

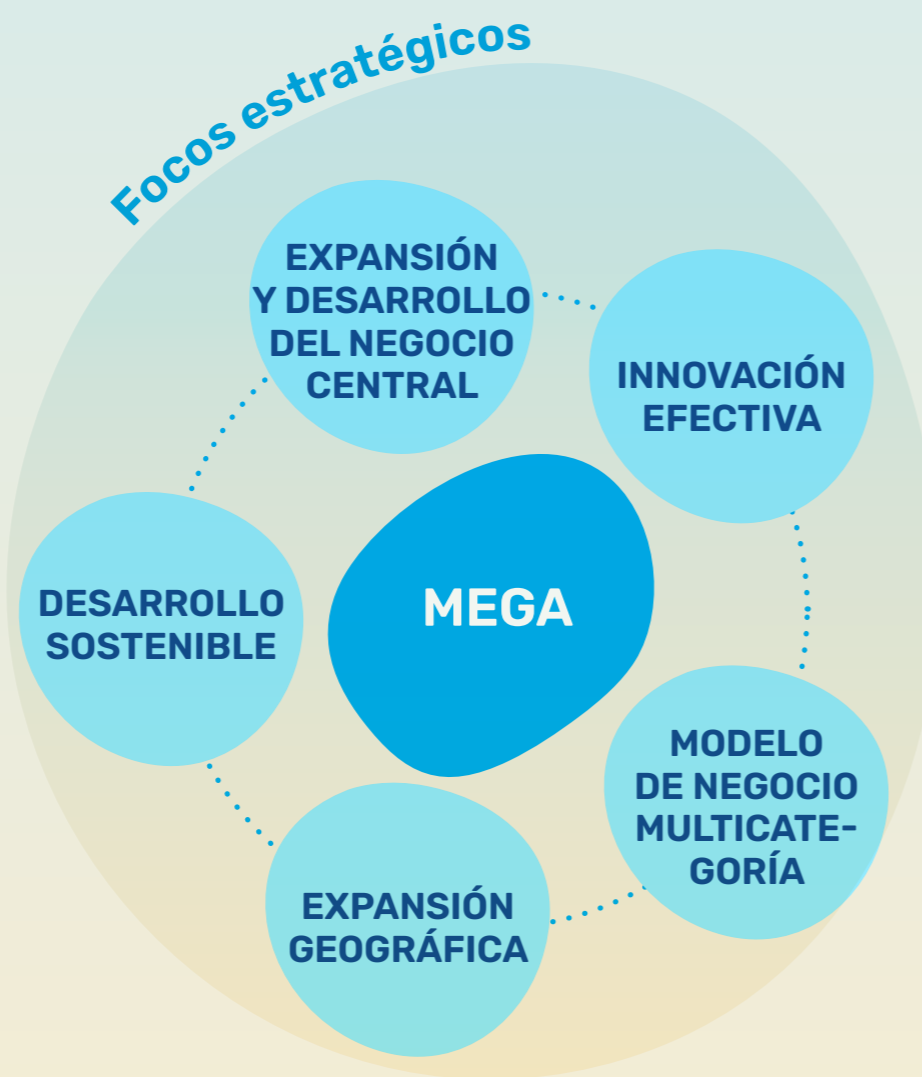
ESTRATEGIA Y SOSTENIBILIDAD

NUESTRA META ESTRATÉGICA GRANDE Y AMBICIOSA

Nos orientamos por una estrategia enfocada en la generación de valor para todos los grupos de interés, que permite un trabajo vibrante y consistente en el tiempo de cara a una Meta Estratégica Grande y Ambiciosa (MEGA) proyectada a 2024.

Para lograrlo, orientamos acciones con base en focos estratégicos: expansión y desarrollo del negocio central, innovación efectiva, modelo de negocio multicategoría, expansión geográfica y desarrollo sostenible.

Hasta 2020, el crecimiento sostenido había sido coherente con el planteamiento estratégico. Sin embargo, conscientes de las afectaciones por la pandemia del coronavirus COVID-19, nos dimos a la tarea de hacer una análisis profundo sobre las perspectivas de crecimiento, los cambios que se avecinan, las nuevas dinámicas de negocios, entre otros, y así retomar la senda del crecimiento rentable, vibrante y sostenible, aprovechando las oportunidades de la nueva configuración del mercado y de la sociedad.



ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD

(102-46, 102-47)

Consideramos la sostenibilidad como un camino para avanzar, gestionar los riesgos y aprovechar oportunidades que tenemos en aspectos económicos, ambientales y sociales, haciendo posible los objetivos que nos hemos propuesto.



MATERIALIDAD

Siendo coherentes con el criterio sostenible en nuestras actuaciones, identificamos los aspectos más relevantes para la sostenibilidad bajo una metodología de análisis de materialidad que se alinea con los preceptos del Global Reporting Initiative (GRI).

Nuestro primer análisis de materialidad se hizo en 2010 y se actualiza periódicamente para estar en concordancia con el contexto social, el ambiental y el económico.

En estos ejercicios ha sido una constante la identificación de asuntos. Sin embargo, a la luz de la crisis por la pandemia, reevaluamos algunos por la necesidad de las empresas de involucrarse en temas de salud pública, asumir nuevas condiciones laborales, poner en marcha la transformación digital y crear mayor resiliencia en la cadena de valor.

Durante 2020 no actualizamos la materialidad, teniendo presente la necesidad de entender a fondo los cambios que se generaron social, económica y ambientalmente. Sin embargo, actuamos de forma flexible y solidaria para atender otros temas necesarios para el momento vivido, los cuales, sin duda, fueron asuntos de interés colectivo, esenciales para solventar la crisis.

FOCO DE ACTUACIÓN	ASUNTOS MATERIALES PARA LA GESTIÓN
Compromiso con la ética y el gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> Ética, transparencia y cumplimiento legal. Buen gobierno corporativo. Respeto y promoción de los derechos humanos. Relación con grupos de interés.
Compromiso con la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> Iniciativas de construcción de Paz y reconciliación. Ciudadanía corporativa.
Compromiso con el bienestar del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> Innovación de productos. Información sobre los productos. Promoción de hábitos de vida responsables y activos.
Compromiso con el planeta	<ul style="list-style-type: none"> Eficiencia en la producción. Gestión integral del agua. Economía circular. Cambio climático.
Compromiso con la cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> Iniciativas de valor compartido y promoción de buenas prácticas para los clientes. Abastecimiento responsable. Proveedores agrícolas sostenibles.
Compromiso con nuestra gente	<ul style="list-style-type: none"> Calidad de vida y bienestar laboral. Remuneración y reconocimiento. Desarrollo de planes de carrera y formación. Salud y seguridad en el trabajo.

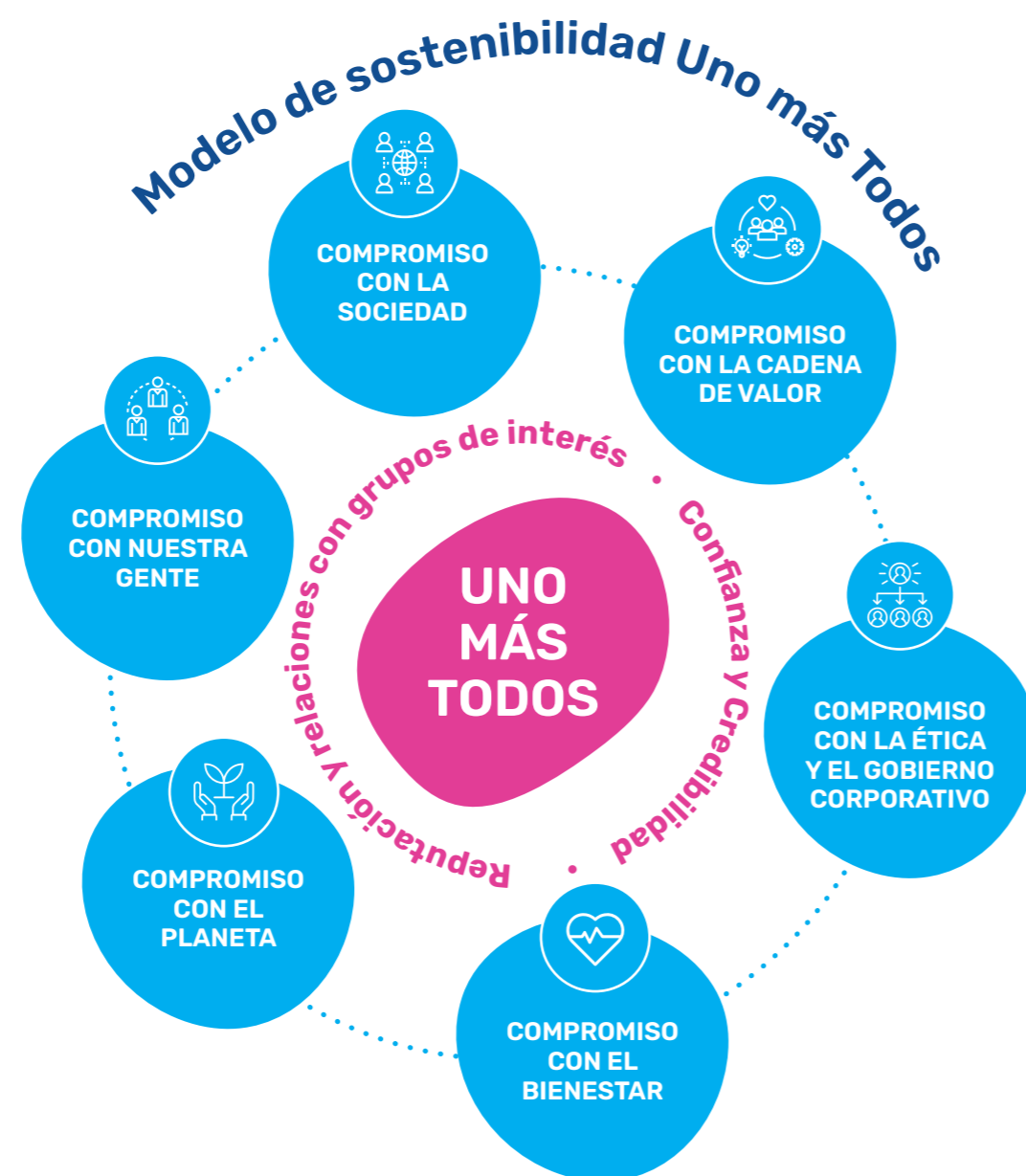


UNO MÁS TODOS, NUESTRO MODELO DE SOSTENIBILIDAD

(102-29)

Uno de los pilares más importantes para alcanzar los objetivos estratégicos propuestos es el fortalecimiento de nuestra condición como líderes en sostenibilidad.

Desde 2014 nuestra gestión se enmarca bajo un modelo de sostenibilidad que denominamos Uno más Todos, el cual retoma los asuntos materiales identificados y los ejecuta por medio de programas e iniciativas propias y de terceros, las cuales, bajo un enfoque de valor compartido, crean oportunidades para los grupos de interés, articulándose a la par con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y con las principales políticas públicas, contribuyendo a que Colombia sea un país más equitativo e inclusivo para las generaciones futuras.



METAS DE SOSTENIBILIDAD

Para consolidarnos como líderes en sostenibilidad tenemos claro una serie de metas para alcanzar en el corto, mediano y largo plazo, así como la ruta para conseguirlas.

Igualmente, por la transparencia y apertura con nuestros grupos de interés, es fundamental darlas a conocer con el fin de que nos acompañen a cumplirlas.

En 2018, en un ejercicio amplio de comunicación, comenzamos a contarle al país nuestras metas de sostenibilidad, y cada año en este informe rendimos cuenta del progreso anual en cada una de ellas.

	META A 2024	ACUMULADO
<p>COMPROMISO CON EL BIENESTAR</p>	El 50% del volumen total de litros vendidos de nuestro portafolio será sin azúcar añadida.	A la fecha, el 87% del volumen de ventas es bajo, reducido o sin azúcar añadida. De ese porcentaje, el 37% lo representan los litros de ventas sin azúcar añadida.
	80% de nuestras fórmulas se fabricarán con componentes naturales (sabores y edulcorantes).	Los componentes naturales en bebidas son el 54%, y en bebidas para mezclar y tisanas, el 41%.
	Contribuiremos al bienestar de jóvenes entre 12 y 17 años impactados con 60 minutos más de actividad física semanal.	Con el programa ¡Boom! Activa tu Vida, impactamos a 59.822 personas, de las cuales el 42% están en el rango de edad de nuestra meta.
<p>COMPROMISO CON LA ÉTICA Y EL GOBIERNO CORPORATIVO</p>	Queremos ser una de las empresas con mejor reputación en Colombia.	Somos la décimosexta empresa con mejor reputación del país, según el monitor Merco Empresas. En nuestro estudio propio de reputación tenemos una valoración en niveles superiores (78,8 sobre 100) con respecto a nuestros principales competidores del mercado.
	El índice de Consumo de Agua por litro de bebida producida será de 2,1 litros.	Alcanzamos en 2020 un consumo de agua de 2,26 por litro de bebida consumida. De 2016 a 2020 hemos mejorado en un 30% el resultado del indicador.
<p>COMPROMISO CON EL PLANETA</p>	Aseguremos el reciclaje del 50% del material que ponemos en el mercado.*	Transformamos 23.761 toneladas de materiales aprovechables al año, que dejaron de ir a rellenos sanitarios, lo cual equivale al 32% del material que pusimos en el mercado en 2020.
	70% del total de PET de nuestros envases y empaques provendrá de material reciclado*.	Reincorporamos en 2020 el 17% del material PET que pusimos en el mercado, lo cual equivale a 6.756 toneladas.
	El 50% del vidrio de nuestros envases y empaques provendrá de material reciclado*.	Reincorporamos en 2020 el 41% del vidrio que pusimos en el mercado, que equivale a 91.073 toneladas.
<p>COMPROMISO CON LA CADENA DE VALOR</p>	Por lo menos 60% del mango, la mora, el lulo y la guayaba provendrá del programa Hit Social de Postobón.	El programa Hit Social aportó el 13% de la fruta requerida en 2020.
	Fortaleceremos el canal tradicional para incrementar los ingresos de los tenderos y su compra de producto.	La meta se encuentra en revisión con el fin de optimizar la mejor forma de contribuir al mejoramiento de los ingresos de los clientes del canal tradicional.
<p>COMPROMISO CON LA SOCIEDAD</p>	Apoyaremos a 90.000 personas con nuestros programas de educación.	Desde 2014 hemos beneficiamos cerca de 88.869 niños y jóvenes gracias a los programas que tienen como base la educación.
	Facilitaremos el acceso a agua potable para 100.000 personas.	Hemos apoyado cerca de 400.000 personas con programas como Litros que Ayudan y Fondo Fuente de Vida Malambo.
<p>COMPROMISO CON NUESTRA GENTE</p>	Aumentaremos la calificación general a 87 puntos en la encuesta de clima laboral.	Al cierre de 2019, nuestra puntuación en clima laboral alcanzó 80 puntos. Por la contingencia del COVID-19 y cambios en el instrumento, no se aplicó la herramienta de medición en 2020.
	80% de nuestros colaboradores contará con planes de aprendizaje.	A la fecha, 86% de nuestros colaboradores cuenta con plan de aprendizaje.




*Meta supeditada a la capacidad instalada de transformación de materiales en el país.

NUESTRO APORTE A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

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 adhirieron a ellos y se comprometieron a trabajar por su cumplimiento de cara a 2030, y las grandes empresas contribuyen con su cumplimiento y deben incorporarlos como parte sus propósitos estratégicos y de sostenibilidad.

META	ACCIONES DESARROLLADAS EN 2020
 <p>Meta 1.1 Erradicación de la pobreza extrema.</p> <p>Meta 1.4 Garantía de acceso a servicios básicos y recursos financieros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollamos proyectos económicos inclusivos bajo el criterio de valor compartido, que mejoran la calidad de vida y el ingreso de sus beneficiarios. Con el programa FARO apoyamos directamente a 1.397 recicladores de base y a las asociaciones que los congregan, generamos oportunidades de crecimiento y de mejoramiento de sus ingresos. En total, con otros programas en los que participamos, contribuimos a mejorar la calidad de vida de 4.200 recicladores de oficio. Con Litros que Ayudan entregamos soluciones de agua, como plantas potabilizadoras que suplen necesidades básicas comunitarias. En la contingencia por el COVID-19 creamos una línea especial de crédito provisional que benefició a 15.000 tenderos con \$35.000 millones. Así aliviamos la carga económica de los clientes afectados por la caída en la demanda provocada por las cuarentenas.
 <p>Meta 2.1 Poner fin al hambre.</p> <p>Meta 2.3 Duplicar la productividad y los ingresos agrícolas a pequeña escala.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gracias a nuestra alianza con la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (Abaco), entregamos más de 10 millones de litros de agua y otras bebidas, destinados a poblaciones vulnerables. Con Hit Social Postobón apoyamos a 1.770 familias de pequeños productores agrícolas para garantizar el abastecimiento sostenible de la fruta de nuestras bebidas. A nuestros agricultores los orientamos en temas financieros y les brindamos oportunidades de acceso a cursos y herramientas para tomar decisiones adecuadas frente a sus finanzas.
 <p>Meta 3.B Apoyo a la investigación y al desarrollo de vacunas y medicamentos esenciales.</p> <p>Meta 3.C Aumento de la financiación del sistema sanitario.</p> <p>Meta 3.D Refuerzo en la gestión de riesgos sanitarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Durante 2020 realizamos donaciones en dinero por \$8.743 millones a entidades que desarrollaron actividades para atender la pandemia. Apoyamos con \$5.500 millones el desarrollo de equipos médicos destinados a la atención de pacientes con COVID-19, las cuales se tradujeron en el desarrollo de ventiladores mecánicos de bajo costo y videolaringoscopios.
 <p>Meta 4.1 Asegurar la calidad de la educación primaria y secundaria.</p> <p>Meta 4.2 Asegurar el acceso y calidad de la educación preescolar.</p> <p>Meta 4.3 Asegurar el acceso igualitario a la formación superior.</p> <p>Meta 4.A Mejoramiento de instalaciones educativas inclusivas y seguras.</p> <p>Meta 4.B Aumento de becas para educación superior.</p> <p>Meta 4.C Mejorar la cualificación de docentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Desde 2014 beneficiamos a cerca de 88.869 niños y jóvenes con acceso a la educación y el mejoramiento de sus condiciones, gracias a nuestros programas que tienen como base conceptual el mejoramiento de la educación.



 <p>Meta 6.3 Mejorar la calidad de agua, reducir la contaminación y las aguas residuales.</p> <p>Meta 6.4 Aumentar el uso eficiente de recursos hídricos (extracción de agua dulce).</p> <p>Meta 6.5 Implementar la gestión integral de recursos hídricos.</p> <p>Meta 6.6 Proteger los ecosistemas relacionados con agua.</p> <p>Meta 6.A Fomentar la creación de capacidades de gestión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Trabajamos todos los componentes de la seguridad hídrica. El Índice de Consumo de Agua por litro producido mejora año tras año y en 2020 llegó a 2,26 litros. En 2020 ahorramos 652.000 m3 de agua con respecto a 2019. Los vertimientos de agua se redujeron en 13%. Contribuimos a la conservación de 17.000 hectáreas de ecosistemas estratégicos. Protegemos directamente 7.365 hectáreas. Fortalecemos la gobernanza del agua con alianzas público-privadas, fondos de agua y organizaciones expertas en la gestión del recurso hídrico. Beneficiamos a más de 400.000 personas con agua potable con el programa Litros que Ayudan.
 <p>Meta 12.3 Reducción del desperdicio de alimentos.</p> <p>Meta 12.5 Prevención, reducción, reciclado y reutilización de desechos.</p> <p>Meta 12.6 Adopción de prácticas sostenibles en empresas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Con nuestro programa de economía circular transformamos 23.761 toneladas de materiales aprovechables, equivalentes al 32% de los envases y empaques que ponemos en el mercado.
 <p>Meta 17.17 Fomento de alianzas público-privadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> El modelo Uno más Todos impulsa alianzas tanto privadas como públicas. Contamos con 151 aliados y una capacidad anual de cofinanciación de \$1.507 millones en los programas y proyectos que impulsamos bajo esta modalidad.



ALIANZAS PARA EL DESARROLLO Y LA SOSTENIBILIDAD

(102-12, 102-13)

Hoy contamos con 151 alianzas con diferentes actores, entre las cuales destacamos:

ENTIDADES PÚBLICAS: Ministerio del Deporte, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Transporte, Alta Consejería Presidencial para el Posconflicto, Ministerio de Educación Nacional, Agencia Nacional para la Reintegración, Departamento para la Prosperidad Social, Agencia para la Renovación del Territorio, Policía Nacional, Fuerzas Armada de Colombia, Unidad de Víctimas, SENA, Alcaldía de Medellín, Ruta N, Alcaldía de Pereira, Cornare, Corantioquia, Área Metropolitana del Valle de Aburrá, CAR, Dimar, Metro de Medellín, EPM, Aguas de Malambo, secretarías de educación de Santander, Cauca, Tolima, Atlántico y Risaralda.

ORGANISMOS MULTILATERALES: PNUD, Business Call to Action (BCTA) de Naciones Unidas, Red del Pacto Global, Trust of Americas.

ENTIDADES PRIVADAS: Coca-Cola Company, Coca-Cola Femsa, Bavaria, PepsiCo, Nestlé, Grupo Familia, Tetra Pak, Grupo Plantilene, Grupo Carvajal, Enka, Ekored, Ol-Peldar, Activo 7, Place to Pay, Agenda del Mar, Proplanet, Recicla Pues, Alianza por la Sostenibilidad G12 (Grupo Argos, Grupo Sura, Grupo Bancolombia, Grupo Éxito, ISA, Ecopetrol, ENEL, Bavaria, Grupo Nutresa, Movistar, Terpel).

AGREMIACIONES: Asociación Nacional de Empresarios (ANDI), Cámara de Bebidas de la ANDI, Fenalco, Asobancaria, Asociación de Fundaciones Empresariales, Aco-plásticos, Abaco, Comité de Cafeteros de Risaralda, Asociación Nacional de Anunciantes (Anda), Asohofrucol.

FUNDACIONES Y CORPORACIONES: Cempre, Proantioquia, The Nature Conservancy, Fundación Carolina, Instituto de Ciencias Políticas, Festival de Música de Cartagena, Corporación Internacional de Cine de Cartagena, Fundación Best Buddies, Fundación Cerrejón, Fundación Entretejiendo, Corpoayapel, Fundación Familia, Fundación Ideas para la Paz, Reconciliación Colombia, Comfama, Hay Festival, Coopremac, Cooperativa de Recicladores Puerta de Oro, Recimed, Fundación Salvi, Corporación Cuenca Verde y sus aliados, Corporación Biocuenca y sus aliados, Fundación Ximena Rico, Corporación América Solidaria, Global Communities, World Bicycle Relief, Recon, Comfacaldas, Comfandi, Confa (Caldas), Cafam, Universidad de los Andes, Universidad Eafit, Alianza ERA, Alianza para la Competitividad de la Cadena de Suministro, Red Reciclo, Cruz Roja Colombiana, Fenaltiendas, Fundación Matamoros y Fundación Obras Sociales de la Policía.

ASOCIACIONES DE RECICLAJE Y DE AGRICULTORES DE FRUTA: 12 asociaciones de reciclaje y 41 que pertenecen al programa Hit Social Postobón.

Avanzamos en la configuración de una **alianza por la sostenibilidad**, la cual tiene como propósito el desarrollo conjunto por parte de 12 de las más reconocidas compañías del país en gestión de la sostenibilidad, con el fin de que se pueda hacer un aporte conjunto al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Actualmente, la alianza avanza en la alineación de temas relevantes y en la construcción de una plataforma que permita analizar el aporte conjunto a los ODS.

12 LÍDERES DE SOSTENIBILIDAD UNIDOS POR LOS ODS

IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

(102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44)

Nuestra definición de grupos de interés se resume en individuos, grupos y organizaciones con los que debemos involucrarnos y comprometernos para lograr el objetivo Ser una Empresa Sostenible. Esto lo declaramos en nuestro código de conducta Así Somos en Postobón, en el cual los definimos de la siguiente forma:

GRUPO DE INTERÉS	DEFINICIÓN	ENFOQUE DE RELACIONAMIENTO
Accionistas	Propietarios de acciones de Postobón y sus compañías relacionadas.	Protegemos la inversión de nuestros accionistas, encaminándola a actividades con criterios de sostenibilidad que contribuyen al crecimiento y la rentabilidad de la organización.
Consumidores	Personas de todas las edades que disfrutan los productos de nuestro portafolio.	Trabajamos con innovación para que nuestro portafolio cumpla con las tendencias de mercado, las expectativas y las necesidades de los consumidores, con quienes promovemos, además, el consumo consciente y la vida activa bajo parámetros de balance y equilibrio en sus decisiones.
Cientes	Personas y entidades a las que les vendemos nuestros productos, quienes operan en diferentes canales de ventas para llegar al consumidor final.	Creemos de la mano de nuestros clientes y fomentamos con ellos acuerdos comerciales de mutuo beneficio que contribuyan a su progreso y crean valor para el tejido empresarial y la economía de nuestro país.
Colaboradores	Todas las personas que tienen un vínculo laboral directo con la compañía.	Estamos comprometidos con el desarrollo integral de nuestro equipo humano como condición para lograr niveles adecuados de calidad de vida. Nuestras relaciones con ellos se enmarcan en el respeto a la dignidad humana, en un espíritu de colaboración, trabajo en equipo y lealtad. Incentivamos y valoramos el alto desempeño y brindamos condiciones y ambientes seguros, saludables y motivadores para que el trabajo se haga con gusto y se asegure la retención del talento humano. Estamos comprometidos con el cumplimiento de los derechos humanos y laborales, y contribuimos a la promoción de buenas prácticas en gestión del talento humano.
Proveedores	Pequeñas, medianas y grandes empresas que suministran bienes y servicios para el desarrollo de nuestras operaciones.	Consideramos a los proveedores como aliados en el éxito de nuestros negocios y, por tanto, los elegimos mediante procesos competitivos y transparentes, regidos por criterios de cumplimiento como la calidad, el servicio ofrecido, la tecnología y el precio justo, entre otros. Aseguramos la uniformidad y la sana competencia en la forma como los invitamos a nuestros procesos de selección y la celebración de negocios con ellos.
Comunidad	Personas, organizaciones e instituciones que hacen parte del área de influencia directa de nuestras operaciones.	Buscamos que nuestras actividades empresariales contribuyan al progreso de las comunidades donde tenemos operación. Lo hacemos con programas que aportan a la solución de problemas sociales, ambientales y económicos, aportando así a la construcción de capital humano, a superar la pobreza y la inequidad. Nuestra principal responsabilidad es mitigar los impactos generados en las comunidades y hacer que los programas y proyectos del modelo de sostenibilidad Uno más Todos, sean herramientas de progreso para las comunidades.
Gobierno	Entidades estatales en los ámbitos local, regional y nacional.	Orientamos nuestras relaciones con el Gobierno y con los entes de control y supervisión bajo criterios de respeto, credibilidad y confianza, en el marco de un espíritu de colaboración que conlleve al progreso, al bien colectivo y al desarrollo de oportunidades. Nos regimos, en las relaciones con el Gobierno, por los preceptos de ley y los principios de nuestro Código de Conducta, haciendo uso de los mecanismos legales existentes bajo el contexto de la transparencia y la ética.
Medioambiente	Individuos, organizaciones e instituciones con posiciones y criterios que impactan la opinión pública en asuntos relacionados con temáticas ambientales.	Utilizamos eficientemente los recursos naturales y protegemos el ambiente, pensando en las generaciones futuras. De esa forma, damos respuesta a las consideraciones de la sociedad frente a la relevancia del cuidado del medioambiente y de los recursos naturales en el marco del desarrollo sostenible.

ESPACIOS Y MEDIOS DE RELACIONAMIENTO

Tenemos un criterio: **la construcción de relaciones de cercanía, credibilidad, confianza y transparencia con los grupos de interés.** Lo hacemos con medios y herramientas de comunicación de doble vía, con las cuales fortalecemos nuestra reputación y generamos un diálogo claro, sencillo, objetivo, transparente, oportuno y coherente.

Puntos de contacto con grupos de interés

↔ Doble vía
→ Una vía

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



En 2020, conscientes de las dificultades que se generaron por el cambio en las dinámicas del mundo, fortalecimos nuestra comunicación por medio de canales virtuales y digitales, enfocando la comunicación en asuntos esenciales sobre la protección de la vida.

EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Actualizamos nuestro estudio de reputación, que nos indicó cuáles son las principales expectativas de los grupos de interés frente a nosotros. Se concentran en la información clara sobre la oferta de productos, el comportamiento como ciudadanos corporativos y los esfuerzos que hacemos frente al cuidado del medioambiente y el aporte que hacemos a la sociedad.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE CARA A LA REPUTACIÓN

Sabemos muy bien que contar con una reputación sólida permite fortalecer la confianza, la estimación, la credibilidad y el sentimiento positivo de los grupos de interés hacia nosotros.

En nuestro estudio propio de reputación, los resultados históricos muestran que la percepción de los grupos de interés se ubica en un nivel muy elevado, al compararse con otras empresas del sector de alimentos y bebidas. De hecho, crecimos favorablemente el indicador de reputación para llegar al nivel más alto desde que hacemos este estudio.

Vale la pena destacar que, a pesar de las dificultades para comunicar, llevamos nuestro informe de sostenibilidad a más de 60.000 personas por medio de un resumen impreso que circuló con el diario *La República*. De igual forma, llegó a más de 7.000 personas vía correo electrónico directo.

EN 2020 FUIMOS MOTIVO DE 1.825 APARICIONES MEDIÁTICAS, en las cuales se habló positivamente de las acciones de sostenibilidad que desarrollamos.