantizar su inclusión social.
Compromiso con la ética y el gobierno corporativo	14 Ética, transparencia y gobierno corporativo	Desarrollo de prácticas que rigen las relaciones entre la administración, la Junta Directiva, accionistas y otras partes interesadas para el cumplimiento de los objetivos estratégicos y promover mecanismos de evaluación, prevención y mitigación de riesgos frente a conductas ilícitas, de corrupción, lavado de activos, financiación del terrorismo y otras que atenten contra la ética y la legalidad.
	18 Respeto y promoción de los Derechos Humanos	Velar por los Derechos Humanos, incluyendo, la promoción de la diversidad, la inclusión y la equidad de género, tanto en las operaciones directas de la compañía como en la cadena de valor.
Compromiso con el bienestar	6 Transformación del portafolio	Creación de productos acordes con las expectativas de los consumidores e incorporación de criterios ambientales, sociales y de bienestar en nuestros productos.
	15 Consumo consciente	Orientar a los consumidores e inspirarlos a tener hábitos más responsables y alineados con su bienestar, brindándoles información precisa, adecuada y oportuna sobre el propósito de los productos, sus ocasiones de consumo, sus ingredientes, sus propiedades, componentes funcionales y su valor en materia de sostenibilidad, entre otros.
	8 Marcas con propósito	Incorporación de valores de sostenibilidad en las marcas y promover los compromisos sobre el tema, dándolos a conocer mediante una comunicación de propósito.
Compromiso con la cadena de valor	7 Promoción de la innovación	Fortalecimiento de la innovación por medio de procesos que contribuyan a la implementación de nuevas opciones de portafolio, canales, servicios e ideas que generen valor para la sociedad y grupos de interés.
	9 Relaciones de valor con clientes	Enfatizar en el mejoramiento constante en la calidad en el servicio y la atención a los clientes y consumidores, haciendo de ellos el centro de nuestras acciones.
	10 Abastecimiento responsable	Promover en los proveedores el cumplimiento de las mejores prácticas relacionadas con la sostenibilidad, en aspectos como gobierno corporativo, Derechos Humanos, laborales, ambientales, sociales y económicos, para crecer juntos y gestionar los riesgos que se presenten. Trazabilidad y debida diligencia en el suministro de materias primas e ingredientes.
	16 Seguridad vial	Desarrollo de planes e iniciativas de prevención, control de riesgos e impactos que se generan en el proceso de distribución, buscando la seguridad vial para los actores en las vías y las comunidades.
	19 Transformación digital y ciberseguridad	Actualización constante en los procesos y tecnologías para mantenernos a la vanguardia digital, teniendo presentes la protección de los sistemas digitales, la privacidad y la protección de datos de la compañía y de sus grupos de interés.
Compromiso con nuestra gente	5 Seguridad alimentaria y nutrición	Contribuir con la disponibilidad suficiente y estable de alimentos, así como el acceso a ellos en cantidad, calidad e inocuidad.
	12 Agricultura regenerativa (modelos agrícolas resilientes)	Aplicación de prácticas regenerativas en el agro, para mayor productividad y alimentos que fomenten el bienestar. Promoción del restablecimiento y mejoramiento de los servicios ecosistémicos, enriqueciendo a su vez los medios de vida de las comunidades rurales con mejor ingreso económicos y capacidades para las organizaciones que las agrupan.
	11 Calidad de vida, bienestar, diversidad e inclusión en el trabajo	Buscar que los empleados trabajen más a gusto, en óptimas condiciones, con las mejores prácticas laborales y dentro de un adecuado balance entre la vida laboral y la personal. Promoción del respeto por los Derechos Humanos, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad. Contar con participación laboral diversa en términos de procedencia, sexo, cultura y religión.
	13 Salud y seguridad en el trabajo	Desarrollo de programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos a los que se pueden ver enfrentados nuestros colaboradores.
	17 Atracción y fidelización del talento	Estrategias que vinculen y conecten a los colaboradores con el propósito de la compañía, generando en ellos buen desempeño, sentido de pertenencia y actitud proactiva.

A young girl with long, wavy brown hair, wearing a white fuzzy sweater, is sitting at a desk in a classroom. She is smiling and raising her right hand high in the air. On her desk is a colorful pencil case with cartoon characters, a yellow pencil, and a small white container. In the background, another student is visible at a desk, and a large green chalkboard is on the wall. The scene is brightly lit, with a large yellow sun-like painting on the wall to the left.

Inversiones en SOSTENIBILIDAD

INVERSIONES EN SOSTENIBILIDAD

La fuerte convicción que tenemos de que podemos avanzar con pasos firmes hacia un mundo sostenible es la base para que año tras año hagamos importantes inversiones en materia social y ambiental en nuestra cadena de valor y con nuestros grupos de interés.

En 2025 hicimos inversiones directas en programas socioambientales por

\$60.460 millones.

44%

más que en 2024.

Además, hicimos inversiones con carácter sostenible en la cadena de valor por

\$165.774¹ millones.

¹Se incluyen las inversiones en asuntos como materias primas y equipos con características sostenibles.



Inversión social

¿Dónde hicimos inversiones sociales?

- **Actividades** con las comunidades.
- **Educación** y cultura.
- **Acompañamiento** y fortalecimiento de las mujeres.
- **Iniciativas** de desarrollo social.
- **Promoción** de estilos de vida activos.
- **Promoción** de la solidaridad.
- **Abastecimiento** inclusivo.
- **Inclusión** social.
- **Voluntariado** corporativo.
- **Beneficios** de bienestar y formación a colaboradores.

¿Cuánto?

\$39.712 millones

26%

más que en 2024.

Inversión ambiental

(POS A-1)

¿Dónde hicimos inversiones ambientales?

- **Acciones** para el cuidado del agua.
- **Protección** de espacios clave para el agua y la biodiversidad.
- **Promoción** de la economía circular.
- **Gestión** del cambio climático.

¿Cuánto?

\$20.748 millones



Aportes para promover la solidaridad

La solidaridad también hace parte de nuestra contribución a la sociedad.

Somos el mayor donante de la red de Bancos de Alimentos de Colombia.

\$19.214 millones.
en donaciones.²



² Donaciones en dinero y especie.



GRUPOS
DE INTERÉS

Grupos de interés

(GRI 2-29)

¿CÓMO LOS DEFINIMOS?

Son personas, comunidades y organizaciones con las que interactuamos y con quienes construimos relaciones basadas en el compromiso y la sostenibilidad. Así lo establecemos en nuestro código de conducta Así Somos en Postobón.

¿QUÉ HACEMOS CON ELLOS?

Promovemos un diálogo cercano, transparente y confiable, apoyándonos en mecanismos y canales efectivos de comunicación.

¿POR QUÉ?

Porque una relación de ese tipo fortalece la confianza mutua y consolida prácticas alineadas con nuestra visión de sostenibilidad.

GOBIERNO

Entidades estatales en los ámbitos local, regional y nacional.

COLABORADORES

Personas que tienen un vínculo laboral directo con la compañía.

CLIENTES

Personas y entidades a las que les vendemos productos, quienes operan en diferentes canales de ventas para llegar al consumidor final.

PROVEEDORES

Pequeñas, medianas y grandes empresas que suministran bienes y servicios para el desarrollo de nuestras operaciones.

CONSUMIDORES

Personas de todas las edades que disfrutan los productos de nuestro portafolio.

COMUNIDAD

Personas, organizaciones e instituciones que hacen parte del área de influencia directa de nuestras operaciones.

MEDIOAMBIENTE

Individuos, organizaciones e instituciones con posiciones y criterios que impactan la opinión pública al respecto de asuntos relacionados con temáticas ambientales.

Objetivos y metas que impactamos



NUESTRAS METAS EN SOSTENIBILIDAD

(GRI 3-3, POS G-2)

NUESTROS RETOS TRADUCIDOS EN METAS (GRI 2-24, 3-3)

La sostenibilidad es un componente estratégico para la continuidad y competitividad de nuestro negocio en el largo plazo.

Comprendemos que el contexto está marcado por exigencias regulatorias y riesgos ambientales y sociales.

Bajo esa premisa, y con base en la evaluación de la materialidad y las expectativas de los grupos de interés, definimos una serie de metas a 2030 que orientan nuestra gestión hacia un mundo sostenible.

Las metas que planteamos reflejan una visión integral que articula la gestión de riesgos, la creación de valor compartido y la anticipación a cambios normativos y de mercado.

Su alcance abarca temas materiales como la gestión responsable del agua, la transición hacia la economía circular, el abastecimiento sostenible, la educación y sensibilización ciudadana, y la acción frente al cambio climático.

En conjunto, estas metas son una hoja de ruta para las acciones de sostenibilidad contribuyendo a la resiliencia de las operaciones, al fortalecimiento de la licencia social para operar y a la generación de confianza con los distintos grupos de interés.

Con su implementación, reafirmamos nuestro compromiso con el equilibrio económico, social y ambiental, bajo una gestión responsable de los asuntos materiales.

AMBIENTALES

AGUA Y BIODIVERSIDAD

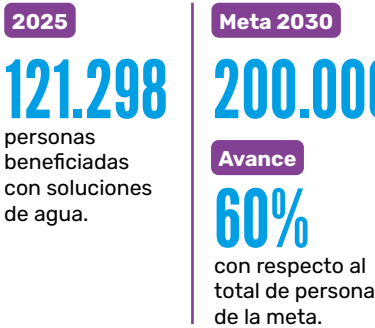
META: Alcanzar una eficiencia de **1,4 litros** de agua por litro producido de bebidas.³

RESULTADOS



META: Beneficiar a **200.000 personas** con programas asociados al recurso hídrico.

RESULTADOS



META: Conservar y proteger **38.000 hectáreas** clave para la protección de ecosistemas estratégicos.

RESULTADOS



ODS y metas



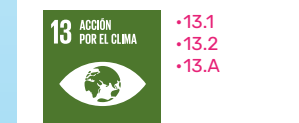
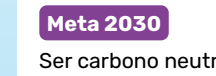
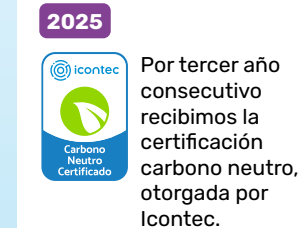
META: Reducir las emisiones de GEI (alcance 1 y 2) un **50%** con respecto a la línea base de 2019.

RESULTADOS



META: Conservar la carbono neutralidad.

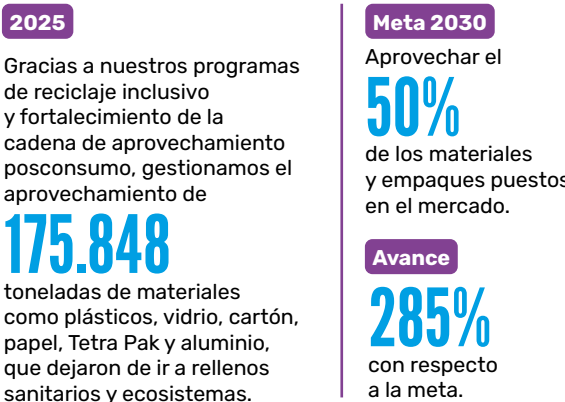
RESULTADOS



ECONOMÍA CIRCULAR

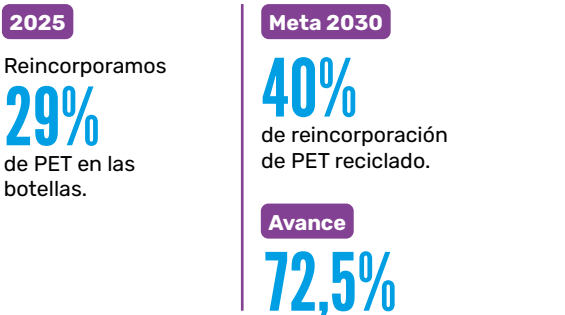
META: Aprovechar **50%** de los materiales de envases y empaques puestos en el mercado.⁴

RESULTADOS



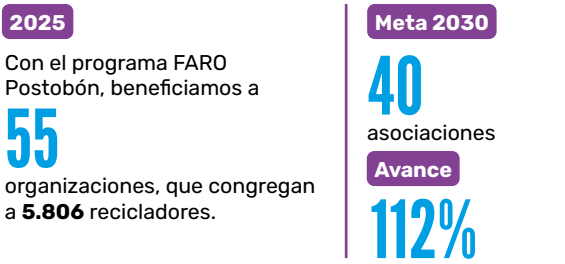
META: Reincorporar el **40%** del PET reciclado en los envases.⁵

RESULTADOS



META: Apoyar por lo menos **40** asociaciones de recicladores de oficio.

RESULTADOS

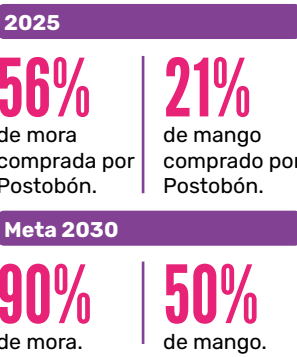


SOCIALES

SOCIEDAD

META: Abastecer **90%** de mora y **50%** de mango con el programa HIT Social.

RESULTADOS



META: Beneficiar con programas de educación y sensibilización a **300.000 personas**.

2025



SON DATOS Y HAY QUE DARLOS

Aquí está un resumen de lo que hicimos en 2025 para avanzar hacia nuestras metas de sostenibilidad.

Ética y gobierno corporativo

Buscamos

- Ser una de las empresas con mejor reputación en Colombia.
- Fortalecer la confianza y credibilidad entre los grupos de interés.
- Ser reconocidos por nuestro valor y contribución al desarrollo sostenible.

Lo que hicimos

- Décima compañía con mejor reputación en Colombia según el Monitor Merco Empresas.
- Forbes Colombia nos incluyó entre los 50 líderes en sostenibilidad.
- Destacados por prácticas de inversión socioambiental.⁶
- 17ª empresa con mejores prácticas ASG según Merco.
- Top 10 empresas más admiradas en Antioquia.⁷
- 11ª empresa más admirada a nivel nacional, según los líderes de opinión.⁸
- Premio Inspiradores EAFIT 2025 por movilidad sostenible.⁹
- Premio Colfecar Verde 2025 por reducción de emisiones con hidrógeno.
- Premio Xposible Colsubsidio por seguridad hídrica en Cauca.
- Premio BIBO El Espectador por conservación y protección de la cuenca del río Palo.
- Reconocimiento Onudi por mitigación de huella de carbono y restauración ambiental.
- 14ª en atracción y fidelización de talento según Merco Talento.

- Best Workplaces, según la firma Computrabajo.
- Empresa de Transformación Social, según la Fundación Juanfe.
- Premio a la inclusión y apoyo a personas con discapacidad intelectual, de la fundación Best Buddies.
- Reconocimientos a la Excelencia Ambiental de las plantas de Bogotá, entregado por el Distrito de Bogotá.

Bienestar

Buscamos

- Contribuir al bienestar de las personas.
- Ofrecer un portafolio que responde a las tendencias de consumo y promueve las decisiones individuales.
- Incorporar ingredientes y componentes naturales en los productos y ofrecer opciones bajas o sin azúcar añadida.
- Motivar a las personas a mantener hábitos de vida activos.

Lo que hicimos

- 97% del volumen de ventas fue bajo o sin azúcar añadida.
- 48% del volumen de ventas fue sin azúcar añadida, dos puntos más que 2024.
- 80,3% de nuestras fórmulas tiene componentes naturales.
- Tenemos 118 referencias de productos menores a 250 mL para consumo personal, todas bajas o sin calorías.
- Con el programa ¡Boom! Activa tu Vida hemos beneficiado con actividad física a 214.389 estudiantes en 250 colegios.

Planeta

GESTIÓN DEL RECURSO HÍDRICO

Buscamos

- Gestionar el recurso hídrico de manera integral y eficiente.
- Colaborar con actores relevantes para su cuidado y protección.

- Conservar espacios naturales para preservar el agua y la biodiversidad.
- Apoyar a las comunidades para que tengan acceso al agua como derecho fundamental.

Lo que hicimos

- El consumo de agua por litro de bebida producida fue 1,97 litros.
- En los últimos 12 años, redujimos ese indicador 48%.
- En 2025, disminuimos la captación de agua en 3,6%.
- Conservamos 35.047 hectáreas de bosques clave para la generación de agua y la biodiversidad.

ECONOMÍA CIRCULAR

Buscamos

- Impulsar la transición de una economía lineal a una circular, enfocándose en la prolongación de la vida útil de los materiales de envases y empaques.
- Apoyar el reciclaje y promover la inclusión social de los recicladores.

Lo que hicimos

- Logramos un 79% de aprovechamiento de residuos posindustriales.
- Gestionamos el aprovechamiento de 175.848 toneladas de envases y empaques, previniendo que fueran a rellenos sanitarios o ecosistemas naturales.
- Por cada tonelada que la ley exige reciclar, gestionamos 20, fortaleciendo la cadena y apoyando a los recicladores.
- Incorporamos 55.219 toneladas de materiales reciclados en los envases y empaques.
- Reincorporamos 29% de PET reciclado, superando 15% el requerimiento legal en Colombia.
- Las botellas de vidrio contienen 44% de material reciclado.
- Implementamos ocho proyectos de aligeramiento, que evitaron el uso de 1,015 toneladas de material virgen. En los últimos siete años, dejamos de usar 41.364 toneladas de materias primas vírgenes.

- De cada 100 botellas de vidrio retornable, 93 regresan para ser reenvasadas.
- Recuperamos 96 de cada 100 botellones de Agua Cristal para ser reenvasados.
- Recertificamos agua Cristal como marca plástico neutro y HATSU como neutra en materiales.
- Impulsamos 26 iniciativas de economía circular en 24 departamentos.
- Con alianzas y con el programa FARO Postobón, mejoramos la calidad de vida de 8.026 recicladores de oficio.
- FARO Postobón benefició a 55 organizaciones de reciclaje y a 5.806 recicladores en 20 departamentos.
- Entregamos a las asociaciones de reciclaje 23 equipos como camiones, motocicletas, compactadoras y bandas de clasificación.
- Los recicladores FARO recibieron 3.551 seguros de vida, 225 mejoramientos de vivienda y 5.820 dotaciones de trabajo.
- Otorgamos 4.050 bonos de alimentación a los recicladores, cada uno por \$50.000.
- Nuestros contenidos sobre reciclaje alcanzaron a 42 millones de personas y sensibilizamos a 22.714 estudiantes en actividades relacionadas con el reciclaje.

CAMBIO CLIMÁTICO

Buscamos

- Implementar estrategias de reducción y compensación de las emisiones generadas por las operaciones.
- Mantener nuestra condición de empresa carbono neutro.

Lo que hicimos

- Redujimos 18,3% las emisiones en nuestra flota de vehículos.
- Disminuímos 3,9% el consumo de combustibles fósiles en el transporte.
- El 34% de las unidades móviles que tenemos para distribución y logística interna tienen características de movilidad sostenible.

MOVILIDAD SOSTENIBLE

- Redujimos 18,3% las emisiones en nuestra flota de vehículos.
- Disminuímos 3,9% el consumo de combustibles fósiles en el transporte.
- El 34% de las unidades móviles que tenemos para distribución y logística interna tienen características de movilidad sostenible.

Sociedad

Buscamos

- Promover la educación para crear oportunidades y construir una sociedad incluyente y equitativa.

Lo que hicimos

- Entregamos 3.413 piezas de mobiliario escolar que beneficiaron a 2.695 estudiantes de 74 instituciones en 11 departamentos.
- Desde 2015, con MiPupitre Postobón hemos entregado 54.516 piezas de mobiliario en 30 departamentos, para beneficio de 80.360 estudiantes y 297 instituciones educativas públicas.
- Hemos convertido 199,6 millones de cajitas de Tetra Pak recicladas en pupitres escolares.
- Entregamos 382 bicicletas en seis instituciones rurales. Desde 2015, MiBici Postobón ha entregado 16.148 bicicletas en 24 departamentos.
- Atendimos seis emergencias en cinco departamentos por desabastecimiento de agua con el programa Litros que Ayudan, donde entregamos 128.860 litros beneficiando a 25.772 personas.
- Nuestras donaciones en especie beneficiaron a 1,6 millones de personas.

ACCESO AL AGUA

Buscamos

- Trabajar para garantizar que las comunidades tengan acceso al agua.

AVANCES Y LOGROS

Lo que hicimos

- Beneficiamos a 121.298 personas con proyectos asociados al acceso de agua.
- Entregamos y apoyamos la sostenibilidad de 57 soluciones de acceso al agua como acueductos, sistemas de potabilización y redes.

Cadena de valor

Buscamos

- Promover oportunidades en la cadena de valor mediante un abastecimiento inclusivo.
- Destacar el papel crucial de los pequeños agricultores de fruta en el desarrollo del agro colombiano.

Lo que hicimos

- Acompañamos a 4.273 proveedores, el 96% son locales.
- 76% de las compras, equivalentes a \$3,1 billones, fueron a proveedores locales.
- Hicimos compras con criterios ASG por \$684.057 millones.
- Participamos en 71 encadenamientos productivos.
- Atendimos a 416.183 clientes, presentes en el 95% del país.
- 73% de nuestros clientes son tiendas de barrio.
- Exportamos a 21 países en cuatro continentes.
- 179 jóvenes de seis departamentos recibieron capacitación en liderazgo, competencias agrícolas y habilidades digitales.
- Un total de 447 mujeres mejoraron sus capacidades en desarrollo personal y autonomía, gobernanza y participación, políticas de género, toma de decisiones y fortalecimiento económico dentro de sus organizaciones.
- Respal damos 14 emprendimientos rurales donde participan 110 mujeres.

AGRICULTORES RURALES

- 29% de la fruta que compramos provino del programa HIT Social Postobón.
- Compramos 7.412 toneladas de fruta por \$12.481 millones, a agricultores del programa HIT Social.
- Acompañamos a 1.765 familias agricultoras de fruta en 11 departamentos con HIT Social.
- 31% de los agricultores HIT Social son mujeres (550 personas).
- Contribuimos a la generación de 4.117 empleos en cultivos de fruta.
- Apoyamos a 44 asociaciones de fruticultores.

Nuestro talento

Buscamos

- Fomentar una cultura corporativa basada en el propósito y los valores, creando un entorno donde colaboradores y familias crecen, prosperan y disfrutan de experiencias significativas.
- Promover el aprendizaje de los colaboradores para su desarrollo, fortaleciendo el sentido de pertenencia y compromiso con la organización.

Lo que hicimos

- Creamos 18.595 oportunidades de trabajo.
- Generamos 11.327 empleos directos.
- Nuestro clima organizacional se consolida como una fortaleza.
- Promovimos a 610 empleados (29% mujeres).
- 35% de cargos directivos está ocupado por mujeres.
- Invertimos \$3.334 millones en iniciativas educativas como la Universidad Postobón.
- Entregamos 346.975 horas de formación.
- Otorgamos \$57.414 millones en beneficios, un 10% más que en 2024.
- La organización es diversa, incluyente y equitativa. 13% de los empleados pertenece a grupos étnicos.
- Capacitamos a 250 personas en diversidad, equidad e inclusión.
- El salario base supera el SMLV entre 13% y 17%.
- El salario promedio de mujeres es 1,2 veces mayor que el de hombres.
- Reconocimos a 1.050 personas por años de servicio.
- Tenemos 550 voluntarios corporativos.
- 60 mujeres ejercieron en 2025 funciones como montacarguistas y técnicas de operación.

³ Incluye agua destinada a producción y excluye la usada en las pruebas industriales, pruebas de I+D y arranques de línea. / ⁴ Toma como base lo indicado en la resolución 1407. / ⁵ Toma como base las indicaciones de la ley 2232 de 2022. / ⁶ Índice de Inversión Social Privada de la firma J&A. / ⁷ Ranking desarrollado por la consultora Shift Porter Novelli Colombia. / ⁸ Panel de Opinión 2025 Cifras & Conceptos. / ⁹ Reconocimiento compartido con Edinsa. / ¹⁰ En alianza con Nutrium.



RECONOCIMIENTOS SOSTENIBILIDAD

RECONOCIMIENTOS a nuestra gestión de sostenibilidad

Recibimos los reconocimientos como un acto que nos impulsa a seguir adelante, confirmando que vamos por el camino correcto.

Generamos confianza en la sociedad

10^a

compañía con mejor reputación en Colombia según el Monitor Merco Empresas.

Una de las compañías con mejores prácticas de inversión socioambiental en Colombia.¹¹

Lista Forbes Colombia como una de las

50

compañías líderes en sostenibilidad.

17^a

compañía con mejores prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo según el monitor Merco ASG.

Top 10

empresas más admiradas en Antioquia.¹²

13^a

en gestión ambiental.

13^a

en gestión social.

22^a

en gestión de gobernanza.

11^a

empresa más admirada en el país, según los líderes de opinión.¹³

Liderazgo que inspira

Nuestro presidente ocupó el puesto

21

en la lista Merco Líderes 2025.

También se ubicó en la posición

seis

del ranking Social CEO Colombia por su posicionamiento e impacto en entornos digitales¹⁴ y fue incluido en el programa Top Voice de LinkedIn.¹⁵

Compromiso con la movilidad sostenible

Premio Inspiradores EAFIT 2025, categoría sostenibilidad y cambio climático por nuestro programa de movilidad sostenible.



Premio Colfecar Verde 2025, por el uso de hidrógeno en el transporte de carga y la reducción de emisiones en nuestra operación logística.¹⁶



Cuidado y gestión hídrica

Premio Xposible Colsubsidio, por el proyecto de seguridad hídrica en la subcuenca del río Palo en Cauca.

Premio BIBO El Espectador en la categoría cuidado comunitario de la biodiversidad, por la conservación ambiental y la gestión del agua en el río Palo en Cauca.



Gestión del cambio climático

Reconocimiento en mitigación del cambio climático otorgado por Onudi¹⁷ por la reducción de huella de la huella de carbono y la restauración ambiental.

Equidad e inclusión social

Reconocimiento como Empresa de Transformación Social otorgado por la fundación Juanfe, por la generación de oportunidades en comunidades vulnerables.

Reconocimiento Best Buddies por nuestro compromiso con la inclusión social y el apoyo a personas con discapacidad intelectual.



Solidaridad

Mayor donante de la red de bancos de alimentos de Colombia (Abaco).

Excelencia en gestión ambiental

Reconocimientos del Programa de Excelencia Ambiental Distrital de Bogotá:



- PREAD élite para el centro de trabajo Lux Centro.
- PREAD élite para el centro de trabajo Lux Sur.
- PREAD Excelencia ambiental para Gaseosas Lux.

Un gran lugar para trabajar

Somos la

14^a



compañía con mejores prácticas de atracción y fidelización del talento, según el monitor Merco Talento.

Best Workplaces- Computrabajo, por ser uno de los mejores lugares para trabajar en el país.

¹¹ Índice de Inversión Social Privada de la firma Jaime Arteaga y Asociados (JA&A).

¹² Ranking desarrollado por la consultora Shift Porter Novelli Colombia.

¹³ Panel de Opinión 2025 Cifras & Conceptos.

¹⁴ Reconocimiento otorgado por la plataforma Favikon, una de las principales referencias a nivel mundial en medición de influencia digital.

¹⁵ El programa Top Voice de LinkedIn reconoce a líderes y profesionales que destacan por su influencia y aporte en esta plataforma, compartiendo contenido relevante y promoviendo conversaciones de valor en sus sectores.

¹⁶ Reconocimiento compartido con Edinsa, nuestro operador de transporte.

¹⁷ Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial.



SOCIEDAD

A P O R T E a la sociedad

UN ABC

A Identificamos las necesidades de las comunidades y trabajamos en ellas para generarles oportunidades de desarrollo sostenible.

B Mantenemos el compromiso de impulsar el desarrollo territorial y social.

C Nuestra gestión social, con apoyo de la Fundación Postobón, promueve programas con enfoque de valor compartido y capitalismo consciente, para fortalecer capacidades comunitarias.

UNA DECLARACIÓN

Nos comprometemos con el corazón a aportar a Colombia.

Es nuestra convicción y legado histórico.

Con nuestros programas abrimos caminos para la educación, promovemos la actividad física, impulsamos la equidad de género, protegemos el medioambiente y fortalecemos el campo colombiano.

Creemos en un futuro donde cada persona pueda tomarse la vida con optimismo, esperanza, inspiración y oportunidades reales para crecer y contribuir a una nación más justa y equitativa.



INVERSIÓN SOCIAL E IMPACTO (POS S-16)

\$39.712 millones | **26%**
invertidos en programas sociales. | más que en 2024.

97% recursos propios. | **3%** recursos de cooperación y aportes de aliados.

187.512 personas beneficiadas directamente. | **1,6 millones** de personas beneficiadas con donaciones de productos.

Inversión social

	INVERSIÓN	PERSONAS BENEFICIADAS
Programas sociales	\$20.498	187.512
Donaciones en dinero y especie	\$19.214	1.600.000
Total	\$39.712	1.787.512

Cifras en millones de pesos colombianos.

Desarrollo RURAL

HIT Social Postobón

Año de creación

1997

¿Por qué lo creamos?

Porque tenemos un compromiso claro con el desarrollo rural, generando mercado para los pequeños agricultores de fruta.

¿Cómo lo hacemos?

Vinculando a agricultores de fruta con nuestra cadena de valor.

Brindando acompañamiento integral para incrementar sus capacidades técnicas, comerciales, logísticas y organizacionales.

Fortaleciendo la calidad de vida de los agricultores y sus familias.

Promoviendo el empalme generacional y el empoderamiento de la mujer en el campo.

Garantizando el abastecimiento de fruta para las bebidas HIT y Tutti Frutti.

¿Cómo funciona HIT Social?

HIT Social empoderar:

Fortalecimiento organizacional de las asociaciones para que desarrollen su capacidad emprendedora y empresarial y profundicen la relación comercial con nosotros.

HIT Social producir:

Asistencia técnica para la productividad.

Apoyo logístico a productores con modelos eficientes de transporte y distribución.

HIT Social incentivos económicos:

Financiamiento de proyectos para el desarrollo de capacidades productivas y comerciales, ligado al compromiso comercial y a la fidelidad con el programa.

HIT Social prosperar:

Formación y acompañamiento a las asociaciones en fortalecimiento organizacional, para mejorar sus capacidades administrativas, financieras y de gestión.

Alianzas comerciales:

Fortalecimiento de la capacidad de negociación directa de las asociaciones con las empresas para generar alianzas.

Escuela HIT Social:

Formación y capacitación a los agricultores y a sus familias en educación complementaria y digital con el fin de promover la permanencia de los productores y jóvenes en los cultivos.

Mujeres HIT Social:

Empoderamiento de las mujeres pertenecientes al programa.

Promoción de su autonomía económica para cerrar brechas de inequidad en el campo.

HIT Social entregó en 2025 el

29%

de la mora, mango y lulo necesario para las bebidas HIT y Tutti Frutti, cuatro puntos porcentuales más que en 2024. (POS S-15)

Durante más de 20 años, hemos trabajado para que las asociaciones de agricultores de fruta se conviertan en proveedores competitivos y sostenibles, mejorando sus prácticas de cultivo, madurando sus procesos administrativos y financieros y acompañándolos para que crezcan como emprendedores del campo.

HIT Social Postobón es uno de los programas más destacados de gestión social en el agro colombiano y es un ejemplo claro de valor compartido.



(POS S-13, S-15)

INDICADOR	2022	2023	2024	2025
Asociaciones de fruta vinculadas	35	45	45	44
Agricultores con sus familias vinculados	1.244	1.576	1.745	1.765
Abastecimiento de fruta del programa para Postobón	14,20%	14,20%	25,20%	29%
Toneladas de fruta comercializadas	4.813	5.243	7.793	7.412
Valor comercializado	\$11.743	\$10.093	\$19.013	\$12.481
Mujeres agricultoras	376	490	557	550
Jóvenes rurales	190	267	269	396
Empleos rurales generados	2.212	3.564	4.071	4.117
Departamentos	8	10	11	11
Municipios	31	31	37	37

Cifras en millones de pesos colombianos.

1.765

familias
agricultoras.

11

departamentos.

4.117

empleos rurales
generados.

Comercialización de fruta con Postobón

(POS S-13)

7.412

toneladas de fruta comercializadas.

Aporte de fruta a Postobón

29%

del total de fruta requerida.

56%

mora requerida.

21%

mango requerido.

24%

lulo requerido.

\$12.481 millones

en fruta comprada a las asociaciones.

Producción

La productividad del programa alcanzó

11

toneladas por hectárea de mora, superando el promedio nacional de ocho toneladas.

Reducimos la vulnerabilidad al riesgo de sequía extrema para

265

productores.

Realizamos

4.207

visitas técnicas a cultivos.

Cubrimos

740

hectáreas con el programa.

\$520 millones

invertidos en logística para asociaciones frutícolas.

1.189

seguros climáticos entregados y 44 asociaciones beneficiadas con seguros de transporte.¹⁸

10.000

árboles de mango sembrados, completando 31.834 sembrados en dos años, equivalentes a 530 hectáreas.¹⁹

Alianzas

Desarrollamos alianzas con Grupo Prodeco en Cesar y Cerrejón en La Guajira, para expandir el programa y promover la reconversión económica hacia el agro en zonas mineras.

Mantuvimos las alianzas con la ANDI, Fundación Telefónica, SENA, Seguros Bolívar, Finagro, Fundación Codespa, Bancamía, IsraAid y Fundación Promigas, para potenciar el programa.

Escuela HIT Social

396

jóvenes rurales se beneficiaron con iniciativas educativas del programa.

25

jóvenes graduados como técnicos en sistemas agropecuarios ecológicos en Isnos, Huila.²⁰

25

jóvenes de Bolívar comenzaron el proceso de estudio como técnicos del SENA.

179

jóvenes se formaron en liderazgo, capacidades agrícolas y habilidades digitales en seis departamentos.

979

asociados participaron en espacios formativos en finanzas, liderazgo asociativo y formación financiera y comercial.

Fortalecimiento organizacional

63%

de las asociaciones vinculadas al programa alcanzaron su madurez organizacional.

Creamos un fondo de comercialización para que las asociaciones tengan capital de trabajo, paguen de contado, desarrollen centros de acopio, implementen estrategias comerciales y se protejan contra el cambio climático.

Mujer Rural HIT Social

550

mujeres hacen parte del programa, un 35% más que en 2022.

12

mujeres son presidentas de asociaciones de agricultores y 111 mujeres ocupan cargos directivos.

447

mujeres se formaron en desarrollo y autonomía, gobernanza, participación, políticas de género dentro de las organizaciones, toma de decisiones y empoderamiento económico.

Cerramos la brecha de ingresos entre hombres y mujeres en el programa, la cual pasó de 15% en 2023 a 11% en 2025²¹, generando equidad en los ingresos.

Presencia en PDET y Zomac

HIT Social Postobón hace presencia en los territorios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) así como en las Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

○ PDET ● Zomac

1 Bolívar

• Clemencia
• Santa Catalina
• Santa Rosa
• Villanueva

2 Cauca

• Buenos Aires
• Miranda
• Santander de Quilichao

3 Cesar

• Becerril
• El Paso
• La Jagua de Ibirico

4 Cundinamarca

• Anapoima
• Anolaima
• Apulo
• Cachipay
• Mesitas del Colegio
• Quipile
• Viotá

5 Huila

• Isnos
• La Plata

6 Nariño

• Cumbal

7 Norte de Santander

• Cáchira
• Ragonvalia

8 Risaralda

• Apía
• Belén de Umbria
• Guática

9 Santander

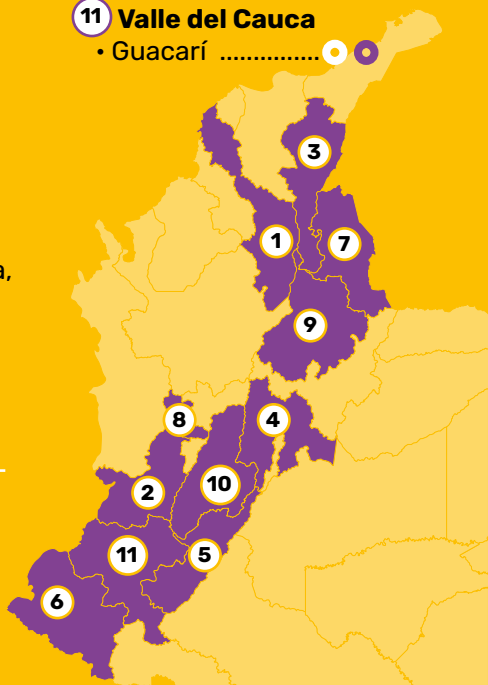
• Charta
• El Playón
• Matanza
• Piedecuesta
• Santa Bárbara

10 Tolima

• El Guamo
• Lérida
• Roncesvalles
• San Luis
• Icononzo
• Mariquita

11 Valle del Cauca

• Guacarí



¹⁸ Con el apoyo de Finagro y Seguros Bolívar.

¹⁹ En alianza con la empresa Nutrium.

²⁰ Alianza con el SENA.

²¹ Según los datos internos del programa, los hombres recibieron en promedio mes \$1,9 millones y las mujeres \$1,7 millones.

MiPupitre Postobón

(POS S-23)

Año de creación

2015

¿Por qué lo creamos?

Porque entendimos la necesidad de mejorar los ambientes escolares con mobiliario de calidad.

Porque encontramos una forma innovadora de transformar residuos aprovechables incentivando la economía circular.

¿Qué hace el programa?

Transforma las cajas de Tetra Pak de HIT, Tutti Fruti, HATSU y Mr. Tea, en oportunidades educativas, impulsando la recolección y reciclaje de estos envases.

Convierte estos residuos sólidos en mobiliario escolar 100% reciclable, que mejora la calidad educativa al crear entornos propicios para el aprendizaje.

Esto hay que contarlo

Somos parte de la Alianza ERA (Escuela Rural Antioquia), a la cual le entregamos

782 piezas

de mobiliario en Amagá, Fredonia, Concordia, Betulia y San Francisco.

En alianza con Cargobán entregamos

39 piezas

de mobiliario en Necoclí, Antioquia.

El programa ha logrado presencia en

297 instituciones

educativas de 129 municipios, consolidándose como una iniciativa de amplio alcance en todo el país.

En clave de palabras

Dignidad

El programa crea ambientes escolares dignos y de calidad.

Innovación

MiPupitre Postobón es innovación social al vincular la creación de oportunidades de educación con la economía circular.

Reciclaje

Gracias a MiPupitre Postobón fortalecimos la cadena de reciclaje de Tetra Pak en Colombia.



INDICADORES	2025	ACUMULADO (2015-2025)
Piezas de mobiliario entregadas	3.413	54.516
Estudiantes Beneficiarios	2.695	80.360
Instituciones educativas beneficiadas	74	297
Toneladas de Tetra Pak recicladas	67	1.811
Cajas de Tetra Pak recicladas (200 mL)	7.251.592	199.626.801
Departamentos	11	30
Municipios	25	120
Inversión	\$841 millones	\$9.466 millones

Presencia en PDET y Zomac

MiPupitre Postobón hace presencia en los territorios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) así como en las Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

○ PDET ○ Zomac



MiBici Postobón

(POS S-23)

¿Por qué lo creamos?

Entendemos que el acceso a la educación de los niños, niñas y adolescentes es fundamental para el desarrollo del país.

¿Cómo funciona el programa?

El programa MiBici mejora el acceso a la educación de niños, niñas y adolescentes de zonas rurales, mediante el uso de bicicletas que facilitan el desplazamiento hacia las instituciones educativas.

¿Cómo lo hacemos?

Mediante un proceso de empoderamiento comunitario para crear un ambiente propicio para el uso de la bicicleta como solución a la barrera de la distancia y el transporte escolar en el campo.

INDICADORES	2025	ACUMULADO (2015-2025)
Bicicletas entregadas	382	16.148
Instituciones educativas beneficiadas	6	389
Departamentos	2	24
Municipios	5	132
Inversión	\$386 millones	\$13.476 millones

Presencia en PDET y Zomac

MiBici hace presencia en los territorios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) así como en las Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

○ PDET ○ Zomac

- La Guajira**
 - Maicao
 - Riohacha
 - Uribia
- Tolima**
 - El Guamo
 - San Luis

(POS S-5, S-22)

¡Boom! Activa tu Vida

Año de creación

2019

¿Por qué lo creamos?

Detectamos la necesidad de incentivar a niñas, niños y jóvenes para que practiquen actividad física.

¿Cómo funciona el programa?

Visitamos instituciones educativas y dejamos capacidades técnicas y pedagógicas instaladas, promoviendo hábitos de vida activos y responsables en el entorno académico mediante formación y sensibilización a docentes y la motivación a estudiantes a practicarla.

¿Cómo lo hacemos?

Entregamos kits con todo lo necesario para la actividad física.

Proporcionamos a la institución una guía metodológica para organizar las actividades.

Formamos a los docentes para promover la actividad física en el entorno escolar.

	2025	ACUMULADO (2019-2025)
Estudiantes beneficiarios	22.714	214.389
Instituciones educativas beneficiadas	16	250
Docentes formados	165	3.340
Estudiantes de 12 a 17 años impactados	4.059	90.608
Apoyo a Programas Locales de Actividad Física (PLAES)	16	160
Horas de actividad física realizadas	180	65.250
Departamentos	6	19
Municipios	6	100
Inversión	\$378 millones	\$3.403 millones

En clave de palabras

Empoderar

Brindamos a los docentes herramientas pedagógicas que promueven la actividad física.

Concientizar

Generamos una actitud positiva en los jóvenes sobre los beneficios de la actividad física para sus vidas y el uso adecuado de tiempo libre, combatiendo el sedentarismo y la obesidad.

Facilitar

Acercamos las posibilidades para realizar actividad física con implementos deportivos y una guía metodológica que consolida el plan de formación a docentes y motiva a la práctica habitual de actividad física.

Brindar acceso

Contamos con una plataforma de formación virtual gratuita, que complementa los conocimientos adquiridos por los docentes.

Datos ¡Boom!

El programa promueve también el reciclaje aprovechando la lúdica y la recreación.

32 kits

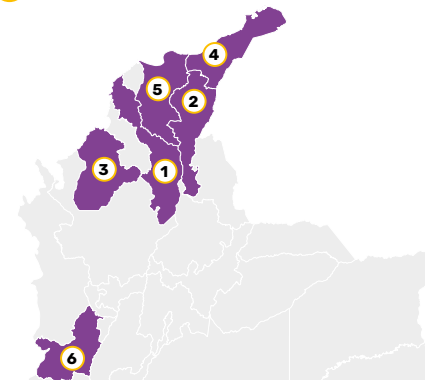
(16 de actividad física y 16 de economía circular) entregados en 2025.

Presencia en PDET y Zomac

¡BOOM! Activa tu Vida hace presencia en los territorios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) así como en las Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

○ PDET ○ Zomac

- Bolívar:** Cartagena
- Cesar:** Valledupar
- Córdoba:** Montería
- La Guajira:** Fonseca
- Magdalena:** Santa Marta
- Valle del Cauca:** Yumbo



Reciclaje inclusivo

Año de creación

2020

¿Por qué lo creamos?

Porque buscamos la implementación y consolidación de la economía circular con criterios de innovación social y reciclaje inclusivo.

¿Cómo funciona el programa?

Fortalecimiento a Asociaciones de Recicladores de Oficio, eso significa FARO Postobón.

El programa busca aumentar los niveles de recolección y aprovechamiento de materiales posconsumo de envases y empaques PET, vidrio, cartón y aluminio.

FARO acompaña a asociaciones que congregan a recicladores de oficio, quienes son beneficiados con una oferta integral para mejorar su calidad de vida.

Enfoque del programa

1

Selección de las organizaciones.

2

Formalización de la relación.

3

Levantamiento de información técnica, administrativa y social de las asociaciones.

INDICADOR	2023	2024	2025
Asociaciones	52	50	55
Recicladores	6.635	5.468	5.806
Toneladas de envases y empaques gestionadas	61.862	97.731	114.418
Seguros de vida entregados	3.380	3.443	3.551
Mejoramientos de Vivienda	175	225	225
Dotaciones a recicladores	4.965	5.033	5.820
Bonos de alimentación	3.154	4.050	4.050
Equipos entregados	14	22	43
Salidas experienciales	44	44	0
Departamentos	22	19	20
Municipios	39	60	59

Desarrollo del plan de trabajo:

Fortalecimiento administrativo

- Proceso de progresividad.
- Acompañamiento comercial, financiero y legal.
- Definiciones de buen gobierno.
- Diseño de matrices de riesgo.

Fortalecimiento logístico

- Entrega de equipos y herramientas.
- Dotación y acondicionamiento de bodegas y centros de acopio.
- Dotación a recicladores.
- Revisión y diseño de rutas de reciclaje.
- Alineación con normatividad y generación de certificaciones de Responsabilidad Extendida del Productor.
- Estandarización de procesos.
- Campañas ambientales.
- Asistencia administrativa.

Bienestar de los recicladores

- Aseguramiento de vida.
- Mejoramiento de vivienda.
- Ahorro y pensión.
- Dignificación del oficio.
- Crecimiento personal y social.
- Alimentación.

HECHOS DESTACADOS

Estructuramos con las asociaciones la georeferenciación de las rutas de reciclaje y apoyamos la definición de microrutas, mejoramiento de frecuencias, optimización de coberturas y reducción de tiempos.

Entregamos
5.820

dotaciones para dignificar y reconocer la labor del reciclador.

Entregamos a las asociaciones

23

equipos entre camiones, motocarros, compactadoras y bandas de clasificación, para fortalecer sus capacidades.

Beneficiamos a
3.551

recicladores con seguros de vida.

Entregamos

144.000

litros de bebidas a 28 asociaciones de recicladores.

Otorgamos

4.050

bonos de alimentación por valor de \$50.000 cada uno.

Entregamos

225

mejoramientos de vivienda a recicladores.

Brindamos

800

boletas para asistir a 16 partidos de fútbol profesional, generando espacios de recreación e integración para los recicladores.

Más de

\$3.000

millones habilitados para crédito destinado a las asociaciones, con desembolsos superiores a \$500 millones²².

Alianzas del programa

Contamos con alianzas con Pepsico, Crown, Bancolombia, Bancamía y Atlético Nacional, entre otros, enfocadas en el fortalecimiento integral de las asociaciones de recicladores.

Presencia en PDET y Zomac

FARO Postobón hace presencia en los territorios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) así como en las Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

● PDET ● Zomac

1 Antioquia

- Andes
- Bello
- Caldas
- Copacabana
- Envigado
- Gómez Plata
- Itagüí
- La Estrella
- Marinilla
- Medellín
- Rionegro
- Sabaneta
- Salgar
- San Pedro de los Milagros
- Turbo
- Urrao
- Yarumal

2 Atlántico

- Barranquilla
- Malambo
- Puerto Colombia
- Soledad

3 Bolívar

- Cartagena

4 Caquetá

- Florencia

5 Casanare

- Yopal

6 Cauca

- Popayán

7 Cesar

- Valledupar

8 Chocó

- Quibdó

9 Cundinamarca

- Bogotá
- Facatativá
- Funza
- Madrid
- Soacha
- Tocancipá
- Villeta
- Zipaquirá

10 Córdoba

- Cereté
- Loricá
- Montelíbano ...
- Montería

11 La Guajira

- Riohacha

12 Meta

- Villavicencio

13 Nariño

- Pasto

14 Norte De Santander

- Cúcuta
- Los Patios
- Pamplona

15 Quindío

- Armenia
- Calarcá
- Montenegro

16 Risaralda

- Dosquebradas
- Pereira

17 Santander

- Piedecuesta

18 Sucre

- Corozal
- Santiago de Tolú
- Sincelejo

19 Tolima

- Carmen de Apicalá
- Ibagué
- Melgar

20 Valle Del Cauca

- Cali
- Yumbo

²² Alianza con Bancolombia.

Litros que Ayudan

Año de creación

2015

¿Por qué lo creamos?

Porque buscamos un mecanismo para canalizar la solidaridad en momentos de emergencias en los que se requiere agua potable.

¿Cómo funciona?

Litros que Ayudan, programa operado por la Fundación Postobón, que cuenta con el apoyo de la Cruz Roja Colombiana, multiplica la solidaridad, especialmente en situaciones de emergencia que limitan contar con agua potable.

Por intermedio de la Cruz Roja entregamos a los afectados un mínimo vital de agua que les facilita la subsistencia²³.

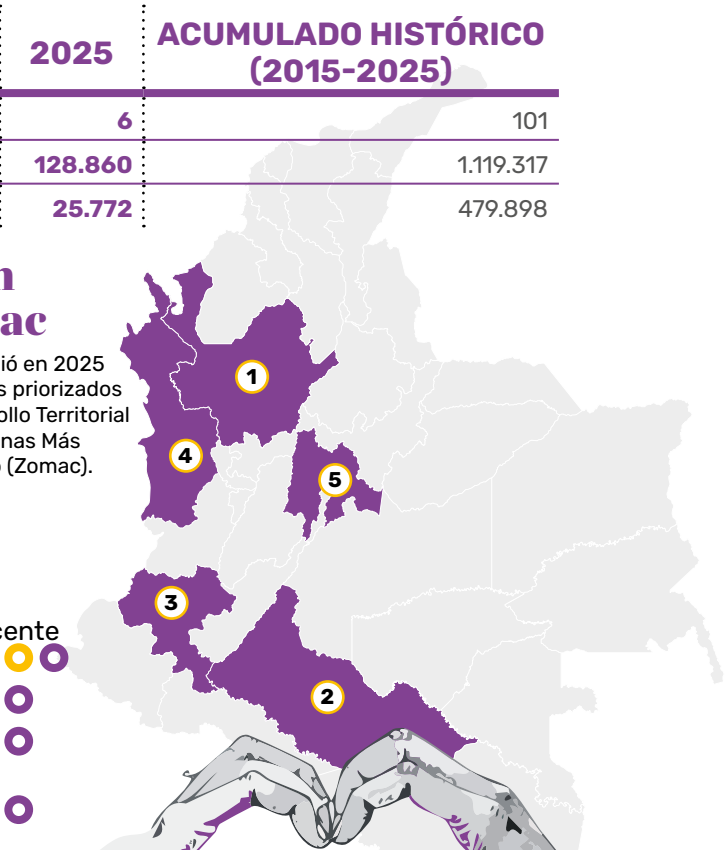
INDICADORES	2025	ACUMULADO HISTÓRICO (2015-2025)
Emergencias	6	101
Litros entregados	128.860	1.119.317
Personas atendidas	25.772	479.898

Presencia en PDET y Zomac

Litros que Ayudan atendió en 2025 emergencias en territorios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) así como en las Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

● PDET ● Zomac

- 1 Antioquia: Bello
- 2 Caquetá: San Vicente del Caguán
- 3 Cauca: Puracé
- 4 Chocó: Quibdó
- 5 Cundinamarca: Paratebueno



128.860

litros de agua entregados en 2025.

25.772

personas beneficiadas.

6

emergencias cubiertas, principalmente desbordamiento de fuentes fluviales e inundaciones.

5

departamentos beneficiados.

5

municipios atendidos.

Voluntariado Corporativo Postobon Dejando Huella

Nuestro voluntariado conecta a los colaboradores con las comunidades, especialmente las aledañas a nuestras operaciones. Mejora la infraestructura de instituciones educativas y asociaciones de recicladores.

Siembra árboles para crear conciencia ambiental.

Genera sentido de pertenencia con la compañía.

Datos que dejan huella

550

voluntarios activos.

790

m² de mural intervenidos.

460

árboles sembrados.

3

asociaciones de recicladores intervenidas.

14

instituciones educativas atendidas.



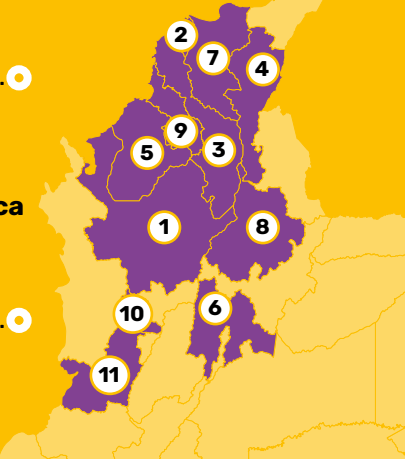
	2023	2024	2025
Centros de trabajo participantes	13	15	16
Voluntarios	474	514	550
Número de jornadas	21	18	22
Horas de voluntariado	2370	2.040	1.628

Presencia en PDET y Zomac

El Voluntariado Corporativo Postobón Dejando Huella hace presencia en los territorios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) así como en las Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

● PDET ● Zomac

- 1 Antioquia: Itagüí, Medellín
- 2 Atlántico: Malambo
- 3 Bolívar: Cartagena
- 4 Cesar: Valledupar
- 5 Córdoba: Montería
- 6 Cundinamarca: Bogotá
- 7 Magdalena: Santa Marta
- 8 Santander: Piedecuesta
- 9 Sucre: Sincelejo
- 10 Risaralda: Dosquebradas
- 11 Valle del Cauca: Tuluá, Yumbo



Donaciones con carácter social

Nuestras donaciones a iniciativas sociales tienen carácter de valor compartido y se enfocan en actividades relacionadas con la educación, el bienestar, la seguridad alimentaria, la equidad de género, el cuidado del medioambiente, la cultura y el desarrollo de oportunidades en el campo, al tiempo que aportan al cumplimiento de los ODS.

Estas donaciones las hacemos en dinero o en especie con el aporte de productos del portafolio de bebidas.

Durante los últimos tres años hemos sido el mayor donante a la red Abaco, que congrega a los principales bancos de alimentos del país. En 2025 nuestro aporte solidario a Abaco benefició a 1,6 millones de personas.

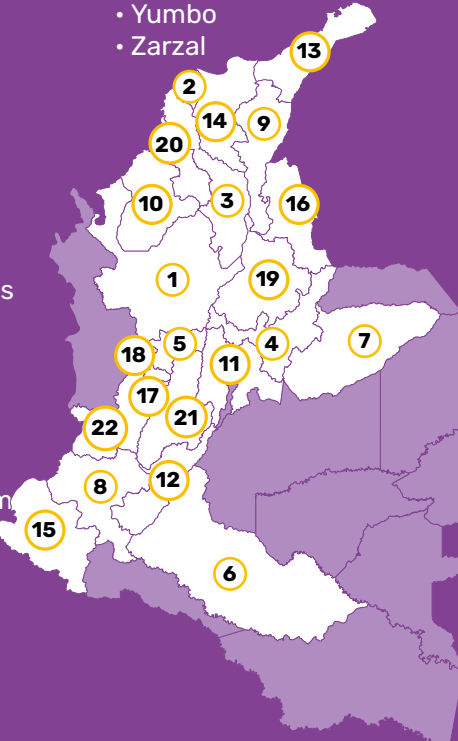
Presencia en PDET y Zomac

Las donaciones con carácter social hacen presencia en los territorios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) así como en las Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

Departamentos y municipios donde se hicieron donaciones sociales

● PDET ● Zomac

- 1 Antioquia: Caucaia, Itagüí, Chigorodó, Rionegro, Bello, Medellín, Santa Fe de Antioquia, Granada, Puerto Berrío
- 2 Atlántico: Malambo
- 3 Bolívar: Cartagena, Magangué
- 4 Boyacá: Chiquinquirá, Guateque, Tunja, Duitama
- 5 Caldas: Anserma, La Dorada, Manizales
- 6 Caquetá: Florencia
- 7 Casanare: Yopal
- 8 Cauca: Popayán
- 9 Cesar: Aguachica, Valledupar
- 10 Córdoba: Montería
- 11 Cundinamarca: Cáqueza, Fusagasugá, La Mesa, Madrid, Ricaurte, Zipaquirá, Bogotá, Villeta
- 12 Huila: Garzón, Neiva
- 13 La Guajira: Fonseca, Maicao, Riohacha
- 14 Magdalena: Aracataca, El Banco
- 15 Nariño: Ipiales, Tumaco, Pasto
- 16 Norte de Santander: Cúcuta, Pamplona, San Andrés
- 17 Quindío: Armenia
- 18 Risaralda: Dosquebradas, Pereira
- 19 Santander: Barbosa, Ocaña, Piedecuesta, Barrancabermeja, Pinchote
- 20 Sucre: Sincelejo
- 21 Tolima: Saldaña, Mariquita, Ibagué
- 22 Valle del Cauca: Buenaventura, Buga, Jamundí, Yumbo, Zarzal



²³ Un mínimo vital equivale a cinco litros de agua por personas, los cuales están determinados para cubrir necesidades básicas como hidratación y consumo de alimentos.



Postobón **Bio**

Más verde, más vida.

NUESTRO MANIFIESTO AMBIENTAL

POSTOBÓN BIO ES NUESTRA PLATAFORMA

Está inspirada en la vida.

Se alinea con nuestro propósito superior:
Operamos bajo un enfoque preventivo.

Anticipamos, prevenimos, actuamos.

Nos importa la naturaleza como un acto que nace desde nuestras más profundas convicciones.

Buscamos la sostenibilidad de nuestro negocio
articulando las variables ambientales en la gestión.

Vamos más allá de los mínimos regulatorios
con el fin de generar mayor valor sostenible.

Postobón
BIO

Más verde, más vida.

(GRI 3-3)

DE GESTIÓN AMBIENTAL.

AVANZAR HACIA UN MUNDO SOSTENIBLE.

TRES PILARES DE ACCIÓN

1

GESTIÓN HÍDRICA Y NATURALEZA

- Gestión eficiente del recurso hídrico en todos los centros de trabajo.
- Apoyo a comunidades en acceso y calidad del agua.
- Protección y conservación de bosques y espacios clave para el agua y la biodiversidad.

2

ECONOMÍA CIRCULAR

- Gestión de residuos posindustriales y posconsumo.
- Reducción.
- Reutilización.
- Reciclaje.
- Retornabilidad.

3

GESTIÓN CLIMÁTICA

- Reducción de la huella de carbono.
- Gestión eficiente de la energía.
- Acciones de adaptación climática.



AGUA

Agua.

NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD

MODELO de gestión

(GRI 3-3, 303-1)

Reconocemos la interdependencia entre el agua, la biodiversidad, los servicios ecosistémicos y el aprovisionamiento hídrico para la producción.

Gestionamos el agua como un asunto material y un recurso esencial para la vida, clave para las comunidades y la sostenibilidad de nuestro negocio.

Asumimos una gestión responsable del agua, que trasciende el uso productivo e incorpora una visión de corresponsabilidad en la gestión de las cuencas en los territorios donde operamos.

Gestionamos de forma preventiva los riesgos hídricos.

Reducimos los impactos sobre los ecosistemas.

Fortalecemos la resiliencia de las operaciones.

Promovemos la participación de las comunidades y actores del territorio.

Nuestro enfoque para la gestión del agua es integral y está orientado a contribuir a la seguridad hídrica y a la adaptación frente al cambio climático.



Pilares de nuestro modelo DE GESTIÓN HÍDRICA:

1 Administración responsable del agua.

2 Conservación de cuencas.

3 Gobernanza del agua.



Lo que HACEMOS:

Adoptamos prácticas de eficiencia, protección de fuentes hídricas y articulación interinstitucional, consolidando el agua como un eje transversal de nuestra estrategia de sostenibilidad.

Protegemos un recurso vital, al tiempo que contribuimos al bienestar social, ambiental y económico de los territorios.

ADMINISTRACIÓN RESPONSABLE DEL AGUA

Lo que BUSCAMOS

Optimizar el uso del agua en las operaciones, reduciendo impactos directos sobre las fuentes hídricas, fortaleciendo la eficiencia y resiliencia del negocio.

Mejorar procesos productivos desde la captación, el tratamiento y uso del agua, así como como la adecuada disposición de los vertimientos.

Vertimientos

(GRI 303-2)

Cumplimos con todos los estándares de calidad exigidos por las autoridades ambientales competentes para vertimientos.

Implementamos tecnologías y procesos de tratamiento que aseguran el cumplimiento normativo e incluso permiten verter el agua en mejores condiciones de cómo fue captada.

Vertimientos²⁴

(GRI 303-4)

	2023	2024	2025
Total	3.017,51	2.658,57	2.603,26

Cifras en millones de litros.

Consumo de agua²⁵

(GRI 303-5)

	2023	2024	2025
Total	2.763,5	2.703,2	2.566,28

Cifras en millones de litros.

Nuestro indicador DE AGUA

En 2025 nuestro indicador fue de **1,97** litros por litro producido. Nuestra meta es que el indicador llegue a **1,4** litros por litro producido en 2030.

Nuestro indicador de agua por litro producido se ha reducido

48%

en los últimos 12 años, pasando de 3,77L en 2013 a 1,97L en 2025.

Índice de agua por litro de bebida producido (POS A-2)

2023	2024	2025
2,07L	1,98L	1,97L

Captación de agua por tipo de fuente (GRI 303-3)

	2023	2024	2025
Aguas subterráneas	1.475,86	1.560,74	1.381,30
Aguas superficiales	9,62	18,07	13,55
Acueducto municipal	4.338,55	3.782,92	3.774,70
Extracción total	5.824,024	5.361,73	5.169,54

Cifras en millones de litros.

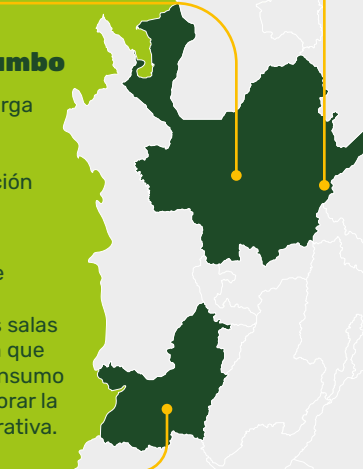
En 2025, redujimos 3,6% la captación de agua.

²⁴ El total de los vertimientos se realiza en sistemas de alcantarillado o directamente en cuerpos de agua.
²⁵ El consumo de agua es el resultado de la captación menos los vertimientos.

Proyectos destacados de eficiencia en el uso del agua

- Postobón Bello**
 - Optimización del uso de agua en el proceso de envasado de botellones.
 - Ajustes en la PTAP, que permitieron ahorros de químicos y agua, junto con la recuperación del agua de enjuague de procesos Clean in Place.
- CEDI Puerto Berrío**
 - Nuevo sistema de tratamiento con láminas filtrantes para aguas domésticas, con recirculación y sin descarga de vertimientos al suelo.

- Postobón Yumbo**
 - Sistema de purga automática de calderas con recuperación de vapor.
 - Sistema de recolección de lubricación de bombas en las salas de producción que optimiza el consumo de agua y mejorar la eficiencia operativa.





Protegemos y restauramos

ecosistemas estratégicos para fortalecer servicios ecosistémicos, la biodiversidad y la resiliencia climática.

Aplicamos un enfoque de Soluciones Basadas en la Naturaleza.

Desarrollamos alianzas con plataformas público-privadas y fondos de agua para potenciar los impactos positivos y garantizar la sostenibilidad de sus intervenciones.

Las principales alianzas son con los fondos de agua Biocuenca, que atiende a los santanderes; Agua Somos, en Bogotá y su sabana, y Cuenca Verde, en Antioquia.

Contamos con una alianza con la Corporación para la Sostenibilidad de la Subcuenca del Río Palo (Corpopaló).

Estas alianzas promueven:

Soluciones basadas en la naturaleza.

Restauración de ecosistemas.

Educación ambiental.

Fomento de la participación de comunidades locales y actores clave para preservar los ecosistemas y garantizar un acceso equitativo y sostenible al agua.

EL DATO

(POS A-4)
Conservamos
y protegemos

35.047

hectáreas de bosques clave para la generación de agua.

Vale la pena saberlo:

En alianza con la Gobernación de Cundinamarca, apoyamos a

27

propietarios de predios, con la conservación de **116** hectáreas mediante la figura de Pago por Servicio Ambientales (PSA).

En Piedecuesta, Santander, junto con el fondo de agua Biocuenca, protegimos 12,5 hectáreas de bosques, realizamos monitoreo de biodiversidad en el páramo de Santurbán, desarrollamos procesos de educación ambiental con más de

120

estudiantes e instalamos una mesa de gobernanza local.

Contamos con una meta de conservar y proteger

38.000

hectáreas a 2030.

En alianza con Fondo de agua de Bogotá y la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca, fortalecimos

40

acueductos comunitarios, conservando **550** hectáreas adicionales de áreas estratégicas.

En Villavicencio, Meta, iniciamos un proyecto conjunto con Ecopetrol y el fondo Agua Somos, para proteger

500

hectáreas de bosques.

En Cauca continuamos con la protección de

112

hectáreas clave de bosques por medio del trabajo comunitario con comunidades indígenas y afrodescendientes de Toribío y Caloto.

GOBERNANZA DEL AGUA



Monitoreo del riesgo hídrico

Fortalecemos la gestión colectiva del agua mediante la articulación entre actores del territorio.

Nos apoyamos en el diseño, implementación y mantenimiento de soluciones de agua como acueductos y plantas de potabilización en alianza con los acueductos veredales y municipales.

Contamos con una meta de beneficiar con acceso al agua a 200.000 personas para 2030. (POS S-24)

Desarrollamos soluciones para las comunidades, especialmente en condiciones de vulnerabilidad, enfocadas en el cuidado y uso sostenible del agua.

Impulsamos las mesas de gobernanza y espacios con actores locales para fomentar una gestión participativa y transparente, orientada al acceso equitativo al agua.

Realizamos monitoreo permanente de los riesgos hídricos.

EL DATO

Beneficiamos a

121.298

personas, con proyectos de gobernanza del agua.

Llevamos a cabo seguimiento continuo a variables clave como:

Disponibilidad del recurso hídrico

Desempeño de los sistemas de abastecimiento

Condiciones climáticas

Cambios normativos

Calidad de vida de las poblaciones vecinas a los centros de trabajo

Estas acciones nos permiten anticipar escenarios, activar planes de contingencia y ajustar las medidas de gestión cuando es necesario.

PROYECTOS



CAUCA

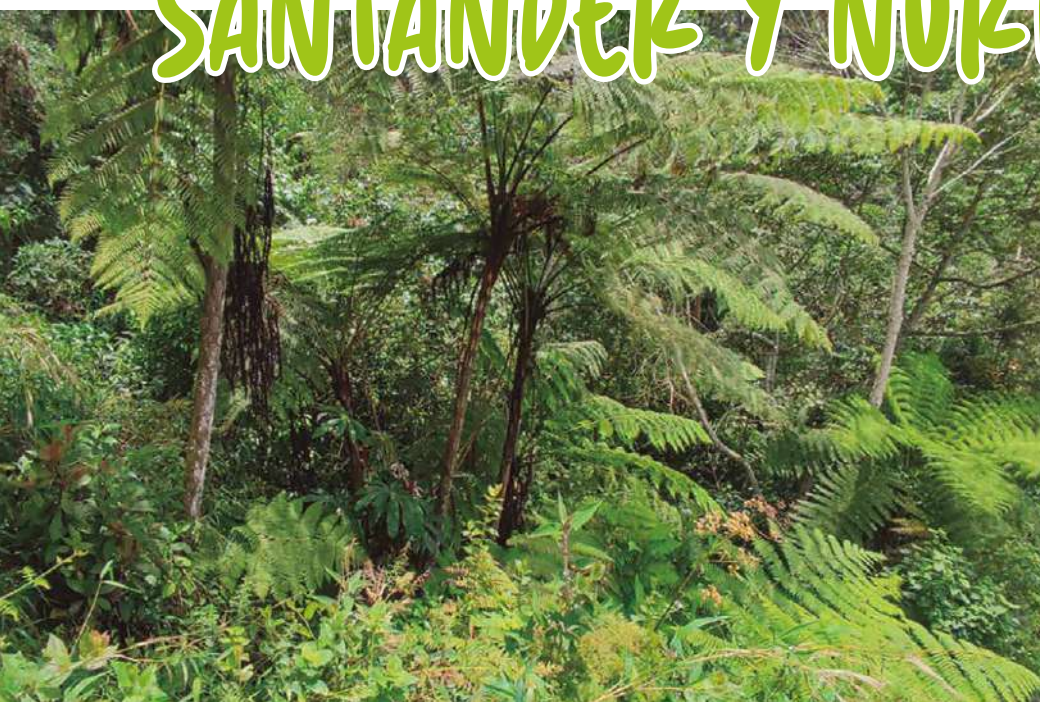
En el municipio de Toribío, entregamos el acueducto Los Pinos, vereda Puente Quemado, donde está asentado el resguardo indígena San Francisco. Este acueducto beneficia a 179 personas, 35 de ellas indígenas.

META

En alianza con Ecopetrol y el fondo Agua Somos, conservamos 500 hectáreas en la zona de influencia de uno de nuestros centros de operaciones. Este proyecto beneficia al trasvase Guatiquía-Chingaza, clave para el suministro de agua en Bogotá.



SANTANDER Y NORTE DE SANTANDER



En alianza con el fondo de agua Biocuenca, adelantamos acuerdos de conservación en Piedecuesta para 12,5 hectáreas. Estos acuerdos benefician a 256 personas.

Fortalecimos la gobernanza mediante la conformación de una mesa multiactores.

Continuamos con iniciativas de educación ambiental enfocada en el cuidado de la biodiversidad. En 2025 formamos a 164 estudiantes en el tema.

Como parte del monitoreo del páramo de Santurbán instalamos cámaras trampa y desarrollamos actividades de sensibilización comunitaria, lo que permitió registrar una notable diversidad de fauna silvestre, incluyendo colibríes, pavas y paloma perdiz, así como mamíferos característicos del bosque andino como zarigüeyas, venados, tigrillos, zorros, zorrillos, ardillas y coatis.

DESTACADOS

CUNDINAMARCA

En Sesquilé, mejoramos dos acueductos comunitarios en el marco del proyecto El Corazón del Agua Somos Todos. El primero, el acueducto Nes-cuatá, que se benefició con sistemas domiciliarios de tratamiento y manejo de aguas grises. El segundo, el acueducto Tierra Negra, donde instalamos dos tanques de almacenamiento de agua. Estos dos proyectos beneficiaron a 362 personas.

Dimos continuidad a las mesas de gobernanza local para el cuidado, manejo y acceso equitativo del agua.

Fortalecimos la gestión de 13 acueductos y una junta de acción comunal, beneficiando a 16.464 personas suscriptoras de estos en el municipio de Sesquilé.

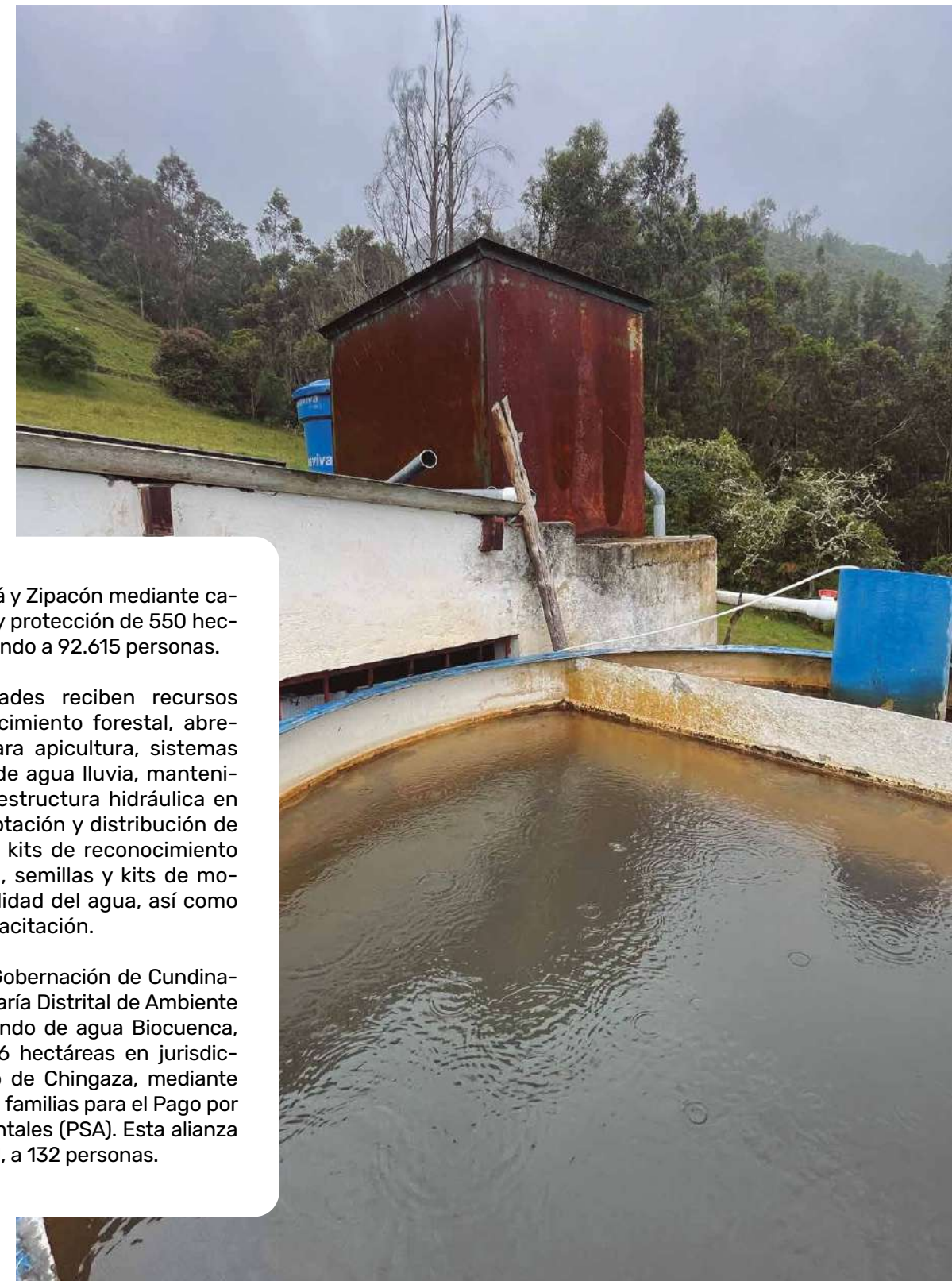
Con Central Cervecera entregamos a 10 acueductos, macromedidores, equipos de medición de calidad de agua e insumos de protección personal. Gracias a las acciones que desarrollamos en este municipio, estamos fortaleciendo el 87% de sus acueductos comunitarios.

Junto con la CAR y el fondo de agua de Bogotá, estamos fortaleciendo 40 acueductos en los municipios de Anapoima, Anolaima, Bogotá, Cachipay, Chocontá, El Colegio, El Rosal, La Calera, La Mesa, San Antonio de Tequendama, Sesquilé, Sibaté, Tabio, Tausa, Tena, Tocancipá, Usme,

Villapinzón, Viotá y Zipacón mediante caracterizaciones y protección de 550 hectáreas, beneficiando a 92.615 personas.

Estas comunidades reciben recursos para el enriquecimiento forestal, abrevaderos, kits para apicultura, sistemas de recolección de agua lluvia, mantenimiento de infraestructura hidráulica en las redes de captación y distribución de los acueductos, kits de reconocimiento de flora y fauna, semillas y kits de monitoreo de la calidad del agua, así como formación y capacitación.

En alianza con Gobernación de Cundinamarca, la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá, el fondo de agua Biocuenca, conservamos 116 hectáreas en jurisdicción del páramo de Chingaza, mediante acuerdos con 33 familias para el Pago por Servicios Ambientales (PSA). Esta alianza impacta, en total, a 132 personas.



BIODIVERSIDAD Y NATURALEZA

La biodiversidad y los servicios ecosistémicos son fundamentales para nosotros.

Sostienen la seguridad hídrica y el aprovisionamiento de agua necesario para nuestras operaciones y las comunidades donde tenemos presencia.

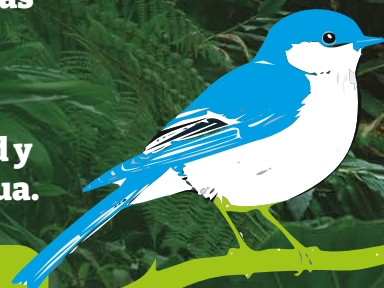
Las cuencas hidrográficas y sus ecosistemas cumplen un papel clave en la regulación, disponibilidad y calidad del agua.

SU CONSERVACIÓN ES VITAL PARA EL EQUILIBRIO ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE AGUA EN LOS TERRITORIOS.

Gestionamos nuestros impactos en los ecosistemas con acciones de prevención, conservación y restauración.

De nuestros 16 centros de operación productiva solo uno se encuentra ubicado en una zona de importancia para la biodiversidad. Este centro de trabajo está localizado en la zona rural de Villavicencio, dentro de la Reserva Forestal Protectora de los caños Buque, Parrado y Maizaro, un área de manejo especial. En este espacio, de la mano de las autoridades locales y la comunidad, hemos desarrollado acciones de conservación del piedemonte llanero. (GRI 101-5)

En la mayoría de las iniciativas que desarrollamos hay documentación de flora y fauna que se beneficia y protege con estas acciones. Gratamente, hemos encontramos que estamos contribuyendo a la conservación y el cuidado de, por lo menos, 28 familias de animales y plantas y 44 especies, de las cuales, 21 están en condición vulnerable y una de ellas, el Paujil del Magdalena (Crax alberti), en estado crítico.



CUIDADO del río Palo

Desde 2023, trabajamos con las comunidades indígenas Nasa del norte del Cauca y aliados como Incauca y Corporación para la Conservación y Desarrollo Sostenible del Río Palo (Corpopaló), para mejorar la seguridad hídrica del río Palo.

El proyecto busca mitigar la degradación ambiental, el acceso limitado a agua potable y fortalecer la gobernanza comunitaria en la subcuenca del río Palo.

En 2024, avanzamos en el diseño técnico, social y ambiental mediante diagnósticos participativos y diálogo intercultural, resultando en soluciones adaptadas como el sistema de acueducto Los Pinos en Puente Quemado, ubicado en el resguardo San Francisco de Toribó

Este sistema, diseñado con participación local y conocimientos ancestrales, funciona por gravedad y optimiza el acceso al agua, consolidando la Junta de Agua y la gestión sostenible.

En 2025, su implementación benefició a 179 personas y se fortaleció con el trabajo local y el compromiso de las mingas para cuidarlo y sostenerlo, mejorando la calidad de vida y protegiendo ecosistemas claves.

Esta iniciativa ha sido reconocida por su enfoque territorial, participación e impactos positivos en sostenibilidad y gestión del agua, haciéndose acreedora de los premios premios BIBO El Espectador y Xposible de Colsubsidio.

MEDICIÓN del beneficio VOLUMÉTRICO

Avanzamos la implementación de la medición del Beneficio Volumétrico del Agua, herramienta central para validar el impacto de nuestras iniciativas hídricas en los territorios y su aporte al ciclo hidrológico.

Esta metodología permite estimar los volúmenes de agua generados, protegidos o recuperados durante un periodo, apoyando las metas de eficiencia, reposición y compensación hídrica. Este proceso refuerza la transparencia y la alineación de la estrategia hídrica con estándares internacionales.

Nuestra metodología fue validada por Waterplan®, plataforma tecnológica para gestionar y reportar riesgo hídrico.

Además, participamos en la estructuración de la Norma Técnica Colombia NTC 6667 de 2025 junto al Icontec, sobre principios, lineamientos y metodologías de Beneficio en Volumen de Agua.

Los proyectos hídricos que tenemos aportaron en 2025 cerca de 592.861 m³ de beneficio volumétrico. (POS A-5)

PROTEGEMOS el bosque Andino

En 2025, en Cundinamarca y Antioquia protegimos 5.365 hectáreas en zonas de importancia para la recarga hídrica, que corresponden a ecosistemas de páramo y bosque andino.

PROYECTOS DE AGUA

DEPARTAMENTO	PROYECTOS	HECTÁREAS (HA)	PERSONAS BENEFICIADAS	SOLUCIONES AGUA
Antioquia	2	20.054	0	0
Cauca	3	112	11.761	1
Cundinamarca	9	13.402	109.257	56
Meta	1	532	24	0
Santander	2	947	256	0
TOTAL	17	35.047	121.298	57

PROYECTOS POR DEPARTAMENTO

Antioquia

- MUNICIPIOS INTERVENIDOS**
 - Belmira
 - Santa Rosa de Osos
 - Entreríos
 - Donmatías
 - San Pedro
 - Barbosa
 - Bello
 - Girardota
 - Medellín
 - Itagüí
 - Envigado
 - Caldas
- El Retiro
 - La Ceja
 - La Unión
 - Abejorral
 - Angelópolis
 - Amagá
 - Yarumal
 - San Andrés de Cuerquia
 - Yolombó
 - Santa Bárbara
 - Heliconia

HECTÁREAS INTERVENIDAS
20.054

Cauca

- MUNICIPIOS INTERVENIDOS**
- Caloto
 - Toribío
 - Puerto Tejada
 - Guachené
 - Mercaderes

HECTÁREAS INTERVENIDAS
112
PERSONAS BENEFICIADAS
11.761

Meta

- MUNICIPIOS INTERVENIDOS**
- Villavicencio
 - Acacías

HECTÁREAS INTERVENIDAS
532
PERSONAS BENEFICIADAS
24

Santander

- MUNICIPIOS**
- Piedecuesta
 - Bucaramanga
 - Floridablanca
 - Girón
 - Rionegro
 - Playón

HECTÁREAS INTERVENIDAS
947
PERSONAS BENEFICIADAS
256

Cundinamarca

- MUNICIPIOS INTERVENIDOS**
- Sesquilé
 - Tocancipá
 - Bogotá D.C.
 - Cajicá
 - Chocontá
 - Cogua
 - Guasca
 - Guatavita
 - La Calera
 - Sibaté
 - Soacha
 - Sopó
 - Subachoque
 - Suesca
 - Tabio
 - Tausa
 - Villapinzón
 - Zipaquirá
 - Cucunubá
 - Fómeque
 - Gachancipá
 - Nemocón
 - Junín

HECTÁREAS INTERVENIDAS
13.402
PERSONAS BENEFICIADAS
109.257

BIODIVERSIDAD Y ECOSISTEMAS

Antioquia

- FAUNA**
 - Puma (Puma concolor)
 - Tigrillo lanudo (Leopardus tigrinus)
 - Ocelote (Leopardus pardalis)
 - Cacique candela (Hypopyrrhus pyrohypogaster)
 - Colibríes
 - más de 200 especies de mamíferos y aves
- FLORA**
 - Quercus humboldtii (Roble)
 - Cinchona pubescens (Quina)
 - Cyathea squamipes
 - Billia rosea
 - Ocotea brevipetiolata
 - Clusia alata
 - Nectandra acutifolia
 - Aniba sp.
 - Más de 200 especies adicionales

- ECOSISTEMAS**
- Bosque andino
 - Bosque húmedo tropical

Cauca

- FAUNA**
- Cusumbo
 - Armadillo
 - Chucha (zarigüeya)
 - Comadreja
 - Erizo

- FLORA**
- Cedro Rosado (Acrocarpus fraxinifolius)
 - Gualanday (Jacaranda caucana)
 - Nacedero (Trichanthera gigantea)
 - Guayacán Lila y Amarillo
 - Balso Tambor
 - Chachafruto
 - Guamo
 - Chicalá

- ECOSISTEMAS**
- Bosque andino

Santander

- FAUNA**
- Venado soche
 - Colibrí helianthea
 - Pava andina
 - Borugo
 - Comadreja
 - Zorrillo

- FLORA**
- Cedro
 - Guayacán rosado
 - Aro

- ECOSISTEMAS**
- Páramo (Santurbán)
 - Bosque andino
 - Bosque de niebla
 - Bosque seco tropical

Cundinamarca

- FAUNA**
 - Oso andino (Tremarctos ornatus)
 - Puma
 - Águila paramuna
 - Venado cola blanca
 - Zarigüeya
 - Lapa
 - Pavas
 - Zorros
 - Armadillos
 - 43 especies de aves
 - 15 especies de mamíferos
- FLORA**
 - Frailejones (Espeletia spp.)
 - Musgos de páramo
 - Quercus humboldtii (Roble)
 - Myrcianthes leucoxylla (Arrayán)
 - Escallonia paniculata (Tíbar)
 - Weinmannia tomentosa (Encenillo)
 - Litsea glaucescens (Laurel de páramo)
 - Más de 18 especies
- ECOSISTEMAS**
 - Páramo
 - Humedales de alta montaña
 - Bosque andino
 - Bosque altoandino

Meta

- FAUNA**
 - Danta
 - Mono araña
 - Águila arpía
 - Ranas endémicas
 - Nutria
 - Tortugas
 - Chigüiro
 - Oso palmero
 - Venado
 - Puma
 - Jaguar
 - Caimán llanero
 - Tortuga charapa
 - Aves migratorias.
- FLORA**
 - Cedro
 - Comino crespo
 - Heliconia
 - Orquídeas
 - Yarumo
 - Cachimbo
 - Pachira aquatica
 - Guamas
 - Palma moriche
 - Palma sarare
 - Gramíneas
 - Macrófitas acuáticas
 - Juncos
- ECOSISTEMAS**
 - Bosque húmedo tropical
 - Bosque de galería / vega
 - Sabana natural
 - Humedales y ciénagas

TIPOS DE SOLUCIONES DE AGUA POTABLE

Acueductos



Saneamientos y mejoramientos



Tanques



Diseño de redes





ECONOMÍA CIRCULAR

ECONOMÍA CIRCULAR

(GRI 3-3)

Promovemos la transición de una economía lineal a una circular para optimizar el uso de materiales y recursos, reducir la extracción de materias primas y minimizar los impactos ambientales.

Entendemos la economía circular como un modelo integral que busca conservar el valor de materiales y productos e impulsar la innovación en todas las fases productivas. Este enfoque crea beneficios operativos, ambientales y sociales, preserva recursos y apoya a todos los actores de la cadena, especialmente a los recicladores, mejorando su calidad de vida y su rol social.

Lideramos la gestión circular de envases, impulsando la sustitución, reducción, reúso y reciclaje, así como la educación al consumidor y el apoyo a recicladores de oficio.

Fortalecemos la cadena de valor para aumentar competitividad y resiliencia ante nuevas regulaciones como la Ley 2232 y la Resolución 803 de 2024, que abordan el manejo de plásticos de un solo uso y la trazabilidad en reciclaje.

CLASIFICACIÓN DE LOS RESIDUOS

Gestionamos los residuos desde dos perspectivas:

Posindustriales

Residuos generados dentro de las operaciones de fabricación.

Posconsumo

Envases y empaques de vidrio, plástico, papel, cartón y metales.

Residuos no peligrosos

Materiales reutilizables o reciclables derivados del proceso productivo.

Retornables

Materiales que regresan a las plantas para su higienización y reutilización, extendiendo su vida útil y reduciendo la necesidad de nuevos materiales.

Residuos peligrosos

Materiales que por sus características requieren tratamiento, almacenamiento y disposición especializada.

No retornables

Materiales que requieren ser separados correctamente por el consumidor para permitir su aprovechamiento, reciclaje e incluso la reincorporación con cierre de ciclo en el mismo producto.

GESTIÓN DE RESIDUOS POSINDUSTRIALES

79% fue nuestro índice de aprovechamiento de residuos posindustriales.

Los residuos posindustriales son desechos que surgen tras la fabricación o procesamiento de productos.

En 2025 seguimos invirtiendo en el seguimiento y control de estos residuos, buscando optimizar su aprovechamiento e integrar economía circular. También evaluamos su uso en proyectos socioambientales.

Los gestionamos con reducción, reutilización, reciclaje y disposición responsable, impulsando sostenibilidad y eficiencia.

Aprovechamiento de residuos posindustriales

AÑO	TIPO	GENERADOS	APROVECHADOS	APROVECHAMIENTO
2023	No peligrosos	28.311,10	21.264,80	75%
	Peligrosos	1.654,80	1.495,20	90%
	Total	29.965,9	22.760,0	76%
2024	No peligrosos	28.695,30	22.790,10	79%
	Peligrosos	1.956,20	1.734,10	89%
	Total	30.651,5	24.524,2	80%
2025	No peligrosos	25.869,30	20.300,90	79%
	Peligrosos	1.507,90	1.373,40	91%
	Total	27.377,2	21.674,3	79%

Cifras en toneladas. Los métodos de aprovechamiento para los residuos no peligrosos fueron compostaje, reciclaje y reúso. Para los residuos peligrosos fueron la utilización como combustible y reciclado o recuperación de metales y compuestos metálicos.

Residuos por composición

(GRI 306-3)

2023			
Corriente	Generados	Aprovechados no destinados a eliminación	No aprovechados destinados a eliminación
Peligrosos	1.654,8	1.495,2	159,6
No peligrosos	28.311,1	21.264,8	7.046,3
Total	29.965,9	22.760,0	7.205,9
2024			
Peligrosos	1.956,2	1.734,1	221,8
No peligrosos	28.695,3	22.790,0	5.905,20
Total	30.651,5	24.524,1	6.127,0
2025			
Peligrosos	1.507,9	1.373,4	134,5
No peligrosos	25.869,3	20.300,9	5.569,3
Total	27.377,2	21.674,3	5.703,8

Cifras en toneladas.

Residuos no destinados a eliminación (GRI 306-4)

2023			
Corriente	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total
Peligrosos	0,0	1.495,2	1.495,2
No peligrosos	0,0	21.264,8	21.264,8
Total	0,00	22.760,0	22.760,0

2024			
Peligrosos	0,0	1.734,1	1.734,1
No peligrosos	0,0	22.790,1	22.790,1
Total	0,0	24.524,2	24.524,2

2025			
Peligrosos	0,0	1.373,4	1.373,4
No peligrosos	0,0	20.300,9	20.300,9
Total	0,0	21.674,3	21.674,3

Cifras en toneladas.

Residuos destinados a eliminación (GRI 306-5)

2023			
Corriente	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total
Peligrosos	0,0	880,8	880,8
No peligrosos	0,0	6.325,1	6.325,1
Total	0,00	7.205,9	7.205,9

2024			
Peligrosos	0,0	221,8	221,8
No peligrosos	0,0	5.905,2	5.905,2
Total	0,0	6.127,0	6.127,0

2025			
Peligrosos	0,0	5.569,3	5.569,3
No peligrosos	0,0	134,5	134,5
Total	0,0	5.703,8	5.703,8

Cifras en toneladas.

GESTIÓN DE RESIDUOS POSCONSUMO

Los materiales posconsumo como vidrio, plástico, cartón, papel y metales se emplean en envases con capacidad de llegar a los consumidores.

En ellos existe la necesidad de gestionarlos después del consumo con criterios de aprovechamiento para maximizar su valor en el tiempo.

Nuestro programa de Economía Circular gestiona estos residuos mediante reducción, reutilización, reciclaje y reincorporación, apoyándose en el ecodiseño, la cadena de aprovechamiento y la educación sobre economía circular.

TRES ASUNTOS EN LOS QUE CREEMOS CON CONVICCIÓN



Así los gestionamos

Contamos con un programa de economía circular enfocado en tres frentes de trabajo:

1

Promoción del ecodiseño en envases y empaques

- Aligeramiento de envases y empaques.
- Circularidad de materiales.
- Reincorporación.

2

Fortalecimiento de la cadena de aprovechamiento

- Promoción de la separación en la fuente.
- Reciclaje inclusivo.
- Desarrollo de gestores del reciclaje.
- Valorización de residuos aprovechables.
- Proveedores con criterios de circularidad.

3

Promoción de la separación en la fuente

- Campañas masivas de comunicación sobre reciclaje.
- Educación al consumidor.

METAS EN ECONOMÍA CIRCULAR

En nuestro liderazgo en economía circular, nos fijamos metas corporativas ambiciosas y trabajamos para cumplirlas. Los resultados anuales demuestran la efectividad de nuestras decisiones y sirven de ejemplo para Colombia.

METAS CORPORATIVAS

META Aseguremos el reciclaje del 50% de los envases y empaques que ponemos en el mercado anualmente.	AVANCE En 2025 aprovechamos el 284% de lo que pusimos en el mercado. Por cada tonelada que la ley exige reciclar, gestionamos 20 toneladas, fortaleciendo la cadena y apoyando a los recicladores de oficio.	META Reincorporaremos el 40% de PET reciclado en envases no retornables a 2030.	AVANCE En 2025 reincorporamos en nuestros envases de agua y otras bebidas 29% de PET reciclado. Además, reincorporamos en las botellas de vidrio 44% material reciclado.
---	--	--	---

CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE LEY EN ECONOMÍA CIRCULAR

Las normas colombianas asociadas a economía circular cuentan con obligaciones y metas para reducir los plásticos de un solo uso, promover el aprovechamiento e incentivar el reciclaje. Además, dan indicaciones de cumplimiento sobre sustitución y circularidad de materiales.

Nuestra gestión cumple con todas las exigencias de la ley e incluso supera los requisitos legales.



1 PROMOCIÓN DEL ECODISEÑO EN ENVASES Y EMPAQUES:

Creamos empaques sostenibles con ecodiseño, anticipando impactos y brindando soluciones innovadoras a lo largo del ciclo de vida del producto. Por eso, actuamos en tres áreas clave:

Aligeramiento

Reducimos la cantidad de material empleado sin comprometer las funciones técnicas del empaque.

Circularidad

Incorporamos material reciclado posconsumo en la producción de envases rígidos y flexibles.

Sustitución de materiales

Reemplazamos materiales con baja reciclabilidad por otros que ofrecen mayor potencial de aprovechamiento.

En 2025 desarrollamos ocho proyectos de ecodiseño, que ahorraron **1.015 toneladas** de material virgen.

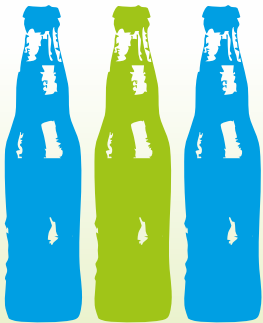
(POS A-3)

En los últimos siete años dejamos de usar **41.364 toneladas** de material virgen.

PROYECTOS DESTACADOS

- **Aligeramiento** en botellas PET, incluyendo, además, tapas, etiquetas y láminas termoencogibles.
- **Sustitución** de etiquetas con otras de mayor reciclabilidad.
- **Reincorporación** de PET en botellas y de plástico en los termoencogibles usados como empaques secundarios.

Mediante iniciativas de **Design to Value**, innovamos para producir envases más livianos, reciclables y alineados con la normativa nacional sobre circularidad de materiales.



Adquirimos **55.219 toneladas** de materiales reciclados para nuestros envases y empaques.

Estas iniciativas se refuerzan con **políticas de compras** que impulsan a proveedores capaces de incorporar material reciclado en sus envases y empaques, promoviendo así la circularidad en el mercado.

NUESTRO SISTEMA DE RETORNABILIDAD

Alcanzamos una eficiencia del

93%

en la gestión de los envases retornables, lo que indica que la mayoría de estos envases regresan a nuestras plantas para ser reutilizados.

Por cada 100 botellas de vidrio retornable,

93

retornan a nuestras instalaciones para ser reutilizadas.

De cada 100 botellones de Agua Cristal,

96

se recuperan para su reenvasado.

REINCORPORAMOS... ¡ESA ES LA PALABRA!

Reincorporamos

37%

de materiales en los envases y empaques.

29%

de PET reciclado en las botellas.

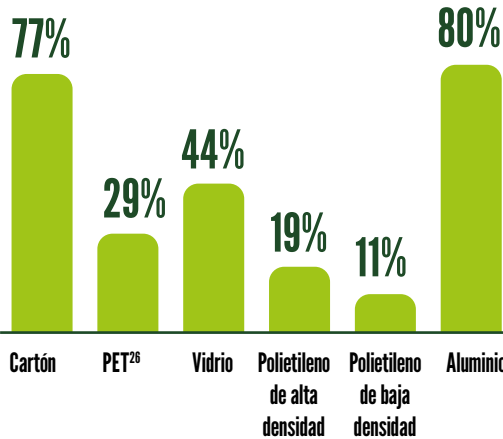
15%

más PET reciclado de lo exigido por la ley colombiana.

44%

de vidrio reciclado en las botellas.

Materias primas reincorporadas en envases y empaques (GRI 301-2)



2 FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE APROVECHAMIENTO

Impulsamos la recolección y uso de materiales posconsumo para mostrar el valor de la economía circular.

Colaboramos con actores de la cadena como recicladores, gestores, transformadores e intermediarios, promoviendo dinámicas integrales y valor compartido.

Priorizamos el trabajo con recicladores y asociaciones de reciclaje, con enfoque en innovación e inclusión social.

Resultados

Contamos con

SIETE

aliados que permiten avanzar en el desarrollo de la circularidad de materiales.

PROVEEDURÍA PARA LA CIRCULARIDAD

Fortalecemos la cadena de suministro de materiales reciclables, colaborando con proveedores de envases y empaques para reincorporarlos a los ciclos productivos.

RECICLAJE INCLUSIVO

Apoyamos a los recicladores y fortalecemos las asociaciones para mejorar los procesos de recolección, transporte, clasificación, pesaje y comercialización en el servicio público de aseo.

Promovemos la formalización y optimización logística de las organizaciones de recicladores, así como mejoras en su calidad de vida e inclusión.

VALORIZACIÓN DE RESIDUOS APROVECHABLES

Ampliamos las posibilidades de transformación y reincorporación en pequeñas y medianas empresas.

FORTALECIMIENTO A GESTORES DE RECICLAJE

Ayudamos a aumentar la capacidad instalada de gestores para la clasificación y recuperación de materiales.

Resultados

Apoyamos la transformación de

11.714

toneladas de plásticos distintos al PET.

Apoyamos a pymes en el cumplimiento de la Resolución 0803 de 2023, que regula la gestión ambiental de envases y empaques, promoviendo economía circular y responsabilidad del productor.

También ayudamos a proveedores a avanzar en la certificación NTC 6632:2022 sobre calidad y sostenibilidad en materiales reciclables.

Resultados

Con las alianzas que tenemos, más nuestro programa FARO Postobón, mejoramos la calidad de vida de

8.026

recicladores de oficio en el país.

Con FARO Postobón acompañamos a **55** organizaciones en **20** departamentos, beneficiando a

5.806

alcanzando **114.418** toneladas aprovechadas.

Somos parte del programa de reciclaje inclusivo llamado Movimiento RE, el cual logró el aprovechamiento de

46.470

toneladas de envases y empaques. Además, benefició a **15** asociaciones de reciclaje e impactó a **2.220** recicladores de oficio.

Hacemos parte del Plan Colectivo Red Reciclo, que impacta en **22** departamentos con **20** iniciativas de aprovechamiento, con las cuales se gestionaron

190.216

toneladas de envases y empaques, de estas, **41%** fueron aportadas por nosotros.

Resultados

Gracias a las iniciativas en esta línea, logramos la gestión de

11.191

toneladas de envases y empaques.

Desarrollamos un proyecto en el departamento de San Andrés, que transforma el vidrio reciclado en materia prima para macetas y pisos, que se usan en el mobiliario urbano de la isla y que también es aprovechado como sustrato para la restauración coralina.

²⁶ Este dato se compara con la línea base de cumplimiento legal según Ley 2232 2022 y la resolución 803 de 2024, este dato incluye cumplimiento de las metas legales de reincorporación de aguas y otras bebidas.

PROGRAMAS DE ECONOMÍA CIRCULAR

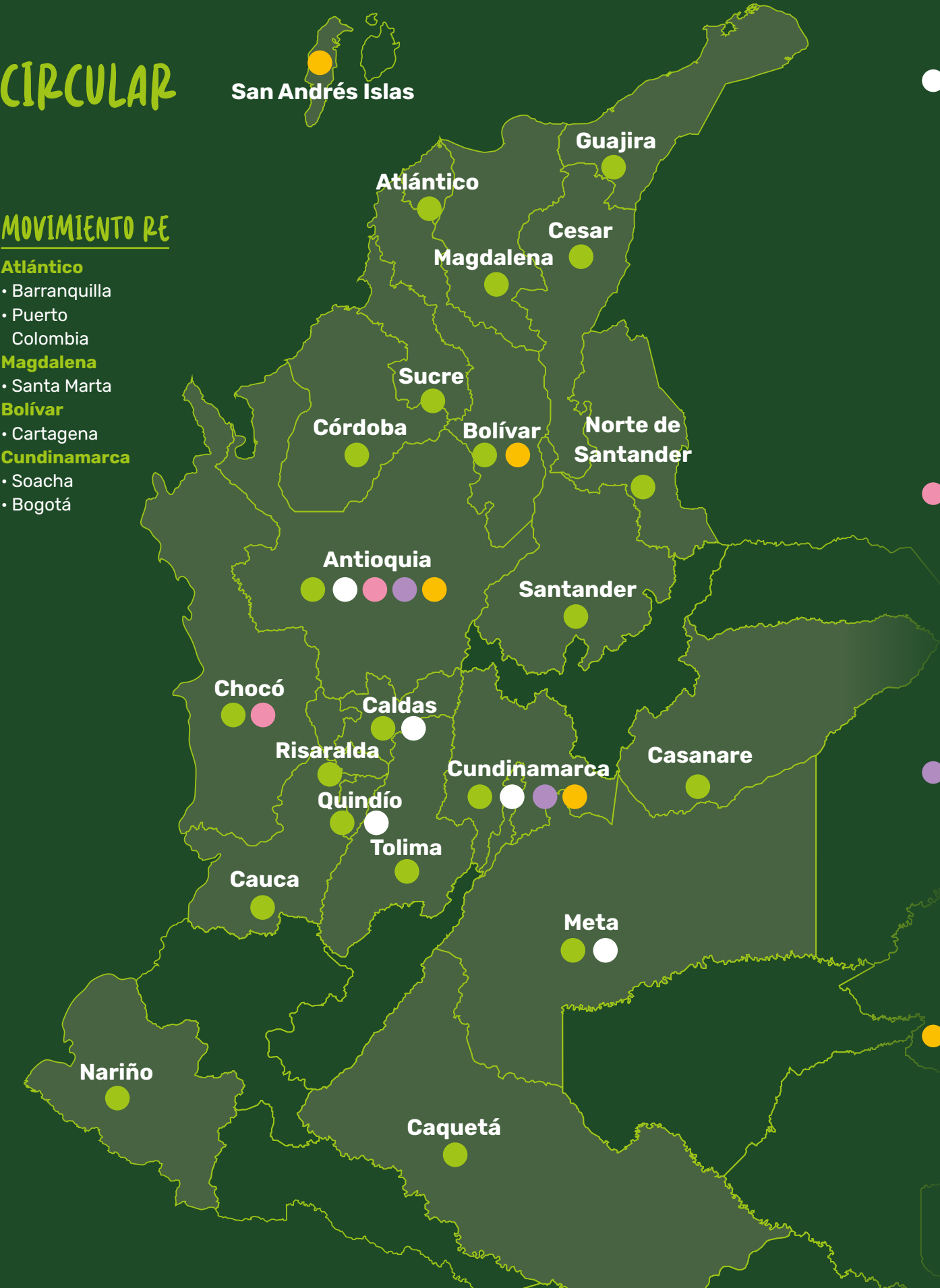
● RECICLAJE INCLUSIVO

FARO POSTOBÓN

- Antioquia**
 - Andes
 - Bello
 - Caldas
 - Copacabana
 - Envigado
 - Gómez Plata
 - Itagüí
 - La Estrella
 - Marinilla
 - Medellín
 - Rionegro
 - Sabaneta
 - Salgar
 - San Pedro de los Milagros
 - Turbo
 - Urrao
 - Yarumal**Atlántico**
 - Barranquilla
 - Malambo
 - Puerto Colombia
 - Soledad**Bolívar**
 - Cartagena**Caquetá**
 - Florencia**Casanare**
 - Yopal**Cauca**
 - Popayán**Cesar**
 - Valledupar**Chocó**
 - Quibdó**Córdoba**
 - Montería
 - Montelíbano
 - Cereté
 - Lórica
- Cundinamarca**
 - Bogotá
 - Facatativá
 - Funza
 - Madrid
 - Soacha
 - Tocancipá
 - Villetea
 - Zipaquirá**La Guajira**
 - Riohacha**Meta**
 - Villavicencio**Nariño**
 - Pasto**Norte de Santander**
 - Cúcuta
 - Los Patios
 - Pamplona**Quindío**
 - Armenia
 - Calarcá
 - Montenegro**Risaralda**
 - Dos Quebradas
 - Pereira**Santander**
 - Piedecuesta**Sucre**
 - Corozal
 - Santiago de Tolú
 - Sincelejo**Tolima**
 - Carmen de Apicalá
 - Ibagué
 - Melgar**Valle del Cauca**
 - Cali
 - Yumbo

MOVIMIENTO RE

- Atlántico**
 - Barranquilla
 - Puerto Colombia**Magdalena**
 - Santa Marta**Bolívar**
 - Cartagena**Cundinamarca**
 - Soacha
 - Bogotá



● FORTALECIMIENTO DE TRANSFORMADORES DE PLÁSTICOS

- Antioquia**
 - Bello
 - Copacabana
 - Sabaneta
 - Medellín
 - Itagüí
 - Envigado
 - Caldas
 - Guarne
- Cundinamarca**
 - Tenjo
 - Funza**Quindío**
 - Armenia**Caldas**
 - Manizales**Meta**
 - Villavicencio

● PROMOCIÓN DE LA SEPARACIÓN EN LA FUENTE

- Antioquia**
 - Argelia**Chocó**
 - Unguía

● CIRCULARIDAD

- Antioquia**
 - Barbosa**Cundinamarca**
 - Tocancipá
 - Madrid

● FORTALECIMIENTO DE GESTORES

- Antioquia**
 - Itagüí**San Andrés Islas**
 - San Andrés
- Cundinamarca**
 - Bogotá**Bolívar**
 - Cartagena

Presencia con programas:

24 departamentos
63 municipios

Materiales aprovechables gestionados:

175.848 toneladas

Iniciativas y proyectos de economía circular:

26

Recicladores y asociaciones impactadas (en alianza y apoyo directo):

8.026 recicladores
70 asociaciones

Recicladores y asociaciones beneficiados con el programa FARO Postobón:

5.806 recicladores
55 asociaciones

3 EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR

- Creamos campañas y contenidos sobre reciclaje para explicar temas como la separación en la fuente.
- Brindamos información sencilla sobre cómo separar materiales y el efecto positivo del reciclaje en la vida de las personas, incluyendo a los recicladores.
- Compartimos historias de recicladores, resaltando su dignidad, calidad humana y valor social, para fomentar mayor empatía y confianza hacia ellos.
- En 2025 generamos **651** contenidos sobre economía circular, que llegaron a **42** millones personas.
- Las marcas Agua Cristal y HATSU hicieron campañas de comunicación, eventos y activaciones, en las cuales promovieron el reciclaje.
- Sensibilizamos a **22.714** estudiantes con actividades en 16 instituciones educativas asociadas a la promoción del reciclaje, por medio del programa ¡BOOM! Activa tu Vida.



SOMOS

EMPRESAS

QUE

NO

Acción CLIMÁTICA



GESTIÓN DEL

(GRI 3-3)

Lo que pensamos

La gestión del cambio climático y el consumo energético constituyen aspectos materiales para asegurar la sostenibilidad de nuestra organización.

Implementamos acciones orientadas a optimizar las operaciones con el fin de identificar, administrar y mitigar riesgos e impactos inherentes a la gestión ambiental.

Nuestra política responde a la estratégica corporativa y se traduce en acciones y proyectos enfocados en un plan de descarbonización basado en la reducción de emisiones, la seguridad energética y medidas de adaptación y compensación. Además, sigue los compromisos nacionales e internacionales asumidos por la compañía y el país.

Avanzamos hacia una economía carbono neutral mediante objetivos definidos a corto y mediano plazo. Enfocamos nuestros esfuerzos en la mitigación de emisiones y la adaptación al cambio climático, aportando a las Contribuciones Determinadas por Colombia y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), conforme con lo dispuesto en el Acuerdo de París y la Ley de Acción Climática de Colombia (Ley 2169 de 2021).

En 2025 reducimos 10,66% nuestra huella de carbono.

Invertimos \$11.793 millones en proyectos de gestión del cambio climático.

Lo fundamental

Gestionamos el cambio climático como parte fundamental de nuestra estrategia competitiva y de sostenibilidad.

Reducimos emisiones de Gases de Efecto Invernadero (alcance 1 y 2), compensamos emisiones residuales y gestionamos otras emisiones.

Fuimos la primera empresa de bebidas en Colombia certificada como carbono neutral. Por tercer año consecutivo renovamos nuestra certificación. (GRI 102-10)

Integramos acciones de adaptación climática en nuestras operaciones.

Mantenemos un diálogo constante con actores clave para fortalecer políticas públicas, promover la innovación y facilitar el acceso a energías limpias para una transición energética gradual y sostenible.

Nuestra huella de carbono

Calculamos anualmente las emisiones de alcance 1 y 2 en plantas, centros de distribución y equipos de frío, siguiendo el GHG Protocol y nuestro manual técnico.

consultor internacional y en 2025 identificamos que las mayores emisiones provienen de compras, transporte secundario y equipos arrendados.

En 2024 comenzamos a medir alcance 3 con ayuda de un

Con base en esta información, estamos avanzando en la construcción de planes de acción.



Emisiones alcance 1, 2 y 3

(GRI 102-5, 102-6, 102-7, 102-8)

INDICADOR	UNIDAD	2023*	2024**	2025***
Emisiones totales alcance 1	t CO ₂ e	55.619,69	53.420,60	51.982,42
Emisiones totales alcance 2	t CO ₂ e	0	0	0
Total alcances 1 y 2****	t CO ₂ e	55.619,69	53.420,60	51.982,42
Emisiones totales alcance 3 *****	t CO ₂ e	60.090,08	55.870,89	45.658,61

Ratio de intensidad				
Ratio de intensidad de las emisiones de GEI por ingresos (alcances 1 y 2)	t CO ₂ e / millones COP	0,0107	0,0101	0,00932

* Los datos de 2023 alcance 1 y totales fueron ajustados en el segundo semestre de 2025 con base en los informes de consultoría y asesoría estratégica en el tema.

** Se presentan variaciones respecto al informe de sostenibilidad 2024 en los alcances 1, 2 y 3 debido a que la fecha de su publicación fue anterior al proceso de certificación de las emisiones por parte de la auditoría externa.

*** Los datos de emisiones de GEI de 2025 son cálculos preliminares y serán sometidos a verificación externa.

**** La contabilidad de las emisiones de GEI del alcance 2 se reportan bajo el Protocolo GHG y el método "basado en el mercado". Los factores de emisión fueron actualizados por fuentes y librerías de confianza. Los gases incluidos en la huella son CH₄, N₂O, HFC, CO₂. La línea base de referencia es 2019. La cuantía de las emisiones alcance 2 es cero debido a la adquisición de Certificados de Energía Renovable (RECs, por sus siglas en inglés).

***** Las emisiones alcance 3 corresponden al transporte en la cadena de valor.

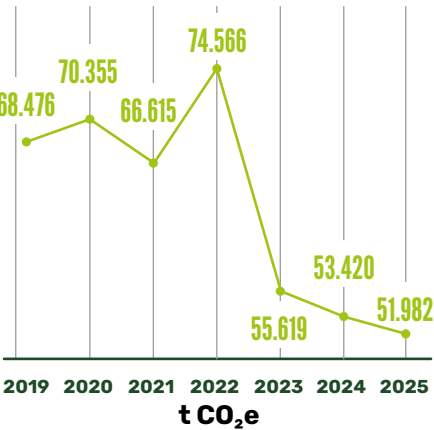
Reducción de emisiones

(GRI 102-4, 102-9)

Datos que confirman nuestra descarbonización.

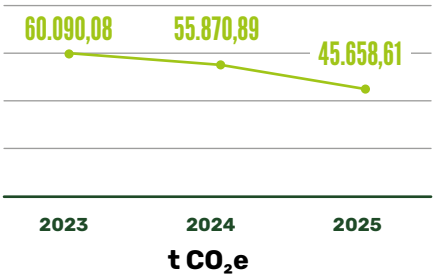
Alcances 1 y 2

- Redujimos 2,69% las emisiones de GEI (alcances 1 y 2) con respecto a 2024.
- Dejamos de emitir en el año 1.438 t CO₂e.
- Desde 2019 a hoy hemos reducido 24% nuestras emisiones, lo cual equivale a 16.494 t CO₂e.



Alcance 3

- Redujimos 18,3% las emisiones de GEI en 2025 vs. 2024.
- Esto equivale a un total de 10.212 tCO₂e menos.



Datos que reducen la huella

(GRI 102-1)

Tenemos más de 60 proyectos orientados a mejorar la eficiencia energética, actualizar tecnología, reemplazar gases refrigerantes e implementar energías renovables para reducir emisiones de alcances 1 y 2.

Contamos con un plan para disminuir la huella de carbono de alcance 3, asegurando una transición gradual alineada con la estrategia empresarial.

Gestionamos la información y el seguimiento de metas energéticas por planta y emisiones de GEI mediante una plataforma tecnológica que procesa, analiza y visualiza datos e informes.

CAMBIO CLIMÁTICO

GESTION ENERGETICA

La gestión energética la desarrollamos mediante un enfoque integral basado en la anticipación, la competitividad, la sostenibilidad y la confiabilidad operacional. En consonancia con esta perspectiva, articulamos actividades bajo tres pilares fundamentales.

Aseguramiento DEL SUMINISTRO:

Buscamos mantener el suministro de energéticos, de forma estable, confiable y competitiva.

Eficiencia ENERGÉTICA:

Mejoramos el consumo en el desempeño operativo.

Desarrollo de energías alternativas y aprovechamiento ENERGÉTICO RESIDUAL:

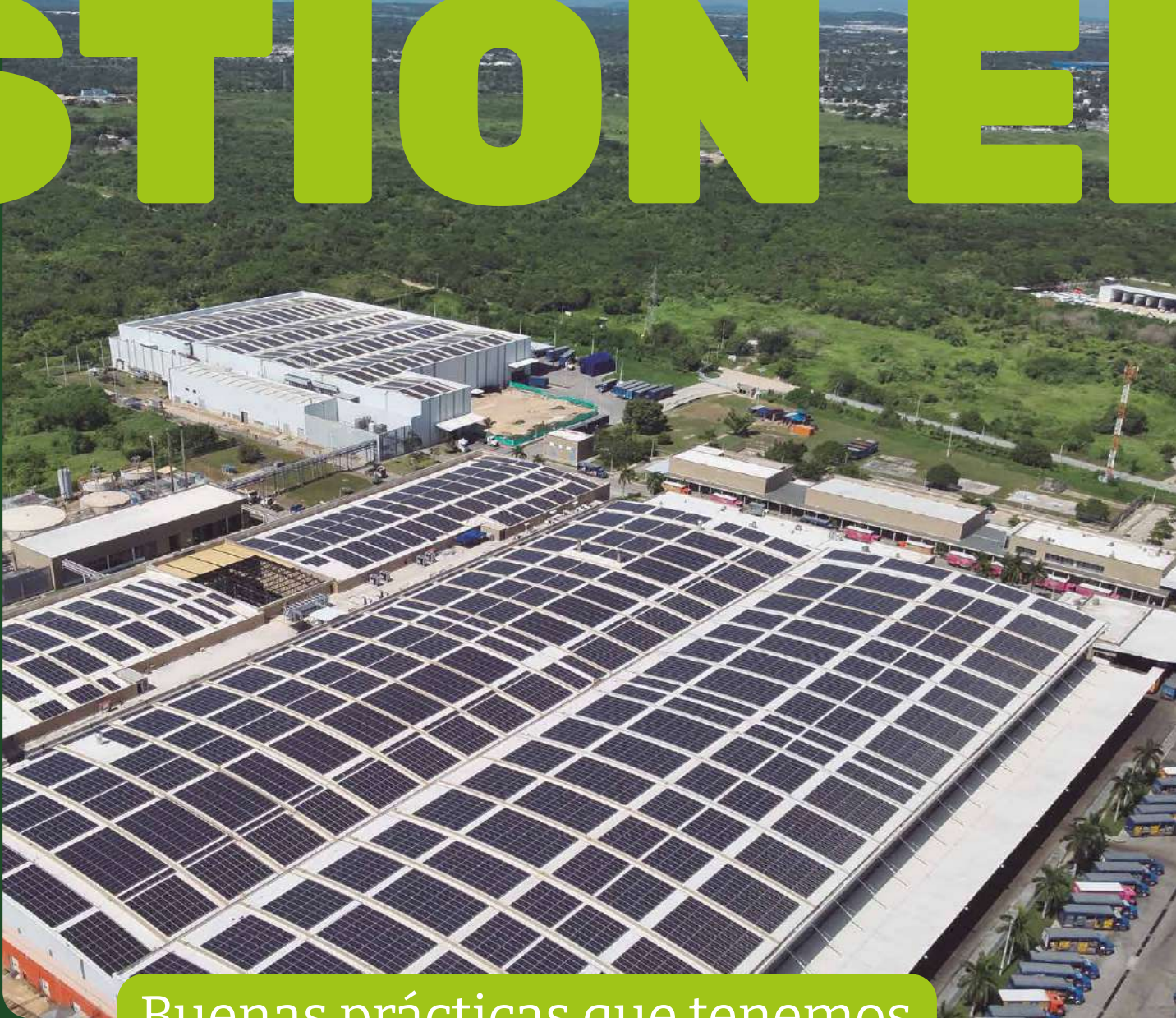
Impulsamos soluciones de energía limpia, que contribuyan a la transición energética y generen eficiencia y valor en la operación.

Comprendemos los retos

Entendemos la complejidad de la gestión energética y la ponemos en perspectiva del contexto.

Asumimos como retos, los desafíos del suministro energético en términos de la disponibilidad, confiabilidad y competitividad de las fuentes de energía, así como la evolución del marco regulatorio y de los mecanismos de incentivos para la transición energética.

Ante estos escenarios buscamos asegurar el suministro de energéticos mediante contratos de largo plazo, reducir la dependencia de combustibles fósiles y adoptar cada vez más tecnologías bajas en emisiones, superando barreras técnicas y financieras para su implementación.



Buenas prácticas que tenemos

Revisión diaria de indicadores energéticos en todos los centros de trabajo para detectar desviaciones y oportunidades en tiempo real.

Consolidación periódica del desempeño energético (eléctrico y térmico) con comparativos históricos, variaciones presupuestales, análisis de causas y recomendaciones.

Análisis de mercados energéticos (electricidad, gas natural, GLP, combustibles líquidos), considerando tendencias, regulación y riesgos de suministro.

Acciones relevantes

Duplicamos el uso de energía autogenerada fotovoltaica, reflejando avances en el uso de fuentes renovables propias.

Contamos con 53.460 m² de paneles solares instalados en las plantas Lux Bogotá y Postobón Malambo.

Redujimos el uso de energía eléctrica proveniente del Sistema Interconectado Nacional.

Redujimos el consumo de combustibles de fuentes no renovables, especialmente diésel y Fuel Oil.

Eliminamos el uso de carbón mineral.

Desde 2023, nuestro consumo de energía del Sistema Interconectado Nacional de Colombia está certificado como proveniente de fuentes de energía renovable (RECs, por sus siglas en inglés).

Optimizamos la red de vapor de la planta Postobón Malambo, lo cual permitió corregir fugas y mejorar procesos de purga.

Gracias a esto se mitigó el riesgo de pérdidas, se estabilizaron condiciones de operación y se mejoró el aprovechamiento del vapor en los procesos térmicos.

Además, automatizamos el control de combustión de la caldera, lo cual evita desperdicios de energía térmica asociados a combustión subóptima.

CONSUMOS DE ENERGÍAS

(GRI 103-2, 103-4, 103-5)

	UNIDAD MEDIDA	2023	2024	2025
Consumo total de combustibles de fuentes no renovables	Millones MJ	813	801	795
Carbón mineral	Millones MJ	36,7	0	0
Gas natural	Millones MJ	575,8	569,1	602,5
Gas licuado de petróleo	Millones MJ	151,7	158,6	153
Diesel	Millones MJ	19,4	56,1	26,3
Gasolina	Millones MJ	7,5	13,7	13
Fuel OIL	Millones MJ	5	3,2	0,97
Consumo total de energía eléctrica*	Millones MJ	531	518	539
Consumo energía eléctrica del Sistema Interconectado Nacional procedente de fuentes renovables**	Millones MJ	499	486	475
Consumo energía autogenerada fotovoltaica	Millones MJ	32,3	32,1	63,7
Consumo energía eléctrica del Sistema Interconectado Nacional procedente de fuentes NO renovables	Millones MJ	0	0	0
Consumo total energías	Millones MJ	1.344	1.319	1.335
Ratio de intensidad energética mixta	MJ/CU	2,72	2,78	2,92
Cambio en el consumo energético (respecto al año anterior)	Millones MJ	-	-25	+16
	Porcentaje	-	-1.86%	+1.2%

Nota: se evidencian diferencias frente a lo reportado en 2023 y 2024. Los cambios se justifican debido a los ajustes en los factores de cálculo.

*Todo nuestro consumo de energía eléctrica proviene de fuentes renovables.

**Nuestro consumo de energía eléctrica del Sistema Interconectado Nacional de Colombia esta certificado desde 2023 como proveniente de fuentes de energía renovables (RECs, por sus siglas en inglés).

Fuimos pioneros en Colombia en el uso de energía fotovoltaica en operaciones industriales.

En 2025 duplicamos la autogeneración de energía fotovoltaica.

Contamos con 53.460 m² paneles solares, equivalentes a 206 canchas de tenis.

MOVILIDAD SOSTENIBLE



LOGÍSTICA

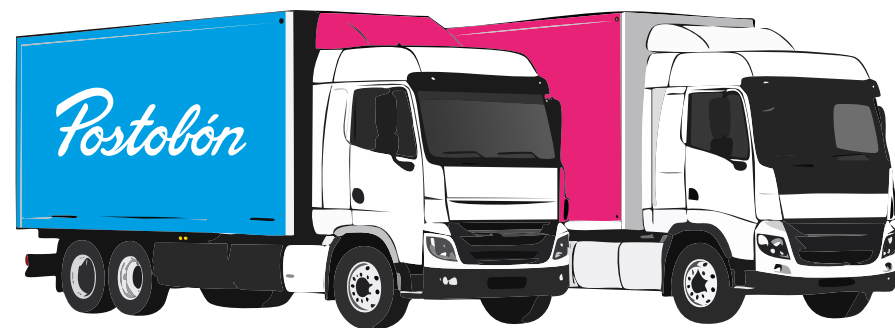
Y MOVILIDAD sostenible

Nuestro proceso logístico está pensado bajo criterios de sostenibilidad. En ese sentido, damos pasos adelante en la ejecución de acciones que, principalmente, permitan la reducción de las emisiones de GEI en el proceso.

Esto lo hacemos concentrando esfuerzos en función de la eficiencia operativa y la movilidad sostenible.

Priorizamos la movilidad sostenible mediante tecnologías limpias y capacitación para disminuir emisiones y optimizar la logística.

Promovemos una conducción segura y eficiente, rutas óptimas y un menor consumo de combustibles, además de gestionar las flotas con herramientas tecnológicas y digitales, con el fin de mejorar la eficiencia y reducir el impacto ambiental.



Reconocimientos a la movilidad sostenible

La excelencia de este proceso ha recibido reconocimientos relevantes como:

Premio Colfecar Verde
como ejemplo de cuidado del medioambiente en el sector de transporte.

Reconocimiento Inspiradores EAFIT 2025
en la categoría sostenibilidad y cambio climático, al aportar soluciones de impacto que transforman realidades y construyen futuros posibles.

Cómo operamos
Contamos con dos sistemas de transporte: primario y secundario

Transporte primario

Se enfoca en mover el producto desde las plantas hacia los CEDI.

Transporte secundario

Gestiona las entregas finales al cliente a través de la planificación de rutas, asignación de flota, seguimiento y cierre de incidencias, equilibrando servicio y eficiencia de costos.

Las emisiones de CO₂e en transporte bajaron

18,3%

con respecto al año anterior.
(Transporte primario y secundario)

Reducimos

5,8%

el consumo de combustible frente a 2024, lo cual equivale a 385.738 galones menos usados.

34%

de las unidades móviles que tenemos para distribución y logística interna tienen características de movilidad sostenible²⁷.

FLOTA primaria²⁸

Contamos con **347** tractocamiones. De ellos **92%** tiene características de movilidad sostenible.

La antigüedad de la flota de vehículos primarios es de **3 años** siendo una de las más modernas del país.

Mejoramos el indicador de eficiencia de kilómetros recorridos por galón, pasando de **6,74 a 6,78 km.**

Edinsa, nuestro operador de transporte primario, cuenta con la certificación BASC, que garantiza el cumplimiento de estándares internacionales de seguridad en la cadena de suministro, incluyendo el uso obligatorio de vehículos Euro V y VI.

Trajimos a Colombia el primer tractocamión eléctrico con máxima capacidad de carga permitida (52 toneladas).

En 2025 disminuimos en **3,7%** el consumo de combustible en el transporte primario, ahorrando 153.244 galones de combustibles fósiles.

La flota primaria redujo sus emisiones de GEI en **17%** equivalente a **6.154,74 t CO₂e** menos, con respecto al año anterior.

51% de las llantas usadas en los camiones de distribución primaria son reencauchadas.

Renovamos **20** tractocamiones, sustituyendo los modelos antiguos por vehículos tecnología Euro VI, la cual cumple con altos estándares internacionales de control de emisiones.

Flota secundaria²⁹

Incorporamos **97** vehículos, con tecnología Euro V, bajos en emisiones, los cuales entraron a reemplazar vehículos que cumplieron su ciclo de vida.

Adquirimos **11** vehículos eléctricos destinados a la entrega de pedidos de última milla para hogares, los cuales operan en Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali y Bucaramanga.

Disminuimos **9,3%** el consumo de combustible en la distribución secundaria, equivalente a dejar de usar **232.494** galones.

La flota secundaria redujo **21%** sus emisiones de GEI, lo que significa **4.057,54 t CO₂e** menos.

39% de las llantas usadas en la flota de distribución secundaria son reencauchadas.

Uso de hidrógeno en vehículos

- **Consolidamos** nuestro proyecto de movilidad con apoyo de hidrógeno, cuyo objetivo es disminuir tanto el consumo de combustible como las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).
- **El proyecto** implica instalar un dispositivo que optimiza la eficiencia energética en tractocamiones, permitiendo una combustión más limpia.
- **Gracias a esta solución**, se reducen contaminantes como CO₂, NOx y material particulado.
- **Cada unidad** equipada con el dispositivo de hidrógeno ahorra 7% de combustible en promedio.
- **Para 2026**, planeamos contar con más de 225 vehículos dualizados con hidrógeno.

Telemetría

- **Disponemos** de un sistema integral de telemetría que favorece la sostenibilidad operativa mediante el control y monitoreo satelital de nuestra flota principal.
- **La plataforma** evalúa variables relacionadas con el manejo y la productividad, proporcionando información clave para mejorar la seguridad vial y optimizar el desempeño de los conductores.
- **Además**, permite analizar el consumo de combustible, identificar oportunidades para ahorrar y reducir emisiones, y gestionar el mantenimiento gracias a alertas preventivas que ayudan a extender la vida útil de los equipos.

\$1.531 millones

invertidos en 2025, en mejoramiento y optimización de la telemetría de transporte.

²⁷ Entiéndase movilidad sostenible como vehículos, montacargas y estibadoras con tecnologías Euro V y VI, bajas en emisiones, a gas, híbridas o eléctricas.

²⁸ La flota primaria es administrada y operada por Edinsa.

²⁹ Vehículos tecnología Euro V y Euro VI, diesel (bajos en emisiones), gas, híbridos y eléctricos.



INDICADORES GRI

Declaración de uso: Postobón S.A. presentó la información citada en este índice de contenido GRI, correspondiente al periodo enero a diciembre de 2025, utilizando como referencia los estándares GRI 2021. Esta información incluye las sociedades Gaseosas Lux S.A.S, Gaseosas Colombianas S.A.S. y Nueva Generación de Bebidas S.A.S., con las cuales tiene acuerdos para la producción de bebidas.

GRI 1 utilizado: GRI 1: Fundación 2021

INDICADOR	TÍTULO	NOMBRE CAPÍTULO	PÁGINA		OMISIONES Y ACLARACIONES
			LIBRO 1	LIBRO 2	
GRI 2: Contenidos generales 2021					
2-1	Detalles organizativos	Lo que somos: propósito, valores y perfil de la organización	2, 8		
2-2	Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización		2		
2-3	Periodo de notificación, frecuencia y punto de contacto		2		
2-4	Reformulación de la información		ND	ND	En 2025 la compañía fortaleció su sistema de información de sostenibilidad y parametrizó el software llamado Mero, que permite la trazabilidad y el análisis de la información de sostenibilidad de la organización. En este proceso, en algunos puntos específicos, logró mayor precisión del dato. En esta publicación se hace referencia a cambios que se hubieran tenido que hacer en caso de que la información anterior a la parametrización no coincidiera con lo reportado.
2-5	Verificación externa		2		El informe fue verificado por el Icontec con referencia a los estándares GRI. El Icontec es un organismo de verificación de carácter independiente.
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		10, 11		
2-7	Empleados	Nuestra gente	89, 90		Los datos de empleados son de Colombia. Corresponden al cierre del año. Durante el año no se presentaron fluctuaciones significativas en la plantilla de empleados.
2-8	Trabajadores que no son empleados	Nuestra gente	89		Esta categoría incluye a los contratistas de transporte que desempeñan actividades de distribución y entrega de producto en puntos de venta.
2-9	Estructura y composición de la gobernanza	Gobierno corporativo	52		Todos los miembros cuentan con experiencia y capacidades para ejercer su cargo.
2-10	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		52		Los estatutos de la sociedad establece la conformación de la junta directiva, la metodología de elección. Los miembros independientes de la Junta Directiva reciben compensación por sus servicios.
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno		52		
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos		55		
2-13	Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos		55		
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		55		
2-15	Conflictos de intereses	Pasos éticos y transparentes	28		La gestión de conflictos de intereses se extiende a la Junta Directiva. La Junta Directiva cada año responde la encuesta de conflicto de intereses. El código de buen gobierno determina el proceso a seguir en los casos de conflictos de intereses.

INDICADOR	TÍTULO	NOMBRE CAPÍTULO	PÁGINA		OMISIONES Y ACLARACIONES
			LIBRO 1	LIBRO 2	
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Carta del presidente	14, 15		
2-23	Compromisos de política	Pasos éticos y transparentes / Gobierno corporativo	26, 55		Las políticas corporativas se comunican por múltiples medios, entre ellos, la página web, la plataforma Ariba-SAP, los contratos y los acuerdos de trabajo, entre otros.
2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		29		Para la compañía este mecanismo es la línea de transparencia.
2-27	Cumplimiento de leyes y regulaciones	Pasos éticos y transparentes	30		La SIC impuso una sanción a raíz de una visita realizada el 22 de junio de 2024 a la planta en Bello, Antioquia, donde encontró que en un lote de bebidas había una desviación mínima en el contenido de las botellas, generando una diferencia en el contenido. Este tema se encuentra en trámite de recurso de apelación.
2-29	Enfoque para la participación de las partes interesadas	La forma cómo contamos / Grupos de interés	82	16	
2-30	Convenios de negociación colectiva	Nuestra gente	101		Los no cubiertos por la negociación colectiva son los aprendices, temporales y el personal con salario integral.
GRI 3: Temas materiales 2021					
3-1	Proceso para determinar temas materiales	Asuntos materiales		8, 9	
3-2	Lista de temas materiales			8, 9	
3-3	Gestión de temas materiales	Grupos de interés / Postobón Bio / Agua / Economía Circular / Acción Climática		20, 21, 40, 44, 56, 67	
101-5	Ubicaciones con impactos en la biodiversidad	Agua		50	
GRI 102: Cambio climático 2025					
102-1	Plan de transición para la mitigación del cambio climático	Acción Climática		67	Durante 2025 se identificaron más de 60 proyectos enfocados al mejoramiento de la seguridad energética y la adopción de medidas de adaptación y mitigación.
102-4	Objetivos y avances en la reducción de emisiones de GEI			67	
102-5	Emisiones de GEI de alcance 1			67	
102-6	Emisiones de GEI de alcance 2			67	
102-7	Emisiones de GEI de alcance 3			67	
102-8	Intensidad de emisiones de GEI			67	
102-9	Eliminaciones de GEI en la cadena de valor			67	
102-10	Créditos de carbono			66	El Icontec realizó la verificación del inventario de Gases de Efecto Invernadero correspondiente al año 2025, incluyendo Alcance 1, Alcance 2 y Alcance 3 (transporte), fortaleciendo la robustez técnica, la transparencia y la trazabilidad de la información y renovó la Certificación de Carbono Neutro alcance 1 y 2, compensando con la compra de certificados de carbono validados bajo el estándar Cercarbono y publicados en la plataforma EcoRegistry. Los certificados corresponden a proyectos forestales de la empresa Núcleos e Inversiones Forestales de Colombia S.A.

INDICADOR	TÍTULO	NOMBRE CAPÍTULO	PÁGINA		OMISIONES Y ACLARACIONES
			LIBRO 1	LIBRO 2	
GRI 103: Energía 2025					
103-2	Consumo de energía y autogeneración dentro de la organización	Acción Climática		69	Para los períodos 2023 y 2024 se unificaron los consumos a la unidad de medida megajulios (MJ). La energía eléctrica autogenerada fue consumida 100% en las operaciones propias.
103-4	Intensidad energética			69	
103-5	Reducción del consumo de energía			69	
GRI 201: Desempeño económico 2016					
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Sentido de orientación vibrante y sostenible	19		Se publican solo los datos de 2025, a razón de la revisión del indicador y su alineación con los datos de la compañía. El VED incluye los costos de la mercancía vendida, salarios y beneficios para los empleados y pagos a gobiernos, donaciones en dinero y especie. Valor Económico Retenido (VER) = Valor Económico Generado (VEG) - Valor Económico Distribuido (VED).
GRI 202: Presencia en el mercado 2016					
202-1	Relación entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género	Nuestra gente	93		Todos los altos ejecutivos son colombianos y están representados por el presidente, vicepresidentes y directores que hacen parte del Comité Ejecutivo.
202-2	Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local		90		
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016					
204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	Abastecimiento sostenible	44		La expresión local hace referencia a proveedores ubicados en Colombia.
GRI 205: Anticorrupción 2016					
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pasos éticos y transparentes	28		Los riesgos son gestionados por medio de nuestros procesos internos. Todo riesgo encontrado es gestionado por la compañía de acuerdo con sus lineamientos de control.
205-2	Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		28		
205-3	Incidentes confirmados de corrupción y medidas adoptadas		28		
GRI 206: Comportamiento anticompetitivo 2016					
206-1	Acciones legales por conducta anticompetitiva, prácticas antimonopolio y monopolísticas	Pasos éticos y transparentes	29, 30		
GRI 301: Materiales 2016					
301-2	Materiales de entrada reciclados utilizados	Economía Circular		60	
GRI 303: Agua y efluentes 2018					
303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	Agua		44	
303-2	Gestión de los impactos relacionados con la descarga de agua			45	

INDICADOR	TÍTULO	NOMBRE CAPÍTULO	PÁGINA		OMISIONES Y ACLARACIONES
			LIBRO 1	LIBRO 2	
303-3	Extracción de agua	Agua		45	De acuerdo con el Estudio Nacional del Agua 2022 del IDEAM, las plantas de Bogotá y Malambo se encuentran en subzonas hidrográficas clasificadas con presión significativa sobre el recurso hídrico o susceptibilidad al desabastecimiento, por lo cual se consideran zonas con estrés hídrico para efectos del reporte GRI 303. Conscientes de esto, la compañía ha fortalecido la estrategia hídrica en estas zonas. Cabe anotar que el Estudio Nacional del Agua (ENA) no considera la oferta hídrica de aguas subterráneas, solo toma en cuenta la oferta hídrica superficial. El total de agua extraída para la producción de bebidas se considera agua dulce.
303-4	Descarga de agua			45	El total de los vertimientos se realiza en sistemas de alcantarillado o directamente en cuerpos de agua.
303-5	Consumo de agua			45	La metodología de cálculo es la siguiente: Consumo = captación - vertimientos.
GRI 305: Emisiones 2016					
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones atmosféricas significativas		ND	ND	No se hace trazabilidad del tema porque para la compañía estas emisiones no son significativas ni asunto material. Para el cumplimiento de las normas colombianas, las plantas hacen un muestreo de estos gases cada tres años, como debida diligencia.
306-3	Residuos generados	Economía Circular		57	La gestión de la información de los residuos posindustriales se realiza a través de la plataforma Valopes (www.valopes.com)
306-4	Residuos desviados de la eliminación			57	Los residuos no destinados a eliminación se valorizan en diferentes usos: aprovechamiento, reciclable, compostaje, reúso, entre otros.
306-5	Residuos destinados a eliminación			57	Los residuos destinados a eliminación se disponen en rellenos sanitarios, espacios de disposición de residuos, tratamientos físico-químicos, biorremediación, PTAR, entre otros.
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016					
308-1	Nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios ambientales	Abastecimiento sostenible	48		Los criterios ambientales y sociales de selección son referenciados en el proceso de inscripción de proveedores y se realizan por medio de una autodeclaración del proveedor.
GRI 401: Empleo 2016					
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Nuestra gente	91		Las nuevas contrataciones corresponden en su mayoría a los reemplazos y al mantenimiento la estructura de las áreas, aprobada por la organización.
401-2	Beneficios proporcionados a empleados de tiempo completo que no se proporcionan a empleados temporales o de tiempo parcial		96		
401-3	Licencia parental		91		
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018					
403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	Nuestra gente	99		
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		99		El proceso de identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes hace parte del ciclo de mejoramiento continuo. El proceso de identificación de peligros y valoración de riesgos e investigación de incidentes lo lidera el un equipo de personas expertas en Seguridad y Salud en el Trabajo, quienes cuentan con formación y licencia vigente en el tema, además de cursos vigentes de por lo menos 50 horas (duración mínima exigida por el Ministerio de Trabajo), lo cual acredita su competencia así como la experiencia requerida.

INDICADOR	TÍTULO	NOMBRE CAPÍTULO	PÁGINA		OMISIONES Y ACLARACIONES
			LIBRO 1	LIBRO 2	
403-3	Servicios de salud ocupacional	Nuestra gente	99		
403-4	Participación, consulta y comunicación de los trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		99		
403-5	Capacitación de los trabajadores en materia de salud y seguridad en el trabajo		99		
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores		99		
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo		100		El sistema de gestión SST tiene alcance sobre los trabajadores directos. Por definición de la compañía, los contratistas son responsables del cumplimiento de todos los parámetros exigidos por la ley.
403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo		100		
403-10	Enfermedades relacionadas con el trabajo		100		
404-2	Programas para mejorar las habilidades de los empleados y programas de asistencia para la transición	Nuestra gente	102		
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional		103		
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016					
405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Nuestra gente	89		
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos reales y potenciales en las comunidades locales				Si bien en el texto no se hace mención, hacemos la siguiente observación: anualmente, se realiza un monitoreo del 100% de las operaciones en centros de trabajo (plantas productoras y centros de distribución) para identificar los impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales. Con los resultados obtenidos en este monitoreo, se prioriza la gestión con las comunidades durante el año. En los últimos tres años no se han presentado impactos negativos significativos en las comunidades locales.
GRI 414: Evaluación social de proveedores 2016					
414-1	Nuevos proveedores que fueron seleccionados utilizando criterios sociales	Abastecimiento sostenible	49		
416-2	Incidentes de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y la seguridad de los productos y servicios	Portafolio en constante evolución	68		
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016					
417-1	Requisitos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Portafolio en constante evolución	68		
417-2	Incidentes de incumplimiento relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios		68		
417-3	Incidentes de incumplimiento relativos a las comunicaciones de marketing		68		

INDICADOR	TÍTULO	NOMBRE CAPÍTULO	PÁGINA		OMISIONES Y ACLARACIONES
			LIBRO 1	LIBRO 2	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016					
418-1	Quejas fundamentadas sobre violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos del cliente	Pasos éticos y transparentes	29		En el marco de la ley 1581 expedida en 2012 por el Congreso de la República, los titulares de la información personal pueden ejercer sus derechos de consulta y reclamación (corrección, actualización, supresión de datos y solicitudes parciales o totales de revocatoria de la autorización de tratamiento) frente a los responsables y encargados sobre sus datos. La compañía cuenta con los mecanismos necesarios para facilitar dichos trámites a los titulares.
Ambiental					
POS A-1	Inversión en programas ambientales	Inversiones en sostenibilidad		13	
POS A-2	Índice de intensidad en el uso del agua	Agua		20, 45	Incluye agua destinada a producción y excluye la no destinada a producción (pruebas industriales, de investigación y desarrollo y arranques de línea).
POS A-3	Acciones de diseño de envases y empaques con ciclo de vida	Economía Circular		60	
POS A 4	Número de hectáreas protegidas de manera individual o en alianza	Agua		46	Nuestra meta corporativa busca alcanzar 38.000 hectáreas conservadas y protegidas en 2030. El número es el resultado de las hectáreas que son objeto de convenios con aliados, quienes desarrollan actividades como la suscripción de acuerdos de conservación con los propietarios y Pagos por Servicios Ambientales (PSA). También se incluyen las hectáreas de predios propios de Postobón, que están en categoría de conservación.
POS A-5	Valoración del Beneficio Volumétrico			51	Es la contabilización del beneficio volumétrico de agua que se logra durante el año con los programas hídricos que desarrolla la compañía. La construcción de este indicador hace parte de un proyecto piloto que inició en 2025 y el cual arrojó unos datos preliminares, que son los reportados en este informe. En 2026 el piloto continúa bajo el objetivo de fortalecer el indicador.
Social					
POS S-2	Proyectos y productos de innovación	Relación con clientes y canales de ventas	62		
POS S-4	Referencias del portafolio con actualización de etiquetado y sellos frontales bajo normatividad aplicable	Portafolio en constante evolución	68		El 100% de las bebidas producidas por la compañía, que hacen parte del portafolio, cumplen con el sello que requieren dando cumplimiento a la norma colombiana.
POS S-5	Número total de personas impactadas con actividad física	Sociedad		33	
POS S-7	Resultados de la encuesta de clima organizacional	Nuestra gente	97		Aplica para empleados que lleven por lo menos seis meses de trabajo en la organización. Se excluyen los aprendices.
POS S-8	Número de empleados promovidos por género		103		
POS S-9	Antigüedad promedio		90		
POS S-10	Remuneración media y brecha salarial		92		
POS S-11	Gestión Universidad Postobón		102		
POS S-12	Inversión en programas de formación y capacitación a empleados		102		
POS S-13	Número de familias beneficiadas por Hit Social		Sociedad		30

INDICADOR	TÍTULO	NOMBRE CAPÍTULO	PÁGINA		OMISIONES Y ACLARACIONES
			LIBRO 1	LIBRO 2	
POS S-15	Porcentaje del mango, la mora, el lulo y la guayaba de las bebidas de Postobón que proviene del programa Hit Social de Postobón	Sociedad		29, 30	
POS S-16	Inversión en programas sociales			28	
POS S-17	Número de Empleados Beneficiados con becas y financiación en Educación Superior y Posgrado	Nuestra gente	102		
POS S-19	% Volumen de ventas bajo o sin azúcar añadida	Portafolio en constante evolución	68		El dato está calculado con el volumen de ventas de las bebidas producidas por la compañía.
POS S-20	Porcentaje de fórmulas que se fabrican con componentes naturales (Sabores y Edulcorantes)		68		El dato está calculado con el volumen de ventas de las bebidas producidas por la compañía.
POS S-21	Porcentaje del volumen de las ventas bajo o sin azúcar añadida		68		El dato está calculado con el volumen de ventas de las bebidas producidas por la compañía.
POS S-22	Jóvenes entre 12 y 17 años que aumentan la práctica de actividad física.			33	
POS S-23	Personas impactadas con programas de educación	Sociedad		33	
POS S-24	Personas beneficiadas con los proyectos de gestión hídrica	Agua		47	Los proyectos desarrollados dentro del modelo de gestión hídrica de la compañía incluyen iniciativas de acceso al agua, fortalecimiento de la gobernanza y Soluciones Basadas en la Naturaleza, así como la protección y restauración de ecosistemas. Este indicador contabiliza todas las personas que se han beneficiado y se beneficiaran en el periodo 2025 a 2030.
POS S-26	Número de alianzas público-populares	Grupos de interés		18	
POS S-27	Beneficios y bienestar de los colaboradores	Nuestra gente	94, 95		
POS S-28	Gestión de la diversidad, equidad e inclusión		97		
POS S-29	Quejas y reclamos de clientes	Pasos éticos y transparentes	31		
Gobierno, estrategia y economía					
POS G-1	Número de denuncias recibidas en la línea ética	Pasos éticos y transparentes	29		
POS G-3	Obligaciones Tributarias	Sentido de orientación vibrante y sostenible	19		
POS G-4	Índice de calidad en plantas	Desempeño del negocio	39		El índice aplica para procesos relacionados con las etapas productivas entre las cuales se incluye el control de calidad e inocuidad, el cumplimiento legal, el almacenamiento, la distribución y la atención a asuntos relacionados con el consumidor.
POS G-5	Porcentaje de proveedores que ha firmado el código de conducta	Abastecimiento sostenible	47		Acción que se hace durante el proceso de inscripción como proveedor en la plataforma Ariba-SAP
POS G-6	Eficiencia de producción	Desempeño del negocio	35		Corresponde a la producción en líneas propias.
POS G-7	Gestión de la productividad		35		

INDICADOR	TÍTULO	NOMBRE CAPÍTULO	PÁGINA		OMISIONES Y ACLARACIONES
			LIBRO 1	LIBRO 2	
POS G-8	Desempeño ventas en el exterior	Relación con clientes y canales de ventas	61		
POS G-9	Número de denuncias recibidas en la línea ética por Derechos Humanos.	Pasos éticos y transparentes	29		
POS G-10	Número de clientes	Relación con clientes y canales de ventas	58		
POS G-12	Gestión de Derechos Humanos en la cadena de suministro.	Abastecimiento sostenible	49		En 2025 no se realizaron evaluaciones ex post que dieran como resultado la elaboración de planes de mejoramiento.
POS G-13	Proveedores locales		44		Proveedores ubicados o con presencia en Colombia
POS G-14	Certificaciones relacionadas con calidad, inocuidad y procesos de manufactura	Desempeño del negocio	41		Las certificaciones reportadas en este informe estuvieron vigentes durante 2025. Los ciclos de vigencia de todas nuestras certificaciones son en promedio de tres años. Nuestras certificaciones en inocuidad para las plantas Malambo, Yumbo y Gaseosas Lux, así como la certificación al sistema de gestión de calidad, son las de mayor vigencia con vencimiento en 2029.