

COMPañIA CERTIFICADA CARBONO NEUTRO

# TÓMATE LA VIDA

Mujeres agricultoras Hit Social

AIDA

ANA COTA

TANIA

MARIA EUGENIA

NATIVIDAD

Informe de  
Sostenibilidad  
**2023**

*Postobón*

## 01

### Carta del Presidente

## 02

### Postobón: Tómame la vida

Perfil de la Organización / Cadena de valor y desempeño eficiente del negocio / Estrategia corporativa y competitiva / Crecimiento rentable y generación de valor / Nuestra inversión socioambiental.

## 03

### Nuestro Gobierno Corporativo

## 04

### Cumplimiento y ética empresarial

## 05

### Productividad, calidad e inocuidad

## 06

### Abastecimiento responsable y sostenible

## 07

### Relación con nuestros clientes y consumidores

## 08

### Estrategia y modelo de sostenibilidad

La sostenibilidad en el centro de nuestras acciones / Alianzas para la sostenibilidad / Grupos de interés / Análisis de materialidad / Compromiso y aportes a los ODS / Reconocimientos en sostenibilidad / Metas que nos retan: avances y logros.

## 09

### Nuestra gestión sostenible

**Compromiso con la sociedad:** Aportes a la educación/Desarrollo agrícola inclusivo/Reciclaje inclusivo/ Acceso al agua /Desarrollo territorial/ Voluntariado corporativo y solidaridad.

**Compromiso con el planeta:** Nuestro enfoque de gestión/ Agua y biodiversidad/ Resiliencia y adaptación/ Fortalecimiento de la gobernanza del agua/ Administración responsable del agua/ Economía circular/ Residuos posindustriales /Residuos posconsumo (1. Promoción y ecodiseño en envases y empaques, 2. Fortalecimiento de la cadena de aprovechamiento 3. Educación y sensibilización frente a economía circular) / Cambio climático /Gestión energética.

**Compromiso con el bienestar:** Innovación en productos /Reducciones calóricas /Dinámica de portafolio.

**Compromiso con la gente:** Una cultura para tomarnos la vida / Género, diversidad e inclusión/ Salud y seguridad en el trabajo.

## 10

### Indicadores GRI

**AVANZAR**  
*hacia un*  
**MUNDO**  
*sostenible*  
**ES POSIBLE**

**Informe de Sostenibilidad**  
**2023**

# NUESTRO PROPÓSITO SUPERIOR Y VALORES

UN PROPÓSITO QUE NOS MOVILIZA A DAR LO MEJOR:

“JUNTOS NOS TOMAMOS LA VIDA CREANDO EXPERIENCIAS Y TRANSFORMANDO MOMENTOS PARA AVANZAR HACIA UN MUNDO SOSTENIBLE”.

## TOMARSE LA VIDA

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

## CREAR EXPERIENCIAS Y TRANSFORMAR MOMENTOS

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

## 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 con 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.



## Valores



COLABORACIÓN



VALENTÍA



RESPECTO



INTEGRIDAD



INNOVACIÓN



PASIÓN



“

Tomarse la vida es estar en armonía, en un buen ambiente laboral y sobre todo, que siempre estemos en la sintonía de crecer y vibrar juntos, hacia un mundo mejor”.

**MARCELA VÁSQUEZ CARMONA**  
Auxiliar administrativa



“

Tomarse la vida significa contribuir y hacer parte de un mundo mejor, creando las experiencias que todos nos merecemos”.

**DANIELA JARAMILLO SUÁREZ**  
Coordinadora inteligencia del consumidor



“

Desde mis funciones vivo el propósito de la organización. Estoy convencido de que tener un propósito es el mejor impulso para dar lo mejor día a día”.

**JUAN FELIPE GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ**  
Operario servicios generales



“

Tomarse la vida es disfrutar el aquí y el ahora. Es hacer que todos los instantes generen bienestar para mí y para el mundo”.

**JUAN DAVID BETANCUR SÁNCHEZ**  
Coordinador comunicaciones internas



“

Tomarse la vida significa unir fuerzas para reconocer el valor de vivir las experiencias que el mundo nos brinda. Nosotros así lo hacemos porque queremos un futuro más equitativo y respetuoso con el medioambiente y la sociedad”.

**GUILLERMO ARTURO YEPES**  
Gerente gestión de proyectos



## ASÍ NOS TOMAMOS LA VIDA

“

“Nuestro propósito superior nos da una visión más amplia y profunda, que inspira a las personas a actuar de manera empática, ética y con un sentido de responsabilidad hacia los demás”.

**MAURICIO ISAZA IBARRA**  
Supervisor de ventas



“

“Tomamos la vida es vibrar con la mejor fuerza de ventas del país, con la que agregamos valor a nuestros clientes gracias a marcas potentes y un portafolio ganador. ¡Juntos vamos por más!”.

**GUILLERMO QUINTERO CASTAÑO**  
Director planeación y desarrollo de ventas.



“

“Cuando trabajo con pasión y entiendo que dando lo mejor de mí, contribuyo al trabajo de muchos otros, me estoy tomando la vida”.

**JESSICA VULIET ECHEVERRI RIZTIZ**  
Analista administrativa



“

“Nos tomamos la vida, cuando tenemos más sentido de pertenencia en cada paso que damos, creando una mejor versión de nosotros cada día”.

**ANDRÉS SANTIAGO CASTRILLÓN OCHOA**  
Supervisor de almacenamiento



## ALCANCE DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD

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

Nuestro informe de sostenibilidad 2023 consolida las acciones más destacadas en las dimensiones social, ambiental y económica, desarrolladas por la sociedad Postobón S. A. durante el año. Estas acciones son extensivas al trabajo conjunto que Postobón desarrolla con otras sociedades de la Organización Ardila Lülle (OAL) con las que tiene acuerdos para la producción y la comercialización de bebidas. Estas sociedades son Gaseosas Lux S. A. S., Gaseosas Colombianas S. A. S. y Nueva Generación de Bebidas S. A. S.

El informe también menciona las actividades conjuntas con otras compañías con las que tiene relaciones sinérgicas como Edinsa S. A. S., Nutrium S. A. S. e Iberplast, que también hacen parte de la OAL. La información aportada en el ejercicio conjunto se presenta en algunos casos de forma consolidada para efectos administrativos.

El informe sigue los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) bajo la opción Esencial.

Al final del documento hay una lista detallada de los indicadores reportados y a lo largo del texto tam-

bién se señalan con convenciones gráficas, bajo la lógica de indicadores del Global Reporting Initiative (GRI), indicadores propios de Postobón (POS) o la relación del contenido con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Este documento evidencia el apoyo y compromiso que la organización tiene con el desarrollo sostenible dada su condición de suscriptora del Pacto Global de la Organización de Naciones Unidas. Ratifica, además, el compromiso con la implementación de buenas prácticas asociadas al mismo y constituye la Comunicación de Progreso con respecto al Pacto.

### Responsabilidad del informe

(GRI 2-3)

Para más información sobre el contenido del informe, metas, indicadores y programas comunicarse con Martha Ruby Falla González, directora de Sostenibilidad de Postobón, al correo: [comunicacionesexternas@postobon.com.co](mailto:comunicacionesexternas@postobon.com.co)



# Tómate LA VIDA

# SOMOS OPTIMISTAS

*La sostenibilidad es nuestro gran motor*

Presencia en  
**25 DEPARTAMENTOS**  
con acciones de sostenibilidad.

**202.313**  
personas beneficiadas.

**144** municipios beneficia-  
dos con programas  
socioambientales.

**186** alianzas para la gestión  
sostenible.

**SOMOS**

Una de las compañías  
más innovadoras  
del país.

El mayor donante  
de la red de bancos  
de alimentos.

## Generar empleo nos motiva

**19.036**  
oportunidades de  
trabajo generadas.

**453.224**  
clientes  
74% tiendas de barrio.

**6.422**  
proveedores activos  
77% de las compras a  
proveedores nacionales.

**11.418**  
empleos directos.

## Cuidar los recursos, pensar en el planeta

**29.484**  
hectáreas de  
bosques protegidas.

**44%**  
menos agua usada por litro de bebida  
que producimos (en los últimos 10 años).

**1,7%**  
menos agua usada en  
la producción en 2023.

## Hacemos posible la economía circular

Botellas de PET  
**100% RECICLABLES  
Y 100% RECICLADAS.**

**30 INICIATIVAS**  
de economía circular en  
**22 DEPARTAMENTOS.**

**121.143 TONELADAS**  
de envases y empaques aprovechados.  
**24 MILLONES**  
de personas sensibilizadas sobre reciclaje.

## El cambio climático concentra nuestra atención

**EMPRESA  
CARBONO  
NEUTRO.**

**100%**  
de la energía certificada  
proveniente de fuentes  
renovables.

**USAMOS ENERGÍA  
FOTOVOLTAICA.**

**19.345**  
toneladas  
de CO<sub>2</sub>e menos que  
en 2022.

**657 UNIDADES**  
con criterios de movilidad sostenible  
incorporadas desde 2010 en la flota.

**229.070 GALONES**  
de diésel ahorrados.

**MEJORAMOS  
EL RENDIMIENTO  
DE COMBUSTIBLE  
EN UN 6,3%.**

## Equidad, desarrollo y oportunidades

**6.635 RECICLADORES**  
apoyados integralmente.

**186 millones**  
de cajitas de Tetra Pak convertidas  
en 48.516 pupitres.

**14 SOLUCIONES**  
de agua instaladas  
en 2023<sup>1</sup>.

**15.296**  
bicicletas  
entregadas en el campo  
desde 2015.

**1.576 familias**  
agricultoras de fruta beneficiadas  
con Hit Social Postobón.

**63 SOLUCIONES**  
de agua entregadas  
desde 2020.

**3.564 empleos**  
rurales generados.

**474**  
voluntarios corporativos.

## Entendemos las expectativas de los consumidores

**99% DEL VOLUMEN**  
de ventas es reducido, bajo  
o sin calorías.

**84%**  
de las fórmulas  
tiene componentes naturales.

**1,7 MILLONES**  
de personas  
impactadas con  
la promoción de  
hábitos de vida.

**39%**  
del volumen  
de ventas es sin  
azúcar añadida.

**23 LANZAMIENTOS**  
al mercado basados en  
procesos de innovación.

## Una organización para tomarse la vida

**\$45.848 millones**  
invertidos en beneficios y auxilios  
a empleados y sus familias.

**40%**  
de nuestros cargos  
directivos es ocupado  
por mujeres.

**ORGANIZACIÓN  
DIVERSA,  
INCLUYENTE  
Y EQUITATIVA.**

**709 PERSONAS**  
promovidas a cargos superiores.

<sup>1</sup> Plantas y sistemas de potabilización de agua.

**Juntos**  
**NOS TOMAMOS**  
*la vida*

**CREANDO EXPERIENCIAS**

**Y TRANSFORMANDO**  
*momentos para avanzar*

**HACIA UN MUNDO**

*sostenible*



**Miguel Fernando Escobar**  
Presidente

## CARTA DEL PRESIDENTE

(GRI 2-22)

Nuestra visión sistemática de la sostenibilidad, guiada por criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), acorde a los principios de valor compartido y capitalismo consciente, y en función de contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, es crucial para abordar esta realidad bajo la premisa de construir y crear valor para la sociedad.

Como organización nos esforzamos por garantizar un crecimiento vibrante, rentable y sostenible, pero tenemos claro que solo es posible si los grupos de interés valoran el equilibrio económico, social y ambiental de nuestra gestión. Eso, sin duda, es la clave para ganar su preferencia y generar en ellos la confianza y la credibilidad necesarias para avanzar hacia el futuro sostenible que buscamos.

Para lograrlo, debemos ir más allá de nuestra oferta porque hoy el mundo reclama estamentos que actúen decididamente en función del cuidado del medioambiente y el desarrollo de una sociedad más justa y equitativa. Eso lo tenemos claro y constituye el pilar fundamental que soporta la convicción de ser una empresa sostenible, altamente vinculada con el desarrollo de nuestro país.

Por eso, en 2023 invertimos \$34.956 millones en programas socioambientales, en los cuales se destacan la reducción y compensación de la huella de carbono, la implementación de modelos de economía circular, actividades sistemáticas y escalables en beneficio de las comunidades mediante la innovación social, la equidad, la diversidad y la inclusión. Pero fuimos más allá y en nuestra operación directa pensamos, por ejemplo, en un abastecimiento sostenible con la adquisición de materias primas sostenibles y la inversión en unidades de transporte y equipos de frío amigables con el medioambiente, entre otros, acciones en las cuales hicimos cuantiosas inversiones.

Quisiera destacar algunos logros significativos de nuestro trabajo en 2023:

En línea con nuestra plataforma ambiental Postobón BIO, renovamos la certificación del Icontec que nos reconoce como la primera empresa del sector de bebidas en Colombia en lograr la neutralidad de carbono, un hito importante, pues ratifica que la compensación es un camino viable en la transición hacia una economía libre de carbono.

En cuanto a economía circular ratificamos la condición de liderazgo alcanzada en los últimos años, que se traduce en la dinámica que dimos al aprovechamiento de materiales en el posconsumo, en la gestión de material reciclado para incorporarse y reincorporarse en los envases y empaques y en el acompañamiento a los recicladores de oficio para fortalecer y dignificar su labor.

Priorizando la innovación y anticipándonos a las expectativas de nuestros grupos de interés, especialmente de los consumidores, y gracias a ocho años de innovación, investigación y desarrollo, logramos que el 99% del volumen de nuestras ventas fuera bajo o sin calorías, manteniendo el sabor y la experiencia de consumo en las bebidas.

A través de programas como Hit Social, MiBici y MiPupitre Postobón, continuamos apoyando a las comunidades, permitiéndoles a niñas, niños, adolescentes, agricultores y mujeres rurales, entre otros, abrir su mente y corazón a nuevas oportunidades.

Los resultados son muchos más y están sincretizados en este documento. Lo cierto es que nos llenan de orgullo y confirman nuestra capacidad como organización para llevar las cosas a otro nivel.

Ahora bien, la gestión de sostenibilidad es consecuencia también de aspectos fundamentales de lo que somos como organización.

El primer aspecto, el entendimiento de nuestra ciudadanía corporativa. Como organización y seres que se rigen por valores nos obligamos a actuar con rigor, sentido institucional y respeto por la ley, para contribuir con acciones ejemplares al desarrollo de la sociedad. Eso nos hace tener un compromiso inquebrantable con la ética, la transparencia y el gobierno corporativo.

El segundo, contar con un talento humano excepcional, capaz de adaptarse, entender los desafíos y demostrar la importancia de un propósito superior inspirador y desafiante, que nos orienta. Quienes hacemos parte de esta organización tenemos claro que los valores corporativos son una guía de comportamiento que contribuye a una cultura organizacional incluyente y equi-

tativa, basada en la valentía, la colaboración, el respeto, la integridad y la innovación.

El tercero, el espíritu optimista. El optimismo es esencial para nosotros y lo utilizamos como herramienta genuina para enfrentar los desafíos presentes y los retos futuros. Somos optimistas por naturaleza y queremos ser promotores incansables de esta actitud para tomarse la vida.

¿Cómo vemos el camino? Desafiante, pero somos optimistas para trasegarlo y con nuestra capacidad para leer el entorno, avanzaremos, guiados por una estrategia corporativa y competitiva que nos oriente a seguir creciendo de manera vibrante, rentable y sostenible, como lo hemos venido haciendo en la última década.

En el ejercicio puntual de sostenibilidad, seremos acuciosos para que la organización siga introyectándolo como un elemento indiscutible y, por qué no, obligatorio en toda gestión. Eso debe verse traducido en el cumplimiento de las metas de sostenibilidad que nos hemos trazado.

Nuestra agenda sostenible nos invita a seguir reduciendo la huella de carbono que generamos y compensando las emisiones restantes, aprovechando la capacidad de absorción de CO<sub>2</sub> de los bosques y fomentando soluciones basadas en la naturaleza. La economía circular también está indexada en la agenda como un asunto clave que nos lleva a actuar con criterio de vanguardia para encontrar más alternativas que contribuyan a su implementación. Por último, el cuidado del recurso hídrico tiene un lugar especial, pues tenemos claro el reto de hacer un uso cada vez más eficiente y riguroso del agua, preponderando su cuidado desde el origen, sin dejar a un lado el acompañamiento y apoyo a las comunidades para que tengan un acceso permanente y de calidad al recurso.

Nuestro trabajo y visión prospectiva de la sostenibilidad es viable si, como sociedad, trabajamos en la recuperación de la confianza. En un país polarizado, debemos confiar en la democracia como base para el progreso y, dentro del marco institucional que la misma democracia habilita, confiar en la capacidad de las empresas de generar valor desde la economía de mercado. Estamos en un momento de inflexión que resuelve el sentido común: es necesario recuperar la confianza, teniendo presentes a las empresas como motores esenciales para generar bienestar y prosperidad.

Avanzar hacia un mundo sostenible es gestionable y alcanzable. Con optimismo y mucho criterio, la sociedad puede contar con nuestro aporte para lograrlo.

# 022

## POSTOBÓN:

### *Tómate*

# LAVIDA



# PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

(GRI 2-1, 2-6)

Somos una de las empresas más representativas de Colombia. Contamos con 120 años de historia en los cuales hemos desarrollado el mercado de bebidas no alcohólicas en el país. Gracias a eso, somos líderes en volumen y valor en diferentes categorías.

Hacemos parte constitutiva de la vida de los colombianos al acompañarlos con una oferta de productos para su cotidianidad y para cada momento del día. Pero más allá del ejercicio competitivo propendemos por el desarrollo de las comunidades y de los espacios donde operamos y lo hacemos bajo una lógica de valor compartido buscando siempre el impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente.

Estamos seguros de que cada colombiano tiene una historia asociada a Postobón y que en algún momento de su vida ha tenido contacto y ha vivido las experiencias que creamos por medio de nuestras marcas, nues-

tra generación de empleo, la presencia territorial y la vinculación que tenemos con iniciativas de diferente índole, todas alineadas a los preceptos constitutivos de la organización de contribuir al desarrollo del país.

**Hacemos de nuestro propósito superior un motor de trabajo para brindarle a Colombia desarrollo y oportunidades.**



## Participación en mercados

Trabajamos articulados con otras sociedades de la Organización Ardila Lülle (OAL) para ser una gran plataforma multicategoría y mantener una posición de liderazgo en el mercado de bebidas no alcohólicas y posiciones relevantes en los mercados de cerveza, maltas, alimentos y café.

### BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

- Gaseosas
- Aguas
- Bebidas con frutas
- Bebidas de nueva generación (tés, hidratantes, energizantes, bebidas lácteas y vegetales)
- Maltas

### ALIMENTOS

- Salsas
- Sazonadoras
- Gelatinas
- Bocadillos de guayaba
- Atún enlatado
- Avena
- Compotas
- Snacks

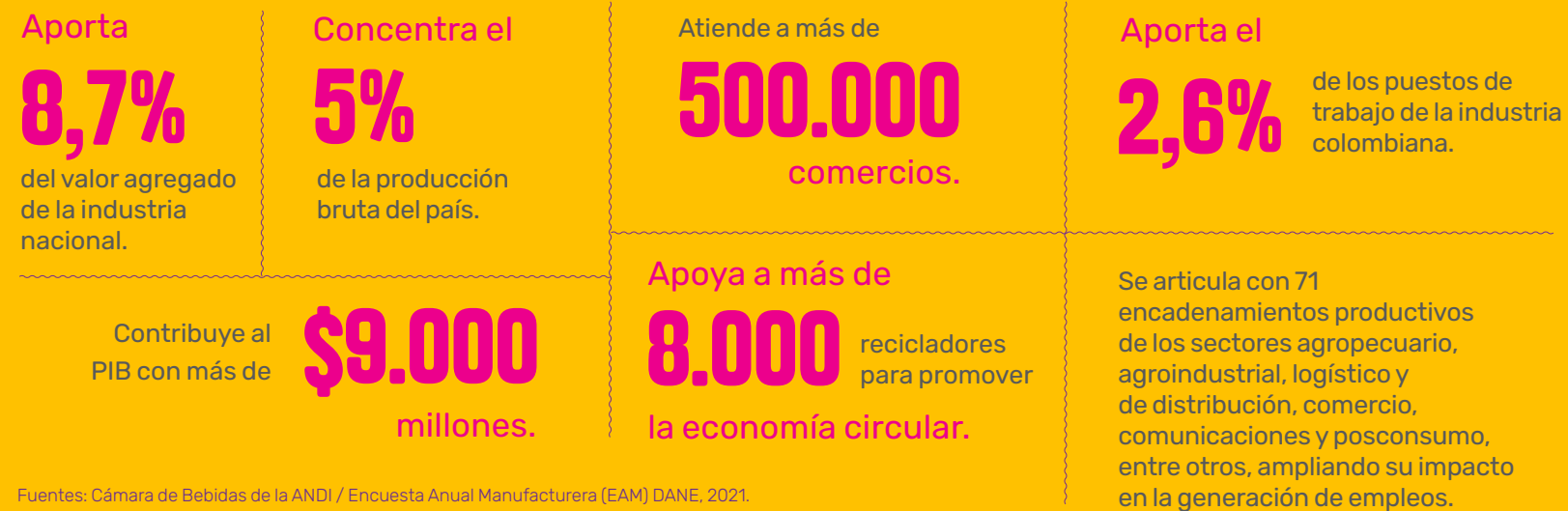
### BEBIDAS ALCOHÓLICAS

- Cervezas

### CAFÉ

- Café tostado (grano y molido)
- Café instantáneo
- Café verde

## LA INDUSTRIA DE BEBIDAS EN COLOMBIA



Fuentes: Cámara de Bebidas de la ANDI / Encuesta Anual Manufacturera (EAM) DANE, 2021.

## Nuestra presencia en Colombia (GRI 2-6)

Contamos con una operación logística y de distribución altamente eficiente que se articula a una capacidad de producción medida por la demanda.

Día a día llegamos al 90% del territorio nacional atendiendo diferentes canales de ventas en grandes ciudades, municipios y poblaciones rurales alejadas de las cabeceras municipales.

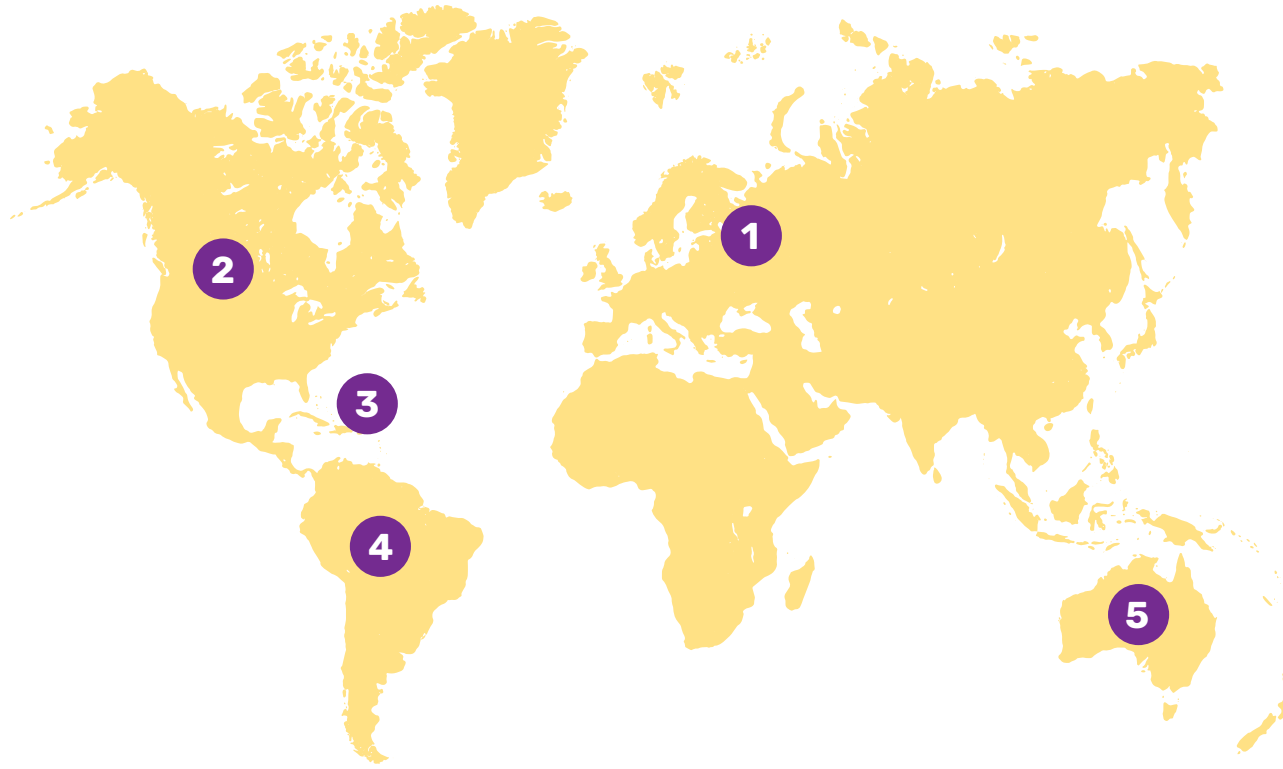
Para la producción y distribución de bebidas contamos en Colombia con 71 centros de trabajo, de los cuales, 18 son plantas de fabricación y 53 son centros de distribución.



## Postobón en el mundo

(GRI 2-1)

Hacemos presencia en 25 países por medio del ejercicio de comercio internacional y con diferentes acciones que permiten llevar la experiencia de nuestras marcas a miles de personas en diferentes latitudes.



### 1. Europa:

España, Portugal, Países Bajos, Italia, Alemania, Francia, Reino Unido.

### 2. Norteamérica:

Estados Unidos, Canadá, México.

### 3. Centroamérica:

Panamá, Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica, Aruba, Bonaire, Curazao, República Dominicana.

### 4. Suramérica:

Ecuador, Bolivia, Chile, Paraguay y Venezuela.

### 5. Oceanía:

Australia.



## RECONOCIMIENTOS

Gestionamos con criterios de excelencia y eso nos lleva a ser reconocidos desde diferentes aristas, todas asociadas a la sostenibilidad en el marco de nuestro ejercicio empresarial.



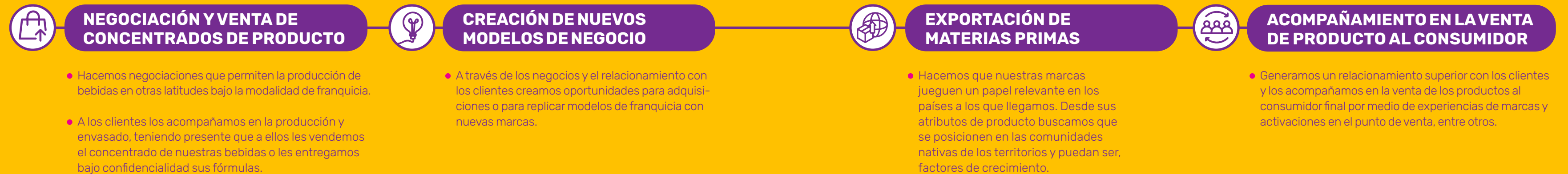
# CADENA DE VALOR Y DESEMPEÑO EFICIENTE DEL NEGOCIO

(GRI 2-6)

## Cadena de valor nacional



## Cadena de valor Internacional



# ESTRATEGIA CORPORATIVA Y COMPETITIVA QUE GENERA VALOR

Somos rigurosos en la orientación que nos brinda la estrategia corporativa y competitiva de la organización.

La estrategia la entendemos como un sentido de orientación que dinamiza el propósito de la organización y nos lleva al crecimiento vibrante, rentable y sostenible, que genera valor para los grupos de interés.

En 2014 trazamos una ruta al declarar un horizonte de 10 años definido por una serie de focos estratégicos para lo corporativo y competitivo: Crecimiento y desarrollo del negocio central, innovación efectiva, un modelo de negocio multicategoría, expansión geográfica y desarrollo sostenible.

Con base en esos focos, creamos una estructura corporativa flexible, que prepondera al talento humano, que crea sinergias, da coherencia a todas nuestras actuaciones y visualiza logros en el corto, mediano y largo plazo, que permitan avanzar sosteniblemente.



## Focos estratégicos

**CRECIMIENTO Y DESARROLLO DEL NEGOCIO CENTRAL**



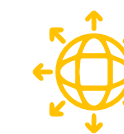
**INNOVACIÓN EFECTIVA**



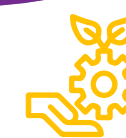
**NEGOCIO MULTICATEGORÍA**



**EXPANSIÓN GEOGRÁFICA**



**DESARROLLO SOSTENIBLE**



## EN 2024

cumplimos el horizonte de 10 años que nos trazamos para alcanzar la Meta Estratégica Grande y Ambiciosa proyectada en ese periodo.

A la fecha, hemos cumplido con ese objetivo y hemos sido consecuentes con el reto de fortalecer marcas líderes y construir otras relevantes, que tengan llegada masiva e intensiva para los clientes y consumidores en los distintos canales de distribución a los que llegamos, creando experiencias y transformando momentos.

## EN 2023,

coherentes con nuestra capacidad de anticipación y entendimiento del contexto actual, mediano y largo plazo, iniciamos un proceso de análisis y revisión de los siguientes pasos estratégicos, proyectando una nueva meta que nos retará como organización.

## Nuestra visión de futuro



**PROFUNDIZAR LOS NEGOCIOS ACTUALES**

- Potenciar nuestra llegada al mercado.
- Crear portafolios óptimos.
- Fortalecer la cadena de valor para darle mayor efectividad.



**CRECER CON GRANDES APUESTAS**

- Participar en nuevas categorías que se vinculen a las ventajas competitivas de organización.
- Potenciar nuestra participación en mercados internacionales.



**FOMENTAR UNA ÚNICA CULTURA ORGANIZACIONAL**

- Alinear al talento con la cultura.
- Desarrollar las capacidades del talento para potenciarlas.
- Atraer al mejor talento humano.



**FORTALECER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS**

- Consolidar nuestra presencia en los canales de venta asegurando nuestra relevancia.
- Avanzar con nuestras marcas desde la innovación.
- Evolucionar nuestro modelo operativo con más capacidades digitales y analíticas.

**SER UNA COMPAÑÍA SOSTENIBLE**



# CRECIMIENTO RENTABLE Y GENERACIÓN DE VALOR

(GRI 201-1, POS G-3)

**Nos orientamos por un crecimiento vibrante, rentable y sostenible. Nos regimos por la generación de valor como una condición para la gestión.**

Trabajamos en función de la dinamización del mercado aprovechando las oportunidades, incorporando la innovación como habilitador y avanzando con criterios de liderazgo y sostenibilidad.

Luego de la pandemia, hemos concentrado esfuerzos en recuperar la rentabilidad sostenible del negocio, teniendo presentes los incrementos de los costos de producción por las dificultades de abastecimiento y por la inflación, la devaluación del peso y la apreciación del dólar, entre otros, variables que han generado presión en nuestra cadena de valor.

Para esto ha sido clave el ejercicio gerencial de alto nivel, llevado a todos los procesos de compañía, denotando el compromiso de los colaboradores para superar los retos impuestos por la coyuntura.

Eso se ha traducido en racionalización del gasto, cuidado del flujo de caja y alternativas comerciales para garantizar los ingresos. A esto se suman las inversiones de capital y de operación de la organización para garantizar el crecimiento proyectado, las cuales se han enfocado en la ampliación de capacidades, el fortalecimiento de procesos y dinámicas, el crecimiento a largo plazo del negocio y la alineación con criterios de sostenibilidad.

## Resultados de negocio

INGRESOS:

**\$5,4** BILLONES

EBITDA:

**\$853.219** MILLONES

### Valor económico directo generado y distribuido

(GRI 201-1)

	2021	2022	2023
<b>VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO (VEG)</b>			
Ingresos	<b>\$3.758.438</b>	<b>\$4.937.643</b>	<b>\$5.344.306</b>
<b>VALOR ECONÓMICO DIRECTO DISTRIBUIDO (VED)</b>			
Costos operativos	\$2.478.585	\$3.764.488	<b>\$3.896.691</b>
Salarios y beneficios sociales para los empleados	\$537.055	\$601.581	<b>\$709.402</b>
Pagos a gobiernos	\$424.799	\$398.930	<b>\$575.876</b>
Inversiones socioambiental	\$29.801	\$35.193	<b>\$184.264</b>
Otros ingresos operacionales	\$20.748	\$11.265	<b>\$20.746</b>
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER)</b>			
(VEG-VED)	\$267.450	\$126.186	<b>\$-42.649</b>
EBITDA	\$616.767	\$668.391	<b>\$853.219</b>
Crecimiento	45,28%	8,37%	<b>27,65%</b>

Cifras en millones de pesos

## Obligaciones tributarias

(POS G-3)

Somos grandes contribuyentes. Entendemos con claridad la relevancia de la tributación para crear valor público para la sociedad.

Comprendemos que, en el marco de la democracia, los tributos de ley son una condición necesaria para ejecutar el mandato de los gobiernos locales, regionales y nacional y que permiten, a su vez, el funcionamiento de las estructuras e instituciones públicas.

Asimismo, esperamos que, con el manejo técnico, eficiente, transparente y ético por parte de los administradores públicos, los impuestos se transfieran al bienestar de los ciudadanos y la competitividad del país y, por consiguiente, se conviertan en una herramienta para la generación de confianza entre lo público y los ciudadanos.

	2021	2022	2023
<b>IMPUESTO</b>			
<b>VALOR PAGADO</b>			
Impuesto de renta	\$91.319	\$68.828	<b>\$131.595</b>
Impuesto a las ventas - Neto	\$265.972	\$248.603	<b>\$351.642</b>
Industria y comercio	\$39.579	\$54.192	<b>\$63.302</b>
Impuesto predial	\$11.771	\$10.055	<b>\$11.061</b>
Impuesto de vehículos	\$686	\$700	<b>\$749</b>
Impuesto al carbono	\$0	\$2.013	<b>\$2.056</b>
Impuesto al consumo	\$223	\$397	<b>\$499</b>
Impuesto a la gasolina	\$13	\$135	<b>\$190</b>
Impuesto alumbrado público	\$2.768	\$3.321	<b>\$3.515</b>
Impuesto publicidad exterior	\$2	\$66	<b>\$63</b>
Gravamen a las transacciones financieras	\$11.521	\$12.012	<b>\$11.066</b>
Otros impuestos	\$945	\$221	<b>\$138</b>
<b>TOTAL IMPUESTOS</b>	<b>424.799</b>	<b>401.046</b>	<b>\$ 576.876</b>

Cifras en millones de pesos



# NUESTRA INVERSIÓN SOCIOAMBIENTAL

(POSA-1, S-16)

EN 2023 INVERTIMOS:

**\$34.956 MILLONES**



En acciones directas con impacto social y ambiental.

## ACCIONES SOCIALES

- Actividades con las comunidades.
- Iniciativas de desarrollo social.
- Abastecimiento inclusivo.
- Inclusión social.
- Acompañamiento y fortalecimiento de la mujer.
- Promoción de la solidaridad.
- Voluntariado corporativo.
- Programas educativos.
- Promoción de la actividad física.

**TOTAL INVERSIÓN SOCIAL: \$ 18.570 MILLONES.**



## ACCIONES 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.

**TOTAL INVERSIÓN AMBIENTAL: \$16.386 MILLONES.**

## BENEFICIARIOS<sup>2</sup>

Gracias a nuestras intervenciones sociales y ambientales impactamos a:

**202.313 PERSONAS**  
Beneficiarios directos

**8% MÁS**  
que en 2022

A ellos se le suman

**1.481.536 PERSONAS**  
Beneficiarios en especie

## OTRAS INVERSIONES SOSTENIBLES EN LA CADENA DE VALOR

Abastecimiento de materias primas circulares y sostenibles:

**\$77.364 MILLONES**

Movilidad sostenible:

**\$44.445 MILLONES**

Equipos de frío amigables con el medioambiente:

**\$26.500 MILLONES**



<sup>2</sup> Los beneficiarios en especie recibieron donaciones de productos por intermedio de la Asociación de Bancos de Alimentos (Abaco). Postobón es el mayor donante del país a esta institución solidaria. La sumatoria total de personas impactadas (directas y beneficiadas en especie) ascendió a 1.683.849.

## GOBIERNO CORPORATIVO

(GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12)

Nuestro gobierno corporativo se alinea con las mejores prácticas existentes y toma como base estándares internacionales. Busca claridad y asertividad en las relaciones que entablamos con los grupos de interés, brindando un sello de garantía en el cumplimiento de aspectos normativos de ley y propios, así como la demostración del compromiso con la ética empresarial.

El ejercicio de gobierno corporativo abarca las relaciones entre los accionistas, la Junta Directiva, el equipo de administración y sus colaboradores, así como las instituciones, entidades y organizaciones de regulación y control. De esa forma, avanzamos en el compromiso que tenemos con la ética, la transparencia y el cumplimiento legal.



### Estructura de gobierno, composición de órganos de gobierno y delegación de autoridad



#### Asamblea General de Accionistas

- Máximo órgano de la sociedad Postobón S.A.
- Determina la elección de la Junta Directiva y la revisoría fiscal.
- Faculta a la junta y al presidente de la sociedad, por delegación y con sujeción a la ley, la toma de decisiones relevantes para cumplir con los objetivos corporativos y competitivos, así como lo estipulado en los estatutos de la sociedad.



#### Junta Directiva

- Órgano de orientación y supervisión de la administración en la sociedad Postobón S.A.
- Está conformada por cuatro miembros principales con sus respectivos suplentes.
- Se encarga de la elección del presidente, la adopción de la estrategia y políticas generales, la implementación y seguimiento a los sistemas de control interno y la vigilancia al cumplimiento de políticas de buen gobierno.



#### Presidente

- Lidera y orienta a la compañía y a sus distintas Unidades de Negocio para el logro de los objetivos.
- Propone y recomienda a la Junta Directiva la estrategia y adopción de nuevas políticas.
- Define tareas para el equipo directivo, quienes lo apoyan en su labor para el cumplimiento de las metas y los objetivos estratégicos, el plan de negocios, la gestión de riesgos, las acciones de sostenibilidad y el ambiente de control, entre otros.
- Encargado de dimensionar y liderar las relaciones sinérgicas con otras empresas del sector de bebidas y alimentos de la Organización Ardila Lülle.



#### Comité Ejecutivo

- Conformado por el presidente, los vicepresidentes y la directora de Gestión de Riesgos, Control Interno y Cumplimiento.

# NUESTRO Gobierno CORPORATIVO

# LA ÉTICA y la transparencia RIGEN nuestra FORMA DE RELACIONARNOS con los GRUPOS DE INTERÉS.

ASÍ  
**construimos**  
VALOR PARA LA SOCIEDAD  
y demostramos que  
HACEMOS LO CORRECTO.

## Gestión de riesgos, control y cumplimiento

Contamos con un área encargada de gestionar y hacer seguimiento a las acciones que desarrollamos y que deben ceñirse por la gestión de los riesgos y el cumplimiento de los parámetros normativos, regulatorios y voluntarios.

Esta área se encarga de:

- Definir, con base en normas internacionales de auditoría, la metodología para el monitoreo y control de los riesgos, y el cumplimiento de políticas y la normatividad interna y externa, entre otros.
- Promover la cultura de autocontrol, un ambiente de control y la prevención del fraude, el lavado de activos, la financiación del terrorismo y la corrupción.
- Diseñar, implementar y hacer seguimiento a programas de cumplimiento, transparencia, ética empresarial, ciberseguridad, competencia y gestión de datos personales.

## Oficiales de cumplimiento

Contamos con oficiales encargados de asegurar la debida diligencia en asuntos relevantes para el gobierno corporativo y el cumplimiento.

Actualmente, la organización cuenta con un oficial de cumplimiento del sistema de autocontrol, prevención y gestión de riesgos contra el lavado de activos, financiación al terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva (Sagrilaft); un oficial de privacidad para datos personales y un oficial de ética y transparencia empresarial.

Los oficiales de cumplimiento son designados por la Junta Directiva, la cual recibe periódicamente reportes de su gestión.

## Normas de gobierno corporativo

(GRI 2-12, 2-23, 2-24)

Tenemos normas que estructuran las directrices del gobierno corporativo en nuestra organización.

Estas normas se rigen por un código asociado al tema y por los documentos necesarios para la gestión.

Asimismo, el gobierno corporativo se desarrolla en instancias como los comités administrativos que apoyan al presidente en la supervisión y seguimiento en temas de transparencia, cumplimiento y gestión de riesgos, gestión financiera, gestión de tecnología y sostenibilidad.

El presidente, con el apoyo del Comité Ejecutivo, es el encargado de definir la estrategia corporativa y competitiva y someterla a revisión y aprobación de la Junta Directiva. La estrategia establece los retos que asume la organización desde lo corporativo y lo competitivo, los cuales se llevan a objetivos de largo, mediano y corto plazo, enfocados en el crecimiento rentable, vibrante y sostenible de la organización.







Los miembros del Comité Ejecutivo junto a sus equipos de trabajo lideran la ejecución de la estrategia por medio de planes tácticos. Los resultados, el seguimiento y la revisión permanente de la estrategia se hace periódicamente en el Comité Ejecutivo y en la Junta Directiva.

Los temas de sostenibilidad (ambientales, sociales y de gobierno) hacen parte la estrategia corporativa y se les hace seguimiento en un comité encabezado por el presidente. En este comité se armonizan los planes de trabajo, se hace seguimiento a los indicadores y se organiza la información para el reporte periódico a la Junta Directiva.

## Junta Directiva Postobón S.A.



### Miembros principales

 Alfonso Ocampo Gaviria	 Carlos Raúl Yepes Jiménez	 Miembros independientes  Miembros patrimoniales
 Mónica Contreras Esper	 Carolina Angarita Barrientos	




### Miembros suplentes

 Miguel Ignacio Gutiérrez Navarro	 Iván Guillermo Lizcano Ortiz	 Vicente Borrero Calero
--	--	--


### Características de la Junta Directiva

- El 100% de los miembros principales son independientes y equitativos en género.
- Los miembros suplentes tienen la representación patrimonial y laboran para la Organización Ardila Lülle.
- Tenemos como política que la junta esté integrada por personas con altas condiciones humanas y éticas, reconocidas por su trayectoria empresarial en el ámbito nacional e internacional y sólida preparación académica.
- Todos los miembros son altos ejecutivos o han sido directivos de empresas de sectores como el financiero, agroindustrial, manufacturero, consumo masivo y medios de comunicación.
- Los miembros de la Junta Directiva son personas reconocidas en la opinión pública. Los miembros independientes reciben compensación por sus servicios.

# COMITÉ EJECUTIVO



**Miguel Fernando  
Escobar**  
Presidente



**Juan Guillermo  
Palacio Monsalve**  
Vicepresidente  
Gestión Humana



**Federico  
Llano Molina**  
Vicepresidente Financiero  
y Administrativo



**Andrés  
Bustamante Díez**  
Vicepresidente  
Técnico



**Jorge Ricardo  
Gutiérrez  
Escobar**  
Vicepresidente Logística  
y Distribución



**Lina María  
Ocampo  
Jaramillo**  
Vicepresidente Generación  
de Demanda



**Juan Sebastián  
Barrientos  
Saldarriaga**  
Vicepresidente Jurídico y  
Asuntos Corporativos



**Juan Fernando  
Maya Restrepo**  
Vicepresidente Nacional  
de Ventas



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

**Líderes que  
*invitan a*  
tomarse la vida**

## CUMPLIMIENTO Y ÉTICA EMPRESARIAL

(GRI 3-3, 205-1, 205-2, 205-3)



### Nuestro ejercicio de cumplimiento y ética empresarial busca:

- Dar cumplimiento a parámetros normativos externos y a procedimientos internos sobre la base de estándares internacionales y el desarrollo de debidas diligencias.
- Identificar y mitigar los riesgos de fraude, soborno, corrupción y cualquier conducta irregular en contra de los lineamientos de nuestro código de conducta.
- Consolidar una cultura de cumplimiento y de fomento de la ética, bajo principios y valores corporativos.
- Promover la toma de decisiones teniendo como base los mecanismos de gobierno corporativo y de control de la organización.
- Fortalecer la continuidad del negocio en un marco de gestión basado en la responsabilidad demostrada (*Accountability*).
- Realizar monitoreos independientes, contar con apoyos externos y desarrollar auditorías a diferentes niveles para mantener los niveles de asertividad frente a diferentes temas en un marco de cumplimiento y control.



Contamos con la Dirección de Gestión de Riesgos, Control Interno y Cumplimiento, la cual se orienta, entre otros, por lineamientos de la Norma ISO 31.000 y del COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), el cual define metodologías para monitorear y controlar los riesgos, los procesos, cumplir políticas y procedimientos, acatar normatividades internas y externas, promover la cultura de autocontrol y realizar seguimiento al cumplimiento y a la efectividad de los planes.

Además, el Comité de Transparencia revisa y evalúa los riesgos asociados a los asuntos del sistema y hace análisis del riesgo residual al que conllevan.

En este comité participan los vicepresidentes de Gestión Humana, Jurídico y Asuntos Corporativos, Financiero y Administrativo, Nacional de Ventas, Técnico, Logística y Distribución y cuenta con el acompañamiento de la Dirección de Gestión de Riesgos, Control Interno y Cumplimiento y la Presidencia de la compañía.

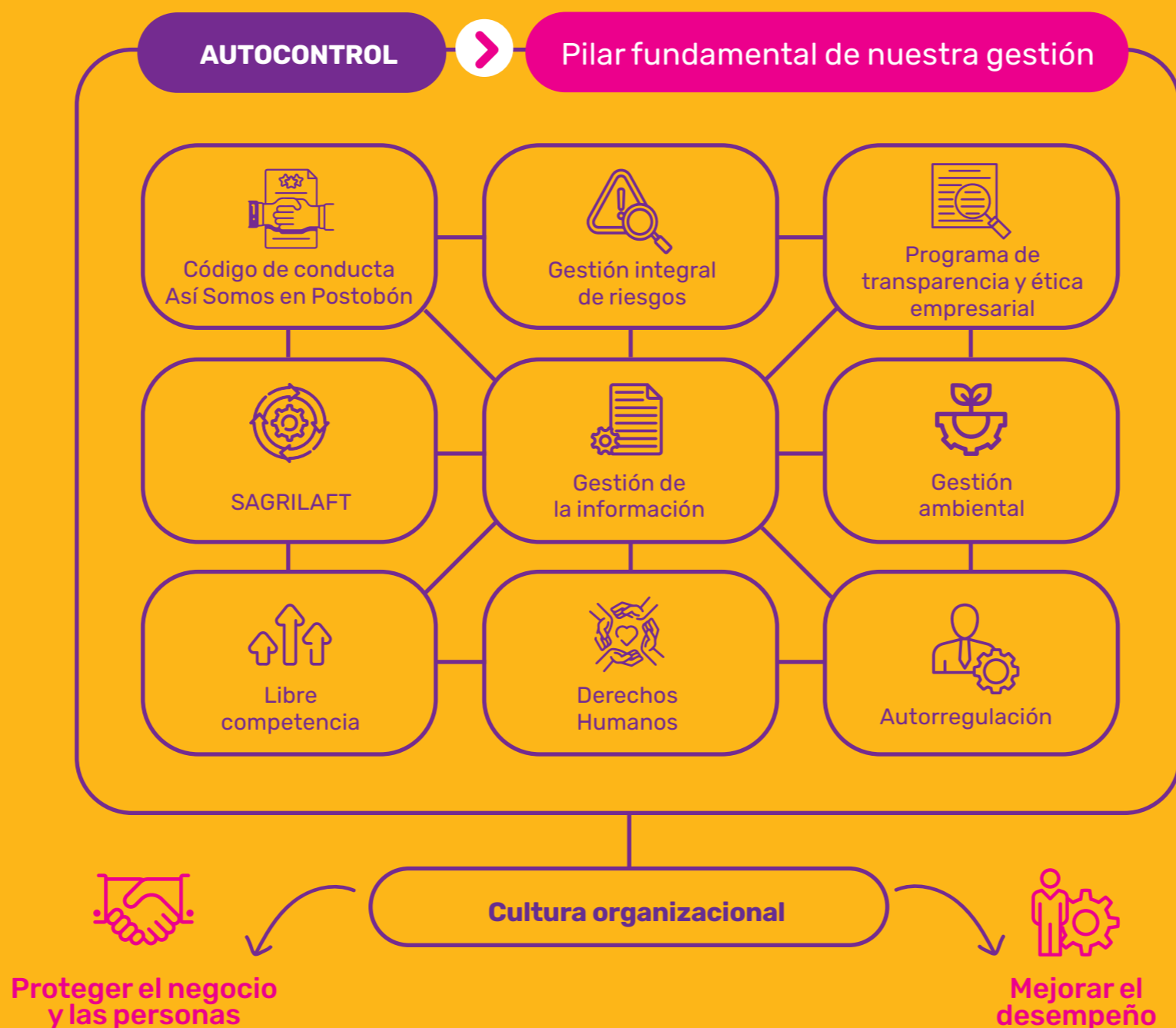


**EL AUTOCONTROL**  
*es la premisa que orienta*  
**NUESTRAS**  
*decisiones.*

HACE PARTE  
**CONSTITUTIVA**  
*de nuestra*  
**CULTURA**  
**ORGANIZACIONAL**

**Sistema de Autogestión de Gobierno Corporativo y Cumplimiento y Ética Empresarial**

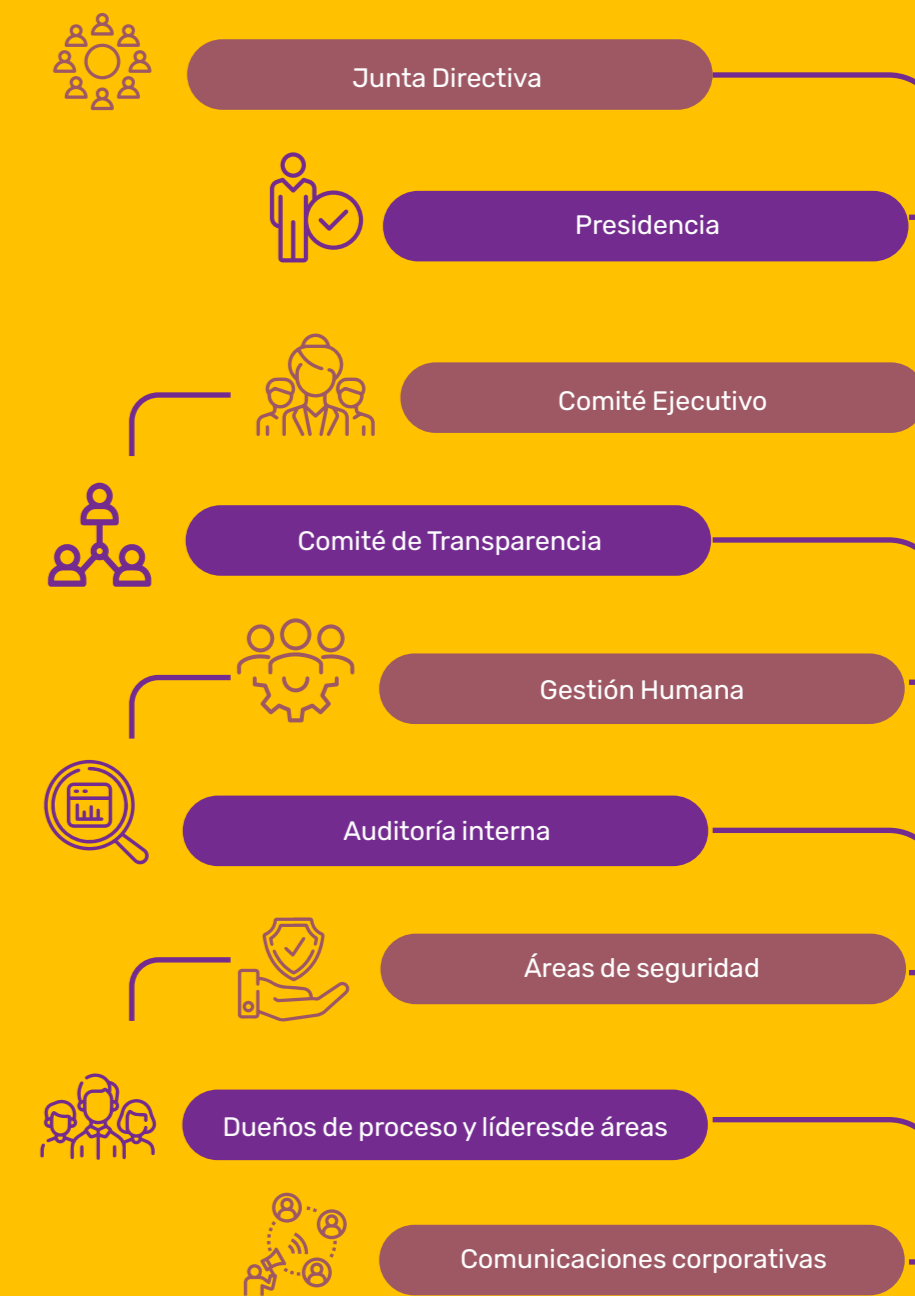
(GRI 2-23, 2-24, 2-26, 3-3, 205-1, 205-2, 205-3, 418-1, POS G-9)



**Beneficios del sistema**



Áreas que promueven la cultura del autocontrol



## HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN

(GRI 2-23)

Las políticas, procedimientos y acciones definidos por la compañía para el fortalecimiento del gobierno corporativo, el cumplimiento legal y la ética, son:

- ✓ Código de Buen Gobierno.
- ✓ Código de conducta Así somos en Postobón.
- ✓ Reglamento interno de trabajo.
- ✓ Guía para la contratación con entidades públicas o estatales a nivel nacional e internacional.
- ✓ Política de conflictos de interés.
- ✓ Política gastos de viaje y entrega de regalos.
- ✓ Política para la gestión de contribuciones en especie y donaciones en dinero.
- ✓ Política para la administración de riesgos.
- ✓ Manual de compras y licitaciones y código de conducta para proveedores.
- ✓ Política de prevención del fraude y corrupción.
- ✓ Protocolo de verificación interna de fraude y línea de transparencia y demás políticas establecidas por la compañía.
- ✓ Disposiciones del Código Pena y otras normas como la ley anticorrupción.
- ✓ Política de Derechos Humanos.

Todas estas herramientas toman como base los valores corporativos de la organización.



## ACCIONES RELEVANTES EN CUMPLIMIENTO Y ÉTICA EMPRESARIAL

PROGRAMA	LO QUE HICIMOS
<b>Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral del Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (Sagrilaft)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Intensificamos procesos de debida diligencia con accionistas, proveedores, clientes, empleados, transportadores y contratistas.</li> <li>● Implementamos reportes de monitoreo continuo para identificar señales de alerta.</li> <li>● Hicimos monitoreos periódicos a contrapartes y empleados en listas restrictivas y vinculantes de organismos nacionales e internacionales y en las bases de datos de información pública.</li> </ul>
<b>Gestión de conflictos de interés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 4.095 colaboradores diligenciaron la encuesta sobre conflictos de interés.</li> <li>● 3.992 manifestaron no poseer ningún conflicto de interés.</li> <li>● 103 colaboradores reportaron posibles conflictos de interés.</li> <li>● A todos los casos se les hizo el análisis pertinente y se dio respuesta.</li> </ul>
<b>Transparencia y Ética Empresarial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Realizamos dos sesiones del Comité de Transparencia.</li> <li>● El 100% de los centros de trabajo fueron evaluados en función de los riesgos relacionados con la corrupción. <b>(GRI 205-1)</b></li> <li>● Capacitamos a 6.127 colaboradores en el módulo formativo de nuestra universidad asociado a gobierno corporativo y cumplimiento.</li> <li>● Realizamos entrenamiento presencial y virtual a 1.333 colaboradores en asuntos de gobierno corporativo y cumplimiento.</li> <li>● En 2023 no se reportaron incidentes de corrupción confirmados. <b>(GRI 205-3)</b></li> </ul>
<b>Línea de Transparencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Incluimos nuevas tipologías de reporte como soborno y extorsión, soborno transnacional, incumplimiento en confidencialidad, represalias, situaciones asociadas a lavado de activos y financiación del terrorismo y responsabilidad social y corporativa.</li> <li>● Durante 2023 recibimos 267 denuncias en la línea, 152 se gestionaron y cerraron y las demás están en curso. <b>(POSG-9)</b></li> </ul>
<b>Gestión de la Información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacitamos a 6.370 colaboradores en el tema.</li> <li>● No tuvimos reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad de las personas ni relacionadas con tratamiento y protección de los datos personales. <b>(GRI 418-1)</b></li> </ul>
<b>Libre competencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desarrollamos tres sesiones de estudio (cursos, guías, capacitaciones) sobre casos relacionados con la libre competencia en las que participaron directivos y colaboradores que, por sus funciones, deben tener conocimiento de primera mano sobre el asunto.</li> </ul>
<b>Autorregulación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1.406 colaboradores participaron en el curso formativo sobre el tema.</li> </ul>

## Gestión de quejas y reclamos

(GRI 2-26)

Facilitamos el derecho que tienen nuestros grupos de interés de formular quejas, peticiones y reclamos frente a la organización. Contamos con mecanismos que habilitan la comunicación de este tipo de situaciones y hacemos una gestión asertiva para solucionarlos a la luz de los parámetros definidos de ley, regulatorios y voluntarios.

PETICIONES, QUEJAS O RECLAMOS	CASOS	CASOS TRAMITADOS	CASOS CERRADOS	% DE GESTIÓN
De servicio	29.924	100%	29.433	98,4
De calidad	4.890	100%	4.769	97,5



## Gestión de riesgos

El sistema de administración de riesgos que adoptamos se basa principalmente en la Norma ISO 31000 y los estándares COSO-ERM, y está alineado con el sistema de gestión de calidad bajo la norma NTC/ISO 9001:2008.

Contamos con una metodología para la comunicación, identificación, análisis, evaluación, tratamiento, monitoreo, registro de los riesgos y sostenibilidad del sistema de administración de riesgos.

Además, desarrollamos procesos de valoración que incluyen el análisis continuo de oportunidades y riesgos clasificados en estratégicos, financieros, operativos y de cumplimiento.

En 2023 actualizamos el perfil de riesgo de la organización y observamos condiciones relevantes para la implementación de controles de cara a la toma de decisiones. Estas condiciones estuvieron asociadas a la desaceleración económica, la recuperación pospandemia, la devaluación de la moneda local, la volatilidad de la Tasa Representativa del Mercado, los riesgos de ciberseguridad y las presiones geopolíticas, entre otros.

## Clasificación de los riesgos

### FINANCIEROS

Tendencias macroeconómicas, gestión de la liquidez y del capital de trabajo y de la integridad de los reportes financieros.

#### Asuntos relacionados:

- Inflación acelerada y devaluación precipitada de la moneda.
- Deterioro de la liquidez y del capital de trabajo.

### ESTRATÉGICOS

Asuntos relacionados con la dinámica y las perspectivas del mercado, gestión de servicios corporativos, unidades estratégicas de negocio, sostenibilidad empresarial, y eventos que impacten la reputación.

#### Asuntos relacionados:

- Cambios en las tendencias de mercado y ventas.
- Cambios acelerados de la innovación en tecnologías emergentes (oferta y demanda).
- Inestabilidad social y política.

### OPERATIVOS

Asuntos relacionados con los procesos y cargos críticos, tecnología de la información, gestión del talento humano y continuidad del negocio.

#### Asuntos relacionados:

- Continuidad operativa de negocio y de operaciones relevantes.
- Continuidad tecnológica del negocio.
- Ciberseguridad (vulneración de los activos digitales).

### CUMPLIMIENTO

Asuntos asociados a la revisión de la normatividad externa, el gobierno corporativo, el cumplimiento legal, los Derechos Humanos y la protección de las marcas.

#### Asuntos relacionados:

- Cumplimiento de parámetros de sostenibilidad y de impactos ambientales.
- Cambios regulatorios y normativos acelerados.
- Deterioro de la imagen y la reputación corporativa.





## Hechos destacados en la gestión de riesgos

- Actualizamos trimestralmente el perfil de riesgo residual corporativo a nivel regional y a nivel de centros de trabajo.
- Monitoreamos permanente el registro de eventos de riesgo en los centros de trabajo.
- Hicimos seguimiento a las condiciones de ciberseguridad para garantizar los controles que cubren la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información.
- Garantizamos que esos controles tengan cobertura sobre las bases de datos que contienen información personal, dando cumplimiento a la ley de protección de datos personales (Ley 1581 de 2012).
- Administramos los seguros, optimizando las estrategias de transferencia de riesgos de acuerdo con las necesidades del negocio.
- Revisamos detalladamente las coberturas de seguros y su renovación de acuerdo con las necesidades de la organización y el contexto de mitigación de riesgos que requerimos.
- Realizamos un análisis detallado de riesgos frente a la igualdad en el trato laboral, la equidad de género y la inclusión de las personas con discapacidad en la compañía. Este trabajo se fundamentó en los parámetros declarados dentro de las políticas de la compañía asociadas al tema.



## Riesgos asociados a asuntos ambientales

Actualizamos los riesgos derivados de la relación de nuestras operaciones y el medioambiente. Este ejercicio lo hicimos en los centros de trabajo y dio como resultado la necesidad de una gestión acuciosa por el incremento de situaciones potenciales en asuntos como:

- Riesgo hídrico ocasionado por eventos climáticos extremos, estrés hídrico y cambios en las normatividades, lo cual llevó a fortalecer las acciones de gobernanza del agua y de relacionamiento con comunidades vecinas para apoyarlas en el cuidado y el acceso al recurso.
- Posible incremento del riesgo regulatorio y financiero por nuevas normas asociadas a la gestión de residuos posconsumo, especialmente de materiales como los plásticos, lo cual nos lleva, entre otros, a hacer gestión de aprovisionamiento de materiales con enfoque circular.
- Posible incremento de riesgos sociales por la interacción con las comunidades vecinas en el entorno de operación.

Para todos ellos determinamos la necesidad de desplegar acciones de comunicación y capacitación sobre la gestión de riesgos al interior de la compañía y con los diferentes grupos de interés.



## Protección de los derechos humanos

Actualizamos nuestro marco de actuación relacionado con el respeto y protección de los Derechos Humanos bajo los principios rectores para las empresas determinados por las Naciones Unidas y el proceso de debida diligencia para el tema expedido por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

El 100% de las operaciones fue sometido a revisión de impacto sobre los Derechos Humanos sin hallazgos al respecto. Además, 3.216 proveedores adhirieron a la Declaración de Derechos Humanos de la compañía, asumiendo el compromiso de gestión sobre el tema a todo nivel.



En 2023 no tuvimos denuncias en la Línea de Transparencia asociadas a Derechos Humanos.  
(POS G-1)

## Cumplimiento de la legislación y las normas

(GRI 2-27, 206-1)

Durante 2023 no se presentaron multas o sanciones monetarias por incumplimiento de normas, tampoco por prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.

## DESEMPEÑO DEL NEGOCIO



### Productividad (POS G-6, G-7)

Enfocamos nuestra productividad en el mejoramiento del servicio al cliente reduciendo inventarios y productos agotados en el mercado. Esto nos llevó en 2023 a repensar la programación y la ejecución de actividades, priorizando las asociadas a los procesos productivos.

De esa forma, ajustamos los programas de producción para atender una demanda altamente variable en formatos, sabores y requerimientos puntuales relacionados con las regiones del país y los gustos de los consumidores.

Aún con este incremento de complejidad, aumentamos 1% la eficiencia en la producción, lo que compensó la leve caída de 2% en la productividad, pero, más allá, logramos el objetivo de controlar más la cantidad de productos agotados, que se redujo en un 30% respecto a 2023.

Para soportar este enfoque, pusimos, entre otros, en operación una nueva línea PET de llenado en frío en Bogotá e incrementamos la formación del equipo de trabajo para enfocar sus competencias a esta nueva dinámica de trabajo.

En 2024 conservaremos esta línea de trabajo para minimizar los productos agotados de cara a cumplir con la planeación de la demanda, ratificando flexibilidad y dinamismo en la producción, para soportar la alta volatilidad en el mercado propia del contexto económico colombiano.



### Mejoramiento continuo

El mejoramiento continuo hace parte de nuestras dinámicas de eficiencia y productividad. En 2023 nuestro modelo, que se basa en la filosofía Kaizen, se enfocó en fortalecer el gerenciamiento diario y la gestión por niveles. Gracias a esto hemos orientado a los líderes para mejorar el desempeño en el día a día, articular de mejor forma el nivel corporativo con las operaciones y comprometer a las personas en

Enfocamos nuestra productividad hacia la eficiencia, con lo cual resolvemos complejidades que se presentan en los procesos de producción.



66

En 2023 desarrollamos **54** proyectos Kaizen que generaron \$12.684 millones en ahorros.

función de sus responsabilidades individuales, buscando mejorar los indicadores técnicos y logísticos.

En el año implementamos 54 proyectos Kaizen que generaron \$12.684 millones en ahorros. El 53% buscan fortalecer indicadores de eficiencia, 23% apuntan a la sostenibilidad con ahorros de agua y energía, 13% a reducción de costos y 11% apalancan indicadores ambientales y de calidad.

Además, generamos 60 nuevos estándares para mantener vigentes los procesos de los proyectos Kaizen.



### Calidad e inocuidad

Nuestro sistema de gestión de la calidad y la inocuidad se basa en el cumplimiento estricto del marco legal nacional e internacional, para garantizar que los productos del portafolio cumplan con especificaciones de diseño y condiciones de seguridad para los alimentos. Esto implica la selección, revisión y gestión de las materias primas y empaques, el control de los procesos productivos, de almacenamiento, transporte y distribución, así como la entrega de los productos a nuestros clientes.

La solidez de nuestros lineamientos de calidad e inocuidad se reflejan en la reducción de las reclamaciones y requerimientos de los entes de control. Con esto, protegemos, además, la reputación de la compañía y de las marcas.

En 2023, el índice de calidad de planta cerró con una calificación promedio de cumplimiento del 97,17%, cumpliendo con el objetivo establecido para este año y demostrando una condición excelente de calidad y un control sobre todas nuestras operaciones.

El índice de reclamaciones fue de 0,35, equivalente a menos de una reclamación por cada tres millones de unidades producidas.

### Índice de calidad en planta (POS G-4)

2021	96,62%
2022	96,98%
2023	97,17%

**PRODUCTIVIDAD,**  
*calidad*  
**E INOCUIDAD**

# Somos PIONEROS en la GESTIÓN DE LA CALIDAD y la inocuidad EN LA INDUSTRIA DE BEBIDAS.

# Nuestra EXCELENCIA nos motiva A SER LOS MEJORES.

## Certificaciones

Somos referentes en la gestión de la calidad y la inocuidad y lo plasmamos con los más altos estándares que demuestran la excelencia en la gestión. Eso se ve reflejado en una serie de certificaciones que dan garantía a los grupos de interés del compromiso con el tema.

Para 2024 avanzaremos hacia la certificación en sistemas de gestión de inocuidad bajo el esquema de Global Food Safety Initiative: FSSC 22000:2018 para los centros de trabajo Lux Piedecuesta, Postobón Bello y Gascol Sur.

Además, trabajaremos en la renovación de esta certificación que actualmente tienen Postobón Malambo y Postobón Yumbo. A esto se suma la renovación de la certificación ISO 9001:2015 para todos los centros productores y Oficina Central.

En cuanto a Buenas Prácticas de Manufactura buscaremos la renovación de la certificación en Postobón Malambo, Postobón Yumbo, Lux Piedecuesta y certificaremos a Postobón Medellín y Postobón Pereira y, trabajaremos por la certificación en la norma ISO 17025 para el laboratorio corporativo.



Certificación en calidad **ISO 9001** VERSIÓN 2015 otorgada por el Icontec, para todos los centros productores y Oficina Central.



Certificación en inocuidad **iCONTEC** a Postobón Malambo y Postobón Yumbo en los esquemas FSSC 22000: 2018 v 5.1 ISO 22000:2018 ISO/TS 22002-1: 2009



Certificación en el esquema de inocuidad alimentaria **FSSC 22000** para Gaseosas Lux Bogotá.



Certificación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) otorgada por el **INVIMA** para Postobón Malambo, Postobón Yumbo, Gaseosas Lux Bogotá, Lux Piedecuesta.

## Auditorías de calidad

En 2023 tuvimos 104 auditorías internas y externas para verificación de la calidad e inocuidad de los procesos con resultados satisfactorios en todas ellas.

Adicionalmente, el Invima hizo visitas de inspección sanitaria a 16 centros productores con el objeto de verificar el cumplimiento de la normativa sanitaria vigente, con concepto favorable en todas ellas y puntajes superiores al 90% en la calificación.

Por parte de los clientes recibimos resultados satisfactorios en sus procesos de auditoría. En el caso de KFC obtuvimos la máxima calificación en su sistema. En cuanto a PepsiCo, en la evaluación de planta de producción QAS (Quality Assurance Server), obtuvimos un promedio de 97,12%, mientras que la evaluación de seguridad alimentaria (AIB), un promedio de 87,9 puntos. Ambos valores dan cuenta de un mejoramiento sostenido durante los últimos años y del cumplimiento de estándares mundiales de producto exigidos por la franquicia.

## Calidad con maquiladores

Como parte del aseguramiento de la calidad de nuestros productos apoyamos a los maquiladores que prestan servicios nacionales como Celema, Levacol, Hotfill, El Recreo, RTD e internacionales como Refresco Iberia (España), North Shore Bottling y Keurig Dr. Pepper (Estados Unidos), en aspectos técnicos como el análisis instrumental, el aseguramiento metrológico, el control de proceso y la verificación e implementación de buenas prácticas de manufactura, entre otros.

## Acciones relevantes



Impartimos 359 horas de capacitación a 9.275 personas en asuntos de gestión de la calidad.



Revisamos, actualizamos e hicimos seguimiento al sistema HACCP en los 19 centros productores de bebidas.



Reforzamos contenidos en Buenas Prácticas de Manufactura, manejo integrado de plagas y auditorías de inocuidad bajo el esquema de AIB versión 2023.



Implementamos la herramienta Webdox, para control y administración de información sobre manejo de estufefacientes.



Profundizamos la formación en materias primas, avisos de calidad, recepción y manejo de materias primas importadas y planes en inspección.



La planta Lux Duitama recibió el premio Caleb Bradham bronce, otorgado por PepsiCo, reconocimiento en materia de calidad para sus embotelladores.



Los centros de producción de Malambo, Cúcuta y Piedecuesta, recibieron el reconocimiento Quality Audit Systems (QAS) otorgado por PepsiCo, por su compromiso con los altos estándares de calidad e inocuidad.



Capacitamos al equipo de especialistas en aguas en el uso de la herramienta Recon de PepsiCo, en sistemas de desinfección con luz ultravioleta (UV), aspectos de Operador de Planta Certificado (CPO) y Food Safety Preventive Control Alliance (FSPCA).



Desarrollamos competencias para implementar programas de prevención del fraude, defensa de los alimentos, manejo de alérgenos e hipersensibles, Biofilms y monitoreo ambiental. También en actualización sobre la Ley de Modernización de Inocuidad de los Alimentos de la FDA, análisis de peligros basado en riesgos y planes de muestreo microbiológico, entre otros.

# ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE

(GRI 2-6, 204-1, 308-2, POS G-5)

Creemos profundamente en la necesidad de un abastecimiento responsable y sostenible y lo concebimos como un factor estratégico para garantizar el suministro de bienes y servicios para la organización.

Bajo esa premisa buscamos que nuestro abastecimiento sea innovador, competitivo, responsable, eficiente y oportuno.

## ¿Cómo lo logramos?



Capitalizando las oportunidades disponibles en el mercado global.



Entendiendo y anticipando las necesidades de abastecimiento de materiales, bienes y servicios.



Estableciendo relaciones sólidas, transparentes y estratégicas con los proveedores para convertirnos en aliados de largo plazo.



Haciendo de los proveedores aliados estratégicos.

## Adquisición de bienes y servicios

Las compras de las empresas del sector de bebidas y alimentos de la OAL fueron

**\$4,9** billones en 2023.

**69,3%**

equivalentes a \$3,4 billones, fueron hechas por Postobón y sus compañías relacionadas.

Estas compras se hicieron a

**6.422** proveedores.

**77%**

de las compras fueron hechas a proveedores locales.

### Proporción de gasto en proveedores locales (GRI 204-1)

	2021	2022	2023
Valor total de las compras	\$3.775	\$3.373	\$3.447
Valor de las compras a proveedores locales	\$2.860	\$3.033	\$2.662
Porcentaje del valor de las compras que corresponde a proveedores locales	<b>76%</b>	<b>90%</b>	<b>77%</b>

Cifras en miles de millones de pesos.  
Compras hechas por Postobón y sus compañías relacionadas.

## ¿Cómo contratamos con los proveedores?

Nuestra política de compras y licitaciones estipula los procedimientos y condiciones para la contratación con los proveedores inscritos en nuestro sistema soportado tecnológicamente con la plataforma ARIBA-SAP.

Con base en términos de referencia, matrices de evaluación y criterios de selección, recibimos ofertas y propuestas para adjudicar y seleccionar los proveedores, garantizando transparencia e integridad, objetividad, imparcialidad, pluralidad, precios óptimos, economías de escala y aprovechamiento de recursos.

**82% de los proveedores adhirieron al código de conducta para las relaciones comerciales. (POS G-5)**

La Dirección de Compras selecciona a los proveedores con base en la política y los criterios de selección y homologación, dando cumplimiento a aspectos legales, ambientales, sociales y económicos.

La relación con los proveedores se rige por un código de conducta que compila las bases del compromiso con la ética, la transparencia, el medioambiente, la sociedad y la legislación vigente. Esto, a su vez, da cumplimiento a los principios establecidos en el Código de Conducta y el programa de Transparencia y Ética Empresarial de la compañía.



**3.216 proveedores revisaron y aceptaron el cumplimiento de estas condiciones, un 6% más con respecto a 2022.**

Al registrarse en nuestro sistema, los proveedores validan y aceptan el cumplimiento de normas asociadas a asuntos ambientales, Derechos Humanos, igualdad de género, no contratación de mano de obra infantil, cumplimiento de las normas de seguridad laboral. Estos asuntos también deben ser validados y aceptados por los proveedores existentes quienes actualizan obligatoriamente sus datos cada dos años.

# ABASTECIMIENTO responsable Y SOSTENIBLE

# LAS RELACIONES que entablamos con **PROVEEDORES** BUSCAN EL *crecimiento mutuo.*

**Actuamos**  
DE LA MANO PARA QUE  
*nuestras compras de*  
**BIENES Y SERVICIOS**  
SEAN SOSTENIBLES Y  
*generen valor.*



## Proveedores comprometidos con el medio ambiente

(GRI 308-1, 308-2)

Para dar cumplimiento a la política de gestión de huella de carbono y carbono neutralidad, en los proyectos de adquisición de nuevas líneas de producción, ampliación de centros de trabajo y adquisición de vehículos, entre otros, hacemos un trabajo conjunto entre áreas para establecer los impactos ambientales que traería consigo el proceso.

Por ejemplo, calculamos las emisiones de Gases de Efecto Invernadero que podría traer el bien o servicio a contratar. Eso permite orientar las tecnologías a adquirir bajo criterios ambientales.

En el caso de nuestras adquisiciones de materiales y bienes importados, nos amparamos en los criterios de negocio y compromisos ambientales establecidos por los sectores marítimo y aéreo a nivel global.

En el caso del transporte marítimo estos criterios están estipulados en las políticas de la Organización Marítima Internacional, que establecen un sector cero emisiones netas en 2050, lo cual obliga a las navieras con las que trabajamos (CMA-CGM, Mediterranean Shipping Company, Maersk y ONE, entre otras), a modernizar sus flotas y contar con buques propulsados con gas natural licuado (GNL) o electricidad, entre otros.

## 242 COLABORADORES



se formaron en el proceso de compras para mejorar la comunicación con los proveedores y dar mayor fluidez a los procesos.

Implementamos catálogos en línea para dar autonomía de compras a los empleados y generar eficiencias en procesos de autogestión de abastecimiento.

## 29 PROVEEDORES



recibieron el reconocimiento Proveedor Sostenible por completar el ciclo de implementación de buenas prácticas del programa De la Mano Postobón.

## 47 PROVEEDORES

han participado en los últimos dos años en un taller anual que brindamos junto con Cecodes sobre cambio climático y medición de huella de carbono.

Incrementamos el abastecimiento de resina reciclada de PET en un 18% con respecto a 2022.

Firmamos contratos de largo plazo para garantizar el abastecimiento de resina PET reciclada con el fin de tener provisiones de materia prima con criterios ambientales y avanzar en el cumplimiento de la normatividad existente en el país y las metas de compañía.

Adquirimos **22.053** neveras eficientes ambientalmente, con beneficios termodinámicos que maximizan la eficiencia energética.

Reemplazamos **8.300** neveras por otras con refrigerante R290 el cual tiene un impacto ambiental más bajo.



## Programa de la Mano Postobón

Alineados con nuestro propósito superior de avanzar hacia un mundo sostenible, hace dos años creamos el programa De la Mano Postobón, dirigido a nuestros proveedores.

El programa brinda acompañamiento de cara a su cualificación y adopción de buenas prácticas de sostenibilidad. En los dos años del programa 78 de los 400 proveedores de mayor interés para Postobón y sus compañías relacionadas han avanzado en la cualificación metodológica de asuntos de sostenibilidad.

A la fecha, 29 proveedores han recibido el reconocimiento **Proveedores Sostenibles de la Mano**, gracias a que completaron un plan de acción para cerrar las brechas que tenía con respecto a las mejores prácticas existentes en sostenibilidad.

### Fases del programa



**Autodiagnóstico:** Los proveedores evalúan su estado de madurez en asuntos de cumplimiento, ética y transparencia, respeto a los Derechos Humanos, laborales, salud y seguridad en el trabajo, desempeño ambiental y relacionamiento social.

**Identificación de brechas:** Con los resultados del autodiagnóstico determinamos las brechas a cerrar por parte del proveedor.



**Diseño de planes de acción:** Determinamos acciones para cada proveedor para cerrar las brechas existentes.

**Plataforma de capacitación:** Contamos con una plataforma de capacitación en asuntos de sostenibilidad, con información, documentación y herramientas de gestión para avanzar en los planes de acción.



**Valoración del plan de acción:** Acompañamos a los proveedores, revisamos y valoramos el cumplimiento de sus planes de acción y les ayudamos a mejorar su calificación.

**Relacionamiento y comunicación:** Profundizamos la relación con acciones de comunicación, sobre asuntos que les generan valor a los proveedores.



**Formación a los proveedores:** Realizamos actividades de formación con expertos y aliados especializados en sostenibilidad como Cecodes.

**Certificación proveedor De la Mano Postobón:** Certificamos a los proveedores que cumplen el ciclo del programa De la Mano, como un aval de su compromiso con la implementación de buenas prácticas sostenibles.



## NUESTRA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

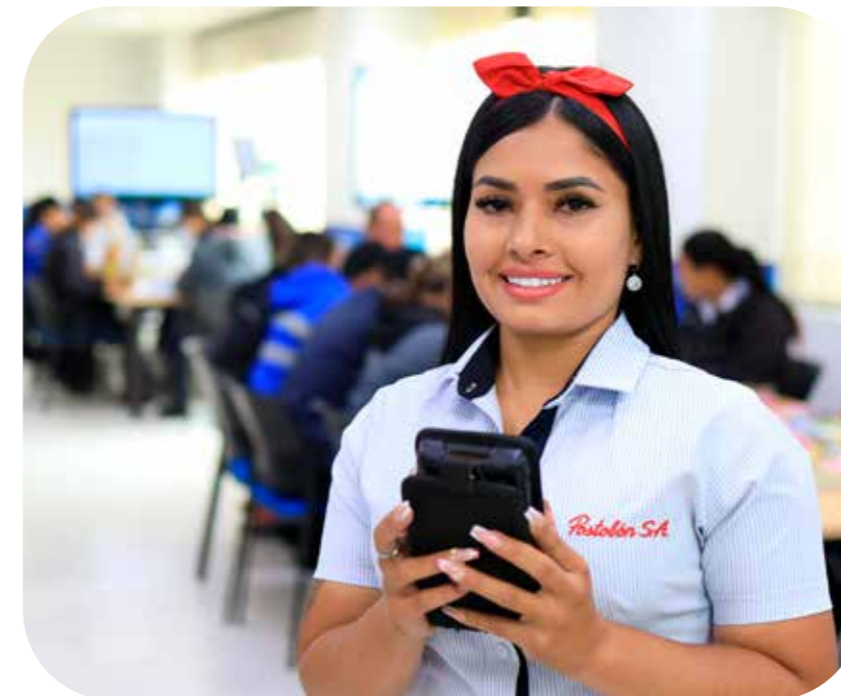
(POS G-8, G-10)

**Asumimos el reto de trabajar con criterios de generación de valor para superar la incertidumbre, la volatilidad de los mercados y la desaceleración económica y generarles a nuestros clientes las mejores oportunidades de progreso.**

Durante 2023 concentramos esfuerzos en la articulación de una plataforma comercial para atender de la mejor forma a los canales bajo una lógica multicategoría, todo esto con una visión de omnicanalidad que permite generar una gran diferenciación con respecto a los competidores.

Esto nos obligó a trabajar en el conocimiento del portafolio de nuestros representantes de ventas y a fortalecer las herramientas de gestión para que los clientes nos mantengan como su primera opción.

Además, fuimos acuciosos en el fortalecimiento de la atención a los clientes mediante el aumento de capacidades en medios como WhatsApp y la priorización en la atención de casos de calidad para satisfacer a clientes y consumidores.



### Nuestros clientes (POS G-10)

Día a día llegamos a más de 453.000 clientes en el 90% del territorio nacional.

	2021	2022	2023
Cientes	462.788	452.653	<b>453.224</b>

### CLAVES DE GESTIÓN CON LOS CLIENTES



Agilidad y decisión.



Herramientas comerciales.



Participación en múltiples categorías.



Estrategias diferenciales.



Cercanía y confianza.



Competencia leal.

## PRESENCIA EN CANALES



### Canal tradicional

**Nos apasiona llegar a las tiendas del país, que constituyen el 74% de nuestros clientes.**

#### Lo que hicimos:

- Avanzamos en la participación en otras categorías, especialmente, en alimentos donde reportamos crecimientos relevantes y a doble dígito en el canal.
- Fortalecimos las capacidades de 312 representantes de ventas para desarrollar una atención integral en las tiendas.
- Nos enfocamos en la ejecución en el punto de venta para mejorar las transacciones de los tenderos.
- Desarrollamos herramientas tecnológicas y móviles para configurar portafolios y dar recomendaciones a los clientes de cara a incrementar sus ingresos y la rentabilidad de sus ventas.



### Canal moderno

**Atendemos a super e hipermercados, hiperbodegas, discounters, droguerías y tiendas de conveniencia.**

#### Lo que hicimos:

- Alcanzamos cifras históricas en volumen y en valor gracias a la oferta integral que brindamos de bebidas y alimentos en este canal.
- Nos enfocamos en el nivel de servicio, mejorando un 175% el indicador para el tema.
- Impactamos a más de 1.200 puntos de venta con presencia de marcas, activaciones, material publicitario y promocional bajo parámetros de talla mundial, que garantizan experiencias memorables para los clientes.
- Fortalecimos la presencia de marcas como Breña, Hatsu, Gatorade y bebidas sin calorías.



### Canal distribuidores y mayoristas

**Trabajamos con una red de distribuidores en ciudades y poblaciones, que atienden nuestro modelo comercial, lo cual permite llegar a poblaciones remotas en el territorio nacional.**

#### Lo que hicimos:

- Tuvimos un crecimiento relevante en valor gracias a la dinámica que impusimos en el canal y las distintas actividades en favor del distribuidor y el mayorista.
- Para formalizar, controlar y garantizar buenas prácticas con relación a la toma de pedidos, implementamos la toma del 100% de los pedidos mediante dispositivos móviles, lo que permitió un mayor control de los descuentos y negociaciones.
- Mejoramos la segmentación y clasificación de los clientes para asegurar una mayor efectividad en la gestión comercial y la implementación de las misiones asociadas con la vocación de cada tipología.



**RELACIÓN CON**  
*nuestros clientes*  
**Y CONSUMIDORES**

Llegar al  
**PUNTO DE VENTA**  
 Y ENTREGAR LA MEJOR OFERTA  
 ES *nuestra motivación*  
 para ratificar  
**NUESTRO**  
*propósito superior.*

**Canal autoservicios**

Acompañamos el crecimiento de las cadenas regionales y supermercados locales e independientes para que atiendan a sus comunidades.

**Lo que hicimos:**

- Crecimos a dos dígitos en la generación de valor gracias al trabajo con cadenas regionales y supermercados independientes.
- Fortalecimos el portafolio multicategoría en el canal buscando la disponibilidad de todos los productos en las cadenas regionales y supermercados independientes.
- Estructuramos modelos de atención especializado por medio de una fuerza de ventas dedicada a la multicategoría.

**Canal clientes especiales**

Gestionamos la mejor oferta por medio de relaciones de valor con cadenas de restaurantes, bares, negocios de comidas rápidas, entre otros.

**Lo que hicimos:**

- Renovamos equipos de frío bajo con características de sostenibilidad para generar mayor eficiencia en el punto de venta y mejores experiencias de consumo.
- Fortalecimos el nivel de servicio gracias a una mayor disponibilidad de productos altamente demandados.
- Entregamos una oferta más asertiva bajo la sombrilla de un portafolio multicategoría.
- Capacitamos a los clientes en el conocimiento y aplicación de los llamados impuestos saludables derivados de la reforma tributaria y en la implementación del etiquetado frontal de advertencia en alimentos, haciendo énfasis en los avances que ha tenido la compañía en materia de reducción calórica en bebidas, tema que se explica en el capítulo de bienestar.

**Canales digitales**

Desarrollamos canales de base digital con los cuales fortalecemos la omnicanalidad, teniendo presente que tanto el cliente como el consumidor son el centro de las acciones.

- En 2023, nuestro WhatsApp para ventas avanzó en la implementación de mayores funcionalidades, lo que implicó el cambio de número para automatizar procesos que ayudan a la autogestión de nuestros clientes disminuyendo tiempos de atención, ahorrando costos y dando trazabilidad a la información.

- Hicimos estrategias de precios para fortalecer la competitividad de los productos y las marcas de nuestro portafolio.
- Fortalecimos nuestro Modelo de Disciplina Operativa con herramientas digitales para el registro de indicadores de gestión y de ejecución en puntos de venta.
- Desarrollamos un modelo Independiente para mercaderistas que incluye un portafolio óptimo y experiencias para los consumidores y clientes.
- Implementamos prácticas *best-in-class*, en segmentación, ejecución en punto de venta, construcción de portafolios óptimos y desarrollo de precios.



**we like**  
 nuevo canal de ventas

Presentamos We Like, una innovadora plataforma de social selling que configura un nuevo canal de ventas con enfoque 100% digital y que aprovecha toda la potencia multicategoría del portafolio de Postobón para generar relaciones comerciales basadas en redes.

We Like funciona bajo una metodología de construcción de redes digitales, generando valor a quienes promueven la venta del portafolio, con la garantía del apoyo de la compañía en todo el proceso, especialmente en la atención, servicio al cliente y entrega de productos.



**Canal ventas internacionales**

Llegamos a 25 países buscando entregar la experiencia integral de nuestras marcas. Lo hacemos por medio de comercio exterior y por operación directa, pensando en la construcción de posiciones relevantes, además de generar valor para la organización y nuestros aliados internacionales.

Hoy avanzamos en una estrategia de internacionalización que va más allá de procesos de comercio exterior. Para eso creamos una estructura organizacional dedicada al ejercicio y a la búsqueda de oportunidades en regiones como Europa, los Estados Unidos y los países andinos, en las cuales podemos ofrecer un portafolio integral de bebidas y alimentos, de cara atender mercados étnicos, nostálgicos y generales.

**Crecimiento de ventas en el exterior (POS G-8)**

	2021	2022	2023
Variación Vs. Año anterior	43%	46%	<b>38%</b>

En 2023, nuestras ventas en el exterior crecieron un 38%.

**Servicio al cliente y facturación electrónica**

Sabemos muy bien que la relación con los clientes debe estar mediada por un servicio al cliente claro, potente y expedito en respuestas. En 2023 concentramos esfuerzos en la cualificación del servicio y en la implementación de herramientas, especialmente las de base tecnológica.

- Creamos una línea de WhatsApp especializada para el servicio al cliente. Con ella generamos 26.600 interacciones promedio mensuales con un nivel de servicio del 84%.
- Desarrollamos más de 5.700 llamadas personalizadas en función de resolver casos relacionados con servicio al cliente.
- Implementamos la Resolución 001092 de la DIAN para garantizar la emisión de facturas electrónicas para todos los pedidos que superaran el valor correspondiente a las cinco UVT (Unidades de Valor Tributario), lo cual brinda tranquilidad y fiabilidad a los clientes con respecto a sus soportes de facturación.

# LA SOSTENIBILIDAD EN EL CENTRO DE NUESTRAS ACCIONES



Nuestro propósito superior hace un llamado a avanzar hacia un mundo sostenible. Esto se traduce en una gestión estratégica que lleva a que la sostenibilidad esté en el centro de nuestras acciones.

La coherencia nos lleva a avanzar con optimismo guiados por la sostenibilidad y por eso buscamos el equilibrio económico, ambiental y social, haciendo de esta triada una regla de negocio, la cual se ve reflejada en nuestra estrategia corporativa y competitiva.

Lo anterior implica crecer rentablemente, pero, además, hacerlo reduciendo y compensando la huella de carbono e implementando modelos circulares y regenerativos; generando acciones en pro de las comunidades desde la innovación social, la equidad, la diversidad y la inclusión, y, por supuesto, alineándonos con las políticas públicas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Nuestro enfoque de sostenibilidad se alimenta de las mejores prácticas y un minucioso análisis de asuntos materiales, grupos de interés y riesgos asociados con nuestro quehacer. Bajo criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG), criterios de reporte del Global Reporting Initiative (GRI) y una lógica de valor compartido

y capitalismo consciente, trazamos rutas de trabajo que apuntan a ese gran propósito: avanzar hacia un mundo sostenible.

Nuestra visión, si se quiere, es un mensaje para trabajar unidos, pues se necesita el concurso de todos los estamentos de la sociedad. Además, es un llamado a más articulación pública y privada para crear relaciones de confianza que generen valor y multipliquen capacidades y recursos.

# ESTRATEGIA y modelo de SOSTENIBILIDAD

## Nuestra orientación por criterios ASG



### Criterios ambientales

Para tomar decisiones en función de entender cómo nuestras actividades afectan el medioambiente y la forma cómo debemos gestionarlas.



### Criterios sociales

Para entender y tener en cuenta en la gestión el impacto de las actividades que desempeñamos desde diferentes perspectivas frente a las comunidades.



### Criterios de gobierno y ciudadanía corporativa

Para trabajar por el fortalecimiento de la transparencia, la ética empresarial y las relaciones con los grupos de interés y dar forma a nuestras actuaciones para generar valor económico, social y ambiental.

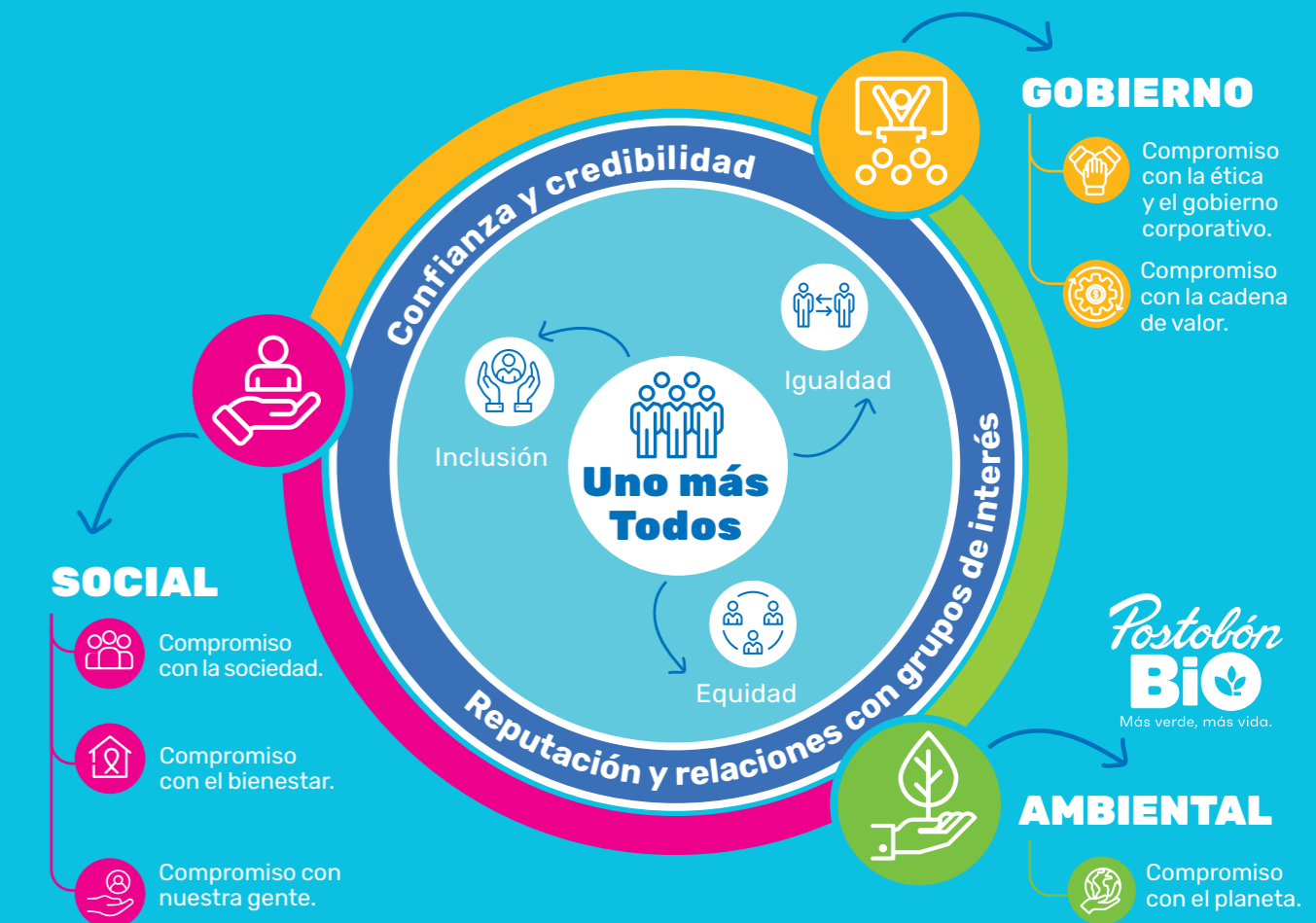
## Modelo de sostenibilidad

Contamos con un modelo de sostenibilidad que llamamos Uno más Todos. En 2014 lo estructuramos para dar bases de gestión a nuestro propósito de avanzar hacia un mundo sostenible y lo alineamos con la estrategia corporativa y competitiva de la organización para dar cumplimiento al objetivo estratégico de ser una empresa sostenible.

El modelo de sostenibilidad tiene aspectos fundamentales como la capacidad de construir colectivamente, de ahí el "todos", que le da carácter amplio para que cada impacto sea relevante y tenga alto impacto. Además, se articula con la

innovación social, gestiona los riesgos socioambientales y se alinea con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

De esa forma, y teniendo presentes los asuntos materiales identificados, los cuales están agrupados en seis focos de actuación, desarrollamos iniciativas de sostenibilidad a través de programa y proyectos específicos que apuntan a metas cuantitativas y cualitativas sobre las cuales rendimos cuentas cada año, al tiempo que fortalecen los vínculos con los grupos de interés y les generan valor de largo plazo.



# Somos conscientes de los **RETOS**

A LOS QUE SE ENFRENTA

*la humanidad*  
*y trabajamos con*

## CONVICCIÓN

PARA UN EQUILIBRIO SOCIAL,

## AMBIENTAL

Y ECONÓMICO,

PORQUE CREEMOS

*en el poder de la*

## SOSTENIBILIDAD.

70

## ALIANZAS PARA LA **SOSTENIBILIDAD**

(GRI 2-28, POS S-26)

Uno de los fundamentales de nuestro modelo es la construcción de alianzas que propicien el desarrollo sostenible. Nuestra capacidad de relacionamiento con instituciones públicas y privadas nos ha permitido maximizar impactos, ampliar coberturas y generar valor para los grupos de interés.

Actualmente, contamos con 186 alianzas que permiten el desarrollo de programas e iniciativas de sostenibilidad.

### Entidades públicas y organismos multilaterales



Oficina del Alto Comisionado para la Paz, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, Ministerio de Comercio, Departamento de Prosperidad Social, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), Programa Naciones Unidas para el Desarrollo, Business Call to Action de las Naciones Unidas, Red del Pacto Global, Trust of Americas, IFC-Banco Mundial, Corporación Autónoma de Cundinamarca (CAR).

### Agremiaciones



Asociación Nacional de Empresarios (ANDI), Cámara de Bebidas de la ANDI, Fenalco, Fenaltiendas, Asobancaria, Asociación de Fundaciones Empresariales (AFE), Acoplásticos, Comité de Cafeteros.

Contamos con **186** alianzas que propician la sostenibilidad.



### Empresas e Iniciativas privadas



PepsiCo, Alianza G12 por la Sostenibilidad (Grupo Argos, Grupo Sura, Grupo Bancolombia, Grupo Éxito, ISA, Ecopetrol, Enel, Bavaria, Grupo Nutresa, Movistar, Terpel), Cauca tiene Norte (Zona Franca del Cauca e Incauca), Red Reciclo (sistema de gestión colectiva para envases y empaques), Prodeco, Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (Abaco), Coca-Cola Company, Coca-Cola Femsa, Bavaria, Nestlé, Grupo Familia, Tetra Pak, Grupo Plastilene, Grupo Carvajal, Enka, Ekored, OI-Peldar, Acodal, El Lab, Biontropic, WOM, Renting Colombia, Microsoft Colombia.

### Fundaciones, corporaciones y universidades



Fundación Proantioquia, Fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres, Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría, Fundación Recon, Fundación Granitos de Paz, Fundación Fondo Social ANDI, Fundación Ideas para la Paz, Fundación Carolina, Fundación Ellen Reigner de Casas, Fundación Escuela Barichara, Compromiso Empresarial para el Reciclaje (Cempre), The Nature Conservancy, Festival de Música de Cartagena (Fundación Salvi), Corporación Internacional de Cine de Cartagena, Fundación Hay Festival, Fundación Best Buddies, Corporación Cuenca Verde y sus aliados, Corporación Biocuenca, Fondo de Agua de Bogotá, Fundación Ximena Rico, Corporación América Solidaria, Global Communities, World Bicycle Relief, Universidad Eafit, Universidad Ean, Alianza ERA, Cruz Roja Colombiana, Corporación Matamoros, Cecodes, Amazonía Emprende, Fundación Alexander Von Humbolt, Icontec, Fundación Carvajal, Activo 7, Evertec, Agenda del Mar, Proplanet, Recicla Pues, Empocaloto, Cooperantes de la Fundación Cargoban, Fundación Siemens, Fundación Julie, Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (Abaco), Fundación Error 404, Corporación Terrazas Verdes, Fundación con Cora.



### Asociaciones de agricultores de fruta



Asomoralca, Musa, Asomorigua, Aslubel, Asmobel, Frutymat, Asoagropcin, Aprofum, Asoyoge, Asosanta, Asoaorca, Askewa, Asotolda, Asoamar, Agropromorte, Asotomin, Apaacegutol, Aproac, Organifrut, Asoprofrutor, Asoproagro, Asomorerros, Asoproductores, Asoplana-das, Asocharta, Asosanturban, Aproinaga, Aspromanco, Asoanolaima, Aspromango, Asonaranjalito, Aproavi, Asfruca, Asofruhor, Coagronvalia, Asomanpesc, Agropisa, Asomosin, Asoproalib, Apetosca, Asopropaso, Asobempre, Asojaguai, Asopraps, Asopaab.

### Asociaciones de recicladores



Reocol, Aprohabitat, Acción Social, Cooprecuperarfaca, Coreca, Asouniversal, Asorva, Asorredec, Asosabaneta, Coprofercol, Aburrá Verde, Recircular, Furvin Cali, Reciclar, Asoprosperar, EMRS Bogotá, Ecocanje, Guardianes Del Planeta, León Verde, Asoredec, Eco-recuperamos, Renacer, Asorepcol, Asodecores, Recuperambiente, Ecoresiduos, Rafcol, Agrucol, Asoproreciclaje, Coomulvi, Punto Ecológico, Coemprender, Colombiana de Aseo, Asocreclco, Muñoz Pineda, Asorecucuta, Asoyopal, Asorioacha, Héroes del Planeta, Corecinerorte, Asoempretcol, Luz Verde, Fundambiental, Corenacer, El Bunde, Opción de Vidas, Corpogestar Oriente, Asrepro, Asopereira, Colombia Recicla, Arra, Ecorecicla.





# ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

(GRI 3-1, 3-2)

El enfoque de sostenibilidad tiene una conexión profunda con nuestros grupos de interés desde lo que esperan de nosotros y los asuntos que, desde su perspectiva, pueden afectar el desempeño y el desarrollo de nuestra estrategia.

Con el apoyo de una firma de investigación cuantitativa y cualitativa y mediante encuestas a grupos de interés, en 2023 actualizamos el análisis de materialidad

## Asuntos materiales

En línea con la matriz de materialidad, agrupamos los asuntos en focos de actuación, que nos orientan en la gestión. Cada asunto material tiene una definición según la relevancia de acuerdo con el impacto y la importancia para la organización y para los grupos de interés.

valorando el impacto de los asuntos relevantes para el desarrollo de nuestro objeto de negocio y la capacidad de generar valor sostenible<sup>3</sup>.

Gracias a este ejercicio revisamos 19 asuntos materiales relevantes y analizamos la percepción de los grupos de interés, denotando cambios en términos de una mayor o menor valoración, en parte determinados por el contexto existente, donde los asuntos asociados a la naturaleza, el cuidado del agua, la biodiversidad, la seguridad alimentaria y las marcas con propósito, cobraron mayor relevancia.

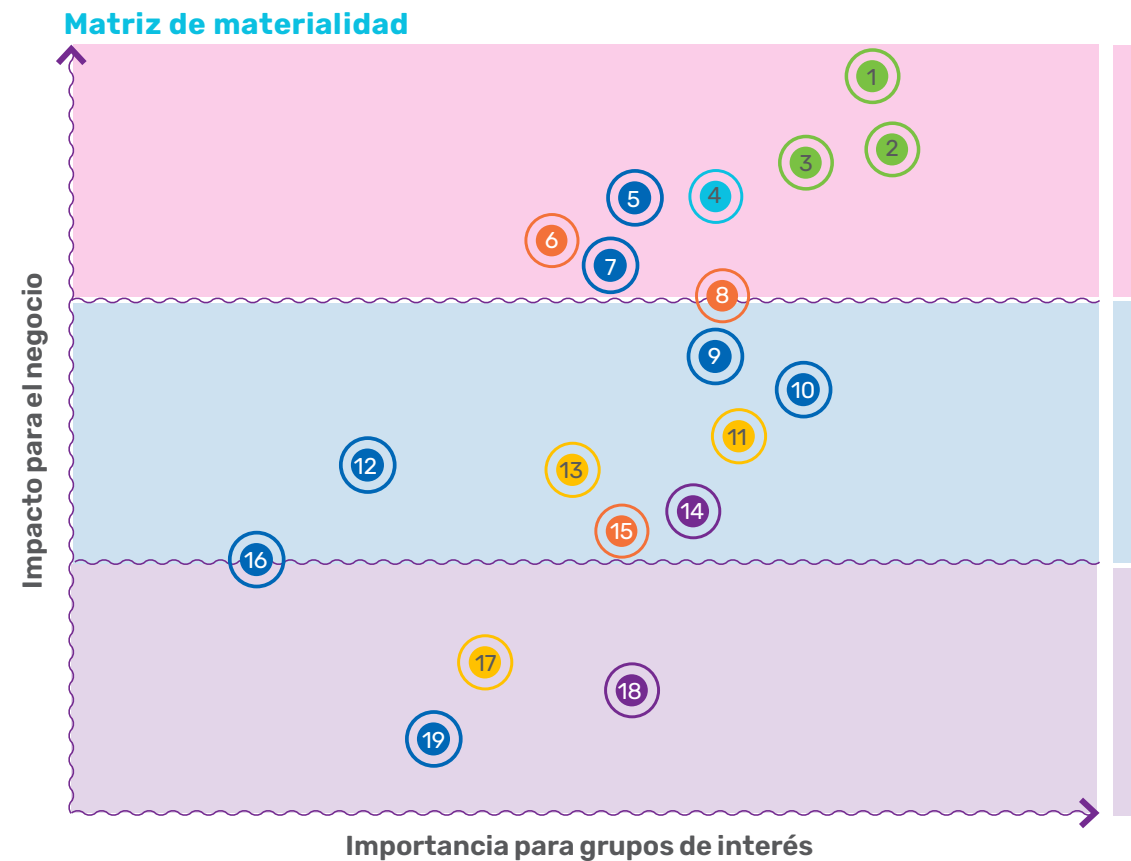
En 2024 esperamos desarrollar la doble materialidad, en la cual incluimos asuntos relacionados con la valoración financiera de los grupos de interés con respecto a los impactos del entorno sobre la creación de valor económico de la organización.

### Enfoque de actuación

Gestionar con criterio estratégico y metas retadoras de desempeño.

Controlar el impacto en el negocio y gestionar la percepción de los grupos de interés.

Seguir gestionando y monitoreando.



<sup>3</sup> Para encontrar los valores consolidados sobre la importancia de los asuntos para los grupos de interés se utilizó una media aritmética. Para encontrar los valores consolidados del impacto de los asuntos se utilizó una media ponderada.

## Asuntos materiales (GRI 3-2)

FOCO	ASUNTO	DEFINICIÓN	TENDENCIA
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	Enfatar 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.	=



# COMPROMISO Y APOORTE A LOS ODS

Nuestra forma de actuar invita a articularnos para maximizar el alcance e impacto positivo de las contribuciones que hacemos desde la sostenibilidad.

Esa forma de pensar nos conecta obligatoriamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible formulados por las Naciones Unidas.

Los ODS promueven el trabajo mancomunado de toda la humanidad para avanzar en un equilibrio

coherente entre lo social, lo ambiental y lo económico. 193 países se adhirieron a ellos y se comprometieron a trabajar por su cumplimiento de cara a 2030.

Nuestra contribución, esencialmente, está conectada con los 17 ODS. Ahora bien, nuestro aporte toca directamente y con acciones tangibles, a once de los objetivos con sus metas asociadas.

## Objetivos y metas que impactamos



**ODS 1**  
1.1., 1.2, 1.3, 1.4, 1.5



**ODS 2**  
2.1, 2.3, 2.4



**ODS 4**  
4.1, 4.2, 4.A, 4.C



**ODS 6**  
6.1, 6.3, 6.4, 6.5, 6.6, 6.A



**ODS 7**  
7.2, 7.3



**ODS 8**  
8.3, 8.5, 8.8



**ODS 9**  
9.4



**ODS 10**  
10.2



**ODS 12**  
12.2, 12.5, 12.6



**ODS 13**  
13.1, 13.2, 13.3, 13.A, 13.B



**ODS 15**  
15.1, 15.2, 15.3, 15.4, 15.5

## RECONOCIMIENTOS EN SOSTENIBILIDAD

### Reconocimiento SHE IS



Recibimos el Gran Reconocimiento Organización con Poder de Cambio hacia la Equidad de Género, otorgado por la Fundación SHE IS. Según la fundación, fomentamos la igualdad de género en la cadena de valor con acciones que inspiran a otros a actuar, concentrando la atención no solo en el ámbito interno, sino también con poblaciones vulnerables como mujeres rurales, recicladoras, tenderas y madres cabeza de familia; niñas, adolescentes y mujeres indígenas y afrodescendientes, quienes son beneficiarias de los programas sociales que adelanta la organización.

La Fundación SHE IS es aliada de Pacto Global y ONU Mujeres y en los últimos seis años, ha beneficiado a más de 17.000 niñas y mujeres en Colombia, Perú, Ecuador, Costa Rica y República Dominicana.



### Reconocimiento Xposable Colsubsidio

Obtuvimos el reconocimiento Xposable Colsubsidio 2023 por nuestro aporte a la economía circular y al trabajo que realizamos con el programa FARO Postobón. El reconocimiento resalta el trabajo de empresas y organizaciones que implementan proyectos sostenibles e innovadores en su modelo de negocio enfocándose en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas.



### Índice de Inversión Social Privada



Por sexto año consecutivo nos ubicamos como una de las 10 compañías con mejores prácticas de inversión social según el índice de Jaime Arteaga & Asociados. Este índice valora la decisión de las compañías de invertir de forma voluntaria en proyectos sociales y medioambientales, y así mejorar las condiciones de vida de las comunidades y los territorios donde operan. En esta última edición, se valoraron 165 empresas que operan en el territorio nacional, las cuales hicieron inversiones del orden de \$5 billones en proyectos sociales y \$4,1 billones en ambientales.



### Premio Lazos a la sostenibilidad de la embajada británica en Colombia y la BritCham



Recibimos el premio Lazos a la Sostenibilidad en la categoría Producto Sostenible gracias al nuestro programa FARO Postobón. Este reconocimiento otorgado por la Embajada Británica en el país y la Cámara de Comercio Colombo Británica (BritCham), promueve y conmemora ejemplos destacados de sostenibilidad empresarial altamente eficaces y comprometidos con la responsabilidad socioambiental en Colombia.

### Premio a la excelencia ambiental Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá



Los centros productores Gascol Centro, Gascol Sur y Gaseosas Lux obtuvieron el reconocimiento en el Programa de Excelencia Ambiental Distrital (PREAD) otorgado por la Secretaría de Ambiente del distrito de Bogotá en la Categoría Élite y Excelencia, al destacarse por su alto desempeño ambiental, incentivando el mejoramiento de la calidad ambiental en la ciudad.

### Reconocimientos de PepsiCo a la calidad en la producción



Los centros de trabajo de Malambo, Cucutá y Piedecuesta recibieron el reconocimiento Quality Audit Systems (QAS) otorgado por PepsiCo, el cual reconoce el gran compromiso que tienen con una producción con altos estándares de calidad e inocuidad, al presentar calificaciones superiores al 97% en los procesos de auditoría que hace PepsiCo. Por su parte, la planta de Duitama recibió el premio Caleb Bradham en la categoría de bronce, premio que el embotellador entrega a sus aliados como máximo reconocimiento en materia de calidad.

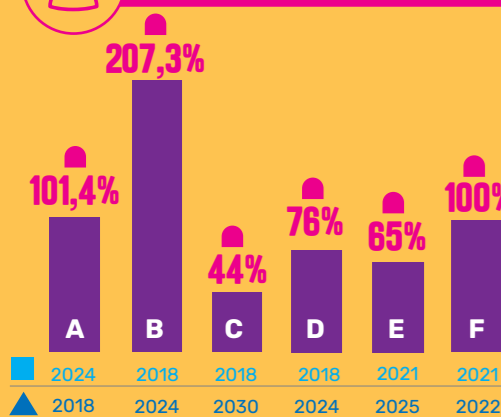
# METAS QUE NOS RETAN: AVANCES Y LOGROS

(GRI 3-3, POS G-2)

Nuestra gestión de sostenibilidad se mide por metas grandes, retadoras y ambiciosas y somos exigentes en su consecución. Las metas que nos trazamos también tienen una contribución directa a los ODS.

■ Año formulación ▲ Año meta ■ Cumplimiento ● Meta

## AMBIENTALES



### Gestión hídrica

**A** El índice de consumo de agua por litro de bebida producida será de 2,1LT.

### Economía circular

**B** Aseguraremos el reciclaje del 50% de material de envases y empaques que ponemos en el mercado.\*

**C** A 2030, el 50% del PET de nuestros envases provendrá de material reciclado.

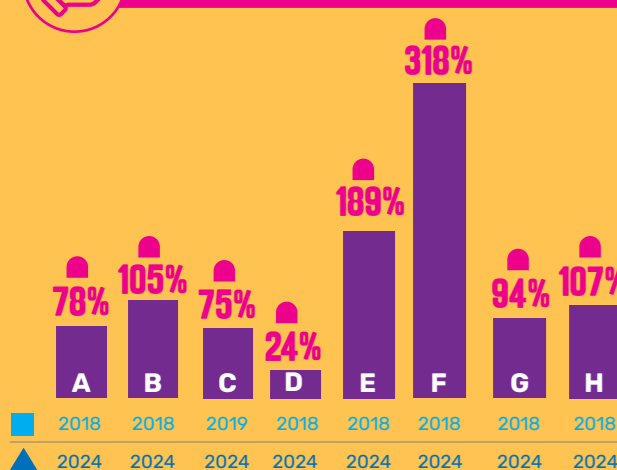
**D** 50% del vidrio de nuestros envases y empaques provendrá de material reciclado.

### Cambio climático

**E** Para 2025 reduciremos el 30% de los Gases Efecto de Invernadero.\*

**F** Alcanzar la carbono neutralidad.

## SOCIALES



### Bienestar

**A** El 50% del volumen total de litros vendidos de nuestro portafolio será sin azúcar añadida.

**B** El 80% de nuestras fórmulas se fabricarán con componentes naturales (sabores y edulcorantes).

**C** Contribuiremos al bienestar de por lo menos 100.000 jóvenes entre 12 y 17 años impactados con 60 minutos más de actividad física semanal.

**D** Por lo menos 60% del mango, la mora, el lulo y la guayaba provendrá del programa Hit Social de Postobón.\*

**E** Aumentaremos la calificación general a 87 puntos en la encuesta de clima laboral.\*

**F** 80% de nuestros colaboradores contará con planes de aprendizaje.\*

**G** Apoyaremos a 90.000 personas con nuestros programas de educación.

**H** 80% de nuestros colaboradores contará con planes de aprendizaje.\*

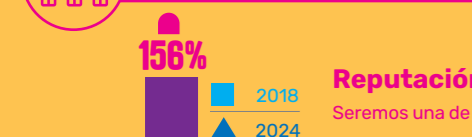
**I** Facilitaremos el acceso a agua potable para 100.000 personas.\*

**J** Apoyaremos a 90.000 personas con nuestros programas de educación.

**K** Aumentaremos la calificación general a 87 puntos en la encuesta de clima laboral.\*

**L** 80% de nuestros colaboradores contará con planes de aprendizaje.\*

## GOBIERNO



Seremos una de las empresas con mejor reputación en Colombia.\*\*

4. Reciclaje de multimat. 5. La meta es incremental y para el 2030 reduciremos el 50% de las emisiones de GEI. 6. La meta indexa el crecimiento anual de la demanda de fruta de la compañía. 7. Beneficiados directos con soluciones de agua potable instaladas o gestionadas por la compañía. 8. La encuesta considera un puntaje superior a 85 como nivel excelente. 9. En 2023, el 97% de los colaboradores tuvo formación por medio de iniciativas de compañía como la universidad interna, entre otras. 10. El parámetro de medición son los estudios independientes de reputación que realizamos, donde valoramos siete dimensiones y 23 atributos, los cuales alcanzaron el nivel "fuerte" en una escala de 1 a 100 (70-80 puntos).

En la meta referencia C es importante aclarar que en 2023 hubo menos disponibilidad de resina PET reciclada por los inconvenientes en las cadenas de abastecimiento globales y la menor disponibilidad de material posconsumo aprovechable.



## Ética y gobierno corporativo



Queremos ser una de las empresas con mejor reputación en Colombia, fortalecer la confianza y la credibilidad que generamos en los grupos de interés y ser reconocidos por el valor genuino y la contribución al desarrollo sostenible que traen consigo nuestras acciones.

### Lo que hicimos

- Somos la 21ª empresa con mejor reputación en Colombia<sup>11</sup>.
- Fuimos reconocidos como una de las 10 empresas que mejor gestión hace de su inversión social privada<sup>12</sup>.
- Recibimos el Gran Reconocimiento Organización con Poder de Cambio hacia la Equidad de Género, otorgado por la fundación SHE IS.
- Premio Xposible Colsubsidio por aporte a la economía circular.
- Premio Lazos a la sostenibilidad de la embajada británica en Colombia y la BritCham en la categoría Producto Sostenible.
- Premio a la excelencia ambiental Programa de Excelencia Ambiental de la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá.
- Premio GEMA revista P&M, a la mejor gestión de mercadeo y comunicación.
- Cuatro premios Effie por la efectividad de la comunicación de marcas.



## Bienestar



Nos propusimos contribuir al bienestar de las personas, brindándole una oferta de portafolio amplia, que responde a las tendencias de consumo. Buscamos que nuestras bebidas sean bajas, reducidas o sin azúcar añadida, que contengan ingredientes y componentes naturales y que nuestras acciones motiven a las personas a tener hábitos de vida activos.

### Lo que hicimos

- 99% de nuestro volumen de ventas fue bajo, reducido o sin azúcar añadida.
- 39% del volumen de ventas fue sin azúcar añadida.
- 41% del volumen de ventas fue bajo en azúcar añadida.
- 84% de nuestras fórmulas se fabricó con componentes e ingredientes naturales, 10% más que en 2022.
- Con el programa ¡Boom! Activa tu Vida, promovimos la actividad física en 25 instituciones educativas de 11 municipios, beneficiando a 25.036 estudiantes y 402 docentes. 12.568 de los beneficiados tienen entre 12 y 17 años. Desde 2019, 166.648 estudiantes de 93 municipios han participado en el programa.
- Promovimos 53 eventos deportivos que impactaron a 1,7 millones de personas con hábitos de vida activa.



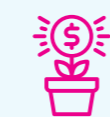
## Planeta



El agua es fundamental para lo que somos. Nos propusimos gestionarla de forma integral haciendo un uso eficiente de ella y cuidarla por medio de un trabajo conjunto con otros actores relevantes, al tiempo que protegemos y conservamos los espacios clave para su nacimiento y conservación.

### Lo que hicimos

- Nuestro indicador de consumo de agua por litro de bebida producido llegó a 2,07 Lt. cumpliendo anticipadamente la meta a 2024 (2,1 Lt por litro producido).
- En los últimos 10 años redujimos 44% el consumo de agua por litro de bebida producido.
- En 2023 redujimos la captación de 100.907m<sup>3</sup> de agua, lo cual equivale a el consumo de agua anual de 20.000 personas.
- Cuidamos y protegemos directamente y en alianzas 29.484 hectáreas de bosques clave para el agua y la biodiversidad.



Nos motiva liderar el paso de una economía lineal a una circular. Creemos en la circularidad de los materiales, la prolongación de vida útil de los materiales de envases y empaques. Nos importa el fortalecimiento de las personas y emprendimientos que promueven el reciclaje y acompañamos a los recicladores bajo criterios de inclusión social.

### Lo que hicimos

- Gestionamos el aprovechamiento de 121.143 toneladas de envases y empaques como PET, Tetra Pak, cartón y otros plásticos, que dejaron de ir a rellenos sanitarios y ecosistemas naturales.
- Reincorporamos 22% de material PET reciclado y 48% de vidrio reciclado en los envases.



## Planeta



Estamos comprometidos con la gestión del cambio climático con acciones de reducción y compensación de las emisiones que generamos en nuestra operación.

### Lo que hicimos

- 96 de cada 100 botellas de vidrio retornable regresaron a las plantas para ser reutilizadas.
- En 2023 desarrollamos iniciativas de aligeramiento para 10 referencias de productos.
- Gracias al ecodiseño dejamos de usar 1.067 toneladas de materiales. En los últimos cinco años dejamos de usar 39.297 toneladas de materiales vírgenes.
- Garantizamos que las botellas de Agua Cristal y Hatsu Water se hicieran con resina PET reciclada.
- Fabricamos las cajas de plástico con un 63% de material reciclado.
- Firmamos acuerdos con proveedores para el suministro a futuro de resina reciclada de PET.
- Cambiamos los pitillos de plástico de las cajitas de Tetra Pak de Hatsu por pitillos de papel y avanzamos en la sustitución de los pitillos de Hit y Tutti Frutti.
- Participamos en 30 iniciativas de economía circular en 22 departamentos, con las que apoyamos a 11.386 recicladores.
- Con FARO Postobón apoyamos directamente a 6.635 recicladores y 50 asociaciones de reciclaje en 19 departamentos.
  - Entregamos a los recicladores 4.965 kits de dotación.
  - Asignamos 3.154 bonos de alimentación y aseo.
  - Entregamos 175 incentivos para mejoramiento de vivienda.
  - Asignamos 3.380 seguros de vida a los recicladores.
  - Apoyamos a 26 asociaciones con arriendos, camiones, montacargas, compactadoras, motocarros e insumos operativos.
- Llegamos a 24 millones de personas con contenidos relacionados con reciclaje y economía circular.
- Obtuvimos con Agua Cristal la certificación plástico neutro otorgada por el Icontec.

### Lo que hicimos

- Renovamos por segundo año la certificación compañía carbono neutro.
- Redujimos 19.345 toneladas de CO<sub>2</sub>e, un 26% menos con respecto a 2022.
- Reemplazamos y actualizamos 8.300 equipos de frío por otros con tecnologías más eficientes y limpias.
- Movilidad sostenible:**
  - Comprometimos en 2023 la adquisición de 219 equipos con características de movilidad sostenible.
  - De 2010 a hoy hemos incorporado a la flota de transporte 657 unidades criterios de movilidad sostenible, comprometiendo inversiones por \$364.000 millones.
  - Invertimos \$2.300 millones en procesos de telemetría para transporte.
  - Mejoramos el rendimiento de combustible en un 6,3%.
  - Aumentamos la productividad de la flota de transporte en más del 15%.
  - Trajimos a Colombia el primer tractocamión eléctrico para distribución de bebidas.
  - Por eficiencias en la operación evitamos el consumo de 229.070 galones de diésel.
- Certificamos el 100% de nuestra energía como proveniente de fuentes renovables.
- Abastecimos con energía fotovoltaica la planta de Yumbo desde la granja solar Celsia.



## Sociedad



Promovemos la educación como un activo que genera oportunidades para miles de personas y ayuda a la construcción de una sociedad más incluyente y equitativa.

### Lo que hicimos

- Entregamos 355 bicicletas en cuatro instituciones educativas de zonas rurales de Córdoba. Desde 2015, el programa MiBici Postobón ha entregado 15.296 bicicletas en 23 departamentos.
  - Entregamos 3.424 piezas de mobiliario escolar para beneficio de 2.446 estudiantes de 22 instituciones educativas de 13 departamentos. Desde 2015 el programa MiPupitre Postobón ha entregado 48.516 piezas de mobiliario, para beneficio de 74.661 estudiantes de 27 departamentos, reciclando 186 millones de cajitas de Tetra Pak.
  - Con la iniciativa Cauca tiene Norte formamos a 75 jóvenes en liderazgo y proyectos de vida.
- Entendemos el derecho que tienen las comunidades de acceder al agua y desarrollamos iniciativas para hacerlo posible.**
- Entregamos 14 sistemas y plantas de potabilización de agua que benefician a 17.888 personas. En los últimos cuatro años hemos entregado 63 soluciones de agua a comunidades.
  - Con Litros que Ayudan atendimos 10 emergencias por desabastecimiento en las que entregamos 46.470 litros de agua a 9.965 personas. Desde 2014 hemos entregado 837.512 litros de agua a 424.208 personas en situaciones de emergencia.
  - Hemos desarrollado iniciativas como el Fondo Fuente de Vida Malambo, que en 2017 conectó al servicio público de agua en Malambo, Atlántico, a 20.758 personas.



## Cadena de valor



Promovemos las oportunidades en la cadena de valor generando un abastecimiento inclusivo, donde los pequeños agricultores de fruta tienen un papel fundamental para generar el desarrollo del agro colombiano.

### Lo que hicimos

- El 14,2% de la fruta que compramos provino del programa Hit Social Postobón.
- Apoyamos a 1.576 familias agricultoras de mora, lulo y mango de 10 departamentos, 27% más que en 2022.
- Pasamos de 35 a 45 asociaciones de agricultores vinculadas al programa.
- Propiciamos la generación de 3.564 empleos rurales, un 61% más que en 2022.
- Entregamos 128 mejoramientos de vivienda.
- 790 jóvenes hijos y familiares de los agricultores se han beneficiado con la escuela Hit Social.
- 16 jóvenes de Risaralda se graduaron como técnicos agrícolas con apoyo del SENA y 19 jóvenes de Santander iniciaron el proceso lectivo y de práctica en los cultivos Hit Social.
- 115 jóvenes participaron en procesos de formación complementaria en podas y cosecha, agricultura limpia y fertilización inteligente de cultivos y educación digital.
- Siete jóvenes se formaron en apicultura en cultivos de mora, mango y lulo.
- 16 jóvenes se capacitaron en educación digital.
- Instalamos puntos de conectividad a internet en seis asociaciones para facilitar procesos digitales.
- Apoyamos a 31 asociaciones con recursos económicos para la productividad y logística.
- Entregamos tanques de agua, obras de drenaje e hicimos establecimientos de taludes y adecuaciones en los cultivos de 104 productores para ser resilientes ante los efectos climáticos.
- Asignamos seguros agrícolas a 709 productores para proteger sus cosechas de los efectos climáticos. 32% de los seguros se asignó a mujeres agricultoras.
- Formamos a 273 productores en asuntos asociados a la mitigación del cambio climático.



## Gente



Construimos una cultura corporativa fundamentada en nuestro propósito superior y nuestros valores, que nos permite contar con un espacio de trabajo donde nuestros colaboradores y sus familias crecen y prosperan y viven experiencias para tomarse la vida.

### Lo que hicimos

- Generamos oportunidades de trabajo para 19.036 personas. De estas oportunidades 11.418, equivalentes al 60%, fueron empleos directos.
  - Redujimos 3% la tasa de rotación, lo cual confirma el sentido de pertenencia que fomenta la organización en sus colaboradores.
  - Invertimos \$45.848 millones en beneficios a empleados, un 7% más con respecto a 2022.
  - 40% de nuestros cargos directivos es ocupado por mujeres.
  - Conservamos un nivel excelente en nuestro clima organizacional (según nuestra encuesta interna).
- Fomentamos el aprendizaje de nuestros colaboradores como parte fundamental del desarrollo de los seres humanos, estimulando el sentido de pertenencia y compromiso con la organización.**
- Invertimos \$2.068 millones, 16% más con respecto al año pasado, en la oferta de formación para 12.924 personas, un 68% más que en 2022.
  - Logramos una cobertura con planes de formación del 75% de los empleados directos de la organización.
  - 709 personas fueron promovidas a cargos superiores.

### Lo que hicimos

## ODS RELACIONADOS



11. Monitor Merco Empresas y Líderes 2023.  
12. Índice de Inversión Social Privada JA&A.

# 099

## NUESTRA gestión SOSTENIBLE

# AVANZAR HACIA UN mundo sostenible ES EL MEJOR SINÓNIMO DE TOMARSE la vida.

## COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

(POS S-13, S-14, S-15, S-16, S-22, S-23, S-24)

Somos conscientes de las necesidades que tienen las comunidades y las poblaciones con las que tenemos relación directa o indirecta en nuestra cadena de valor. Bajo esa lógica, como lo hemos hecho desde hace cerca de 120 años, queremos contribuir a su calidad de vida y a cerrar brechas, propiciar el desarrollo y buscar la prosperidad de la sociedad en pleno.

### Inversión social<sup>13</sup>

(POS S-16)

Nuestras intervenciones sociales reflejan el ADN de la organización.

Las hacemos bajo una lógica de valor compartido y capitalismo consciente y se materializan en programas que apoyan la educación, promueven el bienestar, la equidad de género, el cuidado del medio ambiente, la cultura y el desarrollo de oportunidades en el campo, al tiempo que aportan al cumplimiento de los ODS.

En 2023 invertimos \$18.570 millones de los cuales el 93,3% provino de recursos propios<sup>14</sup> con los que beneficiamos a 202.313 personas directamente, un 8% más que en 2022, cifra que se incrementa a 1.683.849 personas gracias al aporte de las donaciones que hicimos en especie.

### Inversiones sociales

Programas sociales	\$7.497
Donaciones	\$11.074
<b>Total</b>	<b>\$18.570</b>

Cifras en millones de pesos.

### Beneficiarios

Directos (por programas de la compañía)	202.313
Por donaciones de la compañía	1.481.536
<b>TOTAL</b>	<b>1.683.849</b>

<sup>13</sup> Incluye la inversión hecha por intermedio de la Fundación Postobón y otras desarrolladas por áreas de la organización que, además de realizarlas como parte de nuestro objeto de negocio tienen un impacto social.

<sup>14</sup> El 6,7% de la inversión social provino de recursos de cooperación nacional e internacional y de terceros aliados, los cuales fueron ejecutados por la Fundación Postobón.



# APORTES A LA EDUCACIÓN

## ¡Boom! Activa tu vida

(POS S-5, S-22, S-23)

Programa creado en 2019 para promover en niñas, niños y jóvenes la actividad física en instituciones educativas.

### Claves del programa

- Empodera a los docentes al brindarles herramientas pedagógicas que promueven la actividad física en las instituciones educativas.
- Crea consciencia en los estudiantes sobre los beneficios de la actividad física para sus vidas y el uso adecuado de tiempo libre, combatiendo el sedentarismo y la obesidad.
- Trabaja con las instituciones educativas para dejar capacidades técnicas y pedagógicas para promover y practicar la actividad física.
- Brinda formación, acompañamiento técnico y empoderamiento a la comunidad educativa para fortalecer la práctica de actividad física y enriquecer los procesos pedagógicos.
- Entrega de implementos deportivos y una guía metodológica que consolida el plan de formación a docentes. La guía metodológica incluye 108 clases de 60 minutos de actividad física y un manual de uso de los implementos deportivos.
- El programa brinda acceso a un curso virtual gratuito de formación que se encuentra alojado en el sitio web de la Fundación Postobón.



En alianza con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (Usaid) llevamos el programa a Tierralta y Valencia, Córdoba, para beneficio de 2.163 estudiantes en cuatro instituciones educativas rurales, 44% estudiantes entre los 12 y 17 años.

	2023	ACUMULADO 2019-2023
Estudiantes beneficiados	25.036	166.648
Instituciones educativas	25	214
Docentes formados en actividad física	402	2.657
Jóvenes beneficiados entre 12 y 17 años	12.568	75.007
Acompañamiento a Planes de Actividad Física Escolar (PLAE)	24	128
Horas de actividad física	364	64.612
Departamentos impactados	6 Antioquia, Bolívar, Cauca, Córdoba, Cundinamarca, Nariño.	18 Antioquia, Atlántico, Boyacá, Caldas, Casanare, Cauca, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Magdalena, Nariño, Putumayo, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima, Valle del Cauca, Bolívar.
Municipios impactados	11	93

EL 50,2% DE LOS BENEFICIARIOS

del programa en 2023 fueron estudiantes entre 12 y 17 años.

6.853 ESTUDIANTES

aumentaron 60 minutos su actividad física.

402 DOCENTES

se formaron en la metodología y en la práctica de actividad física.



¡Boom! Activa tu Vida hace presencia en municipios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) en el marco del posconflicto. De igual forma, hace presencia en los espacios denominados Zonas más Afectadas por el Conflicto (Zomac).



# MiBici Postobón

Hacemos de la bicicleta una herramienta de transformación social con alto impacto en la ruralidad para mitigar el riesgo de deserción escolar por falta de transporte.

En 2015 adoptamos y adaptamos el modelo de impacto social de la fundación World Bicycle Relief, el cual considera que, con una bicicleta, niños, niñas y adolescentes que viven alejados de sus instituciones educativas pueden empoderarse.

En alianza con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (Usaid), entregamos 355 bicicletas a 139 estudiantes hombres y 216 mujeres en cuatro instituciones educativas de Tierralta y Valencia, Córdoba. Estos municipios, al igual que el departamento de Córdoba, están priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) en el marco del posconflicto y como Zonas más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

## LOS RESULTADOS:

### REDUCCIÓN DE 35%

en los tiempos de desplazamientos de los beneficiarios.

### 258 ESTUDIANTES

asistieron al menos al 75% de las clases al mes.

### MÁS DE 20

miembros de la comunidad educativa crearon comités para velar por el buen uso de las bicicletas.

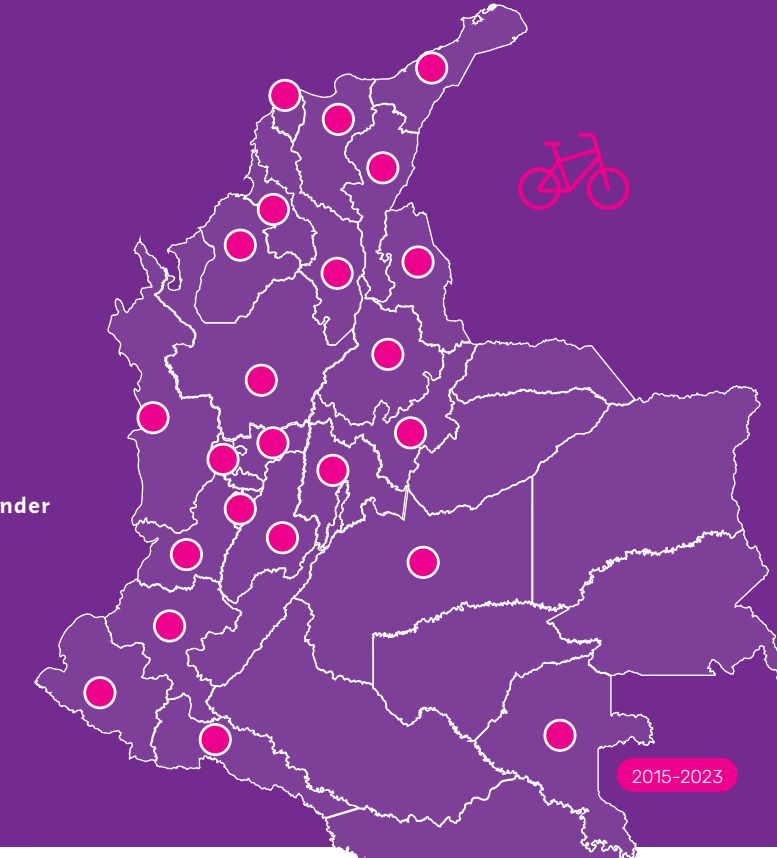


## Resultados

	2023	ACUMULADO 2015-2023
Bicicletas entregadas	355	15.296
Instituciones educativas beneficiadas	4	380
Inversión	\$409 millones	\$ 12.606 millones
Departamentos impactados	1 Córdoba	23
Municipios impactados	2 Tierralta, Valencia	132

## Departamentos impactados con MiBici

- Antioquia
- Atlántico
- Bolívar
- Boyacá
- Caldas
- Cauca
- Cesar
- Chocó
- Córdoba
- Cundinamarca
- La Guajira
- Magdalena
- Meta
- Nariño
- Norte de Santander
- Putumayo
- Quindío
- Risaralda
- Santander
- Sucre
- Tolima
- Valle del Cauca
- Vaupés



# Mi Pupitre Postobón

(POS S-23)

Hacemos de las cajitas de Tetra Pak oportunidades de educación al convertirlas en mobiliario para instituciones educativas y otras organizaciones como las asociaciones de recicladores, al tiempo que aumentamos los volúmenes de recolección y aprovechamiento de este material de envase.

Como aporte a la Paz y la reconciliación y en el marco del posconflicto, hemos entregado mobiliario escolar en municipios priorizados con Programas de Desarrollo Territorial (PDET) y en Zonas más Afectadas por el Conflicto (Zomac).

## Resultados

	2023	ACUMULADO 2015-2023
Mobiliario entregado	3.424	48.516
Estudiantes beneficiados	2.446	74.661
Instituciones educativas beneficiadas	22	193
Departamentos impactados	13 Córdoba, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Nariño, Risaralda, Valle del Cauca, Tolima, Arauca, Santander, Norte de Santander, Meta, Antioquia.	27 Cundinamarca, Valle Del Cauca, Nariño, Santander, Antioquia, Huila, Tolima, Arauca, Córdoba, Norte De Santander, Meta, La Guajira, Risaralda, Amazonas, Quindío, Boyacá, Magdalena, Atlántico, Cauca, San Andres, Chocó, Vaupés, Vichada, Sucre, Bolívar, Caldas, Cesar.
Municipios impactados	22	101
Material reciclado (ton)	76,5	1.683
Cajitas recicladas (millones)	8,3	186

## Presencia en PDET y Zomac



# Alianza ERA por la educación de Antioquia

Alianza por la Educación en Antioquia (Alianza ERA) es una articulación público-privada conformada por diferentes entidades del departamento con experiencia en educación y fomento al desarrollo. Surgió en 2017 para acompañar a las escuelas rurales del departamento y a la fecha ha impactado en 27 municipios, acompañado 1.500 maestros y asesorado a más de 27.000 estudiantes.

Nosotros contribuimos con el programa MiPupitre a dotar escuelas donde se desarrolla la alianza. En 2023 se beneficiaron 341 estudiantes de cuatro instituciones educativas de Chigorodó y Betania entregándoles 516 piezas de mobiliario.

# DESARROLLO AGRÍCOLA INCLUSIVO

## Hit Social Postobón

(POS S-13, S-14)

Hit Social Postobón es uno de los programas más destacados de gestión social en el agro colombiano.

En sus cerca de 30 años de historia, el programa, basado en preceptos de valor compartido, vincula a agricultores de fruta a nuestra cadena de valor

y les brinda acompañamiento integral, para incrementar sus capacidades técnicas, comerciales, logísticas y organizacionales. Esto trae consigo un plus diferencial: les garantizamos la compra de la fruta a precios competitivos.

### Lo que hace diferente a Hit Social

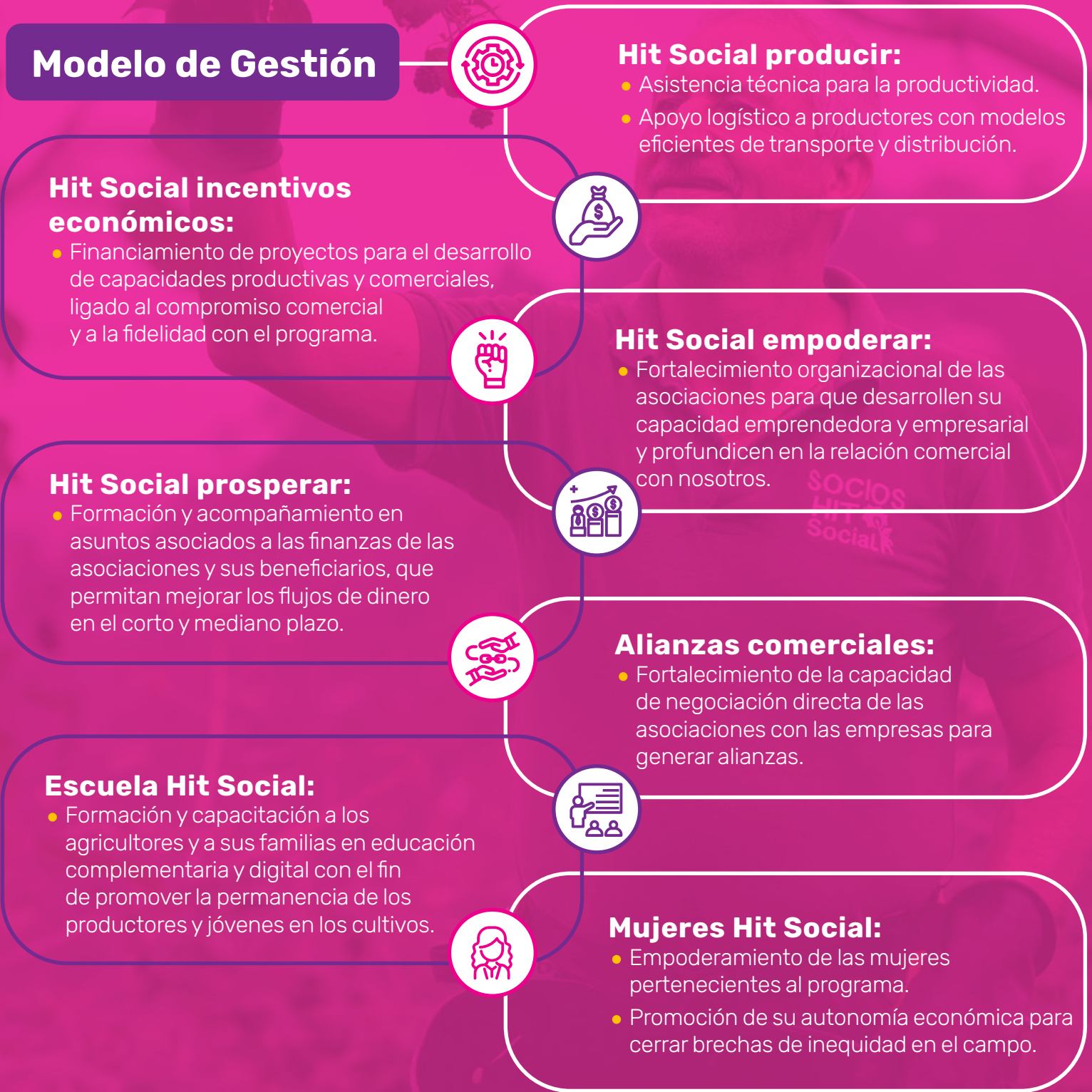


### Hit Social en cifras

	2022	2023
Asociaciones de agricultores vinculadas	35	<b>45</b>
Toneladas de fruta compradas a proveedores Hit Social	4.813	<b>5.243</b>
Porcentaje de las compras de fruta que corresponden a proveedores Hit Social	14,2%	<b>14,2%</b>
Compras a agricultores de fruta (millones de pesos)	\$ 11.743	<b>\$ 10.093</b>
Familias beneficiadas	1.244	<b>1.576</b>
Mujeres agricultoras	376	<b>490</b>
Mujeres en juntas directivas	77	<b>88</b>
Empleos generados <sup>15</sup>	2.212	<b>3.564</b>
Departamentos impactados	8	<b>10</b>
Municipios impactados	31	<b>31</b>

<sup>15</sup> El dato de empleos generados es un aproximado basado en el cálculo de las personas que trabajan en cada tipo de cultivo por hectárea.

# ¿Cómo funciona Hit Social?



# PRESENCIA HIT SOCIAL EN EL PAÍS



Mango



Mora



Mango y mora



Lulo y mora

## Cesar

- La Jagua de Ibirico: 159

👤 159

## Norte de Santander

- Ragonvalia: 52

👤 52

## Santander

- Santa Bárbara: 37
- Charta: 26
- Matanza: 86
- Piedecuesta: 156

👤 305

## Risaralda

- Guática: 11
- Belén de Umbría: 73
- Santa Rosa de Cabal: 22
- Apía: 24

👤 130

## Valle del Cauca

- Bugalagrande: 39
- Guacarí: 31

👤 70

## Cauca

- Buenos Aires: 49
- Miranda: 36
- Santander de Quilichao: 34
- Suárez: 72

👤 191

## Huila

- Isnos: 179

👤 179

## Bolívar

- Clemencia: 67
- Santa Rosa: 37
- Santa Catalina: 47

👤 151

## Cundinamarca

- Anolaima: 31
- Cachipay: 23
- Anapoima: 19
- Apulo: 10
- Viotá: 8
- Mesitas del Colegio: 20
- Quipile: 32

👤 143

## Tolima

- Lérida: 23
- Roncesvalles: 75
- San Luis: 39
- El Guamo: 59

👤 196

👤 Agricultores impactados

# Aportes de Hit Social en 2023

- Acompañamos integralmente a **1.576** productores de mango, mora y lulo, en 10 departamentos. De ellos, 490 son mujeres (31,1%).
- Pasamos de **35 A 45** asociaciones de agricultores vinculadas al programa.
- En alianza con la empresa Prodeco llegamos a Cesar para fortalecer cultivos de mango, beneficiando a 159 agricultores.
- Entregamos **128** mejoramientos de hábitat para incentivar a los productores de mora y lulo con mayores índices en productividad.
- Entregamos recursos para mejorar las sedes de cuatro asociaciones con la construcción de salones y dotación de mobiliario.
- Entregamos un vehículo de carga y canastillas para la recolección de frutas por valor de \$40 millones.
- Medimos el aporte del programa a la construcción de capacidades por parte de las organizaciones en términos de asociatividad, producción, manejo ambiental, comercialización y manejo de finanzas, obteniendo un resultado de **80%**, lo cual determina que las asociaciones ven a Hit Social como clave en su progreso.



## Escuela Hit Social: promoviendo el conocimiento y el relevo generacional

**Acompañamos a los hijos de los agricultores con formación para que hagan un relevo generacional en el campo y encuentren allí su oportunidad de vida y de desarrollo.**

Hoy contamos con 790 jóvenes que se han beneficiado con las acciones educativas de la escuela Hit Social. En 2023, las actividades se concentraron en 267 jóvenes con las siguientes acciones:

- 94 jóvenes de Cauca y Valle se formaron en habilidades para la vida.
- 16 jóvenes de Risaralda se graduaron como técnicos agrícolas con apoyo del SENA y 19 jóvenes de Santander iniciaron el proceso lectivo y de práctica en los cultivos Hit Social.
- 115 jóvenes participaron en procesos de formación complementaria y capacitaciones en temas como podas y cosecha, agricultura limpia y fertilización inteligente de cultivos y educación digital.
- Siete jóvenes se formaron en apicultura con el fin de promover emprendimientos asociados a la apicultura en los cultivos Hit Social.
- 16 jóvenes se capacitaron en educación digital mediante una alianza con Microsoft y WOM. Ellos se encargaron de formar a 322 agricultores (146 mujeres) en habilidades básicas de uso de celulares y en competencias ofimáticas.
- Instalamos puntos de conectividad a internet en seis asociaciones para facilitar la conectividad y los procesos digitales.

**790** jóvenes se han beneficiado de la escuela Hit Social.



## Acompañamiento técnico a los agricultores

- Realizamos 4.290 visitas de asistencia en campo con el fin de brindar acompañamiento técnico en sitio a los agricultores.
- Apoyamos a 31 asociaciones con recursos económicos para mejorar productividad y logística en los cultivos de 1.086 productores, concentrando esfuerzos en los cultivos de 359 mujeres. En este proceso invertimos \$646 millones.

## Aporte de Hit Social a la Paz y la reconciliación

Hit Social hace presencia en 11 municipios de seis departamentos considerados como Zonas Más Afectadas por el Conflicto (ZOMAC).

También hace presencia en cinco municipios de dos departamentos donde se instauraron Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET).

**14,2%** de la fruta que compramos proviene de Hit Social.   
(POS S-15)

**100%** de la mora que Nutrium exporta proviene de Hit Social.

## Mujeres, foco de atención

El impacto ampliado de Hit Social beneficia a 1.136 mujeres del agro, de las cuales 406 son productoras, 438 cónyuges y 292 hijas de los agricultores vinculados al programa.

Con ellas hacemos un trabajo especial para cerrar brechas de género en el campo desde tres aspectos: Promover el liderazgo femenino, empoderarlas en la toma de decisiones y fortalecer su autonomía económica.

- 56 mujeres se capacitaron en fortalecimiento empresarial y recibieron \$45 millones para financiación de sus emprendimientos.
- 151 mujeres se formaron en empoderamiento y liderazgo femenino.
- 88 mujeres llegaron a las juntas directivas de sus asociaciones, un 16% más que en 2022.

## Hit Social y el cambio climático

Identificamos y gestionamos riesgos climáticos en los cultivos de fruta del programa a raíz de análisis internos que indican que el 61 % de los productores es vulnerable a sequías y exceso de lluvias. Luego de esto:

- Entregamos tanques de agua, obras de drenaje e hicimos estabilización de taludes y adecuaciones en los cultivos de 104 productores para ser resilientes ante los efectos climáticos.
- Asignamos seguros agrícolas del orden de \$4,6 millones por persona a 709 productores para proteger sus cosechas de los efectos climáticos. La bolsa de aseguramiento fue de \$3.261 millones. El 32% de los seguros se asignó a mujeres agricultoras. Esta actividad se hizo en alianza con Finagro y Seguros Bolívar.
- Formamos a 273 productores en asuntos asociados a la mitigación del cambio climático.



# RECICLAJE INCLUSIVO

## FARO Postobón

Fortalecimiento a Asociaciones de Recicladores de Oficio, eso significa Faro Postobón, un programa que contribuye a la implementación de la economía circular con criterios de inclusión social.

El programa busca aumentar los niveles de recolección y aprovechamiento de materiales posconsumo de envases y empaques PET, vidrio, cartón y latas y lo hace acompañando a asociaciones que congregan a recicladores de oficio, quienes son beneficiados con una oferta integral para mejorar su calidad de vida.



### Enfoque del programa



Con nuestro acompañamiento, las asociaciones de recicladores pueden alcanzar un nivel de madurez suficiente para que en el corto o mediano plazo presten servicio público de aseo en el componente de aprovechamiento y, así, mejoren su sostenimiento en el tiempo y los niveles de reciclaje en el país.

	2022	2023
Asociaciones vinculadas al programa	26	<b>52</b>
Recicladores beneficiados	3.370	<b>6.635</b>
Toneladas de materiales aprovechables recuperados	31.547	<b>61.862</b>
Seguros de vida entregados	1.492	<b>3.380</b>
Mejoramientos de viviendas otorgados	110	<b>175</b>
Dotaciones a recicladores	1.283	<b>4.965</b>
Bonos de alimentación para recicladores	NA	<b>3.154</b>
Equipos entregados a asociaciones	13	<b>14</b>
Salidas experienciales con recicladores	21	<b>44</b>
Departamentos impactados	10	<b>22</b>
Municipios impactados	32	<b>39</b>

## Hechos relevantes

- El programa pasó de 26 a 52 asociaciones de recicladores vinculadas.
- Ayudó a conformar cinco asociaciones nuevas bajo una lógica de incubadora empresarial.
- Hizo presencia en 19 departamentos del país.
- Impactó a 6.635 recicladores.
- Las asociaciones crecieron un 96% en el reporte de material aprovechable a la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales.
- 61.862 toneladas de envases y empaques se recuperaron y reincorporaron a procesos productivos, lo cual representa un cumplimiento de 117% de la meta establecida.
- Entregamos a los recicladores 4.965 kits con camibusos, capas para la lluvia, guantes y sombreros.
- Asignamos 3.154 bonos de alimentación por un valor de \$50.000 cada uno, redimibles en alimentos y artículos de aseo.
- Entregamos 175 incentivos para mejoramiento de vivienda, cada uno de un millón de pesos.
- Hicimos 44 salidas experienciales donde participaron cerca de 863 recicladores.
- Asignamos 3.380 seguros de vida a los recicladores.
- Apoyamos a 26 asociaciones con el pago de arriendos y con vehículos como camiones, montacarga, compactadoras, motocarros e insumos operativos.
- En alianza con PepsiCo concentramos esfuerzos en el fortalecimiento de 10 asociaciones de recicladores, impactando con beneficios y herramientas de trabajo a 1.005 recicladores.

## Incubadoras para el aprovechamiento de materiales

Iniciamos el proceso de acompañamiento a cinco grupos de recicladores en Antioquia, Cauca y Cundinamarca en función de su organización empresarial y formalización como unidades productivas que pueden acceder a la normatividad vigente de prestación del servicio de aprovechamiento.



## Presencia FARO Postobón

■ Personas impactadas | ▲ Mujeres impactadas

**6.635** **2.731** 41% del total de personas

Antioquia	▲	▲
Bello	315	126
Medellín	1.414	566
Itagüí	210	84
Salgar	20	8
Sabaneta	50	20
Caldas	65	26
Envigado	120	48
Marinilla	67	27
<b>TOTAL</b>	<b>2.261</b>	<b>905</b>

Atlántico	▲	▲
Soledad	140	56
Malambo	20	8
Puerto Colombia	15	6
<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>70</b>

Bolívar	▲	▲
Cartagena	42	17

Caquetá	▲	▲
Florencia	65	26

Casanare	▲	▲
Yopal	170	68

Cesar	▲	▲
Valledupar	70	28

Córdoba	▲	▲
Montería	100	40

Cundinamarca	▲	▲
Facatativá	110	44
Soacha	20	8
Bogotá	990	396
Madrid	85	34
Mosquera	62	25
Funza	120	48
<b>TOTAL</b>	<b>1.387</b>	<b>555</b>

Huila	▲	▲
Neiva	50	20

La Guajira	▲	▲
Riohacha	300	120

Meta	▲	▲
Villavicencio	336	134

Nariño	▲	▲
Pasto	80	32

Norte de Santander	▲	▲
Cúcuta	88	35

Quindío	▲	▲
Los Patios	18	7
Armenia	202	81
Calarcá	40	16
Montenegro	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>103</b>

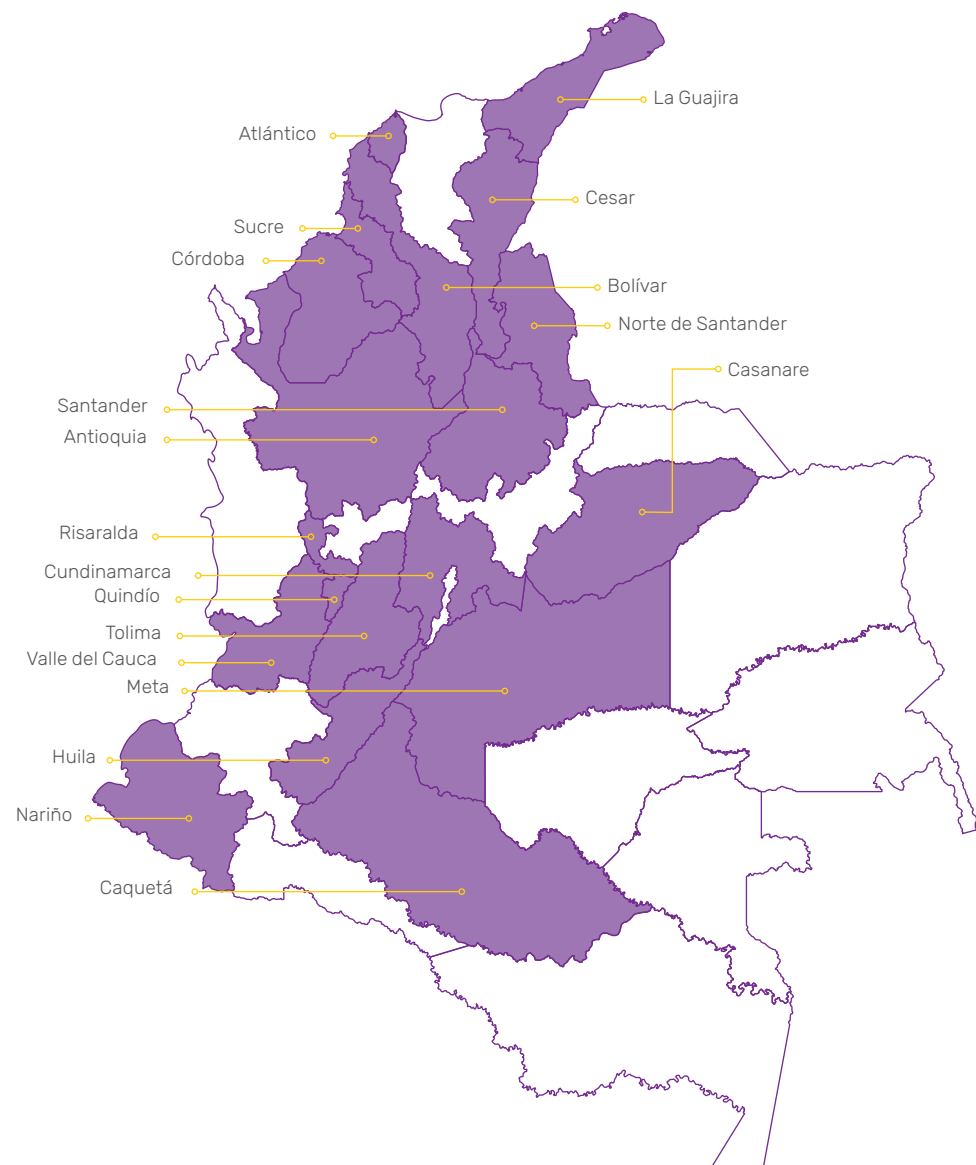
Risaralda	▲	▲
Pereira	160	64

Santander	▲	▲
Bucaramanga	93	37
Floridablanca	18	7
Girón	18	7
Piedecuesta	18	7
<b>TOTAL</b>	<b>137</b>	<b>58</b>

Sucre	▲	▲
Sincelejo	223	89

Tolima	▲	▲
Ibagué	172	69

Valle del Cauca	▲	▲
Cali	545	218



# ACCESO AL AGUA

## Litros que Ayudan

(POS S-24)

Litros que Ayudan es un programa operado por la Fundación Postobón, el cual, con el apoyo de la Cruz Roja Colombiana, busca multiplicar la solidaridad por medio del acceso al agua, especialmente en situaciones de emergencia que limitan contar con el recurso. A estas comunidades y por medio del trabajo solidario de la Cruz Roja, les entregamos a los afectados un mínimo vital de agua por persona para facilitar su subsistencia.



### Atención de emergencias

	2023	ACUMULADO 2014-2023
Emergencias atendidas	10	80
Litros entregados	46.470	837.512
Personas beneficiadas	9.965	424.208



## Emergencias atendidas

en 2023



# DESARROLLO TERRITORIAL

## CAUCA tiene Norte

Estamos presentes en Caloto, Puerto Tejada y Guachené, municipios del Cauca, poblaciones golpeadas por el conflicto y por problemas sociales.

En estos municipios desarrollamos la alianza Cauca Tiene Norte, un trabajo conjunto con Incauca y la Zona Franca del Cauca, que se enfoca en temas educativos, liderazgo, la promoción del emprendimiento local y el acceso al derecho fundamental que todas las personas tienen al agua.

## Los resultados en jóvenes

- **100%** incrementó su capacidad de liderazgo.
- **62%** amplió su lenguaje emocional y la capacidad de expresar emociones.
- **62,5%** aprendió a manejar el estrés.
- **60,7%** entendió el concepto de empatía.
- **78,8%** fortaleció sus competencias lectoras y de producción de textos.
- **34** jóvenes elaboraron su hoja de vida y sus perfiles fueron presentados a empresas de la región. Algunos de ellos fueron vinculados a trabajos formales.



- **26,8%** recibió acompañamiento en orientación vocacional.
- **18** jóvenes fortalecieron sus emprendimientos gracias a la alianza.
- **36** jóvenes recibieron acompañamiento en salud física y mental.
- **82%** de los jóvenes construyó su plan de vida.



En 2023, con el apoyo de la Fundación Carvajal, la alianza formó a 75 jóvenes en asuntos de liderazgo y formulación de proyectos de vida. De ellos, 56 se graduaron de un diplomado de habilidades socio emocionales para el liderazgo.



# VOLUNTARIADO CORPORATIVO Y SOLIDARIDAD

## Dejando Huella

Nuestro voluntariado corporativo, llamado Postobón Dejando Huella, conecta a los colaboradores de los centros de trabajo a lo largo y ancho del país con las comunidades, especialmente las aledañas a nuestras operaciones.

El voluntariado prepondera dos líneas de intervención.

La primera, haciendo adecuaciones locativas en las instituciones educativas cercanas a los centros de trabajo de Postobón, mejorando así los ambientes escolares.

La segunda, haciendo siembras de árboles en zonas rurales que son clave para el cuidado del agua y la biodiversidad, la cual se complementa con la formación a los voluntarios para que sean multiplicadores de información sobre cambio climático, cuidado del agua y reciclaje en las instituciones educativas que se intervienen.



	2022	2023
Centros de trabajo participantes	16	<b>13</b>
Voluntarios activos	252	<b>474</b>
Jornadas	11	<b>21</b>
Horas totales de voluntariado	1.080	<b>2.370</b>

## Donaciones sociales

Año a año realizamos donaciones a organizaciones sociales y comunidades, con el fin de aportar al desarrollo de sus actividades. Estas donaciones las hacemos en dinero o en especie, aportando productos de nuestro portafolio.

En 2023 fuimos el mayor donante de Banco de Alimentos de Colombia y con nuestras donaciones en especie beneficiamos a 1.481.536 de personas. Gracias a esto aportamos a los ODS1 (fin de la pobreza), ODS2 (hambre cero) y ODS12 (producción y consumo responsables).

Los voluntarios Postobón intervinieron 1.087 m<sup>2</sup> con murales que mejoraron las condiciones locativas de 21 instituciones educativas.



La participación de los colaboradores como voluntarios creció 88% con respecto a 2022.

Tipo de donación	2022	2023
Solidarias	\$2.921	\$2.601
Valor compartido	\$4.109	\$8.237
Donaciones en especie	\$6.584	\$7.287
<b>TOTAL</b>	<b>\$13.614</b>	<b>\$18.125</b>

Cifras en millones de pesos.

# COMPROMISO CON el planeta

(GRI 3-3, POS A-1)

La naturaleza siempre busca el equilibrio y en Postobón seguimos su ejemplo para avanzar hacia un mundo sostenible.

Somos Postobón BIO, más verde, más vida.

Para seguir moviéndonos por Colombia, incorporando tecnologías ecoamigables.

Produciendo con eficiencia sostenible. Implementando energías renovables.

Refrescando al país con propósito. Con más envases amigables, 100% reciclados, 100% reciclables.

Pensando más allá de nuestros sabores.

Protegiendo el agua y conservando miles de hectáreas de bosques.

Gestionando el cambio climático y siendo carbono neutros.

Por eso seguimos fortaleciendo estas acciones con un plan de acción climática que aporte a la transición hacia una economía libre de carbono.

Con más movilidad sostenible.

Más energías renovables.

Liderando la economía circular.

Con soluciones basadas en la naturaleza.

Con el cuidado de bosques, fuentes hídricas.

Con un abastecimiento responsable y sostenible.



**NUESTRO EQUILIBRIO CON LA NATURALEZA ES FUNDAMENTAL PARA LA VIDA.**

## NUESTRO ENFOQUE DE GESTIÓN

Postobón BIO es la plataforma que acompaña nuestra gestión en asuntos ambientales. Se inspira en la vida y se alinea con nuestro propósito superior, una invitación abierta a tomarnos la vida para avanzar hacia un mundo sostenible.

Todas las acciones que desarrollamos en Postobón BIO las orientamos bajo un enfoque preventivo, en el cual:

- Preponderamos la seguridad hídrica de los centros de trabajo y de los entornos de operación.

- Propiciamos dinámicas de economía circular relevantes que impulsen la gestión posindustrial y posconsumo de residuos, bajo criterios de reducción, reutilización, retornabilidad y reciclaje.

- Gestionamos el cambio climático, avanzando en la descarbonización del negocio por medio de la mitigación y reducción de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, y, además, con acciones concretas para la adaptación, reduciendo los riesgos causados por el cambio climático en la operación del negocio y en la cadena de valor.





Bosques protegidos en Antioquia.

## Inversión ambiental (POS A-1)

En 2023 invertimos directamente en programas ambientales \$16.386 millones, en los cuales se incluyen acciones asociadas al cuidado del recurso hídrico, la economía circular y el cambio climático. Adicionalmente, en la operación directa hicimos otras inversiones con impacto directo en el medioambiente del orden de \$149.309 millones, en las cuales se incluyen la compra de materias primas con criterio de circularidad, la incorporación y reemplazo de equipos de frío más amigables con el medioambiente y la adquisición vehículos con criterio de movilidad sostenible.

### Inversiones en procesos de gestión ambiental

Uso eficiente y ahorro del agua	\$5.602
Economía circular	\$4.598
Cambio climático	\$5.904
Gestión de la sostenibilidad	\$282
<b>TOTAL</b>	<b>\$16.386</b>

### Inversiones en materias primas y equipos sostenibles

Reemplazo y actualización de equipos de frío amigables con el medioambiente	\$26.500
Compra de materias primas con criterio de circularidad	\$77.364
Movilidad sostenible	\$45.445
<b>TOTAL</b>	<b>\$149.309</b>

Cifras en millones de pesos

# AGUA Y BIODIVERSIDAD

## Gestión integral del recurso hídrico (GRI 3-3)

Nuestro enfoque de gestión integral del agua da cuenta de la responsabilidad con la que asumimos el cuidado del recurso hídrico.

Para eso, contamos con un modelo sistémico que apunta a la eficiencia y se integra con los criterios de seguridad hídrica para garantizar un suministro de agua seguro, confiable y costo-efectivo, que incluye la participación e inclusión de las comunidades y la protección de los ecosistemas.

## Riesgo hídrico

En 2023 realizamos una actualización del riesgo hídrico tomando como base los estudios que inicialmente realizaron Antea Group y The Nature Conservancy, los cuales, bajo el enfoque de cuencas abastecedoras y subzonas hidrográficas, integraron criterios de amenazas, probabilidad, vulnerabilidad e impacto de riesgos. Esta información se contrastó con los resultados del Estudio Nacional del Agua del Ideam y las evaluaciones de contexto socioambiental que realizamos cada año en nuestros centros de trabajo.


Este análisis nos mostró que de las 18 plantas productoras ninguna tiene riesgo alto en materia hídrica, 78% tiene un riesgo bajo y solo el 22% presenta condiciones de riesgo moderado. Nos llamó la atención el incremento de los riesgos sociales y regulatorios en las plantas de mayor producción y en algunos centros de distribución, lo que nos lleva a adoptar un enfoque proactivo en la gestión, involucrando a diferentes actores relacionados con el recurso hídrico.

### Riesgo hídrico en centros de operación

NIVEL	PORCENTAJE
Alto	0%
Medio	22%
Bajo	78%


## Modelo de gestión para la seguridad hídrica


### RESILIENCIA Y ADAPTACIÓN

 Promoción de soluciones basadas en la naturaleza como mecanismo de protección de los ecosistemas y los servicios que estos proveen.


 Adaptación al cambio climático.


### FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA DEL AGUA

 Participación en plataformas multiactores para garantizar la buena administración del recurso.

 Apoyo al acceso al mínimo vital de agua potable para las comunidades vulnerables en el entorno de nuestras operaciones.

### ADMINISTRACIÓN RESPONSABLE DEL AGUA

 Balance hídrico en todos los centros de trabajo por medio del uso eficiente y ahorro del recurso.

 Minimización del impacto en las cuencas por la intervención en la captura de agua y la disposición final.

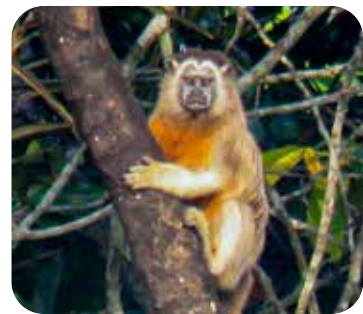
## RESILIENCIA Y ADAPTACIÓN

Desarrollamos programas y proyectos enfocados en la seguridad hídrica de las cuencas que priorizamos en las cuales promovemos el buen uso del recurso y generamos dinámicas de participación para el cuidado del agua, promoviendo soluciones basadas en la naturaleza encaminadas a la protección, la gestión sostenible y la restauración de ecosistemas naturales y modificados, entre otros.

Participamos en espacios regionales y multisectoriales como la Corporación para la Sostenibilidad de la Subcuenca del Río Palo (Corpopal) y en los fondos de agua Biocuenca (en los santanderes) Agua Somos (en Bogotá y su sabana) y Cuenca Verde (en Antioquia), con los que desarrollamos proyectos de mediano y largo plazo de soluciones basadas en la naturaleza, restauración, conservación de cuencas, educación ambiental y seguridad alimentaria.

Igualmente, de la mano de la ANDI, el Fondo Verde para el Clima, el Departamento Nacional de Planeación y otras empresas de bebidas, participamos en el desarrollo de un estudio que generará condiciones habilitantes en el sector empresarial para diseñar, implementar y financiar acciones de gestión de riesgos climáticos y de adaptación basadas en el uso eficiente de los recursos hídricos como medida de productividad y competitividad.

Con este estudio se determinarán acciones frente a los riesgos climáticos y se desarrollará una guía para la formulación de acciones de gestión centradas en el uso eficiente del agua.



### Naturaleza y biodiversidad

(GRI 304-1)

Entendemos la relación del negocio con la naturaleza, la biodiversidad y con los ecosistemas estratégicos.

Contamos con un centro de trabajo en una zona de manejo especial, ubicado en la ruralidad de Villavicencio (la reserva forestal protectora de los caños Buque, Parrado y Maizaro), que cuidamos y respetamos según los planes establecidos por la autoridad ambiental regional.

En este espacio, de la mano de las autoridades, hemos desarrollado actividades y acciones destinadas a la conservación del piedemonte llanero, destacándose la siembra de árboles sobre el margen derecho del río Guatiquía y en la cuenca alta del río Ocoa, buscando que se conviertan en una barrera natural a los procesos erosivos fluviales de la zona y la protección de la biodiversidad en la macrocuenca del Orinoco.



## EL OSO DE ANTEOJOS



Uno de los espacios que protegemos está ubicado en Sesquilé, Cundinamarca, el cual tiene 1.115 hectáreas.

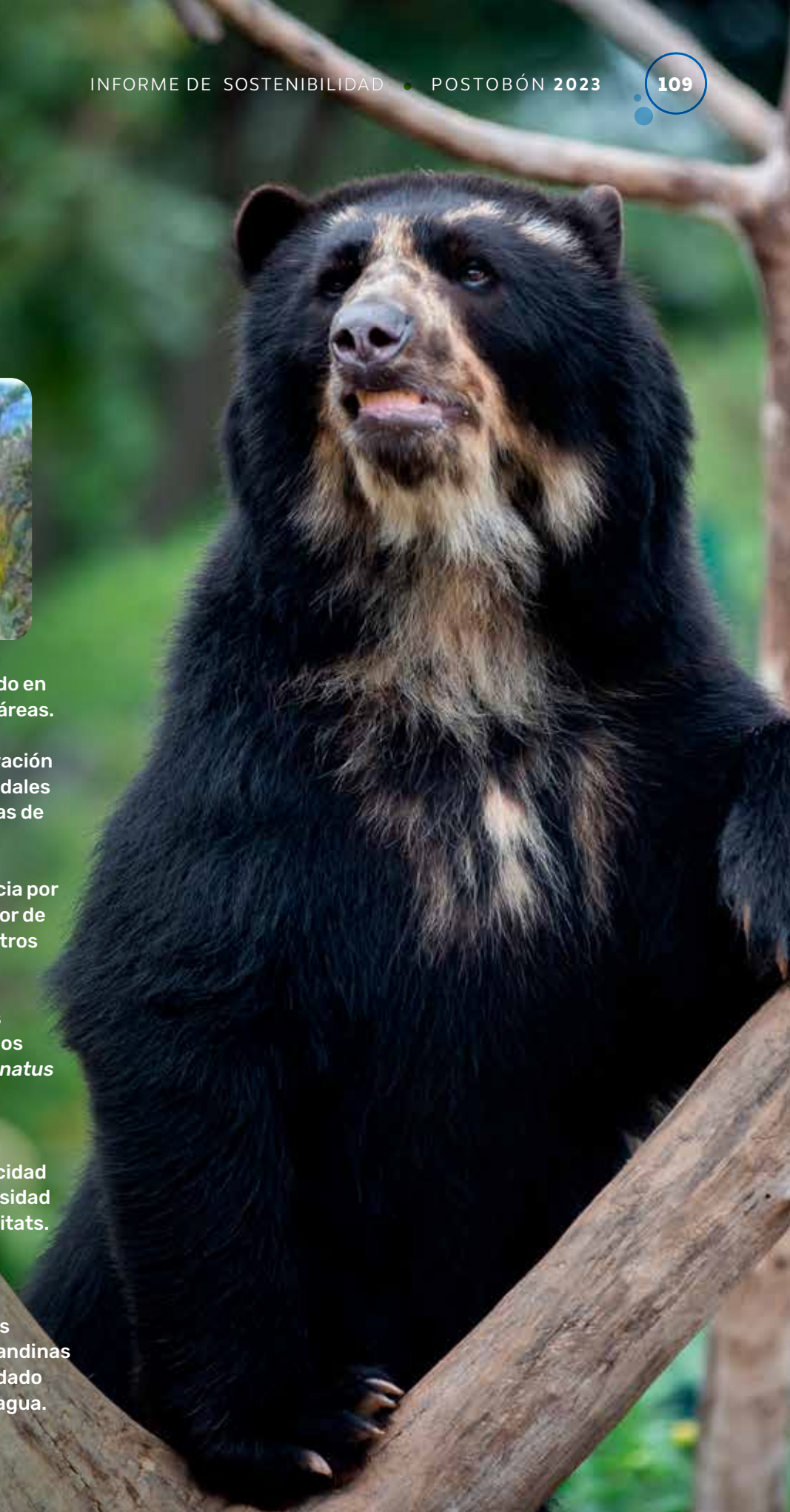
En este predio realizamos un trabajo de conservación y protección del complejo de páramos, los humedales de alta montaña, el bosque alto andino y las zonas de recarga de acuíferos.

El predio corresponde a áreas de gran importancia por su carácter regulador del ciclo hídrico y productor de agua para irrigar las partes bajas de Sesquilé y otros municipios del sur de la sabana de Bogotá.

En 2023, gracias a las cámaras trampa ubicadas en diferentes zonas de predio protegido, logramos avistar un individuo de la especie *Tremarctos ornatus* (Oso de Anteojos).

Este oso hace parte de una especie vulnerable y amenazada. Su importancia radica en su capacidad como dispersor de semillas, asegurando la diversidad de especies vegetales y la renovación de los hábitats. Además, es un símbolo cultural de Colombia y los países andinos.

Las cámaras también han captado venados, aves pechirrojas, chamiceros andinos, mirlas, pavas andinas y picaflores flañquiblanco, que se suman al cuidado de plantas que son clave para la generación del agua.



## Iniciativas de conservación de ecosistemas y sus servicios<sup>16</sup> (GRI 304-3)



**CUIDAMOS Y PROTEGEMOS DIRECTAMENTE Y EN ALIANZAS 29.484 HECTÁREAS DE BOSQUES.**

DEPARTAMENTO	DESCRIPCIÓN	MUNICIPIO	ALIADO	HECTÁREAS	PERSONAS IMPACTADAS	ESPECIES RELEVANTES	SUBZONA HIDROGRÁFICA	ECOSISTEMAS
Antioquia	Implementación del sistema PRO2 (Protección-Producción) y alternativas productivas como aporte a la conservación del hábitat del Montañerito Paisa ( <i>Atlapetes Blancae</i> ) y la protección de la cuenca abastecedora del Valle de Aburrá.	Santa Rosas de Osos	Corporación Cuenca Verde	96	79	Montañerito Paisa	Río Porce	Bosque andino
	Apoyo al Fondo de agua para contribuir a la seguridad hídrica de las cuencas abastecedoras de los embalses Riogrande II y La Fe, en Antioquia.	Belmira, Santa Rosa de Osos, Entrerrios, Donmatías, San Pedro, Barbosa, Bello, Girardota, Medellín, Itagüi, Envigado, Caldas, El Retiro, La Ceja, La Unión, Abejorral	Corporación Cuenca Verde	14.500	2.050	Puma, Puya roldanii	Río Porce, río Nare	
	Áreas de conservación de bosques naturales en espacios de influencia en las cuencas de las quebradas Doña María, La Corrala, La Chuscala y La Clara.	Caldas, Angelópolis, Amagá, Medellín, Yarumal, San Andrés de Cuerquia, Yolombó	Núcleos de Madera	4.441	NA	Tigrillo, puma, olinguito y gorrión montés	Río Porce y otros entre los ríos Cauca y San Juan	
	Fortalecimiento de 25 acueductos rurales en Caldas, Medellín, Yolombó y Yarumal.	Caldas, Medellín, Yolombó, Yarumal	Núcleos de Madera	NA	150.050	Tapir centroamericano, mono araña y jaguar.	Río Porce, Alto Nechí, Río San Bartolo y otros directos al Magdalena Medio	
	Instalación de una Planta de Tratamiento de Agua Potable (PTAP) con capacidad de 50 m³ en la comunidad de Siete Vueltas, ubicada en San Juan de Urabá.	San Juan de Urabá	Fundación Berta Martínez de Jaramillo	NA	1.138	Tapir centroamericano, mono araña y jaguar.	Río San Juan	
Siete soluciones de acceso a agua (ekomuros y ekolavamanos) entregadas <sup>17</sup> .	Dabeiba	Fundación RECON	NA	605	Tapir centroamericano, mono araña y jaguar.	Río San Juan	Bosque húmedo tropical	
Cauca	Ampliación de la capacidad de tanque de agua potable en el municipio de Caloto.	Caloto	Empocaloto	NA	8.000	Oso de anteojos y puma	Río Palo	Bosque seco tropical, bosque húmedo tropical y páramo
	Instalación de 14 ekomuros y seis ekolavamanos en 14 instituciones educativas.	Caloto, Guachené y Puerto Tejada	Fundación RECON	NA	3.418	NA	Río Palo	
	Proyecto de preservación y restauración de ecosistemas estratégicos en la subcuenca del río Palo en los municipios de Caloto y Toribio.	Caloto y Toribio	Incauca, Corpopaló	112	880	Oso de anteojos y puma	Río Palo	
Cesar	Mantenimiento y habilitación de tres plantas de agua potable en los corregimientos Guacochito, Los Corazones y La Vega en Valledupar.	Valledupar	Fundación Siemens	0	3.000	Tigrillo, venado y gavián	Alto Cesar	Bosque seco tropical
La Guajira	Instalación de dos sistemas ekomuro en dos instituciones educativas en el municipio de Fonseca.	Fonseca	Fundación Recon	0	986	NA	Río Ranchería	NA
Magdalena	Instalación de tres sistemas ekomuro en dos instituciones educativas en el distrito de Santa Marta.	Santa Marta	Fundación Recon	0	3.653	Mono aullador, babilla y tucán	Río Guachaca, río Piedras, río Manzanares	Bosque húmedo, bosque de niebla, bosque seco y páramo
Santander	Proyecto en las cuencas periurbanas de Bucaramanga, Piedecuesta y Cúcuta, para la protección de ríos y quebradas vinculadas a los servicios ecosistémicos.	Piedecuesta, Bochalema, Villa del Rosario, Cúcuta, Los Patios	Fundación Alianza Biocuenca	6.220	2.350	Venado y tångara	Río Lebrija y otros directos al Magdalena	Páramo, bosque andino
	Instalación del proceso de conservación, restauración y gobernanza en cuencas relevantes.	Piedecuesta, Bochalema, Villa del Rosario, Cúcuta, Los Patios	Fundación Alianza Biocuenca	167	550	Venado y tångara	Río Lebrija y otros directos al Magdalena	
	Entrega de una Planta de Tratamiento de Agua Potable (PTAP) para mejorar el servicio del acueducto local.	Piedecuesta	Cruz Roja Colombiana	NA	815	Venado y tångara	Río Lebrija y otros directos al Magdalena	
Cundinamarca	Construcción de un pozo profundo para asegurar el abastecimiento del casco urbano en Sesquilé.	Sesquilé	Alcaldía de Sesquilé	0	900	NA	Río Bogotá	NA
	Promoción de la participación ciudadana en la gestión del agua en los municipios de Sesquilé y Tocancipá, así como el desarrollo de seis soluciones de agua y puesta en operación de una mesa de gobernanza con actores locales.	Sesquilé y Tocancipá	Agua Somos	0	1.111	Oso andino, venado y águila	Río Bogotá	Bosque andino
	Protección de un predio en zona de recarga hídrica de la cuenca del Río Bogotá y de áreas tanto del páramo Guatanfur y cercanas al páramo de Ganchivó, espacios de conservación y corredores de conectividad de especies como el oso andino.	Sesquilé	Central Cervecera	1.115	NA	43 especies de aves, águila parruna y 15 especies de mamíferos entre ellos el oso andino	Río Bogotá	Páramo, humedales de alta monaña y bosque andino
Nariño	Instalación de una planta de tratamiento de agua potable y capacitación comunitaria en higiene en el hogar, operación y mantenimiento de la planta.	Pupiales	Cruz Roja Colombiana	0	461	NA	Río Guáitara	NA
Cauca	Instalación de una planta de tratamiento de agua potable en la vereda Los Llanos del municipio de Mercaderes.	Mercaderes	Cruz Roja Colombiana	0	580	Oso hormiguero, mico maicero y armadillo	Río Guachicón	Bosque seco tropical
Atlántico, Magdalena y Meta	Instalación de doce sistemas ekomuro en instituciones educativas de Villavicencio, Santa Marta y Malambo.	Malambo, Santa Marta y Villavicencio	Fundación Recon	0	11.349	NA	Ciénaga de Mallorquín, ríos Guachaca, Piedras, Manzanares y Guatiquía	NA
Atlántico	Conexión al servicio de agua potable para 20.758 personas mediante la entrega de medidores y otros elementos para legalizar la conexión al servicio de agua.	Malambo	Aguas de Malambo	0	20.758	Coquito, lobito verdiazul y chavarrí	Río Magdalena	Ciénagas
Caquetá	Generación de soluciones basadas en la naturaleza con participación comunitaria y enfoque de restauración en territorio amazónico.	Caquetá	Amazonía Emprende	3.000		Felino yaguarundi y zopilote negro		Bosque húmedo tropical

<sup>16</sup> Programas, iniciativas y actividades desarrolladas por Postobón, directa, indirectamente o en alianza, en los últimos ocho años, las cuales permiten la conservación de ecosistemas junto con sus servicios. Algunas de ellas se encuentran ya ejecutadas, otras en ejecución y otras en formulación y prefactibilidad.

<sup>17</sup> Los Ekomuro son sistemas verticales hechos de bidones y botellas de plástico recicladas que se conectan entre sí para recolectar agua de lluvia o de fuentes cercanas. A través de un proceso de decantación y filtración, el agua se potabiliza.

# FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA DEL AGUA

Nuestra visión de gestión hídrica incluye a las comunidades aledañas a nuestras operaciones, por quienes propendemos a que tengan su derecho al mínimo vital de agua.

Trabajamos con los actores de las cuencas, tanto públicos como privados, y, en especial, con las comunidades que usan el recurso, buscando garantizar la buena administración. Para eso, participamos en plataformas público-privadas y apoyamos sus proyectos.

Además, conservamos, protegemos y restauramos directamente o en alianzas 29.484 hectáreas de bosques y espacios clave para el agua y la biodiversidad.

A esto se suma el impacto que tuvimos en 2023 con 14 soluciones de agua, entre ellas, plantas, tanques y adecuaciones, como sistemas de potabilización, que brindan acceso permanente al recurso, las cuales beneficiaron a 17.888 personas.

En 2023 concentramos esfuerzos en dos iniciativas altamente relevantes, que desarrollamos en el sur de la sabana de Bogotá y en el municipio de Caloto, en Cauca.

Desde 2020 hemos gestionado 63 soluciones de agua entre plantas y sistemas de potabilización, con lo cual cumplimos con nuestro propósito de llevar el mínimo

vital de agua y un acceso constante al recurso en las comunidades, especialmente las de nuestro entorno de operación.

Adicionalmente, gran parte de nuestras intervenciones para llevar agua a las comunidades se han desarrollado en municipios y zonas priorizadas en los acuerdos de Paz. En ese sentido, se han entregado soluciones de agua como acueductos y ekomuros en Fonseca, La Guajira; Santa Marta, Magdalena; Valledupar, Cesar, y San Juan de Urabá, Antioquia.



## Soluciones de agua

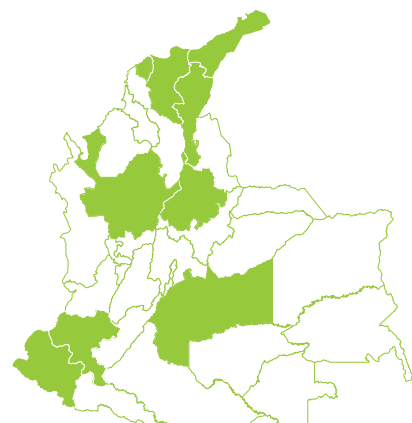
	2023	ACUMULADO 2020-2023
Soluciones	14	63
Personas beneficiadas	17.888	47.155

## Zona impactadas en 2023

Sistemas de potabilización	Plantas	Proyectos comunitarios
<p>La Guajira 2 Fonseca</p>	<p>Magdalena 3 Santa Marta</p>	<p>Antioquia 1 San Juan de Urabá</p>
	<p>Cesar 3 Valledupar</p>	<p>Cundinamarca 2 2 Sesquilé Tocancipá</p>

## Soluciones entregadas (2020-2023)

<b>Atlántico</b> Malambo	<b>Antioquia</b> Dabeiba San Juan de Urabá	<b>Nariño</b> Piacún
<b>Magdalena</b> Santa Marta	<b>Cauca</b> Puerto Tejada Caloto Guachené Mercaderes	<b>La Guajira</b> Fonseca
<b>Meta</b> Villavicencio	<b>Cesar</b> Valledupar	
<b>Santander</b> Piedecuesta		



# El Corazón del Agua somos Todos

En un trabajo conjunto con Central Cervecera y Coca-Cola FEMSA, bajo la articulación de la Corporación Agua Somos, apoyamos la iniciativa comunitaria "El Corazón del Agua Somos Todos", en la cual se desarrollan acciones para el cuidado de las cuencas hidrográficas aledañas a los municipios de Tocancipá y Sesquilé, en Cundinamarca.

Esta unión promueve el cuidado del agua en las comunidades, beneficia a 575 familias conformadas por 1.111 personas de ambos municipios y es el resultado de un ejercicio de participación ciudadana basado en el diálogo con las comunidades.

Gracias a esto se construyó un entorno de confianza que derivó en la creación de mesas de trabajo, la realización de talleres, diálogos comunitarios y la evaluación de seis proyectos de alto impacto formulados por las comunidades que, potencialmente, ahorrarán 5.000 m³ de agua al año.



“Nuestro proyecto de avena forrajera beneficia a nuestras 39 mujeres asociadas y a sus familias. Esperamos tener seguridad alimentaria para el ganado en verano, porque sufrimos por el pasto y usamos mucha agua para evitar que se seque. Si las vacas tienen buena alimentación nosotras vamos a obtener ganancias porque su leche será mejor. Además, estamos aportando al cuidado de la cuenca hídrica, porque es una fuente muy importante para nosotros”.

### SARA PRIETO

Representante de la Asociación de Mujeres Rurales Yo Amo Emprender de Sesquilé.

## Proyectos de la alianza

SESQUILÉ	TOCANCIPÁ
Ahorro de agua para riego de pastizales mediante cultivos de avena forrajera que sustituirán al pasto en la alimentación del ganado en verano. Proyecto de adaptación al cambio climático de la Asociación de Mujeres Rurales Yo Amo Emprender, para generar ahorros de más de 1.500 m³ de agua por hectárea, al tiempo que se implementan buenas prácticas agrícolas.	Ahorro de agua y protección de fuentes hídricas por medio de la eficiencia en el bodegaje y el aprovechamiento de materiales reciclables por parte de la Asociación de Recuperadores de Oficio de Tocancipá (Ecotocancipá). Esta gestión derivará en un menor uso de agua en las industrias, reducirá el riesgo de contaminación por residuos en las quebradas y mejorará los ingresos de los recicladores.
Adecuación de sistemas de recirculación de agua y tratamiento de aguas residuales, mejoramiento de las unidades sanitarias y de almacenamiento de aguas lluvias en los sitios ceremoniales y sagrados del resguardo indígena Mhuysqa de Sesquilé.	Apoyo al programa Gotas para la Vida, de la Asociación Prestadora de Servicios Turísticos y Naturaleza de Tocancipá (Turistiar), el cual está enfocado en la adecuación de un reservorio de agua de 300 m³ y la protección del bosque de niebla en la vereda La Esmeralda. Esto permitirá contar con mayor disponibilidad de agua para la huerta comunal, sembrar más árboles nativos, recuperar flora y fauna y estructurar una oferta turística y educativa en torno a la naturaleza.
Instalación de un tanque de almacenamiento de 20.000 litros de agua en el acueducto veredal Uval-Rincón para prolongar el servicio en verano, beneficiando a 156 familias.	Fortalecimiento de la infraestructura del acueducto veredal El Salitre, que sirve a la vereda Canavita, sector Buenos Aires parte alta, para tener mayor disponibilidad de agua para consumo, riego de huertas y levantamiento de animales.





## Ampliación de la capacidad del acueducto de Caloto, Cauca

La capacidad del acueducto de Caloto, norte del Cauca, se ha visto reducida por la carencia de una infraestructura capaz de atender la demanda creciente de usuarios. El tanque de almacenamiento de agua potable actual es de 288 m<sup>3</sup>, y fue construido hace más de 40 años. En los últimos años evidenció deficiencias en su capacidad de almacenamiento y en la presión hidráulica, generando suspensiones y racionamientos del servicio hasta por 244 horas mensuales.

Ante ese panorama, trabajamos con la Empresa de Servicios Públicos de Caloto (Empocaloto) para ampliar la capacidad del acueducto con una solución de agua potable para la población de la cabecera municipal, en la que invertimos \$780 millones.

Para eso, construiremos un tanque complementario que almacenará 630 m<sup>3</sup>, y fortalecerá la fiabilidad en el servicio gracias al aumento en la presión hidráulica de las redes de tuberías que distribuyen el recurso hídrico.

Este tanque estará en servicio el primer semestre de 2024 y beneficiaría a cerca de 8.000 personas.

# ADMINISTRACIÓN RESPONSABLE DEL AGUA

(GRI 303-1, 303-2)

Llevamos a cabo una gestión del agua responsable, sistemática en nuestras actividades productivas, priorizando la preservación de las fuentes de abastecimiento y la aplicación rigurosa de estándares de eficiencia en el uso y tratamiento del agua.

Cada año estudiamos las fuentes hídricas de las que captamos y vertimos el agua. Sobre ellas evaluamos los riesgos y estimamos escenarios futuros para la generación de planes de acción. Además, hacemos monitoreo continuo en cada

operación en cuanto a cantidad y eficiencia en el uso del agua, las cantidades vertidas, los sistemas de tratamiento y la calidad de la descarga.

En 2023 iniciamos un estudio de huella hídrica en los centros productores para aumentar el conocimiento sobre el uso del agua en los procesos industriales, lo cual contribuirá al análisis integral de la gestión del agua al cruzarlo con asuntos como la variabilidad climática. De esa forma, podremos tomar decisiones basadas en ciencia.

## Captación de agua

(GRI 303-3)

Captamos agua de diferentes fuentes para la elaboración de bebidas y para procesos industriales como el lavado de envases, equipos e instalaciones y servicios generales de los centros de producción. En 2023 captamos 5.824 megalitros cúbicos de agua, de los cuales el 47,45% se

incorporó a las bebidas elaboradas y el 51,81% restante se descargó como agua residual, luego de ser tratada con procesos fisicoquímicos y biológicos para darle calidad óptima para su vertimiento y garantizar el cumplimiento de la normatividad ambiental.

### Fuentes de captación de agua

	PORCENTAJE CAPTACIÓN	2021	2022	2023
Aguas subterráneas	25,34%	1.264,55	1.535,28	1.475,86
Aguas superficiales	0,17%	40,91	7,41	9,62
Acueducto municipal	74,49%	4.254,98	4.382,24	4.338,55
<b>EXTRACCIÓN TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>5.560,44</b>	<b>5.924,93</b>	<b>5.824,024</b>

\*La información de captación, consumo y vertimientos se obtiene de fuentes de medición asociadas a cada proceso. Cifras en megalitros.

En 2023 redujimos el consumo de agua con respecto a 2022



Lo que equivale al consumo de agua anual de 20.000 personas

Avanzamos en la implementación del programa Resource Conservation (ReCon) de PepsiCo, para identificar oportunidades en el uso del agua.

## Vertimientos de agua

(GRI 303-4)

Devolvemos a las fuentes la mayor cantidad de agua posible bajo parámetros de calidad óptimos.

Hacemos monitoreo diario de las variables de proceso en los sistemas de tratamiento de aguas residuales para asegurar la calidad de los vertimientos y cumplimos a cabalidad con las normas sobre vertimientos, garantizando la calidad a la hora de verter el agua, lo cual implica contar con sistemas de tratamiento integrales que eviten la contaminación de la fuente de agua.

En 2023 redujimos en 3,4% la cantidad de agua vertida a las cuencas de descargue.

### Vertimiento de agua

	2021	2022	2023
Aguas superficiales	1.853,11	1.925,70	1.840,64
Alcantarillado municipal	1.127,36	1.197,94	1.176,87
<b>VERTIMIENTO TOTAL</b>	<b>2.980,47</b>	<b>3.123,64</b>	<b>3.017,51</b>

Cifras en megalitros.

## Consumo de agua

(GRI 303-5)

Redujimos en 2023 el consumo de agua en 1,7% en nuestras operaciones gracias a las eficiencias en los procesos de producción y la implementación de innovaciones para optimizar el uso del agua.

### Consumo de agua

	2021	2022	2023
<b>CONSUMO TOTAL</b>	<b>2.638,43</b>	<b>2.811,38</b>	<b>2.763,50</b>

Cifras en megalitros.

## Índice de consumo de agua por litro producido

(POS A-2)

Contamos con un indicador que expresa el consumo de agua por litro que producimos. En 2023 ese indicador llegó a 2,07 litros. Gracias a esto, alcanzamos de forma anticipada nuestra meta corporativa que determina que en 2024 el índice por litro producido fuera de 2,10 litros.

Desde 2013 este índice se ha reducido en 44%, gracias a la modernización de líneas y equipos, métodos de tratamiento de aguas, capacitaciones, mejoramiento continuo y, sobre todo, a la creación de una cultura de trabajo enfocada en el cuidado del agua.

### Índice de consumo por litro

	2021	2022	2023
Litros	2,16	2,13	2,07

2013  
3,77 Lt.



2023  
2,07 Lt.

Implementamos, como buena práctica de sostenibilidad, la herramienta TWE (Treated Water Efficiency), la cual brinda mayor asertividad en las frecuencias de retrolavados de las líneas de llenado.

# ECONOMÍA CIRCULAR

(GRI 3-3)

Tenemos pleno convencimiento de la necesidad de pasar de una economía lineal a una circular para que el valor de los productos, los materiales y los recursos se mantenga durante el mayor tiempo posible, se usen menos materias primas y se reduzcan los impactos ambientales.

En los últimos años asumimos una condición de liderazgo para que esto sea posible, especialmente en la gestión de envases y empaques con criterios circulares desde la sustitución, la reducción, el reúso, la educación al consumidor, la inclusión social de los recicladores de oficio y la dinamización de la cadena de valor.

## Manejo y clasificación de los residuos

Los residuos que se generan en nuestra cadena de valor los gestionamos bajo dos perspectivas.

La primera, la gestión de los residuos posindustriales.

La segunda, la gestión de los residuos posconsumo, es decir, los envases y empaques de vidrio, plástico, cartón, papel y metal de los productos retornables y no retornables que llevamos al mercado.

En ambos criterios implementamos procesos de economía circular que permiten el reúso, la reducción o el reciclaje de los materiales, dependiendo de sus posibilidades de aprovechamiento.

Partimos de la identificación de los materiales utilizados en los envases y empaques que fueron puestos en el mercado. Con esta información levantamos una línea base conformada por vidrio, plásticos rígidos (PET, PEAD, PEBD, PP y otros plásticos), cartón, plásticos flexibles (PET, PEBD, PP y otros plásticos), metales ferrosos (acero), metales no ferrosos (aluminio) y papel.

Para los residuos posconsumo tenemos un completo programa que gestiona los envases y empaques utilizados en nuestros productos que van al mercado bajo tres estrategias: El ecodiseño, el fortalecimiento de la cadena de aprovechamiento y la educación y sensibilización frente a la economía circular.



# RESIDUOS POSINDUSTRIALES

(GRI 306-3, 306-4, 306-5)

En 2023 concentramos esfuerzos en el seguimiento, control y trazabilidad de los residuos posindustriales para mejorar procesos internos de gestión, aumentar su aprovechamiento, incorporar iniciativas de economía circular en su gestión y, desde la viabilidad, aprovecharlos en proyectos socioambientales.

En el año, mantuvimos un aprovechamiento general de 76% de los residuos posindustriales.

## Acciones relevantes



Por medio del programa **PUNTOS VERDES LITO<sup>18</sup>**, y gracias a la eficiencia en el aprovechamiento de las neveras y los activos de frío dados de baja, recibimos recompensas en dinero que se invirtieron en computadores para las asociaciones vinculadas a los programas Hit Social y FARO Postobón.



Actualizamos la norma interna de gestión de residuos y la estructuramos bajo el modelo **PLAN DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS**, ampliando su alcance a los centros de distribución.



Realizamos diagnósticos y gestiones alineadas al modelo **BASURA CERO** (Zero Waste to Landfill)<sup>19</sup> en los centros de trabajo de Bogotá, en Yumbo, Caloto y Malambo, los cuales sirven como línea base para la formulación de proyectos de aprovechamiento de los residuos.



Ajustamos la **PLATAFORMA DE SEGUIMIENTO** y reporte de residuos sólidos posindustriales para obtener información más profunda y detallada que ayude a analizar la gestión y a realizar auditorías internas y externas.

Capacitamos por medio de la Universidad Postobón a **5.386 PERSONAS** en Buenas Prácticas de Manufactura relacionadas con la gestión integral de residuos.



Aumentamos el aprovechamiento de residuos peligrosos en un **2% CON RESPECTO A 2023**, gracias a la segregación de residuos como aceites usados y chatarra electrónica.

<sup>18</sup>Lito es el proveedor encargado de la disposición final de las neveras y activos de frío que damos de baja. Su programa Puntos Verde recompensa la buena gestión de sus aliados con puntos que pueden ser canjeables en dinero.

<sup>19</sup>Este modelo fue adoptado por la Secretaría Distrital de Medioambiente de Bogotá y está alineado como componente en el Programa de Excelencia Ambiental Distrital (PREAD).

### Aprovechamiento de residuos posindustriales

AÑO	TIPO	GENERADOS	APROVECHADOS	APROVECHAMIENTO
2021	No peligrosos	24.248,32	18.953,61	78%
	Peligrosos	1.142,50	897,97	79%
	<b>Total</b>	<b>25.390,82</b>	<b>19.851,58</b>	<b>78%</b>
2022	No peligrosos	28.237,45	21.427,84	76%
	Peligrosos	1.417,68	1.253,54	88%
	<b>Total</b>	<b>29.655,14</b>	<b>22.681,39</b>	<b>76%</b>
2023	No peligrosos	<b>28.311,13</b>	<b>21.264,79</b>	<b>75%</b>
	Peligrosos	<b>1.654,78</b>	<b>1.495,22</b>	<b>90%</b>
	<b>Total</b>	<b>29.965,91</b>	<b>22.760,01</b>	<b>76%</b>

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)

CORRIENTE	2021			2022			2023		
	Residuos generados	Aprovechados residuos no destinados a eliminación	No aprovechados residuos destinados a eliminación	Residuos generados	Aprovechados residuos no destinados a eliminación	No aprovechados residuos destinados a eliminación	Residuos generados	Aprovechados residuos no destinados a eliminación	No aprovechados residuos destinados a eliminación
Peligrosos	1.142,50	897,97	244,53	1.417,69	1.253,54	164,14	<b>1.654,78</b>	<b>1.495,23</b>	<b>159,56</b>
No peligrosos	24.248,33	18.953,61	5.294,71	28.237,45	21.427,85	6.809,60	<b>28.311,13</b>	<b>21.264,79</b>	<b>7.046,34</b>
<b>Total</b>	<b>25.390,83</b>	<b>19.851,58</b>	<b>5.539,24</b>	<b>29.655,14</b>	<b>22.681,39</b>	<b>6.973,75</b>	<b>29.965,91</b>	<b>22.760,02</b>	<b>7.205,90</b>

Cifras en toneladas

### Residuos no destinados a eliminación

(GRI 306-4)

APROVECHAMIENTO	2021			2022			2023		
	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total
No peligrosos	0,00	18.953,61	18.953,61	0	21.427,85	21.427,85	<b>0</b>	<b>21.264,79</b>	<b>21.264,79</b>
Peligrosos	0,00	897,97	897,97	0	1.253,54	1.253,54	<b>0</b>	<b>1.495,22</b>	<b>1.495,23</b>
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>19.851,58</b>	<b>19.851,58</b>	<b>0</b>	<b>22.681,39</b>	<b>22.681,39</b>	<b>0</b>	<b>22.760,01</b>	<b>22.760,02</b>

Cifras en toneladas

### Residuos destinados a eliminación

(GRI 306-5)

	2021			2022			2023		
	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total	En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	Total
Peligrosos	0,00	859,63	859,63	0,00	1.478,75	1.478,75	<b>0,00</b>	<b>880,82</b>	<b>880,82</b>
No peligrosos	0,00	4.679,62	4.679,62	0,00	5.494,99	5.494,99	<b>0,00</b>	<b>6.325,08</b>	<b>6.325,08</b>
<b>Residuos destinados a eliminación</b>	<b>0,00</b>	<b>5.539,24</b>	<b>5.539,24</b>	<b>0,00</b>	<b>6.973,75</b>	<b>6.973,75</b>	<b>0,00</b>	<b>7.205,90</b>	<b>7.205,90</b>

Cifras en toneladas

# RESIDUOS POSCONSUMO

Contamos con un programa de economía circular para el manejo de los envases y empaques utilizados en los productos y que llevamos al mercado, el cual potencia su ciclo de vida desde la reducción, reutilización y reciclaje, fomentando el ecodiseño, el fortalecimiento de la cadena de aprovechamiento y la educación y sensibilización frente a economía circular.

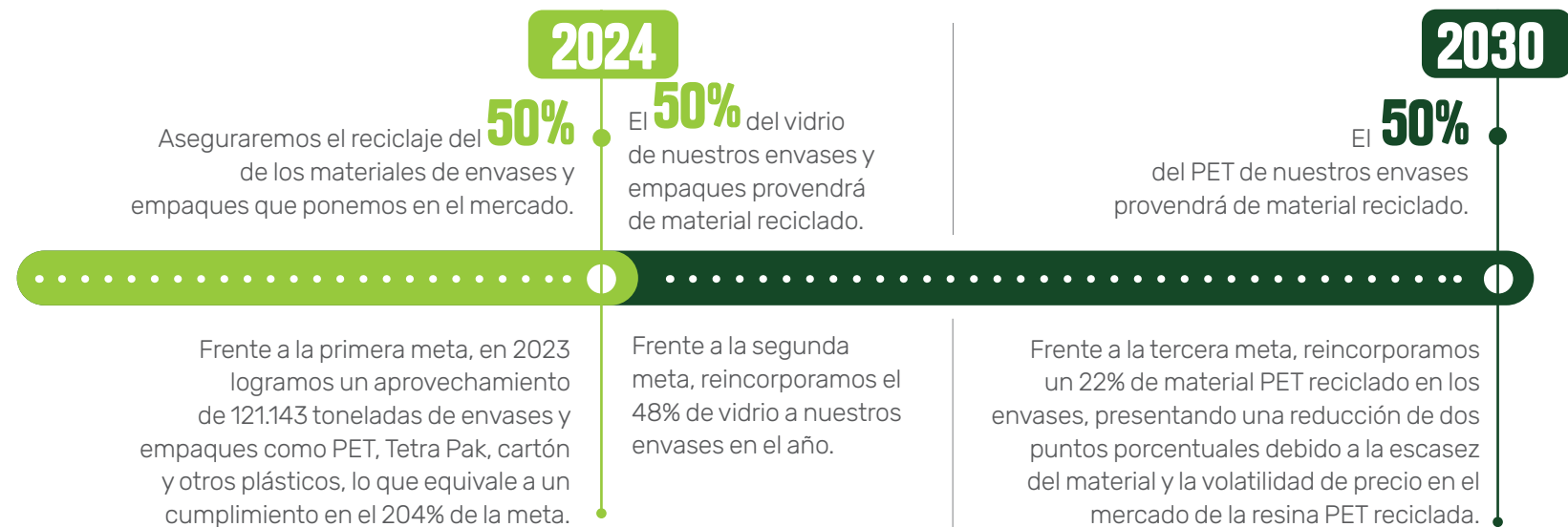
En la oferta de productos usamos materiales como vidrio, plásticos rígidos y flexibles, cartón, metales ferrosos (acero), metales no ferrosos (aluminio) y papel, los cuales son transformados a envases y empaques, que pueden ser retornables y no retornables y suelen tener condiciones de aprovechamiento mediante procesos circulares.

Bajo esa lógica, el aprovechamiento y la reincorporación a nuestro proceso productivo es clave, no solo para cumplir con la responsabilidad extendida del productor determinada en la ley, sino también, con el compromiso de consolidar la economía circular como paradigma productivo.



## Nuestras metas

Las acciones que desarrollamos en materia de economía circular están asociadas a unas metas corporativas.



En cuanto al cumplimiento de la normatividad determinada en el esquema de responsabilidad extendida al productor, establecido por la Resolución 1407 de 2018, en el cual se indica que las empresas deben generar un aprovechamiento de por lo menos el 14% en 2023 de los materiales de envases y empaques que se ponen en el mercado\*, alcanzamos un aprovechamiento superior al 74%, quintuplicando la obligación normativa.

### Productos y materiales de envases y empaques recuperados y aprovechados (con potencial de reciclaje) (GRI 301-3)

MATERIAL	2021	2022	2023
Vidrio	72,52%	77,30%	<b>67,88%</b>
Plástico rígido	45,86%	59,91%	<b>62,89%</b>
Cartón	338,48%	527,14%	<b>479,98%</b>
Plástico flexible	42,80%	137,92%	<b>155,44%</b>
Metal ferroso	3,53%	3,53%	<b>4,82%</b>
Metal no ferroso	4,05%	14,22%	<b>7,77%</b>
Papel	65,23%	64,75%	<b>113,69%</b>
<b>Total</b>	<b>71,60%</b>	<b>103,65%</b>	<b>101,61%</b>

**96 de cada 100 de nuestras botellas de vidrio retornable regresan a procesos de llenado.**

### Materias primas reincorporadas en envases y empaques (GRI 301-2)

	2021	2022	2023
PET	20%	24%	<b>22%</b>
Vidrio	48%	47%	<b>48%</b>

Nuestra dinámica en materia de aprovechamiento va más allá de recuperar los materiales de envases y empaques de nuestros productos. Gracias a esa visión hemos recuperado mucho más de lo puesto en el mercado, como en el caso del cartón, los plásticos rígidos y plásticos flexibles, permitiendo, a su vez, la dinamización de cadenas de aprovechamiento de materiales, lo cual beneficia al sector reciclador.

\*Este proceso se hace por medio de programas desarrollados en colectivos de gestión ambiental como Red Reciclo, al cual pertenecemos.

# 1. Promoción del ecodiseño en envases y empaques (POSA-3)



## CIRCULARIDAD

Reemplazamos materiales con el fin de mejorar su reciclabilidad, reduciendo el consumo de material virgen, generando menos residuos y dándoles carácter circular a los envases y empaques.

### Resultados

- Incorporamos 10% de material reciclado en los empaques termoencogibles.
- Garantizamos que las botellas personales de Agua Cristal y Hatsu Water se hicieran en un 100% con resina PET reciclada y fueran 100% reciclables.
- Reincorporamos en todo el portafolio de PET un 22% de resina reciclada y en las botellas de vidrio un 48% del material reciclado.
- Fabricamos cajas de plástico con 63% de material reciclado.
- Firmamos acuerdos con proveedores para el suministro a futuro, por un periodo de 10 años, de resina reciclada de PET.
- 96% de las botellas de vidrio retornable regresaron de nuevo al proceso de llenado.



## ALIGERAMIENTO DE ENVASES Y EMPAQUES

Buscamos la reducción de los materiales utilizados en los envases y empaques garantizando su funcionalidad y la disminución del uso de materias primas. Hacemos envases más livianos con criterios de circularidad.

### Resultados

- En 2023 desarrollamos iniciativas de aligeramiento para 10 referencias de productos.
- Gracias al aligeramiento de envases y empaques dejamos de usar 1.067 toneladas de materiales que se tradujeron en \$6.568 millones en ahorros.
- Con procesos de ecodiseño, en los últimos cinco años hemos dejado de usar 39.297 toneladas de materiales vírgenes.



## SUSTITUCIÓN

Reemplazamos materiales por otros con mejores características de reciclaje, fomentando los procesos y las dinámicas de la cadena de aprovechamiento.

### Resultados

- La botella de la marca de franquicia 7UP pasó de PET verde a PET transparente con el fin de incrementar su aprovechamiento y transformación.
- Cambiamos los pitillos de plástico de las cajitas de Tetra Pak 250 ml de Hatsu por pitillos de papel y avanzamos en la sustitución de los pitillos de las cajitas de Tetra Pak de Hit y Tutti Frutti.



## 2. Fortalecimiento de la cadena de aprovechamiento

Buscamos aumentar los volúmenes de recolección y aprovechamiento de materiales en el posconsumo. oficina y las asociaciones que los acogen bajo criterios de innovación e inclusión social.

Para eso, desarrollamos iniciativas con todos los eslabones del posconsumo, proyectos de logística inversa, recolección selectiva y captación en puntos de entrega de materiales, además de apoyar a los recicladores de

En 2023 mantuvimos la participación en 30 iniciativas y proyectos enfocados en la dinamización y fortalecimiento de la cadena de aprovechamiento, que tienen presencia en 22 departamentos.

### Líneas de acción para fortalecer el aprovechamiento de materiales posconsumo

LÍNEA	DEFINICIÓN	LO QUE HICIMOS
Promoción de la separación en la fuente	Incentivamos a las clientes y consumidores para que entiendan el valor de la separación en la fuente como punto clave para generar proceso de reciclaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollamos un piloto llamado Juntos por el Reciclaje, el cual vinculó a 83 tiendas como puntos de reciclaje en barrios y las conectamos con rutas de recolección de las asociaciones de recicladores del programa FARO Postobón. El piloto duró tres meses y recolectó 62.594 botellas PET y 2,3 toneladas de materiales aprovechables.</li> <li>Apoyamos a Vítia, una aplicación digital que promueve el reciclaje en los hogares. Hoy en día la comunidad Vítia cuenta con 4.705 usuarios.</li> </ul>
Reciclaje inclusivo	Fortalecemos las capacidades de recolección, transporte, clasificación, pesaje y comercialización que efectúan las organizaciones de recicladores dentro de la prestación del servicio público de aseo en su componente de aprovechamiento, aumentando las cantidades de material reciclado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contamos con el programa FARO Postobón que apoya integralmente a 6.635 recicladores de oficio y a 52 asociaciones que los vinculan.</li> <li>Somos parte de los programas de reciclaje inclusivo Movimiento Re, en la costa atlántica; Reciclar tiene Valor, en Bogotá y municipios de la sabana, y Cali Recicla con tu Reciclador.</li> <li>Participamos en el colectivo Red Reciclo que apoya a 11.386 recicladores y a 85 organizaciones de reciclaje. De ellos el 58% reciben apoyo directo del programa FARO Postobón.</li> <li>El colectivo Red Reciclo tiene presencia en 87 municipios y gracias a su gestión se aprovecharon 226.242 toneladas de envases y empaques, un 46% más que en 2022. El 51% de este material aprovechado provino de las iniciativas de economía circular que apoyamos.</li> </ul>
Promoción de gestores de reciclaje	Apoyamos el crecimiento de empresas gestoras de reciclaje para aumentar la recolección certificada de materiales aprovechables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acompañamos a tres pymes que dinamizan a otros actores de la cadena de aprovechamiento de materiales posconsumo para que logren mayor estabilidad y cuenten con mejores prácticas, lo cual redundará en una mayor madurez para el sector reciclador. Gracias a esto se recuperaron 7.410 toneladas de materiales de envases y empaques.</li> </ul>
Valorización de residuos aprovechables	Fortalecemos las capacidades logísticas de pymes dedicadas a la transformación de plásticos posconsumo, para incrementar su transformación en materias primas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecemos el crecimiento de 15 transformadores de plásticos diferentes a PET. Con nuestro apoyo, lograron convertir 12.353 toneladas en nuevas materias primas.</li> </ul>
Proveeduría para la circularidad	Fortalecemos la cadena de suministro del material reciclable trabajando de la mano con proveedores de envases y empaques para la reincorporación de materiales como PET, PEBD, PEAD y vidrio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generamos procesos de compras y acompañamiento a proveedores de material reciclado para tener mayor disponibilidad de materias primas. Con esta dinámica logramos que 19.802 toneladas de materiales reciclados se reincorporaran a nuestros envases y empaques.</li> </ul>

## 3. Educación y sensibilización frente a economía circular

Hacemos pedagogía con los ciudadanos sobre asuntos relacionados con economía circular, para que comprendan la relevancia de la separación de los materiales aprovechables, el riesgo que se corre cuando no se recicla y el impacto positivo que tiene el aprovechamiento de materiales para miles de personas como los recicladores de oficio enfatizando en su dignidad, su calidad humana y la relevancia que tienen para la sociedad.

### Resultados

- Generamos 567 contenidos en redes sociales que tuvieron impacto en seis millones personas.
- La marca Agua Cristal desarrolló una campaña de comunicación masiva en televisión, radio, vallas y medios digitales con un mensaje de fomento sobre la separación en la fuente, la cual llegó a 18 millones de personas.



# PROGRAMAS DE FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE APROVECHAMIENTO



## ● Reciclaje inclusivo

### FARO POSTOBÓN

- **Operadores:** Fundación Postobón
- **Patrocinador:** Postobón

#### Antioquia

Bello  
Medellín  
Marinilla  
Envigado  
Caldas  
Itagüí  
Salgar  
Sabaneta

#### Atlántico

Soledad  
Barranquilla  
Puerto  
Colombia

#### Bolívar

Cartagena

#### Caquetá

Florencia

#### Casanare

Yopal

#### Cesar

Valledupar

#### Córdoba

Montería

#### Cundinamarca

Facatativá  
Madrid  
Funza  
Bogotá  
Soacha  
Mosquera

#### Huila

Neiva

#### La Guajira

Riohacha

#### Meta

Villavicencio

#### Nariño

Pasto

#### Norte de Santander

Cúcuta

#### Quindío

Armenia  
Calarcá  
Los Patios  
Montenegro

#### Risaralda

Pereira

#### Santander

Bucaramanga  
Floridablanca  
Girón  
Piedecuesta

#### Sucre

Sincelejo

#### Tolima

Ibagué

#### Valle del Cauca

Cali

### MOVIMIENTO RE

#### ● Operador:

Cempre

#### ● Patrocinadores:

Ocean Conservancy,  
Postobón, PepsiCo,  
Bavaria, Nestlé,  
Coca-Cola Femsa,  
Tetra Pak, Peldar.

#### Atlántico

Barranquilla  
Galapa  
Palmar de Varela  
Puerto  
Colombia  
Malambo  
Sabanagrande  
Santo Tomás

#### Bolívar

Cartagena  
Turbaco

#### Magdalena

Santa Marta

#### La Guajira

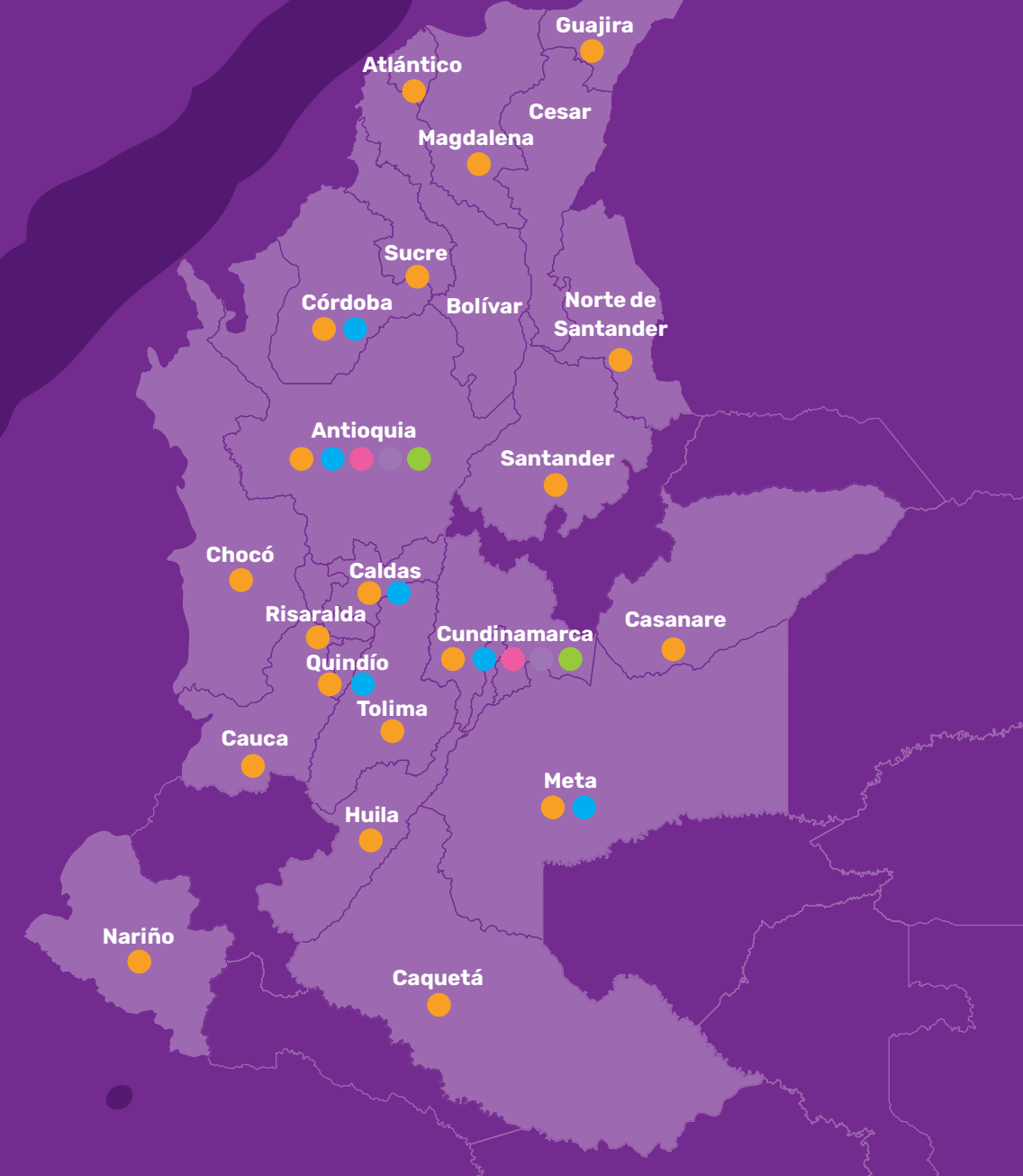
Dibulla

### CALI RECICLA CON TU RECICLADOR

- **Operador:** Fundación Carvajal
- **Patrocinadores:** Carvajal, Postobón, Tetra Pak y Peldar.
- **Valle del Cauca:** Cali

### RECICLAR TIENE VALOR BOGOTÁ

- **Operador:** Cempre
- **Patrocinadores:** Postobón, Bavaria, Nestlé, Coca-Cola Femsa y Tetra Pak.
- **Cundinamarca:** Bogotá, Cajicá, Funza



## ● Fortalecimiento transformadores de plásticos

Antioquia  
Córdoba  
Meta  
Cundinamarca  
Quindío  
Caldas

## ● Promoción de la separación en la fuente

Antioquia  
Chocó  
Cundinamarca  
Risaralda

## ● Circularidad

Antioquia  
Cundinamarca

## ● Fortalecimiento a gestores

Antioquia  
Cundinamarca

### PRESENCIA

22

Departamentos

55

Municipios

### GESTIONAMOS

121.142

Toneladas de empaques y envases que fueron gestionados para ser transformados e ingresados a procesos productivos.

### PROYECTOS

30

Iniciativas y proyectos de aprovechamiento

### RECICLADORES IMPACTADOS

11.386

Recicladores

6.635

De ellos apoyados directamente por Postobón.

### ORGANIZACIONES DE RECICLADORES

85

Organizaciones apoyadas

52

Directamente con el programa FARO Postobón.

# GESTIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

(GRI 3-3)

Avanzamos en la reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en nuestra cadena de valor y la compensación de emisiones restantes para seguir siendo una compañía carbono neutro.

Nuestro enfoque de gestión se basa en la mitigación de las emisiones y la adaptación al cambio climático. El trabajo que realizamos aporta a las Contribuciones Nacionalmente Determinadas para Colombia y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En el marco el Acuerdo de París, aportamos para encaminarnos hacia una economía carbono neutral para 2050, con metas y acciones en el corto y mediano plazo.

En 2022 recibimos la certificación del Icontec como la primera compañía de bebidas en Colombia en alcanzar la carbono neutralidad. En 2023 la certificación fue renovada.

Para fortalecer nuestro proceso de reporte y verificación de emisiones de GEI, en 2023 implementamos una plataforma de procesamiento, análisis y visualización de información de sostenibilidad. Gracias a esta plataforma haremos un mejor seguimiento de la información y contaremos con mayor trazabilidad de cara a la toma de decisiones.



## Ruta de descarbonización

Nuestra ruta de descarbonización cuenta con un robusto portafolio de proyectos de mitigación del cambio climático, con el cual buscamos alcanzar las metas del plan de acción climática que definimos, con el que buscamos reducir las emisiones de Gases Efecto Invernadero en 30% para 2025 y en 50% para 2030, respecto al año base 2019 en los alcances 1 y 2.

En 2023 las emisiones de alcance 1 y 2 de Postobón fueron 55.211 t CO<sub>2e</sub>, lo cual nos acerca a un 65% al cumplimiento de nuestra meta a 2025.

En 2023 redujimos 19.345 t CO<sub>2e</sub> en emisiones de GEI, siendo 26% menos emisiones con respecto a 2022.<sup>20</sup>

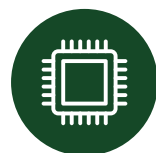
### Emisiones de Gases Efecto Invernadero

(GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5)

INDICADOR	UNIDAD	2021	2022*	2023**
<b>Emisiones totales alcance 1</b>	t CO <sub>2e</sub>	51.678,00	58.893,57	<b>55.211,73</b>
<b>Emisiones totales alcance 2***</b>	t CO <sub>2e</sub>	14.937,00	15.662,97	<b>0</b>
<b>Total alcances 1 y 2</b>	<b>t CO<sub>2e</sub></b>	<b>66.615,00</b>	<b>74.556,54</b>	<b>55.211,73</b>
<b>Emisiones alcance 3 (transporte)</b>	<b>t CO<sub>2e</sub></b>	<b>52.260,00</b>	<b>59.809,93</b>	<b>64.874,74</b>
<b>Ratio de intensidad de las emisiones de GEI por producción (alcances 1 y 2)</b>	t CO <sub>2e</sub> /mil cajas unitarias producidas****	0,1152	0,1521	<b>0,1121</b>
<b>Ratio de intensidad de las emisiones de GEI por ingresos (alcances 1 y 2)</b>	t CO <sub>2e</sub> /millones	0,0177	0,0152	<b>0,0107</b>

<sup>20</sup> Emisiones alcances 1 y 2.  
 \* Se presenta una variación del 4,8% respecto al informe de sostenibilidad 2022 porque la fecha de su publicación fue anterior a la certificación de las emisiones por parte de la auditoría externa.  
 \*\* Los datos emisiones de GEI de 2023 presentados en este informe son cálculos preliminares y serán sometidos a verificación externa. Sus posibles variaciones serán presentadas en el informe del próximo año.  
 \*\*\* La contabilidad de las emisiones de GEI del alcance 2 se reportan bajo el Protocolo GHG y el método "basado en el mercado" y su cuantía es cero debido a la adquisición de certificados de energía renovable (RECs, por sus siglas en inglés).  
 \*\*\*\* Una caja unitaria es una medida interna equivalente a 24 botellas de 250 ml.

## RESULTADOS Y AVANCES EN NUESTRA GESTIÓN CLIMÁTICA



### RECONVERSIÓN TECNOLÓGICA

Con una inversión de más de \$2.700 millones reemplazamos una caldera de carbón en planta de Caloto por una de gas natural, con la cual reducimos más de 1.600 t CO<sub>2e</sub>.

Reemplazamos y actualizamos 8.300 equipos de frío por unos con tecnologías más eficientes y limpias, los cuales utilizan refrigerante R-290 en vez de R-134. Esto representa menores emisiones de GEI por fugas y recarga de refrigerante.



### ENERGÍAS RENOVABLES

Adquirimos Certificados de Energías Renovables que avalan que todo nuestro consumo de energía eléctrica (140.000 MWh) provino de fuentes renovables.

Abastecimos con energía fotovoltaica la planta de Yumbo desde la granja solar Celsia, la cual suministró 9.000 MWh de energía.



### EFICIENCIA ENERGÉTICA

Con proyectos propios y con aliados estratégicos, optimizamos la forma en la que usamos los diferentes tipos de energéticos en nuestros procesos industriales, reduciendo principalmente el consumo de combustibles fósiles, con proyectos de mejora continua y actualización de tecnologías, para estar a la vanguardia de los estándares internacionales en nuestro sector.

Gracias a esto mejoramos 1,35% nuestra eficiencia energética en la producción.



### MOVILIDAD SOSTENIBLE

Comprometimos en 2023 la adquisición de 219 equipos con características de movilidad sostenible que ingresarán a las flotas primaria, secundaria y de movilidad interna.



## 100% de nuestra energía es renovable

Certificamos que el 100% de la energía eléctrica que utilizamos provino de fuentes renovables.

Este consumo de energía renovable fue certificado por Celsia, empresa de energía del Grupo Argos, por medio de la adquisición de sus Certificados de Energía Renovables (RECs), un mecanismo voluntario a través del cual los usuarios finales de la energía eléctrica demuestran que una cantidad o el total de su consumo de electricidad fue generado a partir de fuentes renovables. Para nuestro caso el 100% del consumo fue certificado como energía producida por la central hidroeléctrica Prado.

Gracias a estos RECs ratificamos una ruta de trabajo con foco en la transición energética. En los RECs vemos un mecanismo válido que brinda confianza y garantiza la responsabilidad que tenemos con el suministro de energía para que nuestra producción siga en línea con los fundamentales de sostenibilidad de la organización en función de la transición energética.

## GESTIÓN ENERGÉTICA

A través de la herramienta ReCon de nuestro socio estratégico PepsiCo, sensibilizamos al personal del área de manufactura en las buenas prácticas operacionales, identificamos los equipos con mayor consumo y establecemos proyectos de mejoramiento continuo bajo la filosofía Kaizen, enfocados en mejorar la eficiencia en consumo y uso de energía.

Somos rigurosos en el seguimiento mensual a los indicadores de energía eléctrica y gas natural con el

fin de anticipar acciones correctivas o preventivas que se puedan ejecutar a tiempo.

En 2023 cerramos alianzas para garantizar el suministro y disponibilidad de gas natural en el corto y mediano plazo, lo cual es relevante en función del control y la reducción de las emisiones que generamos en la operación.

También, reportamos una reducción cercana a 23 millones de megajulios en el consumo total de combustibles de fuentes no renovables. Además, nuestro balance energético se redujo cerca de 10 millones de megajulios.



Nuestro balance energético se redujo en casi 10 millones de megajulios, el equivalente a la energía que consumen 18.500 hogares al mes.

### Consumos de energías (GRI 302-1, 302-3, 302-4)

INDICADOR	UNIDAD	2021	2022	2023
<b>Consumo total de combustibles de fuentes no renovables</b>	MJ	<b>605.046.682</b>	<b>699.957.632</b>	<b>676.961.838</b>
Carbón mineral	t	1.205	1.963	<b>1.234</b>
Gas natural	MBTU	518.164	581.551	<b>577.826</b>
Gas licuado de petróleo	kg	227.482	222.486	<b>207.919</b>
Diesel	gal	83.753	125.583	<b>146.132</b>
<b>Consumo total de energía eléctrica</b>	<b>MJ</b>	<b>448.129.451</b>	<b>496.923.433</b>	<b>509.981.213</b>
Consumo energía eléctrica del Sistema Interconectado Nacional*	MJ	414.094.860	466.054.999	<b>477.633.607</b>
Consumo de energía autogenerada fotovoltaica	MJ	34.034.591	30.868.434	<b>32.347.606</b>
Ratio de intensidad energética	MJ/CU	<b>2,324</b>	<b>2,443</b>	<b>2,410</b>
Aumento o disminución en el consumo energético respecto al año anterior	MJ	<b>▲ 135.743.785</b>	<b>▲ 143.704.933</b>	<b>▼ 9.938.014</b>

\* Todo nuestro consumo de energía eléctrica del Sistema Interconectado Nacional de Colombia para 2023 fue certificado con fuentes de energía renovable (RECs, por sus siglas en inglés).

▲ Incremento ▼ Disminución

Nuestro rendimiento de energía eléctrica se expresa mediante la relación entre la cantidad de cajas unitarias (CU) producidas y la cantidad de energía usada para su producción.

A través de este indicador, monitoreamos las desviaciones respecto a los parámetros y metas establecidas. Su consolidación

mensual hace parte del tablero de seguimiento de indicadores de la Vicepresidencia Técnica, y cada año se establecen objetivos de cumplimiento basados en el comportamiento histórico y en el número de cajas establecidas según nuestro plan de negocio, buscando siempre que sean metas logrables y retadoras para cada planta.

## Movilidad sostenible y gestión de emisiones en transporte (Alcance 3)

Entendemos los retos de la movilidad sostenible y los hacemos parte de nuestro compromiso con el medioambiente.

Nuestra visión del tema es integral. Además de incorporar mayor tecnología en los vehículos para contribuir al medioambiente y la calidad del aire, desarrollamos actividades que propician la cualificación de los conductores y del equipo de trabajo para que contribuyan con su labor a la movilidad sostenible, generen eficiencias en la

operación, fortalezcan su comportamiento en la vía y mejoren su calidad de vida.

A esto sumamos componentes digitales y analíticos que permiten mayor asertividad en las decisiones asociadas a la eficiencia de los vehículos y de los procesos de logística, lo cual trae consigo impactos positivos para el medio ambiente.

“Me siento muy orgulloso y emocionado de hacer parte de esta historia”.

Ariel Rojas.

**Gracias al buen comportamiento en las vías evitamos el consumo de 229.070 galones de diésel en 2023, lo cual equivaldría a 2.106 tCO<sub>2eq</sub>.**

## Formación a conductores

Desarrollamos actividades que propician la cualificación de los conductores contribuyendo a la movilidad sostenible y a mejorar la eficiencia en la operación, el comportamiento en vía y su calidad de vida.

En los últimos años, graduamos a 123 conductores como bachilleres, 270 recibieron cursos de conducción eficiente y 250 conductores se capacitaron en alistamiento de vehículos articulados de carga, enfocando su formación para mitigar riesgos y garantizar condiciones necesarias para una operación segura en las vías.

## Primer tractocamión eléctrico en Colombia

El tractocamión eléctrico que comienza a rodar en 2024 será conducido por Ariel Rojas Serrano, quien lleva más de 16 años vinculado a Edinsa, operador de transporte de Postobón. Ariel fue elegido por su trayectoria y compromiso con la conducción segura y eficiente.

Este tractocamión tiene una autonomía de 120 kilómetros y operará entre los centros de trabajo del área metropolitana del Valle de Aburrá y el Oriente Antioqueño.

## Evolución de la flota de vehículos

Los cambios en nuestra flota de vehículos a tecnologías bajas o libres de emisiones de carbono son clave en nuestro propósito de seguir siendo una compañía carbono neutro.

De 2010 a hoy, junto con nuestro operador de transporte Edinsa, hemos incorporado 657 unidades destinadas para transporte primario, secundario y al interior de los centros de trabajo, los cuales tienen criterios de movilidad sostenible al incorporar tecnologías avanzadas, entre ellas Euro 5, Euro 6, gas, híbrida y eléctrica. En estos vehículos, hemos comprometido inversiones por \$364.000 millones.

En 2023 iniciamos el proceso de incorporación de 219 equipos para movilidad interna y externa con tecnologías Euro 5, Euro 6 y libres emisiones (gas y eléctricas).

Para el transporte primario determinamos el ingreso de 109 equipos. De estos, 38 serán para una reposición progresiva y los otros 71 reemplazarán camiones tercerizados con tecnologías menos amigables. En estos vehículos se incluye el primer tractocamión eléctrico con capacidad de carga de 52 toneladas que llega al país, marcando un hito en el transporte en Colombia.

En movilidad secundaria, pactamos la adquisición de 108 camiones tecnología Euro 5 (diésel) marca Volkswagen Constalation, los cuales sustituirán progresivamente equipos con tecnologías anteriores.

De igual forma, adquirimos dos montacargas eléctricos para procesos logísticos al interior de los centros de trabajo.

## Innovación en tecnologías

Estamos en la búsqueda de conversiones de tecnología y mezclas de tecnologías amigables con el medio ambiente, que contribuyan a la transición energética. Junto con Renting Colombia avanzamos en el desarrollo de un piloto para adaptar camiones a hidrógeno como fuente de combustible alternativo. Esto los hace más eficientes y reduce sus emisiones. Actualmente hay un vehículo en pruebas y esperamos escalar el proceso a nueve vehículos más.

## Innovación y data en conducción

Hemos incorporado procesos digitales y tecnológicos en la logística con el fin de hacer más eficiente la movilidad, lo cual genera impactos positivos en materia de sostenibilidad.

El 100% de nuestra flota cuenta con equipos de IoT (Internet de las cosas) para hacer telemetría, seguimiento en tiempo real y tener data para toma de decisiones. Son 2.928 equipos móviles que se monitorean en tiempo real.

La telemetría permite contar con datos para lograr mayores eficiencias en el cumplimiento de rutas, hacer análisis de comportamientos de conducción y programar mantenimientos preventivos, entre otros, lo cual genera impactos positivos en materia medio ambiental gracias a la reducción de emisiones y el uso de combustibles y aceites.

En 2023 invertimos \$2.300 millones en procesos de telemetría y proyectamos que en los próximos tres años invertiremos más de \$9.200 millones.

## Resultados

- Mejoramos el rendimiento de combustible en un 6,3%.
- Aumentamos la productividad de la flota en más del 15%.
- Incrementamos el rendimiento de producto transportado en un 28%.
- Implementamos programas de conducción segura en los que el 51% de los conductores de la flota primaria que participaron mejoraron su forma de conducir.

# COMPROMISO CON *el bienestar*

Nuestro propósito superior invita a tomarse la vida creando experiencias y transformando momentos para cada momento del día. Lo hacemos con nuestras marcas y con una oferta de productos de un gran portafolio de bebidas y alimentos hecho para que los consumidores elijan la mejor alternativa según sus gustos y sus necesidades.

Entendemos la necesidad de promover el bienestar como una actitud de vida. Eso nos lleva a trabajar bajo parámetros de consciencia y libertad de decisión por parte de los consumidores para que se comprenda

que la oferta va desde la indulgencia hasta el máximo cuidado.

Promovemos los estilos de vida activos y responsables y cumplimos con las normativas vigentes en etiquetado para que los consumidores tengan información suficiente, clara y confiable, sobre la calidad del producto, sus ingredientes y su aporte nutricional, facilitando su consumo. De esa forma, logramos una visión integral del bienestar, que se ve reflejada en nuestro portafolio.

Distribución de alimentos (salsas, aderezos, snacks y otros).

Distribución de café (tostado molido y en grano, instantáneo).



## PARTICIPACIÓN DE MERCADO (POS S-1)

Datos Nielsen 2023



### MACROCATEGORÍA DE BEBIDAS



### BEBIDAS CON FRUTA



### AGUAS



### GASEOSAS



### TÉ



### ENERGIZANTES



### HIDRATANTES



Participación relevante en el mercado de cervezas y malts.

*Nuestras*  
**MARCAS**  
 CREAN EXPERIENCIAS Y  
**TRANSFORMAN**  
*momentos para*  
**TOMARSE**  
*la vida.*

# INNOVACIÓN EN PRODUCTOS

(POS G-11)

De acuerdo con el ranking de innovación de la Asociación Nacional de Empresas (ANDI), somos una de las veinte empresas más innovadoras de Colombia.

En los dos últimos años, ratificamos nuestra posición en este grupo de empresas, sobre todo por la capacidad de desarrollar innovaciones de mercado.

Para la ANDI, nuestro impulso a la innovación es relevante y se refleja en la forma cómo llegamos al mercado, las inversiones que hacemos para estimular procesos donde el pensamiento central se basa en la innovación efectiva y la construcción de una cultura corporativa enfocada en el tema.

Dentro de nuestra Meta Estratégica Grande y Ambiciosa proyectada a 2024 nos planteamos que parte relevante de nuestros ingresos provenga del ejercicio de innovación productos, servicios y nuevas categorías de mercado.

Desde 2015, contamos con un modelo para implementar la innovación llamado Stage Gate, una metodología especial alineada con el espíritu emprendedor que tenemos y un habilitador para la ejecución de diferentes proyectos.

En 2023 y a la luz de un proceso de diagnóstico y cocreación, evolucionamos la metodología Stage Gate mediante la categorización de proyectos según su tipología. Esto permitió tener cronogramas más claros y una definición más

En 2023 hicimos

23



lanzamientos  
 de productos  
 al mercado  
 basados  
 en procesos de  
 innovación.

certada de la duración de cada uno. Para esto, implementamos herramientas tecnológicas de flujos de trabajo y administración de proyectos que facilitan el acceso a la información e incentivan la autogestión.

En los últimos tres años hemos realizado 73 lanzamientos de productos provenientes de procesos de innovación.

En el caso específico de 2023, fueron 23 los lanzamientos. Estos productos innovadores se desarrollaron con la metodología de Stage Gate y representaron en el 8,7% del volumen de ventas en el año.



## Productos evaluados con criterios de sostenibilidad

(POS S-2)

Los procesos de innovación en productos son acompañados de un análisis de sostenibilidad, especialmente en asuntos ambientales y sociales.

Dentro de la metodología Stage Gate tenemos parametrizado la evaluación sobre criterios de sostenibilidad en las materias primas, el carácter del productor (sitio de fabricación, condiciones del maquilador), el contenido de ingredientes y componentes de fórmulas como el azúcar, el sodio y los edulcorantes, el material de los envases y empaques desde la tipología y circularidad, así como la comunicación y las acciones de mercadeo y publicidad que se van a desarrollar.

De los 23 lanzamientos de productos innovadores realizados en 2023, tres fueron evaluados bajo criterios de sostenibilidad sin encontrar impedimentos asociados al tema que restringieran su propuesta de valor.

# REDUCCIONES CALÓRICAS EN LAS BEBIDAS

Entendemos las tendencias y expectativas de los consumidores. En 2018 iniciamos un proceso basado en innovación, investigación y desarrollo de productos, el cual nos ha permitido hacer reducciones calóricas en el portafolio de bebidas no alcohólicas sin afectar el perfil de sabor de las bebidas.

Este proceso se ha complementado con la incorporación de más ingredientes naturales y funcionales, asuntos que son altamente relevantes para las personas.

Gracias a esto, el 99% del volumen de ventas de nuestras bebidas en 2023 fue reducido, bajo o libre de calorías. En esta cifra se destaca que el 39% del volumen de ventas fue sin azúcar añadida.

Este proceso no ha estado exento de retos. Siempre hacemos la salvedad de que, en algunas ocasiones, ante las nuevas propuestas el consumidor es muy sensible al cambio, generando reticencia, y, por ende, rechazo. Esto origina un reto mayor en la configuración de las fórmulas de producto y los perfiles de sabor.



## Volumen de ventas respecto al azúcar añadida (POS S-19)

	2021	2022	2023
Sin azúcar añadida	37%	39%	<b>39%</b>
Bajo en azúcar Menos de 5 g por 100 ml	11%	32%	<b>41%</b>
Reducido en azúcar Entre 5 y 8 g por 100 ml	41%	26%	<b>19%</b>
Alto en azúcar Superior a 8 g por 100 ml	12%	3%	<b>1%</b>

## Porcentaje de fórmulas con menos de 5 g azúcar /100 ml de producto (POS S-18)

CATEGORÍA	2021	2022	2023
Agua	88%	100%	<b>100%</b>
Frutas	11%	97%	<b>96%</b>
Gaseosas	55%	63%	<b>96%</b>
Nueva generación	73%	92%	<b>100%</b>
Premium	83%	100%	<b>100%</b>
Franquicias	63%	69%	<b>69%</b>
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>62%</b>	<b>87%</b>	<b>93%</b>

# 99%

del volumen de ventas es reducido, bajo o sin calorías.

# 39%

del volumen de ventas es sin azúcar añadida.

(POS S-21)

## Porcentaje de fórmulas con componentes naturales (sabores y edulcorantes) (POS S-20)

CATEGORÍA	2021	2022	2023
Agua	13%	91%	<b>100%</b>
Frutas	46%	69%	<b>52%</b>
Gaseosas	46%	69%	<b>96%</b>
Nueva generación	60%	69%	<b>91%</b>
Premium	72%	100%	<b>100%</b>
Franquicias	63%	63%	<b>63%</b>
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>50%</b>	<b>77%</b>	<b>84%</b>

## Etiquetado frontal (GRI 417-1, POS S-4)

Brindarles a los consumidores información amplia sobre nuestros productos es fundamental y lo hacemos con criterio de cumplimiento de los parámetros normativos.

Entre 2022 y 2023, la implementación de la ley de etiquetado frontal ha tenido diferentes cambios que se resumen de la siguiente forma. La Resolución 810 de 2021 fue modificada por la Resolución 2492 de 2022. Esta, a su vez, se actualizó con la Resolución 254 de 2023. Por último, para implementar los cambios se estableció un régimen de transición el cual termina en junio de 2024, fecha en la cual, el etiquetado frontal de alimentos y bebidas debe estar implementado.

En nuestro caso, acogiendo los parámetros de estas normas y avanzando dentro del régimen de transición, logramos que, a finales de 2023, las 45 marcas y las 508 referencias que conforman el portafolio de bebidas alcanzaran un 73% de implementación con base en las normas.<sup>21</sup>

Para los productos que, por las condiciones de sus empaques en términos de tamaño y áreas de comunicación en etiquetas y empaques secundarios no tienen forma de imprimir los sellos, llevamos la información, según lo indica la norma, al sitio web [www.postobon.com](http://www.postobon.com).

## Acuerdo de autorregulación (POS S-3, S-6)

Desde 2016 cumplimos con los acuerdos del compromiso autorregulatorio para promover el bienestar y los estilos de vida activos, asumido por la industria de bebidas, que lidera la Cámara

de la Industria de Bebidas de la ANDI. En marzo de 2023, en un trabajo conjunto con el Icontec, se actualizaron y adaptaron algunos puntos del acuerdo con base en temas como el etiquetado frontal.

COMPROMISO	ACCIÓN	NUUESTRO CUMPLIMIENTO
<b>Promoción de estilos de vida activos y saludables</b>	La empresa realizará, mínimo una vez al año, una campaña publicitaria relacionada con la promoción de estilos de vida activos y saludables bien sea de manera individual y/o gremial, orientada a la población colombiana.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollamos desde 2019 el Programa ¡Boom!, Activa tu Vida, el cual ha impactado con actividad física en instituciones educativas a 166.648 jóvenes.</li> <li>Apoyamos la realización de 53 eventos deportivos con inversiones de más de \$1.800 millones. En estos eventos impactamos a 1,7 millones de personas con la promoción de hábitos de vida.</li> <li>Agua Cristal y Manzana Postobón promovieron los estilos de vida activos al ser los grandes patrocinadores de las maratones, carreras de atletismo y eventos ciclistos recreativos.</li> </ul>
<b>Innovación del portafolio de bebidas y en tamaños individuales reducidos</b>	La empresa tendrá en su portafolio de bebidas, opciones con tamaños individuales reducidos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contamos con 273 referencias personas por debajo de los 350 ml.</li> <li>99% del volumen de ventas es reducido, bajo o sin calorías.</li> <li>39% del volumen de ventas es sin azúcar añadida.</li> <li>En ese sentido, se destacan las marcas Acqua Postobón, Colombiana y Manzana Postobón sin azúcar, Pepsi sin azúcar, H2Ohi, Bretaña, Mr. Tea sin azúcar y agua Cristal.</li> </ul>
<b>Innovación portafolio de bebidas y contenido calórico</b>	La empresa tendrá en su portafolio de bebidas, productos con opciones bajas, reducidas o libres de calorías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 100% del portafolio de bebidas cumple con el compromiso.</li> <li>El 99% del volumen de nuestras ventas es reducido, bajo o libre de calorías.</li> </ul>
<b>Venta y entrega directa de bebidas a colegios e instituciones educativas de primaria</b>	La empresa no realizará venta y entrega directa de bebidas a tiendas (operadas directamente por el colegio o institución o concesión) de primaria. Se exceptúan de este compromiso las bebidas a base de malta y las bebidas exentas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimos el compromiso en el 100% de las instituciones educativas que atendimos (3.593 instituciones educativas).</li> <li>En ellas solo comercializamos las bebidas exentas como aguas, bebidas con contenido de fruta superior o igual al 12 % y jugos 100 % de fruta, bebidas lácteas, bebidas vegetales y a base de malta.</li> </ul>
<b>Publicidad de bebidas a menores de 12 años</b>	La empresa debe asegurar que la publicidad en medios no se realice en franjas donde la población menor de 12 años supere al 35%. Se exceptúan aguas, bebidas con contenido de fruta superior o igual al 12 % y jugos 100 % de fruta, bebidas lácteas, bebidas vegetales y a base de malta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En 2023 realizamos 60 campañas publicitarias en todas las categorías. Todas se sometieron a revisión por parte del comité interno de publicidad para el cumplimiento regulatorio y autorregulatorio.</li> <li>Nuestras centrales de medios, ordenadoras de la publicidad, tienen instrucciones claras al respecto del acuerdo y deben certificar periódicamente su cumplimiento.</li> </ul>

<sup>21</sup>Según lo establecido en las resoluciones de etiquetado nutricional y frontal (810 de 2021 y 2492 de 2022) los cambios para etiquetados y sellos de advertencias en bebidas fueron: (1) Declaración del número de porciones por envase en el panel frontal junto al contenido neto, el tamaño de la porción para las categorías de bebidas del portafolio es de 200 ml., adopta cinco sellos octagonales de fondo color negro y borde blanco, y en su interior el texto "EXCESO EN", seguido de "GRASAS SATURADAS" o "GRASAS TRANS" o "SODIO" o "AZÚCARES" o con el texto "CONTIENE EDULCORANTES"; (2) Las letras del texto de los sellos deben ser mayúsculas y de color blanco, tipo de letra Arial bold. Además, en el mismo símbolo, deberá inscribirse en letras blancas, la palabra "MINSALUD"; (3) Se restringen las declaraciones en salud y nutricionales cuando hay presencia de sellos de advertencia, la declaración de los nutrientes en la tabla de información nutricional debe hacerse por 100 ml de producto y por porción para alimentos líquidos, los títulos y los nombres de los siguientes datos nutricionales: calorías, grasa saturada, grasas trans, azúcares añadidos y sodio, deben aparecer en negrilla y tener un tamaño de letra 1,3 veces más grande para distinguirlas de los demás nutrientes. (4) El nombre de cada nutriente en la tabla de información nutricional debe aparecer en una columna seguido inmediatamente por la cantidad en peso del nutriente, usando "g" para gramos o "mg" para miligramos, "µg" microgramos o UI (unidades internacionales), según corresponda.

# DINÁMICA DEL PORTAFOLIO

Como todos los años, trabajamos para que nuestras marcas sigan siendo líderes y altamente relevantes para los consumidores teniendo presente que nuestro propósito nos invita generar valor para ellos desde la creación de experiencias y la transformación de momentos.

En 2023 brindamos una oferta que interpreta las expectativas de los consumidores y nuestras marcas tuvieron como premisa avanzar en la reducción calórica para ofrecer opciones que van desde la indulgencia hasta el máximo cuidado, lo cual potencia su libertad de decisión.

Hoy el portafolio, además de ser amplio en categorías de bebidas y alimentos y en el que incluimos marcas propias, de terceros que comercializamos y de franquicias, captura las preferencias de los clientes y de los consumidores en los diferentes canales en los que hacemos presencia.



# GASEOSAS

## Lo que hacemos

Conectamos al mundo con lo refrescante de nuestras burbujas y los sabores, para expresar actitudes y criterios de vida optimistas.

## ¿Cómo?

- Construyendo, posicionando y promocionando marcas que son símbolos de la cultura y oferta de variedad.
- Ofreciendo innovaciones que responden las nuevas tendencias.
- Generando conexiones emocionales con una comunicación que promueve valores como la unión, la fortaleza, el orgullo y la diversidad, entre otros.
- Promoviendo eventos alrededor de la música, el deporte, la actividad física, la moda y la gastronomía, entre otros, que integran, vinculan y llevan experiencias únicas para que las personas se tomen la vida.



## HECHOS DESTACADOS

- **Segmento sin azúcar:** Impulsamos las presentaciones sin azúcar y sin calorías de Manzana Postobón, Colombiana y Pepsi.
- **Manzana Postobón:** Bajo el concepto "Ser ciclista es otra cosa", la marca le dijo al mundo que hay miles de colombianos apasionados por este deporte, que se identifican con un estilo de vida único. La marca se sumó como gran vocero de la prevención del cáncer de mama con la campaña "La valentía también es rosa" en alianza con la fundación Alma Rosa.
- **Colombiana:** Acompañamos a las selecciones de fútbol en todas las categorías, con especial énfasis en las femeninas. La campaña "Todos llevamos en el corazón una colombiana que nos hace latir", en la que participó la cantante Karol G. fortaleció un mensaje de género sobre la relevancia de las mujeres en la sociedad. Parte de las ventas de la edición especial Colombiana por Karol G. se destinaron a la fundación Con Cora, dedicada a la promoción del empoderamiento femenino.
- **Breña:** Nuestra marca desarrolló una colaboración con la marca de ropa NAF NAF para crear una campaña experiencial con prendas femeninas reflejando un estilo fresco y sofisticado de las mujeres colombianas.
- **Postobón Acqua:** fortalecimos la presencia de la marca para posicionarla como una opción de consumo balanceada con ingredientes naturales, endulzada con stevia y sin calorías.
- **Pepsi:** La marca de franquicia se concentró en campañas de comunicación que impulsan el consumo en botella retornable. Además, lanzó la referencia sin azúcar.
- **7up:** La marca cambió el color de la botella de PET pasando de un tradicional verde a transparente, lo cual fortalece su circularidad al facilitar el proceso de reciclaje.
- **Hipinto:** La marca renovó su imagen y fortaleció su identidad con la región santandereana, al tiempo que ofreció a sus consumidores nuevas presentaciones de sabores icónicos como piña.
- **Sabores Postobón:** nuestra línea enfatizó su comunicación en el público *gamer* y en los aficionados a los video juegos.

# BEBIDAS CON FRUTAS

## Lo que hacemos

Le brindamos a los colombianos una amplia oferta de productos y presentaciones que los vinculan con el sabor de las frutas y tratamos de acercarlos a lo mejor de ellas.

## ¿Cómo?

- Buscando que el consumidor disfrute al máximo todo lo que esta trae consigo las frutas: sabor, diversión y conexión.
- Creando experiencias que acompañen el día a día de los consumidores.
- Ofreciendo marcas que sean fáciles, prácticas, cercanas y asequibles.
- Acompañando programas de valor compartido como Hit Social y MiPupitre Postobón, demostrando que la marca tiene un compromiso con la sostenibilidad.
- Explorando desarrollos innovadores en cuatro pilares de trabajo: la reducción de azúcar y niveles calóricos en los productos, el desarrollo de productos para el portafolio alineados con los beneficios de las frutas, las mezclas entre frutas y con vegetales, cereales y proteínas, entre otros, para llevar opciones innovadoras al mercado.



## HECHOS DESTACADOS

- **HIT:** La marca se posicionó como la primera del mercado en poder de marca, según la firma Kantar, e inició una etapa de posicionamiento bajo el concepto "Como tu sabor no hay dos", el que invita a conectarse desde la autenticidad, la cotidianidad colombiana y la fruta.
- **Lanzamos la presentación HIT lulo** en litro Tetra Pak, luego de hacer un ejercicio de escucha digital en el cual encontró una alta afinidad de este sabor y la necesidad del consumidor de encontrarlo en una presentación familiar.
- **Recibimos el reconocimiento por efectividad y creatividad** de los premios Effie Colombia donde la marca obtuvo un metal de plata. Además, la marca recibió un YouTube Award, reconocimiento altamente relevante en el mundo digital.
- **Avanzamos en la reducción calórica** de diferentes referencias manteniendo el perfil de sabor.

# AGUAS

## Lo que hacemos

Promovemos una oferta de valor para hidratar a las personas en diferentes momentos del día, con gran asequibilidad y accesibilidad, al tiempo que generamos experiencias vinculantes desde la promoción de estilos de vida activos y sostenibles.

## ¿Cómo?

- Con presentaciones que responden a ocasiones donde la disponibilidad de agua es indispensable.
- Entendiendo las necesidades de los consumidores, llevándoles relevancia, diferenciación, alta conveniencia y opciones de acceso.
- Generando conexiones de marcas que marquen la diferencia y cobren relevancia por el valor que crean.
- Incorporando criterios de sostenibilidad en los envases, demostrando la importancia de la circularidad, minimizando el impacto ambiental y valorizando los materiales al darles una nueva vida.



## HECHOS DESTACADOS

- **La marca Agua Cristal** se convirtió en la primera en Colombia certificada por el Icontec como Plástico Neutro, asegurando la recuperación y reciclaje de la cantidad equivalente al plástico que usa.
- **La marca promovió masivamente el reciclaje** invitando a los consumidores a ser parte de un movimiento comprometido con tres pasos: separar, reciclar y repetir.
- **Cristal** acompañó las cuatro principales carreras atléticas del país con dos propósitos conectados entre sí. El primero, fortalecer los hábitos de vida saludables y la vida activa, promocionando el *running* con la garantía de hidratar durante las carreras. El segundo, promoviendo el reciclaje entre los deportistas y asegurando la recolección de todas las botellas usadas en las carreras. Con esto impactamos a más de 50.000 personas que participaron en las competiciones y recuperamos 1,5 toneladas de PET, que se reincorporaron al ciclo para hacer nuevas botellas.
- **La marca participó en conciertos y eventos** donde promovió el reciclaje y la economía circular con experiencias relevantes y vinculantes. Con estas acciones impactamos a más de 40.000 personas y recuperamos cerca de una tonelada de PET.
- **Agua Cristal** lanzó al mercado tres nuevas presentaciones: Cristal Aloe Coco (con cristales de aloe y de coco), agua con gas en lata y Cristal Sportcap (presentación en PET de un litro con una tapa abre-cierra).
- **Juntos por El Reciclaje**, fue el piloto que desarrolló Cristal en Bogotá para promover el reciclaje en los puntos de venta e involucró a 83 tenderos. Gracias a esto se recuperó una tonelada de PET en un periodo de seis meses.
- La marca participó en la construcción del árbol de Navidad más grande del mundo hecho con botellas PET. Esta acción permitió conseguir un **Guinness Record**. Después de Navidad, el árbol se desmontó y todas las botellas se reciclaron.

# AGUA CRISTAL, PLÁSTICO NEUTRO

Somos la primera compañía del país en obtener la certificación como plástico neutro con nuestra marca Agua Cristal.

Esta certificación fue entregada por Icontec y es resultado de la verificación hecha a la compañía y a la marca, la cual demostró el pleno cumplimiento de los requisitos contemplados en la norma técnica colombiana Neutralidad de Materiales NTC 6657:2022, la cual busca promover el aprovechamiento de materiales y el desarrollo de cadenas de valor sostenibles para contribuir a la meta de reducción de Gases de Efecto Invernadero (GEI) al 2030 del país.

Ser plástico neutro significa que el equivalente a la cantidad de plástico que Agua Cristal utiliza en la elaboración de sus envases y empaques (como el PET para las botellas, el polietileno de alta densidad para las tapas y el polipropileno para las etiquetas, entre otros), se recupera, recicla, compensa, transforma y reincorpora de nuevo al ciclo productivo, permitiendo hacer nuevos envases sin usar materias primas vírgenes y evitando la emisión de Gases de Efecto Invernadero.



**Esta certificación es significativa al ser una garantía para los grupos de interés del compromiso con la sostenibilidad, el cual se extiende a nuestras marcas.**



# CATEGORÍA PREMIUM

## Lo que hacemos

Demostramos nuestra vocación de innovación y creación de marcas y las ponemos al servicio de productos que interpretan a los consumidores, que comprenden las tendencias mundiales y que promueven estilos de vida motivados por propósitos.

## ¿Cómo?

- Fortaleciendo marcas como Hatsu, que genera una gran conexión emocional con los propósitos de las personas, especialmente los asociados a un estilo de vida consciente.
- Creando una comunicación altamente impactante donde las personas se identifican y motivan a evolucionar conscientemente, sin radicalismos.
- Poniendo la innovación al servicio del desarrollo de marcas y de productos coherentes con los fundamentales de las categorías del segmento premium.



## HECHOS DESTACADOS

- **Hatsu tónicas:** La marca Hatsu introdujo al mercado aguas tónicas sin calorías en tres sabores: tónica sabor original, que realza los sabores de la quinina y se adapta a cualquier tipo de mezcla; tónica *lemongrass & tangerine*, que balancea sabores herbales y notas frutales, y la tónica *cranberry & hibiscus*, con sabor suave y refrescante.
- **Hatsu Soda en lata:** En el segundo trimestre lanzamos una edición especial de soda en lata 269 ml para celebrar la autenticidad y la inclusión, alineando la marca con su propósito de diversidad.
- **Hatsu lila litro:** Complementamos el portafolio familiar con el lanzamiento de té Hatsu lila (sabor a flor de cerezo) en presentación de Tetra Pak de un litro, bajo el propósito de ampliar la oferta para llegar a los hogares colombianos.
- **Participación en eventos:** La marca incrementó sus patrocinios y su presencia en conciertos y festivales como espacios de conexión, destacándose la participación en Buena Vida Beach, Estéreo Picnic, Nómada Festival, Vida Sana, Paradiso, Pride Fest, Desfile Pride, Our Pridely, Expovinos, Conexión Océanos, Origen Fest, Colombiamoda, la feria del Diseño y la feria Vassar.
- Como novedad, la información en redes sociales sobre el evento se hizo con Inteligencia Artificial al contar con dos personajes, Hiroshi y Yumi, quienes respondían preguntas y daban recomendaciones gastronómicas en la cuenta oficial de Hatsu en Instagram.



## BEBIDAS DE NUEVA GENERACIÓN

### Lo que hacemos

Llevamos a las categorías de hidrantes, té, energizantes, lácteos y otras marcas que generan valor y ganan la preferencia de los consumidores por sus beneficios, especialmente los funcionales.

### ¿Cómo?

- Con una oferta diferenciada, altamente atractiva y muy competitiva, en todas las variables del mercado.
- Preponderando ingredientes naturales.
- Desarrollando productos bajos y sin calorías, que incorporan ingredientes funcionales como vitaminas, minerales y sabores naturales, entre otros.

### HECHOS RELEVANTES

- En 2023 revisamos las fórmulas de nuestras marcas obteniendo niveles de azúcar por debajo de los cinco gramos por cada 100 ml, conservando los perfiles de sabor de los productos.
- Potenciamos a Mr. Tea, especialmente en las presentaciones *On-the-Go* y *Bag in Box*, con el fin de ampliar y dar mayor relevancia a los espacios de consumo de la marca.
- Speed Max lanzó su presentación en lata de 473 ml. con el fin de hacer de ella una gran opción para que los consumidores recarguen su energía disfrutando un gran sabor con la experiencia que ofrece la marca.
- La marca Bilac, en sus referencias leche achocolatada y avena, concentró esfuerzos en el conocimiento de la marca y la experiencia de consumo para ampliar su presencia en el mercado y ganar la preferencia de los consumidores. La marca se consolidó como la segunda en avena y leches saborizadas en el canal tradicional.
- Gatorade, marca de franquicia, presentó los sabores fresa-kiwi y naranja sin azúcar.

**NUESTRO**  
*compromiso*  
**CON LA GENTE**

# COMPROMISO CON LA GENTE

Nuestro talento hace a la organización, le da vida y energía, genera los retos y trabaja para cumplirlos.

Gracias a nuestros colaboradores avanzamos en la búsqueda de las metas, orientados por una estrategia corporativa y competitiva, donde la gestión de sus capacidades, su bienestar, la generación de oportunidades y la valoración y el estímulo a su condición humana, concentran nuestra atención.

Bajo esa lógica, desarrollamos iniciativas que van desde la sensibilización, la entrega de información, el fortalecimiento de la cultura corporativa, la movilización y los beneficios extensivos a las familias, entre otros, para crear un sentido compartido y asegurar la comprensión del propósito superior de una organización que los valora desde el ser y desde su calidad humana.

## NUESTRA PROPUESTA DE VALOR



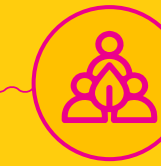
### ORGANIZACIÓN

Incrementamos la efectividad de la organización, a través del diseño de estructura, procesos y la definición de sistemas de compensación alineados con la estrategia.



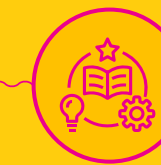
### RELACIONES DE TRABAJO

Nuestras relaciones humanas en el trabajo se fundamentan en el reconocimiento de los derechos y deberes del equipo, facilitando los canales de comunicación en forma bidireccional, garantizando la seguridad jurídica en el reconocimiento de las obligaciones legales y condiciones de seguridad y salud en el trabajo.



### 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 que velen por el cumplimiento de los Derechos Humanos.



### DESARROLLO Y APRENDIZAJE

Fomentamos el aprendizaje y desarrollo del talento como fundamento del crecimiento y la evolución de las personas con el fin de asegurar capacidades y competencias de la organización para transformar el negocio y la sociedad.



### 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.



### COMUNICACIÓN Y CULTURA

Contamos con una cultura corporativa que facilita y propicia el desarrollo del propósito de la organización, generando una identidad propia, compromiso y empatía entre las personas con los valores corporativos.

# UNA CULTURA PARA TOMARNOS LA VIDA

(GRI 3-3)

Entendemos la cultura como la esencia, la forma en que pensamos, actuamos y nos relacionamos para lograr los objetivos organizacionales.

Hacemos de la cultura corporativa un sincretismo de nuestros valores, competencias, estilo de liderazgo, formas de reconocer al talento, las relaciones que

generamos con los grupos de interés y la conectamos con nuestro propósito superior.

Nuestra cultura es única, nos diferencia, crea un sello distintivo, genera atracción hacia la organización y un fuerte sentido de pertenencia por parte del talento humano.

## Propósito superior y valores corporativos

Nuestro propósito es una declaración que invita a conectar a partir de lo que somos e inspira a dar todo de sí, es una poderosa forma de saber y demostrar que somos únicos.

Estamos orientados a tomarnos la vida como una actitud que promueve el optimismo, el equilibrio, la libertad de decisión, el empoderamiento, el compromiso y la diversidad.

Tenemos una fuerte conexión con el mercado y con nuestros grupos de interés y lo demostramos creando experiencias y transformando momentos para impactar positivamente y generar valor, al tiempo que avanzamos hacia un mundo sostenible, con coherencia y consistencia con el compromiso que hemos tenido a lo largo de nuestra historia con el país para contribuir con su desarrollo desde la solidaridad, la conciencia por el medioambiente, la sociedad, la economía, la inclusión, la responsabilidad y la ética.

PROPÓSITO SUPERIOR

### VALORES CORPORATIVOS



**Colaboración:** Juntos vamos por más.



**Valentía:** Somos de espíritu libre y emprendedor.



**Integridad:** Somos buena gente, hacemos lo correcto.



**Pasión:** Trascendemos y evolucionamos por convicción.



**Respeto:** La diferencia nos enriquece, el respeto nos une.



**Innovación:** Llevamos las cosas a otro nivel.

“JUNTOS NOS TOMAMOS LA VIDA CREANDO EXPERIENCIAS Y TRANSFORMANDO MOMENTOS PARA AVANZAR HACIA UN MUNDO SOSTENIBLE”

## Generación de empleo y oportunidades de trabajo

(GRI 2-7, 2-8)

En línea con nuestro compromiso de avanzar hacia un mundo sostenible, generamos oportunidades de trabajo para 19.036 personas. De estas oportunidades 11.418 equivalentes al 60% de ellas fueron empleos directos.

### Oportunidades de trabajo generadas

	2021	2022	2023
<b>Directos</b>	11.142	11.482	<b>11.418</b>
<b>Indirectos</b>	7.634	7.496	<b>7.618</b>
Contratistas de transporte	5.987	5.686	5.572
Contratistas	1.647	1.810	2.046
<b>TOTAL</b>	<b>18.776</b>	<b>18.978</b>	<b>19.036</b>

### Empleados por modalidad de contrato

(GRI 405-1)

	2021		2022		2023	
	Hombres	mujeres	Hombres	mujeres	Hombres	mujeres
<b>Contrato indefinido</b>	6.949	2.300	6.826	2.264	<b>7.027</b>	<b>2.345</b>
<b>Contrato temporal</b>	1.479	414	1.903	4.89	<b>1.565</b>	<b>481</b>
<b>TOTAL EMPLEADOS</b>	<b>11.142</b>		<b>11.482</b>		<b>11.418</b>	

### Antigüedad promedio

(POS S-9)

	2021		2022		2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>Menos de un año</b>	2.156	746	2.857	873	<b>2.751</b>	<b>906</b>
<b>Entre uno y cinco años</b>	2.944	1.155	2.349	998	<b>2.407</b>	<b>1.025</b>
<b>Entre seis y 10</b>	1.942	517	1.845	534	<b>1.657</b>	<b>522</b>
<b>Entre 11 y 20</b>	939	209	1.325	292	<b>1.504</b>	<b>324</b>
<b>Más de 20</b>	446	88	357	52	<b>284</b>	<b>38</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>8.427</b>	<b>2.715</b>	<b>8.733</b>	<b>2.749</b>	<b>8.603</b>	<b>2.815</b>
<b>TOTAL</b>	<b>11.142</b>		<b>11.482</b>		<b>11.418</b>	



## Diversidad de empleados

(GRI 405-1)

	2021	2022	2023
Número total de empleados	11.142	11.482	<b>11.418</b>
Porcentaje mujeres	24%	24%	<b>25%</b>
Porcentaje hombres	76%	76%	<b>75%</b>
Porcentaje menores de 30 años	33%	32%	<b>27%</b>
Porcentaje entre 31 y 50 años	59%	60%	<b>63%</b>
Porcentaje mayores 50 años	8%	8%	<b>10%</b>

## Niveles de reincorporación

(GRI 401-3)

68% de los colaboradores se reincorporaron a su puesto de trabajo al momento de finalizar la licencia parental. Su retención luego de un año es del 100%.

El 54% de las mujeres que salió a licencia de maternidad regresó a su trabajo después de cumplir el tiempo de permiso parental. Todas continuaron en sus labores después de un año al tiempo que recibieron acompañamiento para su proceso de lactancia y para el crecimiento familiar.

## Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local

(GRI 202-2)

Nuestro Comité Ejecutivo lo forman nueve ejecutivos, todos colombianos, provenientes de distintas regiones del país.

Redujimos tres puntos porcentuales la tasa de rotación del personal, lo cual confirma el sentido de pertenencia que fomenta la organización en sus colaboradores.

## Nuevas contrataciones y rotación de personal directo\*

(GRI 401-1)

	2021	2022	2023
Tasa de retiros	10%	16%	<b>14%</b>
Tasa de contratación	38%	52%	<b>32%</b>
Tasa de rotación	6%	9%	<b>6%</b>

\* Los datos son diferentes a las presentadas en informes anteriores debido a la actualización en la fórmula de cálculo de la rotación.

## Diversidad en órganos de gobierno y empleados

(GRI 405-1)

	2021	2022	2023
Miembros del Comité Ejecutivo	11	10	<b>9</b>
Porcentaje de mujeres en el Comité Ejecutivo	30%	22%	<b>22%</b>
Porcentaje de hombres en el Comité Ejecutivo	70%	78%	<b>78%</b>
Porcentaje de empleados entre 31 y 50 años en el Comité Ejecutivo	36%	40%	<b>22%</b>
Porcentaje de empleados mayores de 50 años en el Comité Ejecutivo	64%	60%	<b>78%</b>



## Remuneración

(GRI 405-2, POS S-10)

Nuestros salarios incrementaron cuatro puntos por encima del promedio de la industria de bebidas y, en general, por encima del sector de consumo masivo, lo cual cobra relevancia en un contexto de aumento de costo de vida por la alta inflación.

El salario mínimo de la compañía supera en un 8,4% al Salario Mínimo Legal Mensual Vigente (SMLMV).

Reforzamos los esquemas de compensación variable en las áreas comerciales. Además, continuamos implementando modelos variables en áreas de manufactura, ampliando la dinámica de remuneración en cargos críticos de la organización.

Diseñamos estrategias de fidelización que abordan la remuneración básica y variable, que brindan beneficios y salario emocional, de cara a los objetivos estratégicos, buscando ser rentables y eficientes en costos.

En cuanto a equidad en la remuneración, desde 2021 hemos reducido la brecha en la relación promedio entre los salarios de hombres y las mujeres para que sea equitativa.



## Relación del salario base frente al salario mínimo legal vigente

(GRI 202-1)

	2021		2022		2023	
	Hombres	mujeres	Hombres	mujeres	Hombres	mujeres
Salario base compañía	\$1.011.000	\$1.011.000	\$1.083.000	\$1.097.000	<b>\$1.257.000</b>	<b>\$1.257.000</b>
SMLMV	\$908.526	\$908.526	1.000.000	\$1.000.000	<b>\$1.160.000</b>	<b>\$1.160.000</b>
Relación	1,1	1,1	1,1	1,1	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>

## Beneficios y bienestar de los colaboradores

(POS S-27)

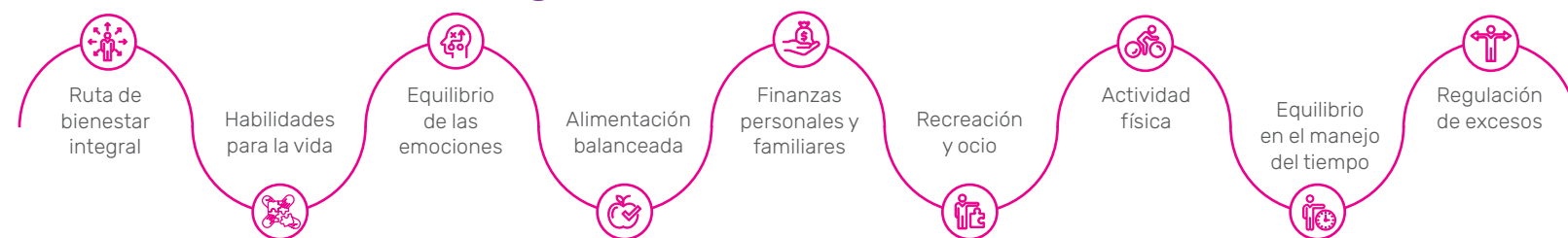
Promovemos la calidad de vida del equipo humano como condición fundamental para generar bienestar en el trabajo, fidelización, productividad y competitividad.

En 2023 invertimos \$45.848 millones en beneficios, lo cual representa un incremento del 7% con respecto a 2022, impactando a cada uno de los colaboradores con, por lo menos, un beneficio de nuestra oferta.

Buscamos un impacto positivo en las personas y sus familias con iniciativas y programas que, holísticamente, invitan al cuidado en todas las dimensiones del ser (física, emocional, social y financiera) y llevan a la adopción de hábitos de vida responsables, saludables y activos.

Para lograrlo, diseñamos una ruta de bienestar integral que brinda herramientas de empoderamiento para el autocuidado y fortalecemos las habilidades mentales, emocionales y sociales para afrontar situaciones que se presentan en el día a día.

### Ruta de bienestar integral



Para el desarrollo de esta ruta creamos puntos de contacto como seminarios virtuales, actividades presenciales, actividades de formación, salidas experienciales y espacios de esparcimiento,

entre otros, al tiempo que, con los programas e iniciativas de bienestar, generamos una atención integral que fortalece a las personas en sus propósitos profesionales y personales.

### Beneficios y auxilios a colaboradores

TIPO DE AUXILIO	VALOR PAGADO	PERSONAS
Antigüedad	\$1.420	119
Jubilación	\$56	29
Matrimonio	\$92	120
Educación	\$3.288	7.349
Lentes	\$106	1.110
Maternidad y nacimientos	\$183	589
Vacaciones	\$10.434	11.133
Extralegales	\$ 14.669	8.816
Transporte	\$5.641	3.766
Defunción	\$81	167
Incapacidad	\$1.667	10.512
Diligencia Sindical	\$191	30
Otros auxilios	\$799	4.744
BENEFICIOS EN BIENESTAR Y FORMACIÓN		
Vivienda (Mi Proyecto, Mi Hogar)	\$4.288	288
Educación (Pasaporte al futuro)	\$274	242
Primera infancia (Creciendo Juntos)	\$226	239
Comer es primero	\$551	4.200
Sentido de vida	\$80	239
Navidad	\$1.800	11.418
Formación en Universidad Postobón	\$2.068	12.924
<b>TOTAL</b>	<b>\$47.916</b>	

Cifras en millones en pesos.

### Hechos relevantes en los programas de bienestar

PROGRAMA	ACCIONES
<b>Mi proyecto, Mi Hogar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyamos a los colaboradores a cumplir su propósito de tener casa propia a través del crédito rotatorio de vivienda sin interés para compra, construcción y mejora. Con el programa beneficiamos a 288 empleados con un desembolso de \$4.288 millones.</li> </ul>
<b>Pasaporte al Futuro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beneficio para la formación académica de los empleados con el cual brindamos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Crédito rotativo para pago de matrículas y pensiones en educación superior formal y no formal, con el beneficio de un reconocimiento de hasta un salario mínimo por excelencia académica. Gracias a esto, beneficiamos a 196 empleados con una inversión de \$274 millones.</li> <li>Subsidios para la promoción y profesionalización por medio de estudios técnicos y tecnológicos de hasta el 50% del valor de la matrícula. 46 empleados accedieron a este subsidio, el cual ascendió a \$27 millones.</li> <li>Auxilios escolares para apoyar en el proceso de educación de hijos de empleados desde la edad escolar hasta universitaria, por valor de \$3.288 millones, con impacto sobre 7.349 colaboradores.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Beneficios para salud integral</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brindamos un apoyo por incapacidad y prorroga de incapacidad, representado en el reconocimiento del porcentaje no pagado por la EPS desde el tercer día de incapacidad y hasta 180 días. Durante 2023 entregamos 10.512 beneficios con una inversión de \$1.667 millones.</li> <li>Beneficiamos a 1.110 empleados con auxilios de anteojos y cambio de lentes, con una inversión cercana a los \$106 millones.</li> <li>Entregamos 167 auxilios por fallecimiento de un familiar o del empleado con una inversión de \$81 millones.</li> <li>Impactamos a cerca de 1.000 personas con acceso a servicios de telemedicina, psicología y nutrición.</li> </ul>
<b>Matrimonio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acompañamos a las nuevas familias con beneficios asociados al matrimonio. Gracias a esto beneficiamos a 120 empleados con una inversión de \$92 millones.</li> </ul>
<b>Creciendo juntos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Con este programa hacemos acompañamiento integral a padres y madres desde la semana 20 de gestación hasta los 13 meses de vida del bebé. El programa se basa en la metodología creada por la empresa Toolbe®. Hemos acompañado a 880 familias con una inversión de \$226 millones. En 2023 ingresaron al programa 239 familias.</li> </ul>
<b>Maternidad y nacimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Otorgamos 589 auxilios por maternidad y nacimientos de hijos de empleados con una inversión de \$183 millones.</li> </ul>
<b>Comer es primero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comer es Primero es una iniciativa que desarrollamos de la mano de cajas de compensación, consistente en la entrega durante seis meses de un subsidio de alimentación de \$43.200 mensuales a los empleados que tengan un salario igual o inferior a dos salarios mínimos legales vigentes.</li> <li>Gracias a este auxilio beneficiamos a 4.200 personas con una inversión de \$551 millones.</li> </ul>
<b>Sentido de Vida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acompañamos a los empleados en su transición hacia la pensión bajo la premisa de prepararlos para disfrutar la nueva etapa de vida. En este programa contamos con la participación de 239 empleados y en el año invertimos \$80 millones.</li> </ul>
<b>Celebraciones de Navidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Celebramos la Navidad con las familias de los colaboradores en los diferentes centros de trabajo del país. En estas actividades invertimos \$1.800 millones.</li> </ul>
<b>Prima extralegal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Con la prima extralegal beneficiamos a 8.816 empleados con una inversión de \$14.669 millones.</li> </ul>
<b>Superación de la vulnerabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajamos con 150 personas en las que detectamos condiciones de vulnerabilidad desde un análisis de pobreza multidimensional y les brindamos herramientas para superar esta condición gracias a una ruta integral de bienestar.</li> </ul>

## Educación, formación, desarrollo de carrera, promoción y reconocimiento

(GRI 404-1, 404-2, 404-3, POS S-12, S-17, S-25)

Centramos la gestión del conocimiento en el fortalecimiento de una cultura de aprendizaje permanente, asegurando una oferta de formación balanceada que incorpora los conocimientos requeridos para el avance de la organización.

Gracias a esto, mejoramos el desempeño y la productividad, habilitamos la innovación y garantizamos el logro de la estrategia del negocio.

Este proceso lo hacemos por medio de nuestra universidad interna, la Universidad Postobón, en la que invertimos \$2.068 millones, un aumento del 16 % respecto al año pasado. De igual forma, desarrollamos convenios con universidades e instituciones de educación superior del orden de \$470 millones, con las cuales diversificamos la oferta y brindamos posibilidades de cualificación en estudios superiores para los colaboradores.

En cuanto a cobertura, con modalidades de aprendizaje que van desde la formación presencial hasta la virtual, pasando por modelos experienciales y estrategias de educación formal y no formal, llegamos a 12.924 personas, un 68% más de

### Inversión en formación

	2021	2022	2023
Universidad	\$1.438	\$1.784	\$2.068

Cifras en millones de pesos.

 Incorporamos **35** nuevos cursos a la Universidad Postobón.

### Promoción de empleados

Promovimos a 709 personas a cargos superiores con lo cual propiciamos el progreso laboral y profesional. El 22% de esas promociones las asumieron mujeres. Todas las personas promovidas las acompañamos con procesos de gestión del cambio para asumir sus nuevas funciones.

Consolidamos, también, el modelo de identificación de talento clave, gracias al cual contamos con 139 personas del

colaboradores que en 2022, con una cobertura total del 70% de los empleados directos de la organización.

El desarrollo de programas de formación a través de las escuelas de Administración y Humanidades, Comercial, Técnica y Logística de nuestra universidad, nos permitió no solo **incrementar la cobertura** sino hacerlo de una manera balanceada en el público impactado y los contenidos, desarrollando 35 nuevos cursos, entre los que destacamos temáticas como liderazgo, diversidad, equidad e inclusión, cumplimiento y gobierno corporativo, negociación y ejecución en punto de venta, calidad y eficiencia operacional y conocimiento asociado a nuevas tecnologías.

El tiempo dedicado al aprendizaje en promedio por persona fue de 40,5 horas al año. En el ejercicio consolidado de Universidad se invirtieron 523.641 horas de formación, 13% más que en 2022. Cabe anotar que enfatizamos en ampliar la cobertura de formación, donde crecimos un 48%.

Además, la organización invierte en la educación de sus empleados y familias para hacer del conocimiento una fuente integral de progreso y realización. En 2023 reportamos inversiones en términos de auxilios educativos por \$3.288 millones.

### Personas impactadas con formación

2022	2023	VAR. 2022-2023
7.700	12.924	68%

Cubre ingresos y personal que rotó durante el año.

 En 2023 promovimos a **709** colaboradores a cargos superiores.

nivel estratégico y 71 del nivel de operaciones, que hacen parte de planes de carrera y de aseguramiento de cargos relevantes, 54 de estas personas ascendieron en 2023 a otras posiciones dentro de la organización.

A este grupo de colaboradores lo acompañamos con mentorías en liderazgo, formación superior, mejora de sus condiciones de remuneración y promoción de cargos.

Además, logramos la cobertura del 60 % de las posiciones críticas con posibles sucesores en el cargo, para mitigar los impactos que se puedan tener en la sucesión del cargo.

### Número de empleados promovidos (POS S-8)

2021		2022		2023	
Hombres	mujeres	Hombres	mujeres	Hombres	mujeres
387	109	576	182	556	153
<b>496</b>		<b>758</b>		<b>709</b>	

## Reconocimiento a colaboradores

En cuanto a reconocimientos a los colaboradores realizamos el lanzamiento oficial de nuestra plataforma de reconocimientos internos llamada Somos Talento, con la cual reconocimos a 137 personas en diferentes categorías.

 **PASIÓN POR LO NUESTRO**

Reconocemos al talento que durante años de servicio han expresado su compromiso con la Compañía.

 **TALENTO QUE INSPIRA**

Exalta a las personas que con sus acciones consistentes representan nuestro ADN.

 **HECHOS PARA GANAR**

Reconocimientos a resultados destacados y logros extraordinarios en diferentes aspectos que llevan al logro de objetivos.

110 líderes de diferentes niveles se formaron en liderazgo para avanzar en la orientación de sus equipos, tomar decisiones asertivas y construir desde el ser.



# GÉNERO, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

(GRI 3-3)

Parte de nuestra cultura se basa en el respeto de la condición humana. Esto lo materializamos con un trabajo lleno de convicción, que llamamos SERes.

SERes direcciona esfuerzos para fomentar el pensamiento crítico y diverso y el potencial de las personas, buscando que se sientan incluidas y capaces de dar lo mejor, con las oportunidades y el acompañamiento necesario para lograrlo.

La filosofía de SERes nos lleva a asumir que cada persona sin distinción, razón de género, edad, origen, condición física o cognitiva, raza, orientación sexual, idioma, religión, afiliación colectiva o política, estado civil, origen social, posición económica, estado serológico y de salud o cualquier otra condición especial de vida, merece admiración, respeto, consideración y reconocimiento.

## 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.



### PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES

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



### 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.

Somos seres en igualdad de trato

Somos seres en igualdad de oportunidades

Somos seres que conviven en entornos libres de acoso y discriminación

Aprovechar el potencial del talento diverso

Somos seres equilibrados

Generar entornos abiertos a la diversidad

Reducir las barreras de acceso

Fortalecer una cultura organizacional diversa e inclusiva

## Principios SERes

## Objetivos

- En 2023 nos enfocamos en el diseño de un plan de acción con actividades transversales, formación a nivel gerencial y de personas involucradas en la implementación de las actividades, bajo la premisa de avanzar en diversidad, equidad e inclusión.

- Establecimos y divulgamos las políticas de diversidad, equidad e inclusión, así como la de prevención del acoso laboral, sexual y violencia en el lugar de trabajo, creamos canales de reporte y ayuda asociados a asuntos de género, diversidad e inclusión.

- Conformamos el Comité SERes, un equipo de trabajo interdisciplinario conformado por talento humano de diversas áreas de la compañía con el fin de tener múltiples visiones. El comité asumió las funciones de:

- Desarrollamos rutas de formación en nuestra universidad interna enfocadas al talento humano con posiciones de liderazgo en las cuales debe hacer gestión, incorporación y profundización de acciones asociadas a diversidad, género e inclusión. En esta formación impactamos a 256 líderes, a quienes les entregamos:

- Conceptos generales de diversidad, equidad e inclusión.
- Contenidos formativos para identificar sesgos inconscientes.
- Contenidos sobre equidad de género.
- Comprensión sobre el concepto de interculturalidad.

Todo esto se acompañó de un plan de comunicaciones que brindó herramientas de gestión simples y clara, de aplicación con herramientas para la gestión.

- Reflejar el compromiso con la diversidad y la inclusión.
- Dar orientación estratégica.
- Impulsar la creación de prácticas, metas y objetivos.
- Contribuir al fortalecimiento de la cultura inclusiva.



## Género y diversidad

Trabajamos en el empoderamiento de las mujeres en función de su vinculación y participación en todos los espacios de la compañía. Gracias a esto avanzamos en la promoción de la igualdad y de las oportunidades en el ambiente laboral y en su entorno.

Incrementamos las posibilidades de acceso por parte de las mujeres bajo la lógica de valorar sus competencias y capacidades.

Definimos como prioridad fortalecer la participación de la mujer en cargos que históricamente se relacionaron con los hombres como la operación de montacargas, la formación como técnicos, la supervisión de ventas, la conducción de tractocamiones y las actividades de mecánica en los talleres. Gracias a esto, incrementamos en un 37% la participación de las mujeres en estos cargos.

Iniciamos en Antioquia un piloto de formación para el manejo de montacargas por parte de mujeres. Este piloto cuenta con el acompañamiento del SENA y participaron 19 mujeres en 2023.

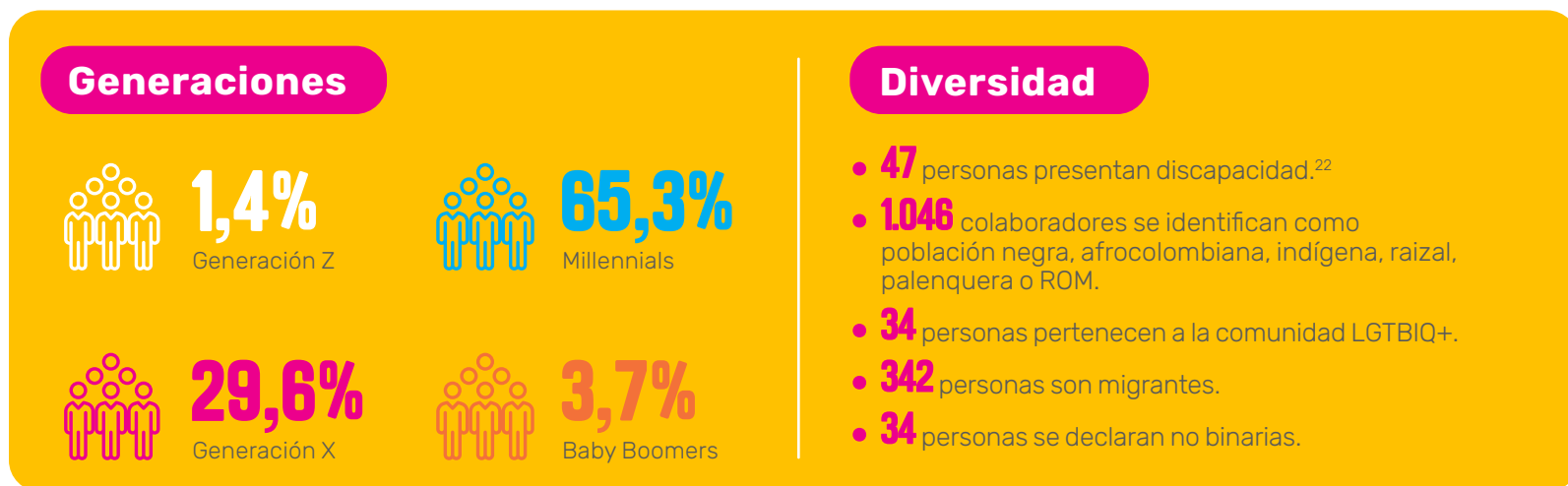
Nos vinculamos a la iniciativa "Mujeres Líderes", promovida por Comfama y Proantioquia, en la cual participaron mujeres con cargos directivos de nuestra organización.

Fortalecimos el programa para la promoción de la lactancia materna en el entorno laboral, iniciativa que incluye la implementación de salas de lactancias, una línea de emergencia sobre lactancia materna y un sistema de acompañamiento a las madres lactantes.

Gracias a la iniciativa Creciendo Juntos, que entrega un beneficio para madres, padres y adultos cuidadores, beneficiamos a 239 familias con una inversión de \$226 millones.

Comprendemos que las generaciones y la diversidad llenan de vida a nuestra organización y nos retan a gestionar bajo sus diferentes enfoques, buscando la armonía, el equilibrio y la convivencia, propiciando el desarrollo personal, la realización personal y el bienestar.

**Hoy el 40% de nuestros cargos directivos es ocupado por mujeres.**



## Colaboradores con condiciones especiales reincorporados

Generamos las condiciones de reincorporación sociolaboral de colaboradores que, debido a condiciones de salud física, cognitiva o emocional, requieren de acompañamiento para su readaptación productiva al trabajo.

Gracias a esto 58 personas avanzaron en el proceso de adaptación a nuevas funciones alineadas con sus capacidades a través de una estrategia interdisciplinaria para la inclusión de personas con discapacidad intelectual, en la que nos acompaña Best Buddies Colombia.

<sup>22</sup> 24 personas tienen pérdida de capacidad laboral menor al 25%, 21 personas presentan pérdida de capacidad laboral mayor al 25% y dos personas tienen capacidad cognitiva diversa.

## SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

(GRI 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-8, 403-9, 403-10)

"Cuidándote nos cuidamos". Esa es la premisa con la que promovemos la calidad de vida del equipo humano y su proyección a la vida familiar como condición básica para el trabajo.

### Nuestro reto: Entornos de trabajo seguros y saludables que promueven el bienestar

- Orientamos a los líderes para que sean responsables y promotores de entornos laborales que impacten positivamente la calidad de vida de las personas.**
- Consolidamos un modelo de gestión de seguridad y salud en el trabajo acorde con las necesidades y riesgos desde el cumplimiento de los requisitos legales y los compromisos asumidos en el marco de iniciativas locales, nacionales y globales en materia de salud y seguridad en el trabajo.**
- Contribuimos a la productividad de la compañía y del colaborador con un proceso de reincorporación socio laboral asertivo y efectivo, que disminuya la pérdida de disponibilidad de la mano de obra por causa del ausentismo común y laboral.**
- Promovemos permanentemente la gestión integral de los riesgos en tareas críticas como la operación de montacargas, el trabajo seguro en alturas y espacios confinados, el cuidado en las vías y el mejoramiento de las técnicas de conducción, la prevención de los riesgos físicos, eléctricos, mecánico y de manejo de químicos, así como cardiovasculares, auditivos, psicosociales y osteomusculares.**
- Formamos a nuestros líderes y les entregamos herramientas para mejorar el entorno laboral en términos de salud y bienestar. En 2023 llegamos a una cobertura del 80% de los líderes de equipos de la compañía.**
- Protegemos la integridad de las personas con una gestión eficaz de los riesgos asociados a la seguridad y la salud en el trabajo.**



**REDUJIMOS:**

El índice de frecuencia de accidentalidad:  
**20% EN MUJERES**  
**38% EN HOMBRES**

El índice de gravedad de la accidentalidad:  
**9% EN MUJERES**  
**26% EN HOMBRES**

**50%** Los casos de dolencias y enfermedades laborales registrables.

**INVERTIMOS:**

**\$800 MILLONES EN LA IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE INGENIERÍA PARA EL CONTROL DE RIESGO DE CAÍDA EN ALTURAS.**

Somos acuciosos en la prevención de riesgos para evitar accidentes laborales como contusiones y aplastamientos, y lesiones por manipulación manual de cargas, así como los riesgos viales de nuestro personal por movilización en moto o como peatones, riesgos de torceduras, esguinces, desgarros musculares, hernias, laceraciones musculares y lesiones de tendones sin heridas. En 2023 tuvimos el fallecimiento de un trabajador debido a un accidente de tránsito al desplazarse en motocicleta.

**Lesiones por accidentes laborales**

	2021	2022	2023
Tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	0,007	0	<b>0,007</b>
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	0,634	0,618	<b>0,376</b>
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	6,100	7,459	<b>4,887</b>

**Dolencias y enfermedades laborales**

	2021	2022	2023
Cantidad de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral	0	0	<b>0</b>
Cantidad de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables*	12	8	<b>4</b>

\* En 2021 cuatro de las enfermedades fueron resultado de contagio por covid-19 y se clasificaron de origen laboral. Las demás enfermedades calificadas como de origen laboral ese año y los subsiguientes se relacionan con afectaciones osteomusculares en miembros superiores y zona lumbar.

**100% de nuestros colaboradores directos tiene plena cobertura del sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo (GRI 403-8)**



**Gestión del desempeño**

(POS S-11)

Valoramos la contribución individual de las personas a la organización sobre la base del desempeño orientado por objetivos y metas planteadas en los equipos de trabajo. Este proceso de gestión del desempeño lo llamamos SUMMA.

En esta iniciativa participan el 100 % de los colaboradores de la organización, quienes, con conversaciones con sus líderes, definen su contribución a las metas organizacionales y la forma de desempeñarlas.

**Clima organizacional**

(POS S-7)

Realizamos nuestra encuesta bianual de clima laboral con la participación de 8.505 personas, que corresponden al 96,5% de los empleados que llevan más de seis meses vinculados a la organización.

Obtuvimos un resultado general de 81,9%, lo cual permite ubicar el clima laboral de la compañía en un nivel fuerte, según la escala de medición, conservando el mismo nivel que en 2022.

**PRINCIPALES VARIABLES DE CLIMA ORGANIZACIONAL**

**COMPROMISO**

Grado en que los trabajadores se sienten identificados, integrados y satisfechos con la organización.

**Puntaje: 86,8%**

**RELACIÓN CON EL CARGO**

Satisfacción de los colaboradores frente al trabajo, el reconocimiento que reciben, las funciones y responsabilidades asignadas, la distribución de cargas en su área de trabajo y las oportunidades de desarrollo.

**Puntaje: 83,8%**

**APRENDIZAJE**

Percepción de los trabajadores sobre los procesos de inducción y formación que ofrece la Compañía, su pertinencia, disponibilidad y oportunidad de acuerdo con el cargo que desempeñan.

**Puntaje: 83%**

**Derechos laborales**

Nuestras relaciones laborales se basan en la sana convivencia entre los empleados y la organización. Somos respetuosos del derecho de asociación, buscamos relaciones armónicas con las organizaciones sindicales y negociamos con ellas bajo principios de igualdad y respeto por sus derechos.

Estas relaciones las manejamos orientadas por dos focos:

- La administración de las relaciones laborales individuales, en donde procuramos asegurar y garantizar la efectiva ejecución de derechos y obligaciones que permitan una relación laboral segura y sostenible de manera pertinente y conducente. Somos los responsables del cumplimiento de la ley y de la consolidación de las relaciones humanas de trabajo.

Durante 2023 desarrollamos cuatro nuevas políticas en materia de trabajo a distancia, entornos de trabajo libres de acoso laboral y sexual y desconexión laboral. Además, iniciamos la reducción progresiva de la jornada laboral, según lo ordena la Ley 2101 de 2021.

- La administración de las relaciones laborales colectivas, las cuales se rigen por el respeto hacia las organizaciones sindicales y las negociaciones colectivas de trabajadores sindicalizados y no sindicalizados.

**8.913 colaboradores se beneficiaron de los acuerdos colectivos, un 4% más que en 2022.**

(GRI 2-30)

# Indicadores GRI

TEMA	NUMERO DEL ESTÁNDAR	TÍTULO	APARTADO	PÁGINA	COBERTURA, NOTAS Y OMIISIONES
Contenidos generales	GRI 2-1	Detalles organizacionales	Alcance del Informe de Sostenibilidad - Perfil de la organización	6, 16, 18	
Contenidos generales	GRI 2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Alcance del Informe de Sostenibilidad	6	
Contenidos generales	GRI 2-3	Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Alcance del Informe de Sostenibilidad	6	
Prácticas para la elaboración	GRI 2-4	Actualización de la información	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-5	Verificación Externa	ND	NA	No realizamos en 2023 verificación externa.
Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	GRI 2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Perfil de la organización - Cadena de valor - Abastecimiento sostenible	16, 17, 20, 55	
Contenidos generales	GRI 2-7	Empleados	Generación de empleo y oportunidades de trabajo	151	
Contenidos generales	GRI 2-8	Empleados	Generación de empleo y oportunidades de trabajo	151	
Contenidos generales	GRI 2-9	Estructura de gobernanza	Gobierno corporativo	29	
Contenidos generales	GRI 2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Gobierno corporativo	29	
Contenidos generales	GRI 2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	Gobierno corporativo	29	
Contenidos generales	GRI 2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Gobierno corporativo - Normas de gobierno corporativo	29, 32	
Contenidos generales	GRI 2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-15	Conflictos de interés	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-16	Comunicación de inquietudes críticas	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-19	Políticas de remuneración	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-20	Proceso para determinar la remuneración	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-21	Ratio de compensación total anual	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Carta del presidente	12	
Contenidos generales	GRI 2-23	Compromisos y políticas	Normas de gobierno corporativo - Sistema de Autogestión de Gobierno Corporativo y Cumplimiento y Ética Empresarial	32, 40, 42	
Contenidos generales	GRI 2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	Normas de gobierno corporativo - Sistema de Autogestión de Gobierno Corporativo y Cumplimiento y Ética Empresarial	32, 40	
Contenidos generales	GRI 2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	ND	NA	
Contenidos generales	GRI 2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Sistema de Autogestión de Gobierno Corporativo, Cumplimiento y Ética Empresarial	40, 44	

TEMA	NUMERO DEL ESTÁNDAR	TITULO	APARTADO	PÁGINA	COBERTURA, NOTAS Y OMISIONES
Contenidos generales	GRI 2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	Cumplimiento de la legislación y las normas	47	
Contenidos generales	GRI 2-28	Afiliación a asociaciones	Alianzas para la sostenibilidad	70	
Contenidos generales	GRI 2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Grupos de interés	72, 73	
Contenidos generales	GRI 2-30	Convenios de negociación colectiva	Salud y seguridad en el trabajo	163	
Temas materiales	GRI 3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	Análisis de materialidad	74	
Temas materiales	GRI 3-2	Lista de temas materiales	Análisis de materialidad	74, 75	
Temas materiales	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales	Cumplimiento y Ética Empresarial - Sistema de Autogestión de Gobierno Corporativo y Cumplimiento y Ética Empresarial - Metas que nos retan - Compromiso con el planeta	37, 40, 80, 104, 107, 116, 126, 150, 158	
Desempeño económico	GRI 201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Crecimiento rentable y generación de valor	24	
Desempeño económico	GRI 201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	ND	NA	
Desempeño económico	GRI 201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	ND	NA	
Desempeño económico	GRI 201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	ND	NA	No recibimos asistencia financiera por parte del gobierno
Presencia de mercado	GRI 202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	Remuneración	153	
Presencia de mercado	GRI 202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	Generación de empleo y oportunidad de trabajo	152	
Impactos económicos indirectos	GRI 203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	ND	NA	En 2023 hicimos inversiones socioambientales voluntarias en proyectos de las comunidades locales.
Impactos económicos indirectos	GRI 203-2	Impactos económicos indirectos significativos	ND	NA	En 2023 hicimos inversiones socioambientales voluntarias en proyectos de las comunidades locales. Además, con el programa De la Mano Postobón para el acompañamiento a proveedores en asuntos de sostenibilidad mejoramos sus condiciones y capacidades para generar valor.
Prácticas de abastecimiento	GRI 204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Abastecimiento sostenible	55	
Anticorrupción	GRI 205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Cumplimiento y ética empresarial	37, 40, 43	
Anticorrupción	GRI 205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Cumplimiento y ética empresarial	37, 40	
Anticorrupción	GRI 205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Cumplimiento y ética empresarial	37, 40, 43	Durante el período no se presentaron incidentes de corrupción confirmados.
Competencia Desleal	GRI 206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Cumplimiento de la legislación y las normas	47	

TEMA	NUMERO DEL ESTÁNDAR	TITULO	APARTADO	PÁGINA	COBERTURA, NOTAS Y OMISIONES
Fiscalidad	GRI 207-1	Enfoque fiscal	ND	NA	
Fiscalidad	GRI 207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	ND	NA	
Fiscalidad	GRI 207-3	Participación de los grupos de interés y gestión de sus inquietudes en materia fiscal	ND	NA	
Fiscalidad	GRI 207-4	Presentación de informes país por país	ND	NA	
Materiales	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	ND	NA	
Materiales	GRI 301-2	Insumos reciclados	Residuos posconsumo	120	
Materiales	GRI 301-3	Productos y materiales de envasado recuperados	Residuos posconsumo	120	
Energía	GRI 302-1	Consumo energético dentro de la organización	Gestión energética	129	
Energía	GRI 302-2	Consumo de energía fuera de la organización	ND	NA	
Energía	GRI 302-3	Intensidad energética	Gestión energética	129	
Energía	GRI 302-4	Reducción del consumo energético	Gestión energética	129	
Energía	GRI 302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	ND	NA	
Agua	GRI 303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	Administración responsable del agua	114	
Agua	GRI 303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	Administración responsable del agua	114	
Agua	GRI 303-3	Extracción de agua	Administración responsable del agua	114	
Agua	GRI 303-4	Vertido de agua	Administración responsable del agua	115	
Agua	GRI 303-5	Consumo de agua	Administración responsable del agua	115	
Biodiversidad	GRI 304-1	Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	Compromiso con el planeta	108	
Biodiversidad	GRI 304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	ND	NA	
Biodiversidad	GRI 304-3	Hábitats protegidos o restaurados	Compromiso con el planeta	110	
Biodiversidad	GRI 304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	ND	NA	
Emisiones	GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Cambio climático	127	
Emisiones	GRI 305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Cambio climático	127	
Emisiones	GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Cambio climático	127	
Emisiones	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Cambio climático	127	
Emisiones	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	Cambio climático	127	
Emisiones	GRI 305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)	ND	NA	
Emisiones	GRI 305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	ND	NA	
Residuos	GRI 306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Economía circular	116	
Residuos	GRI 306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Economía circular	117	
Residuos	GRI 306-3	Residuos generados	Residuos posindustriales	117, 118	

TEMA	NUMERO DEL ESTÁNDAR	TITULO	APARTADO	PÁGINA	COBERTURA, NOTAS Y OMISIONES
Residuos	GRI 306-4	Residuos no destinados a eliminación	Residuos posindustriales	117, 118	
Residuos	GRI 306-5	Residuos destinados a eliminación	Residuos posindustriales	117, 118	
Evolución ambiental de proveedores	GRI 308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Proveedores comprometidos con el medio ambiente	58	
Evolución ambiental de proveedores	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Abastecimiento sostenible	55, 58	
Empleo	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Generación de empleo	152	
Empleo	GRI 401-2	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	ND	NA	
Empleo	GRI 401-3	Niveles de reincorporación al trabajo tras permiso parental	Generación de empleo y oportunidades de trabajo	152	
Relaciones trabajador - empresa	GRI 402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	ND	NA	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	161	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Salud y seguridad en el trabajo	161	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-3	Servicios de salud en el trabajo	ND	NA	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	161	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	161	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	ND	NA	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	ND	NA	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	161, 162	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral	Salud y seguridad en el trabajo	161	
Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-10	Las dolencias y enfermedades laborales	Salud y seguridad en el trabajo	161	
Formación y enseñanza	GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	Generación de empleo y oportunidades de trabajo - Educación, formación, desarrollo de carrera, promoción y reconocimiento	156	
Formación y enseñanza	GRI 404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Educación, formación, desarrollo de carrera, promoción y reconocimiento	156	
Formación y enseñanza	GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Educación, formación, desarrollo de carrera, promoción y reconocimiento	156	
Diversidad e igualdad de oportunidades	GRI 405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Generación de empleo y oportunidades de trabajo	151, 152	
Diversidad e igualdad de oportunidades	GRI 405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Remuneración	153	

TEMA	NUMERO DEL ESTÁNDAR	TITULO	APARTADO	PÁGINA	COBERTURA, NOTAS Y OMISIONES
No discriminación	GRI 406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	ND	NA	No se presentaron casos de discriminación durante 2023
Libertad de asociación y negociación colectiva	GRI 407-1	Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	ND	NA	
Trabajo infantil	GRI 408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	ND	NA	Todos nuestros proveedores firman una declaración de no trabajo infantil
Trabajo forzoso u obligatorio	GRI 409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	ND	NA	Todos nuestros proveedores firman una declaración de no trabajo forzoso
Prácticas en materia de seguridad	GRI 410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de Derechos Humanos	ND	NA	
Derechos de los pueblos indígenas	GRI 411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	ND	NA	No se presentaron casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas
Comunidades locales	GRI 413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	ND	NA	
Comunidades locales	GRI 413-2	Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales	ND	NA	
Evaluación social de los proveedores	GRI 414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	ND	NA	
Evaluación social de los proveedores	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	ND	NA	
Política pública	GRI 415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	ND	NA	Durante 2023 se donaron \$5.060 millones a partidos políticos
Salud y seguridad de los clientes	GRI 416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	ND	NA	
Salud y seguridad de los clientes	GRI 416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	ND	NA	Durante 2023 no se presentaron casos de incumplimiento
Marketing y etiquetado	GRI 417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Reducciones calóricas en las bebidas	139	
Marketing y etiquetado	GRI 417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	ND	NA	Durante 2023 no se presentaron casos de incumplimiento relacionado con la información y el etiquetado de productos y servicios
Marketing y etiquetado	GRI 417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de mercadeo	ND	NA	Durante 2023 no se presentaron casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de mercadeo
Privacidad del cliente	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	ND	40, 43	Durante 2023 no se presentaron reclamaciones
Ambiental	POSA-1	Inversión en programas ambientales	Nuestra inversión socioambiental - Compromiso con el planeta	26, 104, 106	
	POSA-2	Índice de consumo de agua por litro de bebida producida	Postobón BIO: sostenibilidad ambiental	115	
	POSA-3	Acciones de diseño de envases y empaques con ciclo de vida	Residuos posconsumo	121	

TEMA	NUMERO DEL ESTÁNDAR	TÍTULO	APARTADO	PÁGINA	COBERTURA, NOTAS Y OMISIONES
Social	POS S-1	Porcentaje de market share en valor y volumen	Participación de mercado	133	No se han presentado casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas
	POS S-2	Porcentaje de nuevos productos evaluados bajo parámetros de sostenibilidad durante su ciclo de vida	Innovación en productos	137	
	POS S-3	Avance en los compromisos de autoregulación	Compromiso con el bienestar	139	
	POS S-4	Porcentaje del volumen del portafolio etiquetado bajo normatividad aplicable	Reducciones calóricas en la bebidas	139	
	POS S-5	Número total de personas impactadas con actividad física	Compromiso con el bienestar	88	
	POS S-6	Número de instituciones y planteles educativos registrados como clientes	Reducciones calóricas en la bebidas	139	
	POS S-7	Resultados de la encuesta de clima organizacional	Clima organizacional	163	
	POS S-8	Número de empleados promovidos por género	Educación, formación, desarrollo de carrera, promoción y reconocimiento	157	
	POS S-9	Antigüedad promedio	Compromiso con la gente	151	
	POS S-10	Ratio de remuneración media de mujeres frente a hombres	Remuneración	153	
	POS S-11	Participación en SUMMA	Gestión del desempeño	153	
	POS S-12	Inversión en programas de formación y capacitación a empleados	Educación, formación, desarrollo de carrera, promoción y reconocimiento	156	
	POS S-13	Número de familias beneficiadas por Hit Social	Compromiso con la sociedad	86, 92	
	POS S-14	Número de hectáreas cubiertas por Hit Social	Compromiso con la sociedad	86, 92	
	POS S-15	Porcentaje del mango, la mora, el lulo y la guayaba que proviene del programa Hit Social de Postobón.	Compromiso con la sociedad	86, 97	
	POS S-16	Inversión en programas de ciudadanía corporativa	Nuestra inversión socioambiental - Compromiso con la sociedad	26, 85	
	POS S-17	Número de empleados beneficiados con becas y financiación en educación superior y posgrado	Educación, formación, desarrollo de carrera, promoción y reconocimiento	156	
	POS S-18	Porcentaje de fórmulas con azúcar añadida con menos de cinco gramos por cada 100 mililitros.	Reducciones calóricas en la bebidas	138	
	POS S-19	Porcentaje del volumen total de litros vendidos de las marcas de nuestro portafolio sin azúcar añadida	Reducciones calóricas en la bebidas	138	
	POS S-20	Porcentaje de nuestras fórmulas que se fabrican con componentes naturales	Reducciones calóricas en la bebidas	138	
	POS S-21	Porcentaje del volumen de las ventas correspondiente a productos sin azúcar	Reducciones calóricas en la bebidas	138	
	POS S-22	Jóvenes entre 12 y 17 años impactados con actividad física	Compromiso con la sociedad	86, 88	
	POS S-23	Personas impactadas con programas de educación	Compromiso con la sociedad	86, 88, 90	
	POS S-24	Personas impactadas con acceso a agua potable	Compromiso con la sociedad	86, 101	
	POS S-25	Porcentaje de colaboradores que cuenta con planes de aprendizaje directo	Educación, formación, desarrollo de carrera, promoción y reconocimiento	156	
	POS S-26	Número de alianzas público-populares	Alianzas para la sostenibilidad	70	
	POS S-27	Beneficios y bienestar de los colaboradores	Beneficios y bienestar de los colaboradores	154	

TEMA	NUMERO DEL ESTÁNDAR	TÍTULO	APARTADO	PÁGINA	COBERTURA, NOTAS Y OMISIONES
Gobierno, estrategia y economía	POS G-1	Número de denuncias recibidas en la línea ética	Sistema de Autogestión de Gobierno Corporativo y Cumplimiento y Ética Empresarial	47	
	POS G-2	Porcentaje de atributos de reputación valorados como "fuertes"	Metas que nos retan	80	
	POS G-3	Obligaciones tributarias	Crecimiento rentable y generación de valor	24, 25	
	POS G-4	Índice de calidad de planta	Desempeño del negocio	50	
	POS G-5	Porcentaje de proveedores que ha firmado el código de conducta	Abastecimiento sostenible	55, 56	
	POS G-6	Eficiencia de producción	Desempeño del negocio	49	Los datos de productividad comparativos fueron en 2021 del 74%, en 2022 del 69% y en 2023 del 70%
	POS G-7	Productividad promedio	Desempeño del negocio	49	
	POS G-8	Crecimiento de ventas en el exterior	Nuestra relación con los clientes	61, 65	
	POS G-9	Número de denuncias recibidas en la línea ética por Derechos Humanos	Sistema de Autogestión de Gobierno Corporativo y Cumplimiento y Ética Empresarial	40, 43	Durante 2023 no se presentaron denuncias
	POS G-10	Número de clientes	Nuestra relación con los clientes	61	
	POS G-11	Número de productos innovadores lanzados al mercado en el año en Colombia	Innovación en productos	136	



Este informe se imprimió  
el papel proveniente  
de bosques renovables