

INFORME DE SOSTENIBILIDAD ALPINA 2019

CONTENIDO



INTRODUCCIÓN



01 SOSTENIBILIDAD ALPINA



02 SOBRE ESTE INFORME



03 GANADEROS, AGRICULTORES Y PROVEEDORES



04 MEDIO AMBIENTE



05 BIENESTAR Y NUTRICIÓN



06 UNA OPERACIÓN EFICIENTE



07 GENERARNDO VALOR E INNOVAVIÓN



08 ALPINISTAS



09 CONSUMIDORES Y ALIADOS



10 ÉTICA Y TRANSPARENCIA



11 FUNDACIÓN ALPINA

INTRODUCCIÓN

"Este informe es una muestra de las acciones y resultados obtenidos en el último año, en donde el compromiso de nuestros Alpinistas fue fundamental y refleja los principios y valores que hacen parte de nuestra cultura."

Ernesto Fajardo Pinto Presidente de Alpina



AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a todos los que día a día nos proveen de materiales primas, a nuestros aliados en la llegada al consumidor y a todos los que disfrutan del sabor y bienestar a través de nuestros productos, a los que han contribuido a hacer de Alpina lo que es hoy y a todos aquellos que se fijaron metas retadoras para lograr tener la compañía que nos soñamos mañana, para perdurar durante 74 años y más, teniendo en cuenta la importancia de crecer sosteniblemente y de trabajar de la mano para construir un mejor lugar para vivir.



PROPÓSITO

CREAR UN MUNDO DE BIENESTAR ALIMENTANDO TODOS LOS MOMENTOS DE TU VIDA



Misión estratégica

Nuestra misión estratégica es garantizar el desarrollo sostenible de Alpina con innovación y calidad, generando los retornos esperados e impactando positivamente a nuestros grupos de interés.

Entendemos el desarrollo sostenible como una forma de hacer negocios, mediante el crecimiento rentable de nuestra compañía a medida que generamos un impacto positivo en la sociedad, hacemos un uso eficiente de los recursos naturales y mitigamos nuestro impacto en el medio ambiente.



Una Cultura Alpinista

Durante el 2019 decidimos garantizar que nuestros Alpinistas conocieran, vivieran y sintieran nuestros principios guía, que son la base de nuestra cultura en Alpina. Por eso creamos el programa SIE7E nuestros principios guía.

Nuestros 7 principios guía son:



Tenemos pasión por ganar Trabajamos por y para nuestros consumidores Trabajamos con humildad y respeto Innovamos para mejorar Somos un equipo, somos Alpina Privilegiamos simplicidad y acción

Actuamos con integridad y

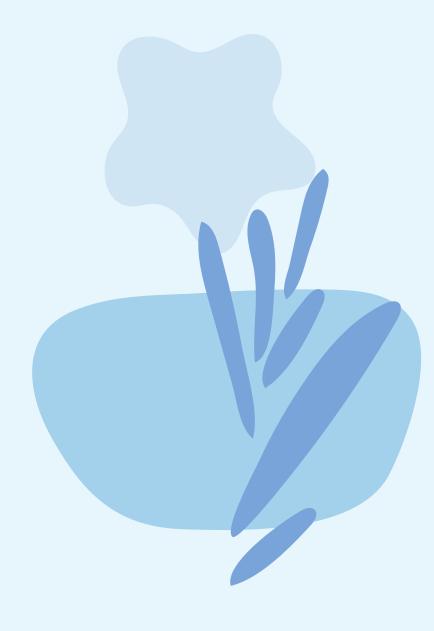
responsabilidad

¿A donde hemos llegado?

A través del esfuerzo, el trabajo y la confianza de todos los Alpinistas, proveedores, clientes, aliados y consumidores hoy contamos con operaciones en 3 países: Colombia, Ecuador y Venezuela. Exportamos a 16 lugares del mundo: Aruba, Bolivia, Bonaire, Canadá, Cuba, Curazao, Ecuador, Estados Unidos, Honduras, Perú, República Dominicana, St. Maarten, St. Thomas, Surinam, Trinidad & Tobago, Venezuela.

Para conocer todo nuestro portafolio, te invitamos a visitar nuestro sitio web:

www.alpina.com



Carta del Presidente



Desde que tengo memoria, Alpina ha estado presente en algunos de los momentos más importantes de mi vida, ganándose un lugar en mi corazón y el de mi familia. Esta marca es sinónimo de nutrición, sabor y confianza, pero también, de progreso y compromiso con Colombia. Por eso, cuando asumí el reto de liderar la compañía, hace seis años, supe que tenía en mis manos una gran responsabilidad, no solo con nuestros consumidores, sino con todos aquellos que han hecho parte de esta historia.

Desde hace 74 años, en Alpina hemos trabajado de la mano de ganaderos, agricultores, proveedores y aliados que nos acompañan en la misión de nutrir los hogares colombianos. Nos sentimos orgullosos de poder honrar su trabajo y contribuir a su progreso, el de sus familias y el de todos aquellos que se han sumado a nuestro camino. Por esta razón, fomentamos la asociatividad en el campo, trabajamos por el fortalecimiento de nuestra cadena de valor, impulsamos el crecimiento sostenible de todas las comunidades y cuidamos el medio ambiente.

Gracias a este esfuerzo conjunto, hoy brindamos nutrición a lo largo y ancho del país. En millones de familias, un producto de Alpina representa ocasiones especiales, recuerdos de infancia y momentos memorables. Somos conscientes de nuestra responsabilidad con todos los colombianos, por esto, además de la labor que realizamos a diario, contribuimos al bienestar de poblaciones vulnerables a través de proyectos de asociatividad y asistencia técnica a ganaderos y pequeños campesinos, de programas como Buen Provecho que se refiere a lograr cero desperdicios en nuestra cadena y al Voluntariado Alpina.

Bajo este compromiso con el presente y el futuro de Colombia, hemos trabajado por el cuidado del entorno y la protección de los recursos naturales. Hoy contamos con proyectos de autogeneración de energía -como nuestra planta de Biogás-, reducción de emisiones y optimización de nuestra flota de transportes y distribución. Igualmente, operamos bajo un modelo de economía circular, por medio del cual, reincorporamos material a nuestros procesos productivos y evitamos la contaminación de ecosistemas y la tala de árboles. Así, aseguramos que estamos dejando una huella positiva en el país.

Sin duda, hemos llegado hasta acá gracias al compromiso inquebrantable de nuestros Alpinistas, nuestros ganaderos, proveedores y aliados, que llevan en alto el nombre de esta compañía y se esfuerzan por ganarse el corazón de todos los que nos rodean. Por eso, me siento orgulloso de presentar este informe, en el que se muestran las acciones impulsadas por este equipo extraordinario, que trabaja día a día por construir un mejor futuro para todos y por contribuir a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible, ODS.

De cara a lo que viene en los próximos años, en Alpina seguiremos trabajando por nutrir un mundo más sostenible, pues ese es nuestro ADN. Cada vez nos estamos poniendo retos mayores, más exigentes y para eso, esperamos seguir contando con el respaldo de todos aquellos que nos han hecho ser lo que somos. Gracias por querer compartir esta misión con nosotros, por apoyarnos a lo largo de esta historia y por contribuir a construir el futuro, sin todos ellos esto no es posible.

Ernesto Fajardo PintoPresidente de Alpina

SOSTENIBILIDAD ALPINA

Para Alpina la sostenibilidad es generar un entorno de bienestar, ofreciendo diferentes opciones a nuestros consumidores que nos permita crecer de manera rentable mientras cuidamos de nuestro entorno natural y generamos un impacto positivo para nuestras comunidades. Tomamos las decisiones pensando en el presente y en el futuro y entendemos que la gestión de lo económico, de lo ambiental y lo social debe estar en constante equilibrio.

La sostenibilidad está en nuestro ADN, y esto se ve reflejado en la operación día a día. Trabajamos para cuidar nuestros recursos naturales, contribuir al desarrollo del campo y las comunidades y fomentar prácticas de sostenibilidad a lo largo toda nuestra cadena de valor. Así mismo promovemos la innovación y la transformación digital y contamos con el apoyo y esfuerzo de los Alpinistas para desarrollar productos nutritivos y deliciosos que de la mano de nuestros aliados, llevamos a las vidas y hogares de los consumidores.



Nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En Alpina hemos alineado nuestra estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, entendiendo que tenemos la capacidad de contribuir al desarrollo, mientras que cuidamos el entorno natural y teniendo un impacto positivo en la sociedad.

Actualmente, sabemos que contribuimos a 13 de los 17 ODS mediante la innovación, la inclusión social, el progreso en el campo y el aumento de competitividad y productividad en las regiones.



OBJETIVO 1. FIN DE LA POBREZA:

En Alpina siempre hemos estado comprometidos con el desarrollo del campo trabajando de la mano de los agricultores y ganaderos con el fin de mejorar su calidad de vida. Tenemos proyectos como la asociatividad de pequeños ganaderos, la compra de fruta a mujeres cabeza de familia y proyectos de la Fundación Alpina. Acciones que fomentan el progreso de diferentes regiones del país y la formalización de la economía, lo que a su vez disminuye la pobreza.

Más información en: Ganaderos, Agricultores y Proveedores, Fundación Alpina.



OBJETIVO 2. HAMBRE CERO:

Contamos con proyectos como Buen Provecho para reducir las pérdidas y desperdicios de alimentos, promoviendo la donación de productos y así disminuir la situación de hambre y pobreza de miles de colombianos. Además, estamos en constante innovación de nuestro portafolio para brindar opciones nutritivas que se ajusten a todas las edades.

Más información en: Bienestar y Nutrición, Fundación Alpina.



OBJETIVO 3. SALUD Y BIENESTAR:

Nuestra prioridad es la salud y el bienestar de los consumidores. Por esto, con la creación del Instituto Alpina hace 10 años, hemos impulsado y fortalecido la investigación y el desarrollo de tecnología en alimentos, con el fin de contribuir al bienestar en todas las edades. Trabajamos de la mano de aliados a nivel mundial, con universidades, centros de investigación y entidades gubernamentales que nos ayudan a cumplir este objetivo.

Más información en: Generando valor e innovación.



OBJETIVO 5. IGUALDAD DE GÉNERO:

Hemos contribuido al empoderamiento de la mujer en el campo, trabajando de la mano de agricultoras mediante la compra de fruta que incluimos en nuestros yogures y jugos. Cada vez más son las mujeres que tienen la posibilidad de crecer económicamente de la mano de Alpina tanto dentro como fuera de la compañía.

Más información en: Ganaderos, Agricultores y Proveedores



OBJETIVO 7. ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE:

Parte de nuestro Plan Estratégico Ambiental consiste en el uso racional de recursos como la energía. Con la implementación de energías limpias como nuestra planta de biogás, hemos logrado suplir la energía consumida y disminuir nuestra huella de carbono. Adicionalmente, contamos con proyectos de transporte eficiente y ruteo que nos ayudan a tener una operación más amigable con el medio ambiente.

Más información en: Medio Ambiente, Una Operación Eficiente.



OBJETIVO 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA:

Para nosotros la transformación digital y el uso de nuevas tecnologías y metodologías en los procesos es fundamental para un crecimiento sostenible de la compañía. Tenemos equipos dedicados a la investigación e innovación, no solo de nuestros productos y materiales, sino de procesos internos para hacer nuestra operación más eficiente.

Más información en: Ganaderos, Agricultores y Proveedores, Generando Valor e Innovación



OBJETIVO 6. AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO:

Mediante el cambio de modelo hacia una economía circular en nuestra compañía, hemos disminuido nuestro consumo de agua e incrementado la recirculación de este recurso. Implementamos acciones dentro y fuera de nuestra operación para racionalizar el uso del agua.

Más información en: Medio Ambiente, Una Operación Eficiente, Fundación Alpina.



OBJETIVO 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO:

Desde Alpina realizamos visitas, capacitaciones y talleres para ganaderos y mayordomos de las fincas, con el fin de incrementar la productividad y calidad de la leche, asimismo aumentamos el crecimiento económico de nuestros proveedores y agricultores y los incentivamos a la formalización de la economía.

Más información en: Una Operación Eficiente, Aliados y Consumidores, Alpinistas.



OBJETIVO 10. REDUCCIÓN DE DESIGUALDADES:

Enmarcados en el progreso del campo, trabajamos con más de 500 campesinos en diferentes regiones del país, algunas de estas familias cuentan con nuestra compra como único sustento, de esta manera apoyamos en la disminución de desigualdad de ingresos en las regiones. Adicional a nuestro trabajo con pequeños ganaderos y proveedores.

Más información en: Ganaderos, Agricultores y Proveedores, Fundación Alpina,



OBJETIVO 12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE:

En Alpina estamos comprometidos a reducir nuestra huella ecológica mediante el uso racional de los recursos naturales. Con la implementación de nuestro Plan Estratégico Ambiental que tiene como ejes la energía y el cambio climático, el agua, materiales y residuos y la cadena de valor, hemos logrado disminuir nuestro impacto en el planeta. Tenemos proyectos enfocados en cada uno de estos ejes, además de iniciativas dirigidas hacia nuestros consumidores, nuestro portafolio y nuestros proveedores que nos garantizan el cumplimiento de este objetivo.

Más información en: Ganaderos, Agricultores y Proveedores, Una Operación Eficiente, Bienestar y Nutrición, Aliados y Consumidores, Medio Ambiente, Generando valor e innovación.



OBJETIVO 13. ACCIÓN POR EL CLIMA:

Impulsamos acciones de mitigación y adaptación al cambio climático, mediante el impulso de mejores prácticas en el campo, en nuestra operación y en el cierre de ciclos en todos los ejes.

Más información en: Medio Ambiente



OBJETIVO 16. PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS:

Contamos con proyectos enfocados en el desarrollo social y económico de comunidades que han sido víctimas del conflicto armado en el país. Por ejemplo, gracias a nuestro trabajo con la comunidad de Guachucal en donde empezamos acopiar leche de pequeños productores, hemos fortalecido el tejido social de las comunidades. Adicional a esto, los proyectos de la Fundación Alpina tienen iniciativas dirigidas a la construcción de paz y justicia.

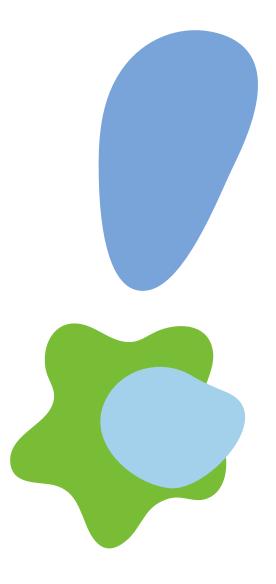
Más información en: Ganaderos, Agricultores y Proveedores, Fundación Alpina,



OBJETIVO 17. ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS:

En Alpina entendemos que trabajar con aliados beneficia en gran medida el impacto de nuestro desarrollo social. Por ejemplo, en el último año y de la mano del Banco de Alimentos de Colombia, hemos logrado beneficiar a más de 120.000 personas con las donaciones de producto. Somos conscientes que, con este tipo de alianzas tenemos mayores capacidades para llegar a poblaciones vulnerables.

Más información en: Ganaderos, Agricultores y Proveedores, Una operación eficiente, Bienestar y Nutrición, Aliados y Consumidores, Generando valor e innovación, Fundación Alpina



Por un mundo delicioso: Nuestros compromisos

POSICIONES Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



1	Queremos ser plástico neutro para el 2022.
2	Nos comprometemos a ser carbono neutro en nuestra operación para el 2022.
3	Para 2025 toda nuestra leche provendrá de ganadería sostenible certificada y de zonas de cero deforestación.
4	Comprometidos con la nutrición de Colombia, anualmente donaremos 300 unidades de producto por cada hora del año a poblaciones vulnerables.
5	Para el 2025 reduciremos el 50% de nuestro uso de agua extraída de fuentes subterráneas, ríos y/ acueducto.
6	Para el 2022 autogeneraremos el 50% de toda nuestra energía con energía limpia.
7	Fomentamos la sostenibilidad a lo largo de toda nuestra cadena de valor y para el 2022 el 100% de nuestros proveedores contarán con prácticas sostenibles.
8	Priorizamos el bienestar de nuestros colaboradores y nos comprometemos con el desarrollo humano y profesional de cada uno de ellos. Para el 2022 el 80% de las posiciones de liderazgo serán cubiertas con talento interno.
9	Nos comprometemos a cero pérdidas y desperdicios de alimentos a lo largo de nuestra cadena de producción.
10	Contribuimos al desarrollo de todos nuestros ganaderos y agricultores y por eso brindamos asistencia técnica a cada uno de ellos.



11	Mediante nuestro voluntariado corporativo, nos comprometemos a impactar positivamente a 30.000 personas para el 2022.
12	Protegemos los Derechos Humanos a largo de toda nuestra cadena de valor, velando no solo por nuestros trabajadores sino por las personas que hacen parte de nuestro negocio.
13	Entendemos la importancia de que los niños del campo adquieran los conocimientos de sus padres. Sin embargo, trabajamos para que el aprendizaje de estas labores no interfiera de ninguna manera con la educación escolar de ningún niño o niña.
14	Impulsamos el empoderamiento femenino a través de programas de asociatividad agrícola.
15	Promovemos la diversidad, la inclusión, brindando igualdad de oportunidades y condiciones transparentes para todas las personas, sin importar su identidad, orientaciones o creencias.
16	Promovemos prácticas de libre competencia a lo largo de toda nuestra cadena de valor.
17	Trabajamos bajo la ética y transparencia, las cuales están presentes en cada decisión y en el actuar de todos los Alpinistas.
18	Entendemos que tenemos un rol en el cumplimiento de objetivos de un orden mayor, por esto alineamos nuestras acciones e iniciativas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Premios y reconocimientos

Sosten	ibil	ida	d

MERCO RESPONSABILIDAD & GOBIERNO CORPORATIVO

3ª empresa más responsable del país.

ANDI: EMPRESAS INCLUYENTES

Alpina, una de las 10 empresas INcluyentes del 2019.

FUNDACIÓN ANDI: EMPRESAS INSPIRADORAS

Alpina, una de las 25 empresas INspiradoras del 2019.

SEMANA SOSTENIBLE, JAIME ARTEAGA & ASOCIADOS, CIPE (CENTER FOR INTERNATIONAL PRIVATE ENTERPRISE)

Empresa con mayor inversión social privada en el país.

Talento

MERCO TALENTO

4ª empresa con mejor capacidad de atraer y retener talento.

Reputación

MERCO EMPRESAS

3ª empresa con mejor reputación en el país.

REPUTATION INSTITUTE & GOODWILL COMUNICACIONES

Empresa con mejor reputación en Colombia en 2019.

Empresa con mejor reputación en el sector de alimentos 2019.

Innovación	IAB MIXX AWARDS Premio a la Transformación Digital.	COLCIENCIAS Instituto Alpina: reconocido por Colciencias como grupo de investigación Categoría C
Competitividad & Otros	FITCH RATINGS Calificación AA+(col) y F1+ (col) para Alpina	THE LEGAL 500 GC Powerlist: Colombia Teams 2019
	LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE Colombia Quality Certification 2019	
Marca / Producto	RADDAR Marca más recomendada y con mayor recordación en Colombia.	IPSOS - MOST INFLUENTIAL BRANDS 2018 4ª marca más influyente en Colombia
	PRODUCT OF THE YEAR Quesito Alpina, producto del año en la categoría "quesos y derivados"	
Fundación Alpina	REDEAMÉRICA Premio Transformadores.	AFE (ASOCIACIÓN DE FUNDACIONES FAMILIARES Y EMPRESARIALES) DE COLOMBIA Reconocimiento a los 10 años de la Fundación Alpina

SOBRE ESTE INFORME

Elaboramos este informe como medio de reporte para presentar a todas nuestras comunidades, los asuntos e indicadores más relevantes en sostenibilidad y el avance de nuestra compañía en cada uno de estos, durante el 2019.

Este, hace parte de nuestro ciclo de reporte anual, fue auditado por la firma Ernst & Young Audit S.A.S. y consolida la información de los países donde tenemos presencia: Alpina Colombia, Alpina Ecuador y Alpina Venezuela.

Con el fin de presentar la información de manera verídica y confiable elaboramos este informe bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI-3) los cuales llevamos implementando desde el 2008. Además, tuvimos en cuenta lineamientos como Integrated Reporting y SASB para la elaboración del mismo.

Estamos atentos a resolver cualquier comentario o inquietud sobre este informe. Lo invitamos a escribirnos al correo electrónico comunicaciones.alpina@alpina.com



Aspectos materiales relevantes para el negocio

Tenemos como compromiso mantener y promover diálogos transparentes con nuestros grupos de interés, con esto logramos generar un intercambio de ideas y expectativas que nos permiten establecer los aspectos materiales sobre los cuales debemos trabajar y reportar anualmente en nuestro Informe de Sostenibilidad.

Asuntos Materiales:



GENERACIÓN DE VALOR Y CRECIMIENTO

Definición de planes y estrategias para dar cumplimiento a los objetivos estratégicos de la empresa, generando valor a los grupos de interés a través de la consolidación y fortalecimiento de la operación



CADENA DE ABASTECIMIENTO

Definición de estrategias, políticas y lineamientos para la selección, evaluación y fortalecimiento de proveedores, que promuevan una cadena de abastecimiento sostenible



COMPETITIVIDAD DEL SECTOR AGROPECUARIO

Estrategias para la definición de estándares de producción que promuevan la productividad a través de prácticas sostenibles donde se fortalezca la relación y beneficios que obtienen los productores y Alpina.



OPERACIÓN EFICIENTE Y FLEXIBLE

Definición de procesos que permitan garantizar la seguridad, eficiencia y calidad de la operación, pero que a la vez sean flexibles para adaptarse a los entornos y respondan a la estrategia de crecimiento de la organización.



CALIDAD E INOCUIDAD

Procedimientos y herramientas para garantizar la calidad e inocuidad de los productos en las etapas de abastecimiento, producción y distribución.





POSICIONAMIENTO DEL SECTOR Y HÁBITOS DE CONSUMO

Estrategias para el fortalecimiento de la compañía como líder en la promoción del consumo de productos lácteos y de consumo de fruta. Definición de estándares para la comunicación transparente de las características de los productos y el impulso a estilos de vida donde prevalezca el bienestar y la satisfacción de los consumidores.



OFERTA DE PRODUCTOS

Estrategias para el desarrollo y comercialización de productos que apunten a satisfacer necesidades de los consumidores.



PÉRDIDAS Y DESPERDICIOS

Estrategias para la reducción de las pérdidas y desperdicios en la cadena de valor a través de la optimización de procesos, el fomento del reúso y la planeación de la logística de entrega.



RELACIÓN CON CLIENTES Y CONSUMIDORES

Definición de estrategias y mecanismos de relacionamiento y comunicación para gestionar las expectativas de los aliados, clientes y consumidores, y para obtener insumos que permitan desarrollar nuevos canales y productos.



AGUA

Gestión del recurso hídrico para garantizar el abastecimiento y uso adecuado por parte de la empresa y toda su cadena de valor.



ENERGÍA Y CAMBIO CLIMÁTICO

Gestión de los recursos energéticos para la reducción y mitigación de los impactos ocasionados por las emisiones de gases de efecto invernadero en los procesos productivos de nuestra cadena de valor, y definición de estrategias que permitan la compensación de los mismos.



RESIDUOS

Definición de estrategias para el uso eficiente de materiales que permitan disminuir la generación de residuos, el impacto, y una disposición adecuada de los mismos en toda nuestra cadena de valor.



ALPINISTAS

Estrategias para la atracción, retención y fortalecimiento de las capacidades del talento de la organización. Consolidación de Alpina como una marca empleadora de alto desempeño.



ÉTICA Y TRANSPARENCIA

Definición y aplicación de principios y estándares de conducta que brinden las bases para la operación y el relacionamiento con todos los grupos de interés.



GESTIÓN DE RIESGOS

Creación de políticas y procedimientos para la identificación, prevención y gestión de los riesgos, siendo un mecanismo de gestión y control para la compañía.



GESTIÓN SOCIAL

Creación y ejecución de iniciativas para promover el crecimiento y desarrollo de la comunidad.



INCIDENCIA

Fortalecimiento de Alpina como referente en buenas prácticas, generador de alianzas e incidencia en los procesos de política pública en los lugares donde se tiene presencia.



INNOVACIÓN

Promoción de la innovación, investigación y desarrollo para crear o fortalecer nuevos productos, servicios o procesos de la organización.



DESARROLLO DE EMPAQUES

Estrategia para el desarrollo de empaques que cumplan con criterios de calidad, durabilidad, eficiencia, y sostenibilidad que incluyan consideraciones ambientales y de comunicación de las características de los productos.

GANADEROS, AGRICULTORES Y PROVEEDORES:

NUESTRA MATERIA PRIMA

Uno de nuestros compromisos como compañía es velar por la construcción de una cadena de abastecimiento equitativa que promueva el desarrollo sostenible. Sin el trabajo de cada uno de nuestros proveedores, ganaderos y agricultores, sería imposible crear productos nutritivos y deliciosos.

Es por esto que, en Alpina, somos conscientes de la importancia del sector privado en el desarrollo del campo. Nos enfocamos en ayudar a reconstruir el tejido social, brindando herramientas que permitan a los agricultores y ganaderos desarrollarse y crecer de manera sostenible. Así, tenemos la oportunidad de contar con proveedores de alta calidad, mejorando sus condiciones de vida mediante un ingreso constante y seguro.



Asociatividad y acopio de leche en el campo



Nuestro modelo de asociatividad, mediante el cual apoyamos a

70 asociaciones en 5 regiones del país,

nos ha brindado la oportunidad de trabajar con pequeños ganaderos y a ellos de convertirse en proveedores de Alpina. A través de este, hemos logrado que

2.965 pequeñas fincas

puedan llevar su leche a centros de acopio en los que se mantiene la calidad y en donde podemos llegar con nuestros camiones a recoger leche. Estamos orgullosos de afirmar que con este modelo, nuestros ganaderos han logrado ser más productivos, mejorando la calidad de sus productos e incrementando sus ingresos económicos. De esta manera, apoyamos a más de

3.800 pequeños, medianos y grandes ganaderos

mediante la compra de leche, acopiando durante el 2019 más de

1 millón de litros de leche al día.

Como parte de nuestro esfuerzo por contar con las mejores prácticas en el campo, estamos trabajando en buscar alianzas y acciones para contar con cero deforestación a lo largo de la cadena de abastecimiento, impulsando acciones de mitigación y adaptación al cambio climático.

¿Cómo mejoramos la productividad de nuestros ganaderos?

Uno de los principales enfoques que tenemos como compañía, es el trabajo en conjunto con nuestros ganaderos para que puedan incrementar la productividad de sus vacas y a su vez fomentar la ganadería sostenible.

En los últimos 10 años nuestros proveedores han alcanzado un nivel de productividad de 1,88 vacas en ordeño por hectárea y 12.096 litros de leche por hectárea al año, mejorando el uso de la tierra y fomentando las buenas prácticas en la ganadería.

Hemos desarrollado el módulo de productividad y una metodología para brindar asesorías y capacitaciones a nuestros ganaderos en diferentes aspectos como por ejemplo:

ALIMENTACIÓN ADECUADA DE LAS VACAS:

Con el asesoramiento en las proporciones de alimentación apropiada para el ganado, nuestros ganaderos han logrado incrementar la cantidad de litros de leche por hectárea al año.



Estamos comprometidos con la capacitación de nuestros ganaderos, brindándoles herramientas que les permitan incrementar la productividad de sus procesos y el cuidado de sus animales, mientras contribuyen al cuidado del medio ambiente.

VISITAS Y CAPACITACIONES:

Realizamos más de

4.800 visitas

a las fincas de nuestros ganaderos y contamos con más de

2.960 asistentes

a nuestras capacitaciones.

Esto nos permite mejorar la calidad de la leche, la productividad, el buen manejo de la tierra y fomentar la formalización de la economía.

PUBLICACIONES ALPITÉCNICAS:

En nuestro propósito de capacitar e informar a nuestros ganaderos, en el 2019 realizamos tres publicaciones técnicas que fueron:

LEVANTE DE TERNERAS: EL FUTURO DE LA EMPRESA LECHERA

EFICIENCIA REPRODUCTIVA Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCCIÓN DE LECHE

IMPORTANCIA DEL PERIODO DE TRANSICIÓN Y SUS EFECTOS SOBRE EL DESEMPEÑO DE LA VACA

CAPACITACIONES A ASOCIACIONES

TIPO	TEMA CAPACITACIÓN	No. ASISTENTES
	BUEN GOBIERNO - CODIGO DE CONDUCTA Y DIAGNÓSTICO FINAL	37
	CDA - COMITE DE ALIANZAS PRODUCTIVAS	2
	MANEJO Y FERTILIZACIÓN DE PRADERAS	75
	FACTURACIÓN ELECTRONICA	115
ASOCIACIONES	CAPACITACIÓN OPERARIOS CENTROS DE ACOPIO - PRUEBAS DE CONTROL DE CALIDAD DE LECHE	129
	PROGRAMA BUEN GOBIERNO	400
	CALIDAD DE LECHE	156
	LEVANTE DE TERNERAS Y PERIODO DE TRANSICIÓN VACAS LECHERAS	29
TOTAL ASOCIACIONES		943

CAPACITACIONES A GANADEROS

TIPO	TEMA CAPACITACIÓN	No. ASISTENTES
GANADEROS	COMERCIALIZACIÓN DE LECHE	76
	FACTURACIÓN ELECTRONICA	417
	MANEJO Y CONTROL DE ANTIBIÓTICOS	22
	TALLER GANADEROS NUTRYR, BAYER, SAENZ FETY, YARA	147
	INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD	59
	LEVANTE DE TERNERAS Y PERIODO DE TRANSICIÓN VACAS LECHERAS	243
TOTAL GANADEROS		964

CAPACITACIONES A MAYORDOMOS

TIPO	TEMA CAPACITACIÓN	No. ASISTENTES
MAYORDOMOS	CONTROL DE CALIDAD EN ACOPIOS	11
	CRIA Y LEVANTE DE TERNERAS	63
	MANEJO DE ANTIBIOTICOS	120
	PREPARTO Y PERIODO DE TRANSICIÓN DE VACA SECA A PRODUCCI?N	42
	INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD	116
	DIA DE CAMPO MAYORDOMOS (PRODUCTIVIDAD, SUPLEMENTACIÓN, HIPOCALCEMIA)	702
TOTAL MAYORDOMOS		1054

CAPACITACIONES A CONDUCTORES

TIPO	TEMA CAPACITACIÓN	No. ASISTENTES
CONDUCTORES	TOMA DE MUESTRAS	67
	FALTANTES Y CALIDAD	21
	RECOLECCION DE LECHE	8
	CONTROL DE CALIDAD	2
TOTAL CONDUCTORES		98

Nuestras frutas:



Trabajando de la mano de mujeres agricultoras, hemos podido consolidar y expandir sus negocios, mejorando su calidad de vida y la de sus familias.

En Alpina hemos buscado oportunidades de negocio en donde antes no teníamos, expandiendo nuestra compra de fruta a diferentes zonas del país. Actualmente, apoyamos a 246 agricultores mediante la compra de fruta en regiones como Antioquia, Cauca, Cundinamarca, Caldas y Risaralda, fomentando el desarrollo de muchas familias que tienen nuestra compra como único ingreso.

Nos sentimos orgullosos de no solo apoyar el progreso de las comunidades, sino el empoderamiento de las mujeres en el campo colombiano. Desde hace más de 20 años trabajamos con 260 mujeres madres cabeza de familia:

Hemos trabajado de la mano de la Cooperativa Fresota, conformada por 50 mujeres cabeza de familia que País Pamba, Cauca, quienes despitonan las fresas que incluimos en nuestros yogures y jugos. Con la contribución de Alpina lograron la construcción de su propio centro de acopio que hoy en día les permite vender a otras compañías.

En los últimos 20 años venimos apoyando la compra de moras despitonadas en Riosucio, Caldas, allí trabajamos de la mano con 40 mujeres despitonadoras y a su vez dictamos talleres y capacitaciones para que puedan crecer y fortalecer su negocio, logrando el desarrollo económico de las comunidades e impulsando el empoderamiento de la mujer en el campo.

Desde hace 5 años hemos apoyado a "Fruta Congelada La Granja", una empresa compuesta por mujeres, madres cabeza de familia en Santa Rosa de Cabal, quienes realizan un trabajo muy cuidadoso para vendernos la guanábana congelada de nuestro yogurt Original. De la mano de Alpina, cada vez son más las mujeres que se unen a este trabajo y tienen la posibilidad de seguir creciendo y alimentando a sus familias.



Proveedores con impacto social

Más allá de tener proveedores de alta calidad, en Alpina nos preocupamos por generar un impacto social positivo en cada una de nuestras acciones.

Es por esto que trabajamos de la mano de proveedores que, además de brindarnos productos sobresalientes, apoyan causas sociales que se alinean con nuestro objetivo como compañía:

INDUSTRIAS MOGOTES:

Hace más de 35 años trabajamos de la mano de Industrias Mogotes, quienes nos proveen las cajas del queso Camembert. De la mano de Alpina, esta empresa más allá de fabricar productos, aporta al crecimiento económico del municipio, mediante la contratación de colaboradores, madres y padres cabeza de familia que han podido sacar adelante a sus hijos gracias a la oportunidad de tener un trabajo formal.

FUNDACIÓN IDEAL:

Trabajamos de la mano de la Fundación Ideal hace más de 20 años, con el propósito de brindar oportunidades a personas en condición de discapacidad para que puedan potencializar sus habilidades y sean parte activa de la sociedad. Actualmente, alrededor de 100 personas de la fundación son las encargadas de empacar todas las cucharas de nuestro Bon Yurt. Con estas iniciativas fomentamos la inclusión social, creamos oportunidades de vida y brindamos dignidad y respeto por la diferencia en la sociedad.



En el 2019, trabajamos de la mano de 1.800 proveedores industriales que aportan a nuestros procesos productivos y logísticos y son fuente de generación de empleo con quienes estamos trabajando para promover que sus prácticas sean sostenibles.

MEDIO AMBIENTE

Actualizamos nuestro Plan Estratégico Ambiental, a partir de esto definimos 4 ejes de trabajo para los próximos 10 años: Energía y Cambio Climático, Agua, Materiales y Residuos y Cadena de Valor. Por medio de este modelo fomentamos la economía circular y el cuidado de los recursos cómo la energía, agua, suelo y materiales, promoviendo a su vez las buenas prácticas a través de toda nuestra cadena de valor.



Cadena de Valor

Fomentamos la ganadería y la agricultura sostenible a lo largo de nuestra cadena de valor. Estamos comprometidos con la capacitación de nuestros ganaderos y agricultores en estos temas, brindándoles herramientas que les permitan incrementar la productividad de sus procesos y cuidar de sus animales, mientras contribuyen al cuidado del medio ambiente.

Estas son algunas de nuestras acciones:





USO DE ALIMENTOS Y PROPORCIONES DE COMIDA QUE MEJOREN LA DIGESTIÓN Y NUTRICIÓN DE LAS VACAS

Desarrollamos una metodología que nos permite asesorar a nuestros ganaderos en cuanto las proporciones de alimentación adecuadas, con lo que hemos logrado incrementar su productividad. Así, han logrado producir más leche con menos vacas, reduciendo la cantidad de gases generados.

De igual manera, estamos trabajando junto a nuestros ganaderos para la inclusión de tecnologías que reduzcan la emisión de gases sin comprometer la calidad de la leche.

USO DEL SUELO

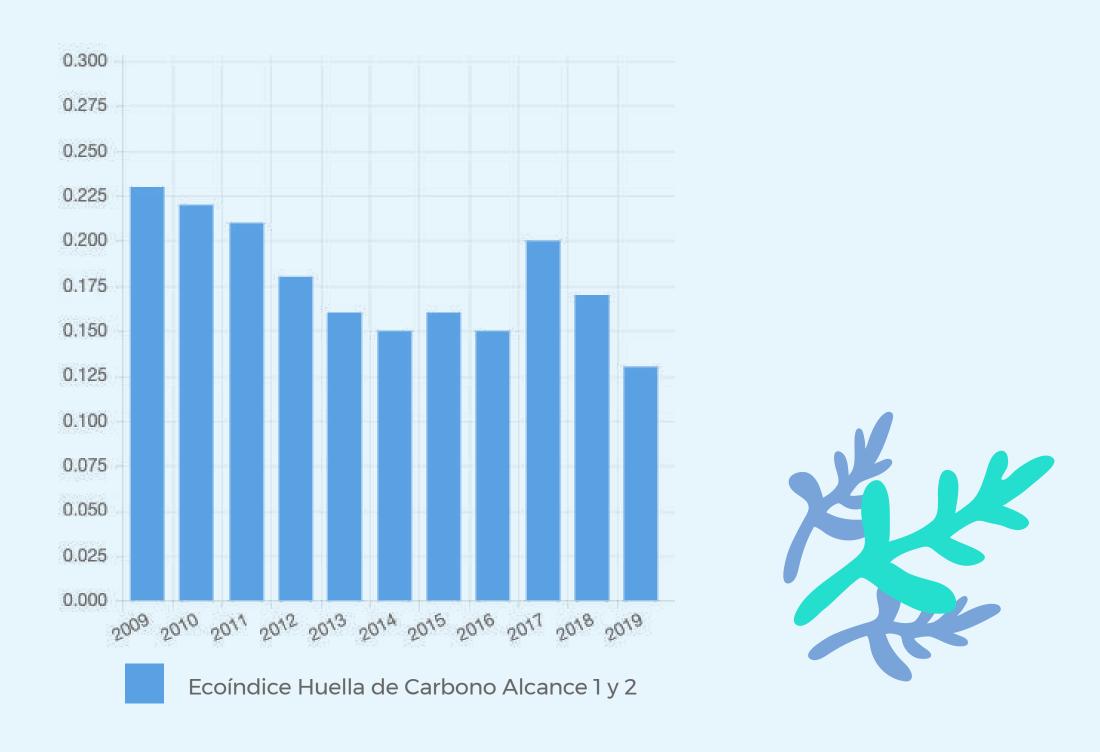


Implementamos un programa de indicadores de gestión para incrementar la productividad, gracias a este incrementamos la tasa de producción por metro cuadrado, lo que disminuye la presión sobre el suelo y sobre la propiedad de la tierra. En la leche, hemos alcanzado un nivel de productividad de 1,88 vacas en ordeño por hectárea y 12.096 litros de leche por hectárea al año. Así, no solo se están reduciendo los impactos ambientales, sino que también logramos mejorar las condiciones de nuestros ganaderos y agricultores, especialmente la de los pequeños campesinos.

Energía y Cambio Climático

Logramos disminuir en un 9.5% el consumo de energía de toda la compañía, el equivalente a al consumo de energía del municipio de Sopó durante 14 meses.

En el último año logramos reducir en un 23% nuestra huella de carbono, el equivalente al CO2 que absorben 1.419.212 árboles en un año, esto gracias al funcionamiento de nuestra planta de biogás, los mantenimientos y mejoras en nuestras plantas, distribución y logística.



Tenemos como compromiso la reducción de nuestra huella de carbono, mediante la implementación de las siguientes iniciativas:

USO DE ENERGÍAS RENOVABLES EN LA OPERACIÓN



Comenzamos a operar de manera continua nuestra planta de biogás, mediante la cual suplimos parte de la energía que consumimos en Sopó a través del biogás que generamos en nuestra planta de tratamiento de aguas residuales y gas natural tomado de la red. Cerrando el año 2019 logramos suplir el 33% de la energía consumida en nuestra planta de Sopó y disminuimos en un 2% la huella de carbono de Alpina. Abordamos dos frentes principales: la reducción de emisiones mediante el uso de energías limpias, y el cierre de ciclo de parte de nuestros residuos utilizándolos como insumo para la generación de energía.

Adicionalmente queremos implementar proyectos de energía fotovoltaica en nuestra operación, como parte de esto, al finalizar el 2020 todos nuestros patios exteriores de la Planta Sopó, nuestra planta más grande, serán iluminados por energía fotovoltaica.



TRANSPORTE EFICIENTE Y ENERGÍAS LIMPIAS

Implementamos proyectos para hacer que nuestra operación logística se cada día más eco eficiente:

- En el último año iniciamos pruebas para evaluar el desempeño de vehículos haciendo uso de diferentes tipos de combustible (gas, diésel e híbrido), adquirimos 15 vehículos con tecnología Euro IV y comenzamos el proyecto de compra de 6 vehículos a gas, promoviendo así el uso de tecnologías más eficientes y buscando con esto una disminución del 8% en las emisiones de las operaciones logísticas primarias.
- · Contamos con 10 vanes refrigeradas con paneles solares y en 2019 comenzamos la adquisición de 21 vanes adicionales refrigeradas bajo esta tecnología. Esto representa un ahorro en el uso de las baterías y disminuye la cantidad de residuos que disponemos anualmente.
- Implementamos proyectos de última milla, contamos con dos motos furgones en la ciudad de Bogotá, el equivalente al uso de 1.5 camiones. A través de esta implementación logramos contribuir a la movilidad de la ciudad y mejorar la calidad del aire.





Agua

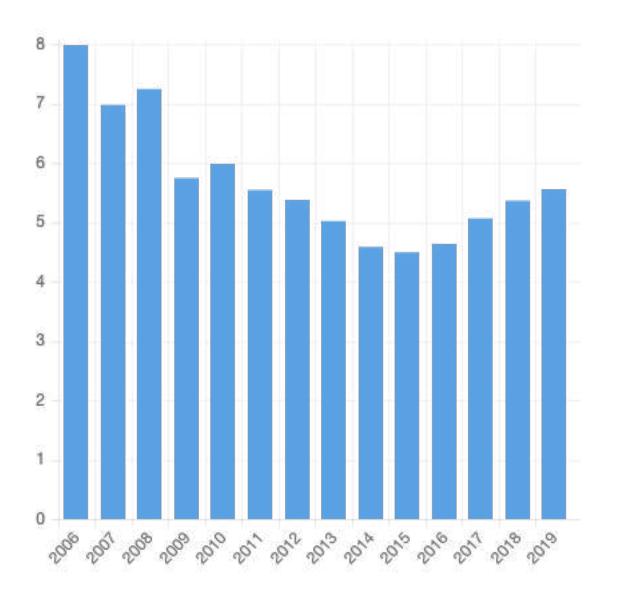


El agua no solo es un recurso necesario para la supervivencia del ser humano, sino que también corresponde a una de las principales materias primas en la mayoría de procesos productivos que existen. Teniendo en cuenta que es un recurso natural limitado y que su ciclo depende estrechamente de las condiciones climáticas del ecosistema, entendemos la necesidad de priorizar su uso razonable y responsable.

Trabajamos en las siguientes acciones a lo largo de la operación:

RECIRCULACIÓN DE AGUA EN PROCESOS INDUSTRIALES

Mediante la revisión constante de los flujos de agua y los procesos de producción buscamos identificar los puntos en donde podamos reutilizar el agua, gracias a esto logramos recircular el agua usada en calderas y sistemas de enfriamiento. Desde que comenzamos a medir nuestro ecoíndice en 2006, hemos logrado disminuir en 30% nuestra extracción de agua, el equivalente al agua que contienen 394 piscinas olímpicas.



Ecoíndice Agua Extraída/Comprada Operaciones industriales y logísticas

IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS PARA LA REMOCIÓN DE CONTAMINANTES

Contamos con 11 plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR) mediante las cuales cumplimos con altos estándares de calidad que nos permiten garantizar el retorno de las aguas manteniendo un equilibrio en los ecosistemas.

PLANES DE USO EFICIENTE DE AGUA

Hemos desarrollado e implementado Planes de Uso Eficiente del Agua en todas nuestras plantas y Centros de Distribución. Esto, junto a programas de educación y concientización de los operarios de las máquinas, nos ha permitido reducir el consumo del día a día en la operación. Estamos comprometidos con la actualización periódica de nuestros planes, con el fin de implementar nuevas metodologías que nos permitan usar el recurso hídrico de la forma más eficiente posible.

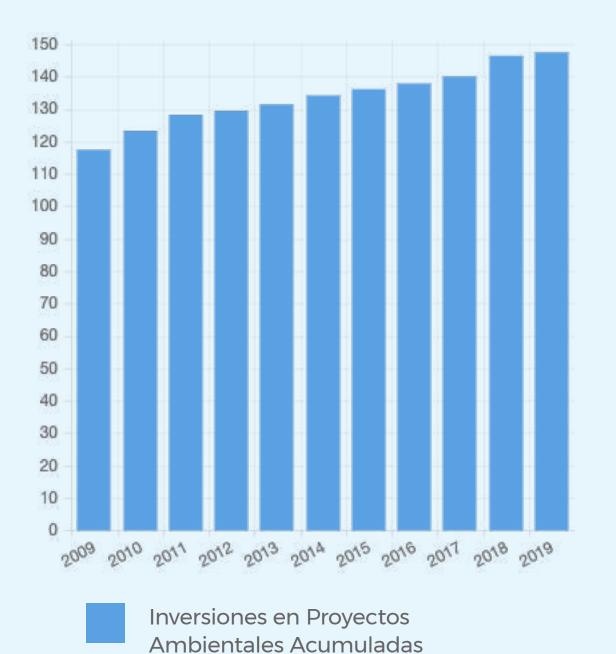


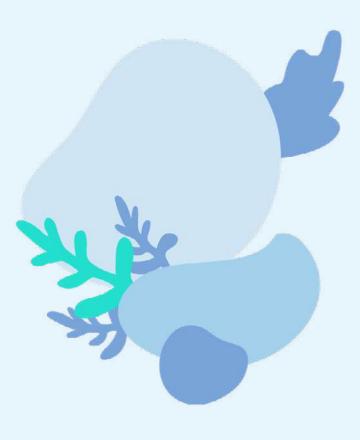
PROGRAMAS DE EDUCACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL USO DEL AGUA

Como compañía sabemos que es responsabilidad de todos los Alpinistas trabajar por la sostenibilidad, incluyendo el cuidado de los recursos naturales. Es por esto que trabajamos en programas de educación y sensibilización hacia nuestros colaboradores a través de los cuales queremos generar responsabilidad sobre el cuidado del recurso hídrico. Buscamos que nuestros Alpinistas se conviertan en embajadores del cuidado del agua, replicando sus conocimientos con sus familias y personas cercanas, generando un impacto positivo en la comunidad.

Inversiones ambientales

Estamos comprometidos con invertir recursos en el cuidado del medio ambiente. En los últimos diez años hemos invertido 29 mil millones de pesos en proyectos ambientales como plantas de tratamiento de agua, tecnologías eficientes, mejoras y mantenimiento en nuestras plantas y centros de distribución y optimización de nuestra flota de transporte.





Materiales y residuos

Estamos comprometidos con disminuir la cantidad de residuos y aprovechar al máximo los materiales, fomentando la economía circular en nuestra operación y en nuestros envases y empaques.

ENVASES Y EMPAQUES

Buscamos cerrar los ciclos de nuestros envases y empaques, generando una cadena de valor para los mismos lo que significa la recolección, reciclaje y aprovechamiento de los materiales. Además, como parte de este modelo, estamos en un proceso investigativo que nos permita identificar materiales sustitutos, que sean sostenibles en el tiempo y que nos permitan llegar a todas las zonas del país conservando la calidad de nuestros productos.



En los últimos 6 años logramos reducir 3.000 toneladas de material gracias al ecodiseño. Adicionalmente, nuestras botellas de yogurt, los empaques de postres del negocio de retail, Bon Yurt Black y Boggy Premio tienen entre 20% y 70% de material reciclado.





Nos vinculamos al programa Visión 30/30, el programa posconsumo más grande del país e hicimos parte de RedESCAR, donde presentamos un proyecto para aprovechar los empaques y convertirlos en publicidad. Además instalamos nuestra primera máquina recicladora en La Cabaña Alpina, con la cual gracias al apoyo de nuestros consumidores, recogimos 800 botellas de plástico en diciembre y reciclamos 24 kilos de plástico.

RESIDUOS EN NUESTRA OPERACIÓN

Desde nuestra operación, es importante aprovechar y disponer de manera adecuada todos los residuos que generamos. Por esto contamos con programas de gestión de residuos de en cada una de nuestras sedes. Logrando un aprovechamiento del 92% del total de residuos.

Un ejemplo de esto es el programa "Ciclo Cerrado de Papel y Cartón" que iniciamos en 2015 de la mano de nuestros aliados. Gracias a este, en el 2019 acumulamos 6.885 Ton fibra reciclada incluyendo 248 Ton de Tetra y con esto logramos evitar la tala de más de 117.000 árboles.

Otros proyectos

En el 2019 junto con el apoyo de la Alcaldía de Sopó realizamos una siembre de 4.976 árboles nativos en Hatogrande en una ubicación estratégica para la protección de rondas hídricas.

Participamos en la Red de Empresas Sostenibles - CAR en el eje de Gestión Integral del Agua. A partir del cual, planteamos en conjunto con 5 empresas, el proyecto para la conservación y restauración del recurso hídrico en las zonas del páramo de la cuenca del rio Teusacá.

BIENESTAR Y NUTRICIÓN

En Alpina estamos comprometidos en desarrollar productos de calidad, con alto valor nutricional y que contribuyan a la buena alimentación de las personas. Para esto, debemos estar a la vanguardia de alternativas innovadoras para contar con productos que cumplan los requisitos nutricionales y de salud que requieren nuestros consumidores.

Somos conscientes de los retos relacionados con las tendencias actuales en alimentación, es por eso que buscamos llevar nuestro portafolio a un perfil nutricional ajustado a las necesidades de hoy, entendiendo no solo las necesidades nutricionales de nuestros consumidores, sino sus gustos y expectativas frente a su alimentación y cuidado de la salud. Con la implementación de estos lineamientos nutricionales, tanto los nuevos lanzamientos como varios productos del portafolio actual hacen parte de esta iniciativa.



Estamos comprometidos con disminuir la cantidad de residuos y aprovechar al máximo los materiales, fomentando la economía circular en nuestra operación y en nuestros envases y empaques.

Lactancia materna y aliados



En Alpina reconocemos el rol esencial que tiene la leche materna y la alimentación complementaria durante los primeros años de vida, por lo que trabajamos proactivamente en la educación a los profesionales de la salud para que sean ellos replicadores de los mensajes claves en lactancia materna a las madres, cuidadores y familias. Esto se realiza a través de espacios de educación continua y de contenidos claves que contribuyan al mantenimiento de la lactancia materna y a una adecuada nutrición.



Durante el 2019 generamos espacios de capacitación tanto a profesionales de la salud, como a nuestros colaboradores y otros actores de nuestra cadena de comercialización, para brindar información acerca de la leche materna como el mejor alimento para el bebé. Igualmente, distribuimos material informativo a los profesionales de la salud, sobre los beneficios de la leche materna para la madre y el bebé, las técnicas de amamantamiento y conservación en casa, con un alcance de hasta 120 mil familias en el territorio nacional.



A su vez, trabajamos con varias Sociedades Médicas y científicas en pro del consumo de los lácteos como parte de una alimentación completa, balanceada y equilibrada, con un importante impacto en el estado nutricional de los colombianos. Dentro de nuestros aliados se encuentran la Sociedad Colombiana de Pediatría, la Asociación Colombiana de Osteoporosis y Metabolismo Mineral (ACOMM), la Asociación de Ciencia y Tecnología de Alimentos (ACTA), entre otros. Buscamos la divulgación activa en diferentes foros y espacios académicos, así como en publicaciones oficiales para difundir el mensaje de la importancia nutricional de los lácteos a la luz de la evidencia científica.

Entendemos la importancia de contar con aliados que nos aporten para contribuir a la nutrición de nuestros consumidores.





Estamos muy orgullosos de continuar consolidando nuestra categoría Alpina Baby, entendiendo los beneficios que esta brinda a nuestros consumidores. Durante el 2019 tomamos la decisión de que nuestra línea para bebés sea libre de azúcar adicionado, lo cual soporta nuestro compromiso de brindar productos que se adaptan a las recomendaciones y evidencia científica actual, para brindarle a nuestros consumidores más pequeños, alimentos de calidad, innovadores, fabricados con ingredientes naturales y que apoyen la formación de hábitos alimentarios adecuados.



Estamos seguros de que aumentando nuestro portafolio en esta categoría, no solo apoyamos el desarrollo y la nutrición de la población infantil colombiana, sino que reforzamos la confianza de nuestros consumidores.

Buen Provecho

Somos conscientes de las condiciones de desigualdad que se presentan en nuestro país y de la situación de hambre y pobreza en la que se encuentran miles de colombianos. Es por esto que hemos buscado generar alianzas con instituciones como ABACO para aprovechar los alimentos en buen estado que son devueltos a la compañía. Adicionalmente, seguiremos trabajando para mejorar las prácticas de manejo de producto con el fin de disminuir la cantidad de rechazos y devoluciones tenemos.

Llevamos 4 cuatro años impulsando nuestro proyecto Buen Provecho que tiene como objetivo reducir las pérdidas y desperdicios de alimentos. Con este, hemos logrado canalizar nuestros productos a través del Banco de Alimentos, beneficiando a más de 120.000 personas, con la donación de más de dos millones de productos.

Además, aprovechamos el 99% de las devoluciones y bajas de producto a través de alimento animal, compostaje y el reciclaje de los empaques.

¿QUÉ HACEMOS CON LOS ENVASES?



Nuestros envases, una vez lavados y separados por tipo de material, son molidos y llevados a procesos de reciclaje que los reincorporan en nuevos procesos productivos, como la producción de madera plástica.

¿QUÉ HACEMOS CON EL PRODUCTO?



Los residuos de productos son procesados para convertirlos en alimento animal, reduciendo la cantidad de residuos dispuestos en los rellenos sanitarios y generando un cierre al ciclo biológico de nuestros productos, así disminuyendo la generación de GEI, pues evitamos la descomposición natural de los productos.

Somos una compañía comprometida con tener cero desperdicios en nuestra operación, ayudando al medio ambiente y aportando al desarrollo social de Colombia.

UNA OPERACIÓN EFICIENTE

La operación es uno de los ejes fundamentales de nuestro negocio. Trabajamos día y noche para transformar las materias primas en productos que brinden nutrición y bienestar a los consumidores, bajo nuestro compromiso de operar sosteniblemente. Por eso contamos con las siguientes acciones y resultados:



Logística y Distribución



RUTEO DINÁMICO



Hemos identificado que es necesario desarrollar iniciativas que nos permitan incrementar la eficiencia de nuestras rutas de distribución secundaria. Fue así como surgió la ejecución del proyecto Ruteo Dinámico, mediante el cuales implementamos un software que nos permite establecer la mejor ruta para entregar nuestros productos, teniendo en cuenta factores como los puntos de distribución, el peso y las frecuencias de reparto.

TORRE DE CONTROL



De igual forma, estos proyectos nos han permitido ser pioneros en la trazabilidad de la leche que acopiamos, obteniendo información en tiempo real sobre el punto de recogida, hora de recogida, número y lugar de paradas, entre otros factores de relevancia. De esta manera, contamos con un control de toda la cadena de suministro, desde la materia prima hasta la última milla y contribuimos con la seguridad vial del país. Así, aseguramos que contamos con la mayor eficiencia en el acopio de la materia prima y que ésta llega en las mejores condiciones a nuestras plantas de producción.

ENTREGAS NOCTURNAS



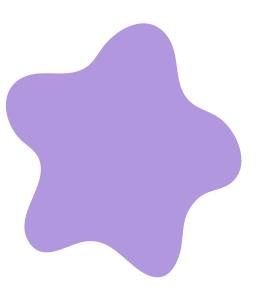
Fortalecimos nuestros equipos de trabajo y cambiamos a itinerarios flexibles e inteligentes, lo que nos ha permitido aumentar la eficiencia y el servicio que le prestamos a nuestros clientes. Así, mejoramos los tiempos de entrega y movilidad, llevamos a cabo operaciones en horarios no convencionales, lo que nos ha permitido tener un mejor control sobre nuestra flota de distribución, además de incrementar la eficiencia de nuestras rutas, disminuyendo así los tiempos de entrega, los kilómetros recorridos y las emisiones de gases generadas. Todo esto, gracias a procesos colaborativos con clientes, que nos han permitido implementar diferentes modalidades de entrega, que además de ser más eficientes, promueven mayor movilidad.

ENTREGAS DE ÚLTIMA MILLA



Realizamos pilotos en el 2019 para revisar diferentes tipos de entrega que nos permitan estar a la vanguardia y ser costo eficientes en nuestro proceso de entrega. Uno de ellos, fue el modelo tipo nodriza, donde utilizamos la capacidad adicional de nuestros vehículos de distribución, para utilizarlos como puntos móviles de abastecimiento, para los vehículos de última milla buscando una mayor eficiencia y flexibilidad en la entrega.

Cuidamos la Calidad



Para nosotros es muy importante la seguridad alimentaria y la producción sostenible, a lo cual contribuimos asegurando la calidad de los productos, actualmente contamos con 2 laboratorios acreditados por el ONAC, certificaciones de estándares de inocuidad en todas nuestras plantas en NTC 5830, certificación ISO 22000 en la planta de Entrerríos y certificación en la norma BASC para las plantas de Caloto, Chinchiná, Facatativá y Sopó.

En el 2019 contamos con el reconocimiento como OEA exportador, a través de la cual incrementamos la confianza y seguridad logística en las exportaciones.

LECHE DE LA MEJOR CALIDAD

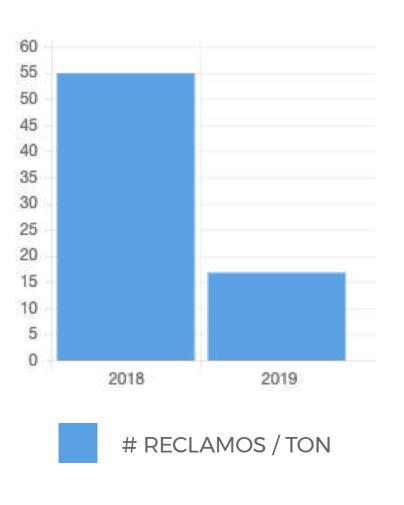
Trabajamos de la mano de nuestros ganaderos y gracias al cuidado de la leche desde las fincas, durante el 2019 obtuvimos resultados por encima de los estándares nacionales de calidad:

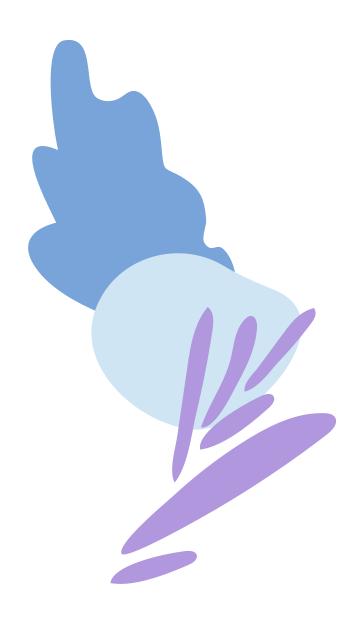
COMPAÑIA	PROTEINA	3.10
	GRASA	3.59
	ST.	12.15
	UFC.	13.15
	CCS.	241.93



CUIDAMOS A NUESTROS ALIADOS Y CONSUMIDORES

Medimos la satisfacción de nuestros clientes y consumidores a través del indicador de quejas de calidad por cada mil toneladas producidas. Para el 2019 logramos una disminución del 70% en los reclamos con respecto al 2018, esto gracias al esfuerzo de todos los alpinistas para cumplir la promesa de valor con nuestros consumidores.





Nivel de Servicio

Los clientes y consumidores son nuestros aliados, y por esto buscamos mantener un excelente nivel de servicio en la entrega de nuestros pedidos. Cómo resultados de esto durante el 2019 alcanzamos un nivel de servicio de 97% manteniéndonos un excelente nivel de servicio por sexto años consecutivo. Aun así nos retamos para ir más lejos, por lo cual seguimos implementando los planes de mejora en el servicio.

GENERANDO VALOR E INNOVACIÓN

La innovación es uno de nuestros pilares más relevantes y base para la sostenibilidad y por lo tanto hace parte de nuestra cultura. Ideando e implementando formas distintas y mejores de hacer las cosas queremos lograr resultados que impacten positivamente nuestra sociedad, nuestro ambiente y nuestra compañía.

Uno de los ejes para generar innovación diferencial son los nuevos o mejorados desarrollos científico-tecnológicos. Con esta línea de pensamiento contamos con un área de investigación con el Instituto Alpina, de desarrollo de producto y proceso y de innovación 360° para habilitar la innovación en procesos, productos y servicios, así como de acelerar y centralizar las iniciativas de toda la compañía. A continuación, se describen proyectos y avances transformacionales que se destacan para este año:



Corrientes





La leche es un alimento de alto valor nutricional, considerado el alimento más completo de la naturaleza por su aporte en proteínas, carbohidratos, grasas, minerales y vitaminas. En la elaboración de productos lácteos muchas veces se generan co-productos, como es en el caso de la manufactura del queso donde se produce el suero. Este co-producto contiene importantes nutrientes de la leche que pueden ser aprovechados para la alimentación humana. Con el propósito de agregar valor a corrientes consideradas residuales nace el macroproyecto "Corrientes" como iniciativa de nuestro Instituto Alpina, con la visión de aprovechar todos los ingredientes lácteos a través del trabajo en equipo y así encontrar opciones que nos permitan innovar generando valor en nuevos productos y cerrando los ciclos de producción de la Compañía.

Hoy en día recuperamos alrededor de 80% de este tipo de co-productos, y gracias a estos logramos crear otros alimentos o darle un valor agregado a aquellos que ya teníamos, contribuyendo así a la nutrición de nuestros consumidores, cerrando los ciclos y cuidando el medio ambiente.

Logros en innovación

Obtuvimos el aval de MINCIENCIAS para 10 proyectos de innovación, entre los que se destacan:

Transformación Digital



CONCENTRACIÓN DE LECHE EN GUACHUCAL:

Permitiéndonos aumentar la recolección de leche de pequeños ganaderos en Nariño e innovar en el proceso de transporte de la leche.



AGUA ELECTROLIZADA:

Disminuyendo las sustancias químicas del proceso de lavado. Con esto logramos cuidar la calidad y el consumo de agua e innovar en nuestros procesos.

EN NUESTROS PROCESOS

Salimos en vivo con un nuevo ERP: SAP S/4HANA, buscando digitalizarnos más desde el aspecto operativo, abarcando 39 módulos al tiempo y siendo la implementación de mayor alcance de este partner en Latinoamérica, en un periodo de solo 14 meses. Con todo esto hemos podido mejorar nuestro control, eficiencia y automatización de nuestros procesos, por ejemplo disminuimos nuestros días de cierre financiero en un 72%.

EN NUESTRA LOGÍSTICA

Nuestro punto de partida de monitoreo de la información es la Torre de control, en donde dirigimos y monitoreamos el 70% de la operación de transporte mediante el rastreo satelital, con el fin de aumentar la productividad, controlar la cadena de frío, mejorar los hábitos de conducción y optimizar la planificación de las rutas.

EN NUESTRA CADENA DE VALOR

Hemos llevado tecnología al campo al tener el 68% de nuestras fincas con internet de las cosas, que a través de una aplicación nos permite monitorear la recolección de leche. La información obtenida en la finca sobre la leche acopiada viaja directamente a nuestros laboratorios de análisis para hacer mucho más eficiente nuestros procesos de producción y de información oportuna al ganadero.

CON NUESTROS CONSUMIDORES

Adicionalmente, este año la compañía lanzó un centro de monitoreo de social listening, un espacio de centralización y análisis de información extraída de redes sociales y medios digitales. Esto nos permite visualizar en tiempo real las conversaciones de usuarios digitales, con el fin de conocer más al consumidor y de poder abrir conversaciones en doble vía.

Nuevos productos

Nos preocupamos por desarrollar sosteniblemente productos nuevos e innovadores, buscamos que además de nutritivos, sean deliciosos y tengan la mejor calidad. Año a año incluimos en nuestro portafolio una variedad de productos que se acoplen cada vez más al estilo de vida de nuestros consumidores, diversificando presentaciones, sabores y siempre satisfaciendo sus necesidades.

En el 2019 tuvimos lanzamientos importantes, les presentamos algunos de ellos:

Colombia

MOUSSE DE CHOCOLATE

Sin azúcar adicionada

A través de investigación y tecnología, desarrollamos este productos sin azúcar adicionada, algo único para la categoría de postres.



NECTAR DE FRUTTO

Mora y Mango Néctar en Botella Familiar 965 ml

Durante el 2019 fortalecimos nuestra plataforma no láctea y lanzamos néctares de mora y mango, que se obtienen de la pulpa de la fruta resaltando todo su sabor. goría de postres.



GRIEGO SIN AZÚCAR ADICIONADO



AVENA EN PRESENTACIÓN 800 ML



PARMESANO DE SABORES



YOGURT ORIGINAL EN VASO 150G (GUANÁBANA Y FRUTOS ROJOS)



BONYURT FRESIKRISPIS



GRIEGO SIN AZÚCAR ADICIONADO 500 GR



Más información en: www.alpina.com/productos

Ecuador

AVENA FRUTAL VASO



AVENA
DESLACTOSADA VASO



BONYURT BASE FRESA



YOGURT GRIEGO NATURAL



YOGURT GRIEGO FRESA



YOGURT GRIEGO MORA Y ARÁNDANOS



KIOSKO MOZZARELLA STICK LIGHT



KIOSKO MANTEQUILLA CON SAL



KIOSKO MANTEQUILLA SIN SAL



ALPINISTAS

Como pilar fundamental de la compañía se encuentra nuestra gente, los Alpinistas, que trabajan todos los días para cumplir nuestro propósito superior. Entendemos la responsabilidad e impacto que tenemos sobre ellos, por eso estamos comprometidos con su desarrollo y crecimiento tanto personal como profesional a través de las siguientes acciones:



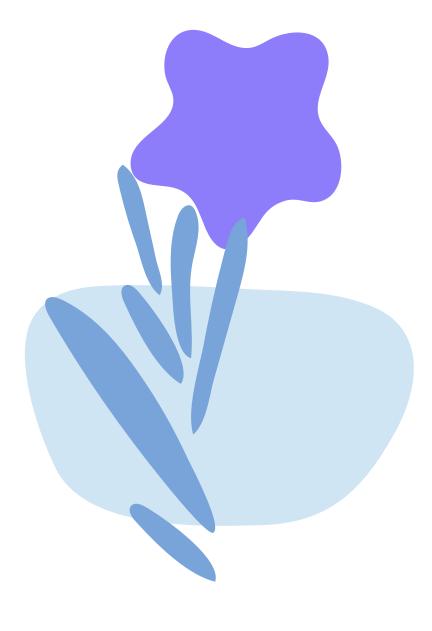
Cultura Alpinista



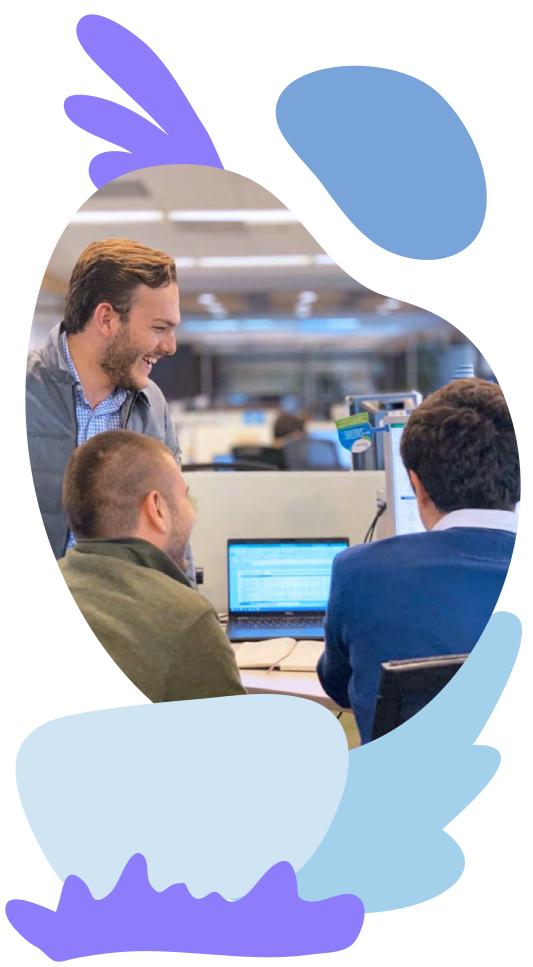
En Alpina nos sentimos orgullosos de nuestra cultura, buscamos ser Alpinistas extraordinarios, humildes y empoderados de nuestra compañía. Estamos seguros de ser un equipo de personas cercanas, capaces de interconectarnos con los demás haciendo que las cosas sucedan; siempre orientados al desarrollo y bienestar de la gente.

Nos esforzamos constantemente por buscar la innovación y el mejoramiento en todo lo que hacemos. Además, trabajamos juntos por asegurar la sostenibilidad social, ambiental y financiera de Alpina. Nuestros principios guía orientan nuestras acciones y acompañan nuestros procesos. Es así como a través de todo lo que hacemos irradiamos esta cultura que nos hace únicos.

Hoy podemos decir que los Alpinistas encuentran en la compañía, un lugar para aprender de forma integral y alcanzar su desarrollo profesional y personal.



Practicantes Alpina



Para Alpina los practicantes son generadores de cambios porque nos brindan nuevas preguntas y formas de hacer las cosas, que dentro de nuestra cultura de innovación es un paso fundamental para retarnos constantemente. Su rol tiene gran importancia y valor dentro de las distintas áreas, es por esto que contamos con

58 posiciones de practicantes por semestre,

y a través de su empoderamiento en las tareas que desempeñan, apalancan el proceso de aprendizaje y desarrollo de todo el equipo de trabajo.

A lo largo de su periodo dentro de Alpina, tienen la posibilidad de participar en proyectos que les permiten entender a través de experiencias, nuestros principios que al final, son lo que nos definen como compañía. Fomentamos en ellos el empoderamiento y la apertura a cuestionar y retar los procesos para así, generar espacios de crecimiento personal y profesional. De esta manera, generamos intraemprendimientos y procesos de aprendizaje tanto para quienes realizan la práctica como para quienes trabajan con ellos.

Para nosotros, las familias de los Alpinistas son igual de importantes, por esto, entendiendo que el inicio de la vida profesional es un momento muy importante para nuestros practicantes, en su primer día de práctica, invitamos a sus familias a compartirlo con ellos. Creando un espacio en donde los practicantes y sus familias tienen la oportunidad de compartir las emociones que genera el inicio de una nueva etapa, su etapa como Alpinistas.

Asimismo, al finalizar su periodo de práctica tenemos un evento de cierre, donde buscamos recordar ese camino vivido, que ellos puedan reflexionar sobre el proceso que tuvieron y conocer sus opiniones, para así, no solo seguir construyendo historias de crecimiento y desarrollo, sino también seguir mejorando en este proceso.

En el 2019 el 33% de nuestros practicantes se vincularon directamente a la compañía.

Diversidad, Inclusión e Igualdad

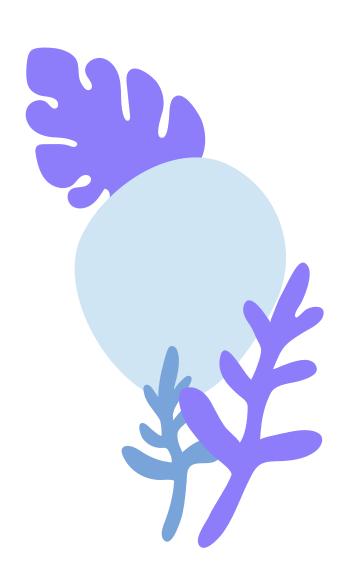
Tenemos procesos de contratación transparentes y brindamos igualdad de oportunidades a todas las personas, sin importar su identidad de género, creencias o cultura. Siempre priorizando el talento, la meritocracia, las habilidades blandas, la legalidad y la formalidad laboral. Así mismo promovemos una cultura interna inclusiva para todas las personas, acogiéndonos a los valores y principios de la compañía.

Hoy en día, el 42% de los cargos directivos dentro de la compañía están ocupados por mujeres.



Mediante el desarrollo del talento logramos que el 43% de las vacantes fueran ocupadas por Alpinistas al igual que el 45% de las vacantes en posiciones de liderazgo.

La formación y desarrollo de los Alpinistas



En Alpina no solo buscamos contar con el mejor talento, sino que implementamos diferentes iniciativas para constantemente desarrollar a nuestros Alpinistas, confiando en sus capacidades y ayudándolos a obtener resultados por encima de sus propias expectativas.

Le apostamos a un desarrollo integral, por esto implementamos procesos de formación al interior de la compañía a través de nuestra plataforma Soy Alpinista, y también la asignación a proyectos en grupos interdisciplinarios que han permitido que los Alpinistas adquieran nuevos conocimientos de diversas áreas del negocio. Esto a su vez, incrementa el impacto de formación al interior de la compañía y permite afianzar el trabajo colaborativo entre áreas, asegurando mayor velocidad en la toma de decisiones.

4.341
3.687
241.93
73

En el 2019, se invirtieron más de 47.000 horas en la formación y desarrollo de nuestros colaboradores, lo que significa que cada empleado tuvo en promedio 12,9 horas de formación.

Somos más de 4.300 Alpinistas, contribuyendo en diferentes regiones y países al trabajo decente y el desarrollo económico

Alpina Sana y Segura

La seguridad y bienestar de los Alpinistas es fundamental para nosotros, por esto, implementamos medidas para fomentar un ambiente laboral sano y seguro para ellos. Estamos comprometidos en generar una cultura de seguridad, lo que nos ha permitido reducir en un 26% la accidentalidad en toda nuestra operación respecto al año anterior.

Voluntariado Alpina



Desde hace 74 años estamos comprometidos con la construcción de un mejor país, velando por el progreso del campo y el desarrollo integral de nuestra cadena de valor. Es aquí donde el Voluntariado de Alpina cobra una gran importancia, ya que tiende un puente entre nuestros Alpinistas, sus familias y las comunidades, que les permite entrelazar fibras sociales y construir juntos.

En el 2019 relanzamos nuestro Voluntariado enfocado en contribuir a causas tanto sociales como ambientales, realizando diferentes actividades a lo largo de varias regiones del país en donde tenemos presencia. Desde este año contamos con más de 120 voluntarios, y hemos contribuido al mejoramiento de la calidad de vida de más 1000 personas a lo largo de nuestras actividades.

Realizamos actividades en cuatro lugares del país: Sopó y Bogotá en Cundinamarca, Puerto Carreño en Vichada y Pradera en Valle:

SIEMBRA DE ÁRBOLES



Llevamos a cabo la siembra de 500 árboles nativos en Hatogrande cerca al Municipio de Sopó, para la protección de una hídrica.





EMBELLECIMIENTO DE CENTROS DE LA FUNDACIÓN AEIOTÚ:



Apoyamos a la fundación todos los años y contamos con una alianza para la construcción de herramientas pedagógicas a partir de nuestros envases y empaques. Con ellos, tuvimos una jornada de embellecimiento del centro de San Agustín en Sopó, pintamos y arreglamos los juegos y jardines de las instalaciones, además de compartir con los niños del centro.



Terminamos el año dándole inicio a nuestra Navidad Azul en el municipio de Pradera, Valle, nuevamente de la mano de la Fundación de aeioTÚ en su centro de Pradera en donde hicimos una actividad de embellecimiento del espacio y construcción de herramientas pedagógicas.





CERO HAMBRE:



Apoyamos al Banco de Alimentos de Bogotá mediante donaciones de producto todos los meses, esta ocasión 25 voluntarios nos acompañaron en una jornada de apoyo. En esta actividad, contribuimos a la logística para llevar mercados a poblaciones vulnerables y así contribuir a mejorar sus condiciones alimentarias.



Estuvimos en Puerto Carreño haciendo una entrega de más de 100 mercados donados por nuestros Alpinistas, acompañados de más de 3.500 unidades de productos donados por nuestras marcas, para contribuir a la nutrición de los indígenas Amorúa quienes estaban sufriendo una crisis alimentaria.



Para el 2022 esperamos beneficiar a 4.200 personas a través de nuestro voluntariado.

RELACIÓN CON ALIADOS Y CONSUMIDORES

En Alpina trabajamos por una comunicación constante y colaborativa con nuestros aliados y consumidores.



Nuestro Relacionamiento

En Alpina trabajamos por una comunicación constante y colaborativa con nuestros aliados y consumidores. Por eso, a través de canales como el contact center y las redes sociales, nuestro equipo de 3.000 embajadores de marca y 2.000 asesores en campo nos permiten estar informados de las necesidades y oportunidades que tenemos en función de nuestros productos, servicio y cualquier otro asunto relevante.

De esta manera, procuramos identificar estos hallazgos de forma ágil y eficiente, buscando mejorar indicadores como tiempos de espera, calidad de las respuestas y satisfacción. Así, cumplimos con nuestra misión de estar más cerca de nuestros consumidores y fortalecer nuestra relación con cada uno de ellos y sus familias.

Para el cierre de 2019, la satisfacción de las interacciones tuvo un promedio de 94.2/100, en la calificación dada por aliados y consumidores.

Cercanía con aliados

Para Alpina, el trabajo articulado con nuestros los aliados es indispensable. Gracias a ellos tenemos la oportunidad de llevar nuestros productos a todos los rincones del país, lo que nos permite alcanzar nuestro propósito de brindar nutrición y bienestar a los hogares colombianos, a la vez que contribuimos al desarrollo económico de Colombia.

Entendemos que los más de 8.000 contactos diarios que hacemos con nuestros aliados en los diferentes canales

están en función de una relación colaborativa y gana y gana, pensada en el largo plazo. Queremos construir con ellos el futuro, no solo de Alpina, sino de sus establecimientos y negocios, pues somos conscientes de que son un pilar fundamental para el progreso del país. Por esto, todas nuestras acciones del día a día están encaminadas al desarrollo y crecimiento de nuestros aliados.



En el 2019 pusimos en marcha planes e iniciativas para impulsar a nuestros tenderos, como la alianza con Fenalco, por medio de la cual capacitamos a más de

2.000 tenderos

en la importancia del cuidado de sus tiendas. De igual forma, y con el respaldo de la ANDI, buscamos desarrollar los autoservicios del país.

Asimismo, realizamos y participamos en actividades para acercarnos más a nuestros aliados, como el Día del Tendero y el Show del Humor. Este último nos permitió compartir con más de

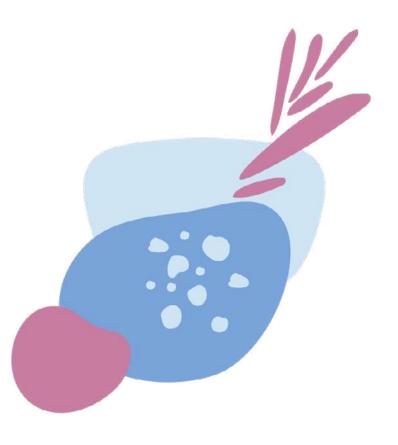
1.000 aliados

y algunos clientes de autoservicios y minimercados para construir juntos el plan de 2020 y fortalecer nuestras relaciones de confianza.

Adicionalmente, logramos afianzar y estrechar nuestras relaciones con las grandes superficies del país. A pesar de los grandes retos que trajo el cambio de nuestro ERP, por medio de modelos de colaboración con estos aliados logramos sacar proyectos que apoyan la sostenibilidad del país, tales como: entregas nocturnas, modelos para disminuir la merma, eficiencias operacionales y nuevas plataformas. Estas iniciativas nos exigieron cambios en toda la cadena de valor, nos llevaron a encontrar formas distintas de hacer las cosas e impulsaron el desarrollo de nuevos comportamientos organizacionales.

En 2019 implementamos y construimos relaciones con aliados relevantes en otros canales, como eCommerce, droguerías e institucional.

Fortalecimos nuestros vínculos con actores relevantes como Rappi y Merqueo, logrando consolidar planes a largo plazo que capitalicen esta nueva forma de llegada y satisfagan las necesidades de los consumidores. Desarrollamos un modelo innovador de la mano con Copidrogas, Farmatodo, Copservir y Unidrogas, buscando el crecimiento en estas superficies. Finalmente, potenciamos nuestras relaciones con McDonalds, Juan Valdez y Crepes & Waffles para asegurar la versatilidad de nuestro portafolio. Las palabras reinvención y cambio fueron de destacar durante el 2019.



Nuestros aliados son primordiales para nosotros. Mes a mes realizamos entre 6.000 y 8.000 encuestas para conocer su percepción frente a nuestro servicio, y así, lograr mejorarlo.

En Alpina trabajamos día a día en la consolidación de una cultura que nos permita ser flexibles, adaptarnos al cambio y buscar constantemente nuevas formas de hacer las cosas. Por eso, nos hemos esforzado en entender las particularidades de cada aliado -como sus modelos operativos y niveles de madurez- para lograr una mejor articulación entre nuestros equipos e impulsar objetivos en común.



Dentro de esto, hemos puesto en marcha planes para fortalecer las habilidades de nuestra fuerza de ventas, buscando su desarrollo personal y profesional.

En el 2019 capacitamos a 1970 de nuestros líderes y vendedores en temas como conocimiento de portafolio, objeciones, y calidad y servicio excepcional.

De esta manera, buscamos tener más capacidades para atender a los tenderos y asesorarlos sobre el cuidado de los productos, su exhibición y rotación, entre otros temas de negocio. Adicionalmente, realizamos un piloto con nuestros equipos en Bogotá, en el que les brindamos herramientas de liderazgo y crecimiento personal. Somos conscientes de que nuestra gente es la clave para el crecimiento de Alpina y de toda la cadena de valor.

Alpina Deli

Lanzamos Alpina Deli, un espacio para traer a la mesa productos nutritivos y de buen sabor. Hechos por manos locales, con ingredientes naturales y procesos de alta calidad.

Nuestros productos son pensados para acompañar de la mejor manera cada etapa de la vida y brindar una experiencia única a nuestros consumidores.



En el 2019 tuvimos más de 24.000 horas de entrenamiento para que nuestros líderes y vendedores tengan las mejores habilidades.

ÉTICAY TRANSPARENCIA

Como compañía somos conscientes de la responsabilidad de promover y garantizar el respeto de los Derechos Humanos en todas nuestras operaciones y frente a todos los colaboradores de nuestra cadena de valor, incluyendo: empleados, proveedores, consultores, contratistas y comunidades del área de influencia de las regiones donde tenemos presencia.



Con el fin de garantizar la ética y transparencia en todos nuestros procesos, contamos con cuatro mecanismos de gestión y control:

GESTIÓN DE RIESGOS:

Mediante esta gestión se mapean todos los riesgos actuales y potenciales, tanto internos como externos.

GESTIÓN DE CUMPLIMIENTO:

Evaluamos los riesgos de vincularnos con terceros y contamos con un monitoreo y control a los proveedores para asegurar su cumplimiento normativo.

LÍNEA ÉTICA:

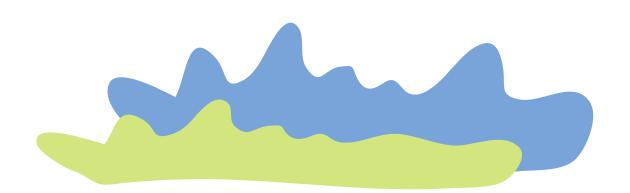
Creamos esta línea con el fin de garantizar transparencia y claridad en nuestro actuar por lo cual nuestros Alpinistas, clientes, consumidores y demás grupos de interés pueden reportar casos de soborno, fraude o corrupción, entre otros de manera anónima. Buscamos que cada día se tenga mayor confianza en este medio y sea percibido como la solución para cualquier circunstancia que se presente.

COMITÉ DE ÉTICA:

Los casos reportados por medio de la Línea Ética son evaluados por el comité donde se analizan las situaciones para dar soluciones que refuercen la integridad y responsabilidad de la compañía. Además, se toman acciones para que estos sucesos no se repitan.

Derechos Humanos

Contamos con una política interna que busca asegurar y promover el respeto de los Derechos Humanos al interior de la compañía y a lo largo de la cadena de valor. Contamos con 15 compromisos:



1	Trabajar en pro de la erradicación del trabajo infantil y del trabajo forzoso.
2	Impedir prácticas discriminatorias, prestando especial atención a grupos vulnerables.
3	Impedir acciones que perjudiquen la dignidad e integridad de las personas.
4	Respetar la libertad de asociación y negociación colectiva.
5	Proteger y velar por la salud de las personas.
6	Ofrecer y garantizar un empleo digno y justo, promoviendo el desarrollo de las labores en ambientes seguros y saludables.



7	Promover el cumplimiento de los Derechos Humanos en toda nuestra área de influencia.
8	Respetar las costumbres y culturas de las comunidades indígenas.
9	Garantizar que todas nuestras relaciones comerciales se lleven a cabo bajo la protección y el respeto de los Derechos Humanos.
10	Mantener y generar espacios de diálogos constantes y transparentes con nuestros grupos de interés.
11	Promover públicamente el respeto a los Derechos Humanos.
12	Promover prácticas de libre competencia.
13	Minimizar y combatir el comportamiento corrupto.
14	Garantizar un Medio Ambiente sano, a través de la prevención, mitiga- ción y compensación de los impactos que nuestras operaciones puedan generar.
15	Velar por la construcción de una cadena de abastecimiento equitativa, promoviendo el desarrollo sostenible.

TIFUNDACIÓN ALPINA

INNOVACIÓN SOCIAL QUE TRASCIENDE.

La fundación fue creada en 2008 y desde entonces ha venido evolucionando en el foco de sus intervenciones a partir de los aprendizajes realizados. A través de esta, estamos comprometidos con transformar la vida de familias, comunidades y organizaciones del sector rural, a través de proyectos productivos que son evaluados y sistematizados, para que los aprendizajes se puedan replicar, escalar y contribuir a mejorar políticas públicas e impactar a más comunidades rurales.



El fin superior, es promover el desarrollo humano integral y el fortalecimiento del tejido social de estas comunidades. La Fundación Alpina es independiente del negocio de Alpina.



Esta proyectada como un laboratorio de innovación social, que desarrolla procesos sostenibles de inclusión económica y social, para fortalecer capacidades para aumentar la productividad, promover la asociatividad, mejorar los ingresos e incentivar prácticas alimentarias saludables.

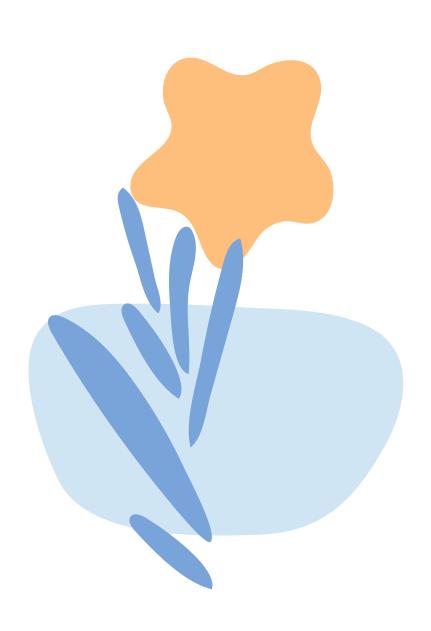
Tres Dimensiones del trabajo de la Fundación Alpina



La Fundación Alpina cuenta con equipo técnico interdisciplinario, con conocimiento y experiencia especializados para el fortalecimiento de circuitos cortos de comercialización y de economía circular en contextos complejos. Ha profundizado el trabajo con mujeres, jóvenes y comunidades indígenas.

Resultados 2019

Para generar condiciones de sostenibilidad a las iniciativas, se fortaleció durante 2019, el modelo de acompañamiento y extensión caracterizado por los siguientes elementos principales:





Participación proactiva y sistemática de la comunidad en la identificación e implementación de las iniciativas.



Criterios de selección y entrada de territorios y comunidades que tienen en cuenta condiciones sociales económicas y ambientales.



Reconocimiento de los saberes, usos y costumbres ancestrales de las comunidades.



Criterios de salida, cuantitativos y cualitativos, con tres niveles de análisis para cada uno de los componentes (productividad, asociatividad y prácticas alimentarias saludables) que permiten, por cada uno, determinar los logros a alcanzar.

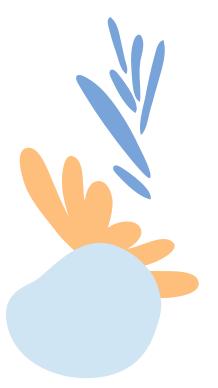


Alianzas estratégicas para garantizar continuidad, en especial, la participación de actores locales.



Actuación bajo los principios de respeto, responsabilidad y solidaridad.

Para conocer más detalles descarga nuestro Informe de Sostenibilidad 2019 en versión PDF y conoce el trabajo de la Fundación Alpina en fundacionAlpina.org



A continuación se presentan otros resultados del 2019 para cada una de las dimensiones

DIMENSIÓN PRODUCTIVA

En 2019 La Fundación Alpina ejecutó 6 proyectos con la participación activa de 2378 familias. Se focalizaron acciones en 23 municipios del departamento del Cauca y en un municipio en La Guajira.



Gracias a la propuesta de valor, a la estrategia de intervención y al tipo de acompañamiento técnico y de extensión que se realiza se destacan los siguientes resultados:

- ► En el marco de la Alianza con Econometría se desarrolló la primera metodología de evaluación de impacto, que está siendo aplicada en el proyecto Cauca Territorio Lechero y de Paz. Con ello, le apostamos a que los proyectos, evidencien mediante investigación aplicada, que el trabajo que se realiza en campo está efectivamente mejorando la calidad de vida de los productores y familias.
- ▶ En el marco del proyecto Mejoramiento de condiciones de Acopio Lechero, se lograron aumentos en calidad y cantidad de los pastos de un 39%, hasta del 460%, para aquellos que complementaron el acompañamiento con insumos.
- La mejora en los pastos, complementó la estrategia de una mejor utilización del suelo que se tradujo, como mejoras en la producción.
- ► La mejora en la productividad, tuvo como efecto, aumentos en los ingresos en más del 100% en promedio.
- ▶ Para generar condiciones de sostenibilidad en las organizaciones, se desarrolló un programa de relevo generacional, donde se promovió la figura de Jóvenes Gerentes, que han asumido roles de liderazgo en las asociaciones.

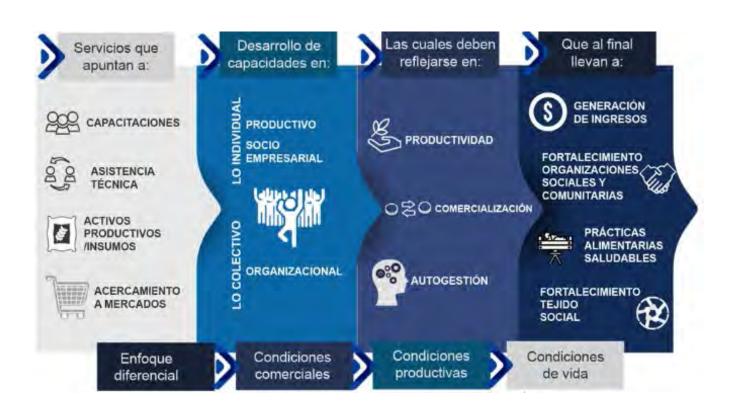
- ► En los temas asociativos no solo se fortaleció la creación de nuevas organizaciones en un 18%, sino que se logró mejorar el índice organizacional en un 23% en promedio.
- ► En el proyecto de Empoderamiento económico y social de 400 mujeres se logró una tasa de crecimiento de ventas del 16%, para las diferentes líneas productivas.
- ► Este proyecto obtuvo el 1er puesto en la categoría Inversión Social Privada Reconocimiento, en el marco del XI

- Foro Internacional de RedEAmérica. Se compitió con 92 postulaciones de 13 países de America Latina.
- ► En el marco del proyecto para Fortalecer capacidades productivas con familias wayuu en la Alta Guajira, se hizo el Estudio de economía local y de la oferta y demanda de Nazareth, Siapana y Puerto Estrella, que aporta información valiosa para el diseño de proyectos orientados a generar ingresos y fortalecer cadenas productivas.



Se desarrolló el Modelo de Gestión de Conocimiento teniendo como marco La Teoría del Cambio de la Fundación:





El modelo contempla un Sistema de Monitoreo y Seguimiento "La Lupa", el cual ya está en operación Este sistema permite hacer el seguimiento técnico y financiero a los diferentes proyectos. Se nutre con los datos de las evaluaciones de resultados y de impacto y de las sistematizaciones de aprendizajes. Se complementa con la puesta en marcha de estrategias de comunicación para transferir conocimientos, crear redes de aprendizaje multinivel, divulgar procesos y resultados, para los diferentes grupos de interés.





DIMENSIÓN DE PAÍS.

La Fundación Alpina estuvo presente en distintos escenarios relacionados con el desarrollo rural del país. Acogimos la invitación del Ministerio de Agricultura y suscribimos el Pacto por la Equidad de la Mujer Rural, que tiene el objetivo de mejorar la calidad de vida de las mujeres rurales, priorizando las de bajos recursos y consagrar medidas específicas encaminadas a acelerar la equidad entre el hombre y la mujer rural". Fue suscrito entre otros, por gremios, empresas del agro, sindicatos y organizaciones.

Por otro lado, participamos en la mesa convocada por el Ministerio de Agricultura y RIMISP, que tiene como propósito identificar las actividades claves para los procesos asociados a la extensión agropecuaria, para reglamentar el Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria.

Así mismo el Viceministro de Agricultura y la Viceministra de Educación visitaron El Tambo para explorar la viabilidad de articular procesos de producción de alimentos con productores de la cadena láctea, para el Programa de Alimentación Escolar y conocer los resultados comparados de los proyectos operados por la Fundación, Conglomerado Lácteo y Alianzas Productivas.

La Fundación Alpina participó en el Comité Evaluador del Premio Regalías bien invertidas 2019, en la Categoría Alcaldes y Gobernadores convocado por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) y la Universidad del Rosario.

Eventos

Evento 10 años de Fundación Alpina.

"EL SECTOR PRIVADO COMO AGENTE PARA EL DESA-RROLLO RURAL".

Contó con la participación de más de 100 personas y panelistas, expertos en temas de desarrollo rural. Para destacar el panel con participantes en los proyectos de la Fundación que por su propia voz compartieron cómo se han transformado sus vidas y las de sus familias de manera sostenible.

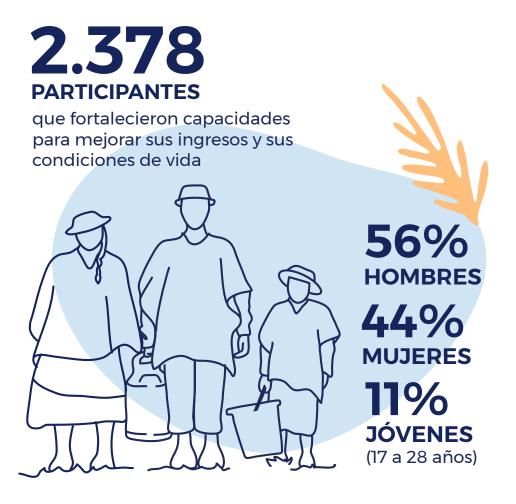
Primera Gran Cumbre Colombia Rural. Semana.

La Fundación participó en el panel sobre calidad de vida, con la presidenta de la Asociación Nacional de Mujeres Campesinas, Negras e Indígenas, el Vice Ministro de Desarrollo Rural, el Director de investigaciones económicas de la Federación Nacional de Cafeteros. Fue moderado por el Director de la CEPAL en Colombia.

Los logros son colectivos y han sido posibles gracias a la participación de más de 34 aliados de universidades, fundaciones, centros de investigación, cooperación internacional y gobiernos, que aportan sus recursos y conocimientos.

En cifras









Proyecciones 2020

Ampliar territorios y vincular 500 nuevas familias a iniciativas de la Fundación

Profundizar los temas ambientales y de innovación

Implementar evaluaciones de impacto en todos los proyectos

Avanzar con el modelo de sostenibilidad financiera

ANEXOS E INDICADORES



AS-6912-20

Declaración de verificación limitada e independiente del Informe de Sostenibilidad 2019 de Alpina Productos Alimenticios S.A.

A la Gerencia de Alpina Productos Alimenticios S.A.:

Alcance

A solicitud de Alpina Productos
Alimenticios S.A. (en adelante Alpina o la Compañía), efectuamos los procedimientos de verificación a su "Informe de Sostenibilidad 2019". El objetivo de este compromiso es obtener un nivel limitado de aseguramiento con respecto a las aseveraciones y datos relacionados con el desempeño de sostenibilidad y la cobertura de los respectivos asuntos de importancia dentro de su Informe de Sostenibilidad.

Nuestra responsabilidad al realizar las actividades de aseguramiento es únicamente con la gerencia de **Alpina**, por lo tanto, no aceptamos ni asumimos ninguna responsabilidad respecto de cualquier otro propósito o frente a cualquier otra persona u organización.

La gerencia de Alpina es responsable de la preparación del Informe de Sostenibilidad 2019 y de su información soporte. Esta responsabilidad incluye diseñar, implementar y mantener controles internos relevantes a la preparación de un informe que esté libre de errores de importancia, seleccionar y aplicar principios de reporte apropiados y utilizar métodos de medición

y estimaciones que sean razonables en las distintas circunstancias.

Nuestra responsabilidad es emitir una declaración de verificación independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Limitaciones de nuestro compromiso de aseguramiento

Las limitaciones de nuestro compromiso de aseguramiento son las siguientes:

- Las declaraciones hechas por terceros dentro del texto del Informe de Sostenibilidad 2019, relacionado con el desempeño de **Alpina**, no se incluyeron en el alcance de nuestro compromiso de aseguramiento.
- Tanto la materialidad, como la correspondencia de los contenidos temáticos y los aspectos materiales, no hacen parte del alcance de esta verificación.
- Los principios del Pacto Global y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) no hicieron parte del compromiso de verificación.



Sres. Alpina Productos Alimenticios S.A.

El alcance de nuestro trabajo incluye la información reportada por **Alpina**, con el fin de validar las respuestas a los contenidos temáticos de desempeño del marco metodológico de los Estándares *GRI*, referenciados al final de este documento.

Criterios de la declaración de aseguramiento

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con:

- Las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión de Estándares GRI.
- La norma de verificación ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000) establecida por el International Auditing and Assurance Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC).

Consideramos que estos criterios son apropiados dado el propósito de nuestro compromiso de aseguramiento.

Procedimientos realizados

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objeto de:

Determinar que la información y los datos presentados en el Informe de Sostenibilidad 2019 estén debidamente respaldados por evidencias apropiadas en cada circunstancia.

Página 2

- Validar que el Informe de Sostenibilidad 2019 se haya elaborado conforme a los Estándares GRI, en lo reportado por Alpina.
- Confirmar la opción de conformidad declarada por **Alpina** en su Informe de Sostenibilidad 2019, según los Estándares *GRI*.

Los procedimientos de verificación desarrollados fueron los siguientes:

- Obtener y recopilar la evidencia documentada que soporte la información de los contenidos reportados y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- Revisión de la información cuantitativa y cualitativa relevante de los contenidos generales y temáticos relacionados con la materialidad de Alpina e incluidos en el Informe de Sostenibilidad 2019.

Nuestra responsabilidad se limitó exclusivamente a los procedimientos mencionados, correspondientes a una verificación de aseguramiento limitado e independiente, la cual sirvió de base para nuestras conclusiones.

El alcance de esta verificación es sustancialmente inferior al de un trabajo de aseguramiento razonable. Por lo tanto, el aseguramiento proporcionado es también menor. La presente declaración en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.



Sres. Alpina Productos Alimenticios S.A.

Conclusiones

Basados en los procedimientos realizados, y de acuerdo con los criterios del compromiso de aseguramiento, manifestamos las siguientes conclusiones sobre el Informe de Sostenibilidad 2019 de Alpina, las cuales deben leerse en conjunto con el objetivo y las limitaciones del compromiso de aseguramiento, según se describió anteriormente:

- No tenemos conocimiento de aspectos relativos al desempeño de Alpina que se hayan excluido del Informe de Sostenibilidad 2019, para los contenidos verificados.
- No tenemos conocimiento de aspectos de importancia excluidos de los juicios de **Alpina** sobre el contenido del Informe de Sostenibilidad 2019.
- No tenemos conocimiento de errores de importancia en las aseveraciones efectuadas por la gerencia de **Alpina** en su Informe de Sostenibilidad 2019.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información y los datos publicados en el Informe de Sostenibilidad 2019 de

Página 3

Alpina no estén presentados de forma correcta.

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Sostenibilidad 2019 de Alpina no haya sido elaborado de acuerdo con los Estándares GRI.
- No se ha puesto de manifiesto algún aspecto que nos haga creer que la opción de conformidad "Esencial" declarada por Alpina no cumpla con los requisitos para tal nivel como están establecidos en los Estándares GRI en cuanto a sus enfoques de gestión, contenidos generales y temáticos (ver Anexo).

Cordialmente,

FELIPE AUGUSTO JANICA VANEGAS

Digitally signed by FELIPE AUGUSTO JANICA VANEGAS

Felipe A. Jánica Vanegas Socio Líder FAAS - CCaSS Lata North Ernst & Young Audit S.A.S.

06 de agosto de 2020 Bogotá, Colombia

member firm of Ernst & Young Global Limite



Anexo. Contenidos temáticos e indicadores propios verificados

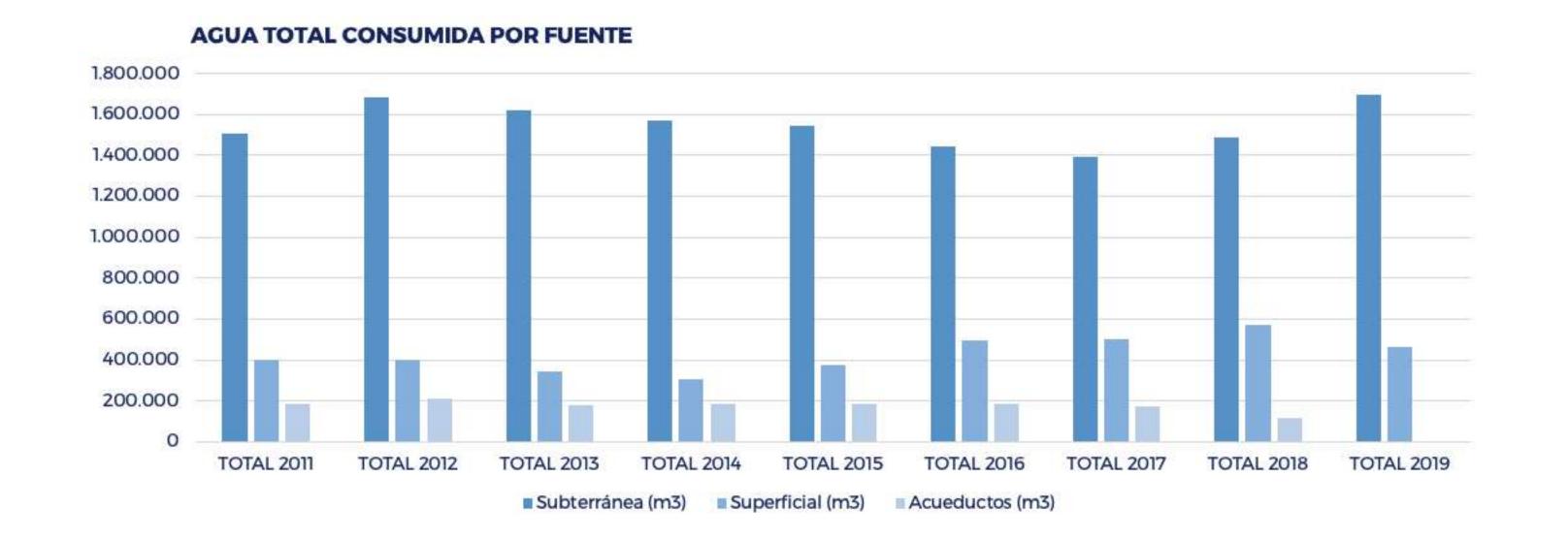
Tema material	Contenido temático o indicador propio		
Salud Ocupacional y	403-2. Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional.		
Seguridad	A1.1. Tasa de Accidentes Incapacitantes.		
Formación y Decornollo	404-1. Media de horas de formación al año por empleado.		
Formación y Desarrollo	A1.3. Movilidad Interna.		
	303-1. Extracción de agua por fuente.		
	306-1. Vertidos de aguas en función de su calidad y destino.		
Gestión Responsable del Agua	A2.1. Ecoíndice agua extraída/agua comprada Cantidad de agua consumida por Alpina en sus operaciones industriales (Agua Azul) para elaborar una tonelada de producto.		
	A2.2. Cantidad de DQO (demanda química de oxígeno) en el influente de la planta de tratamiento de aguas residuales de las operaciones industriales por tonelada de producto.		
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1).		
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).		
	305-5 Reducción de las emisiones del GEI.		
	*302-1 Consumo energético dentro de la organización.		
Gestión de la Energía y el	302-3. Intensidad energética.		
Cambio Climático	A2.3. Emisiones totales directas e indirectas por consumo de energía (Alcance 1 y 2), por tonelada de producto (ton CO2 eq / ton).		
	A2.4. Consumo de energía total por tonelada de producto en alcances 1 y 2 (GJ / ton).		
	*306-2 Residuos por tipo y método de eliminación.		
	A2.5. Ecoíndice aprovechamiento de residuos.		
Calidad e Inocuidad	FPSS5. Porcentaje de volumen de producción producido en plantas certificadas por un tercero independiente, siguiendo estándares internacionales de seguridad de alimentos.		
Productos Gratificantes, Nutritivos y Saludables (Innovación)	A3.1. Numero de Reclamos por tonelaje.		
Nutrientes con Impacto en Salud Pública	A3.2. Ventas de productos nuevos.		
Desperdicio de Alimentos	A3.3. Reducción de pérdidas y desperdicios.		
Competitividad y	A4.4. Número visitas a proveedores.		
Productividad del Sector	A4.5. Días de campo.		
Lácteo	A4.6. Número de publicaciones técnicas.		
Nivel de servicio	A5.1. Índice de nivel de servicio.		

A member firm of Ernst & Young Global Limited



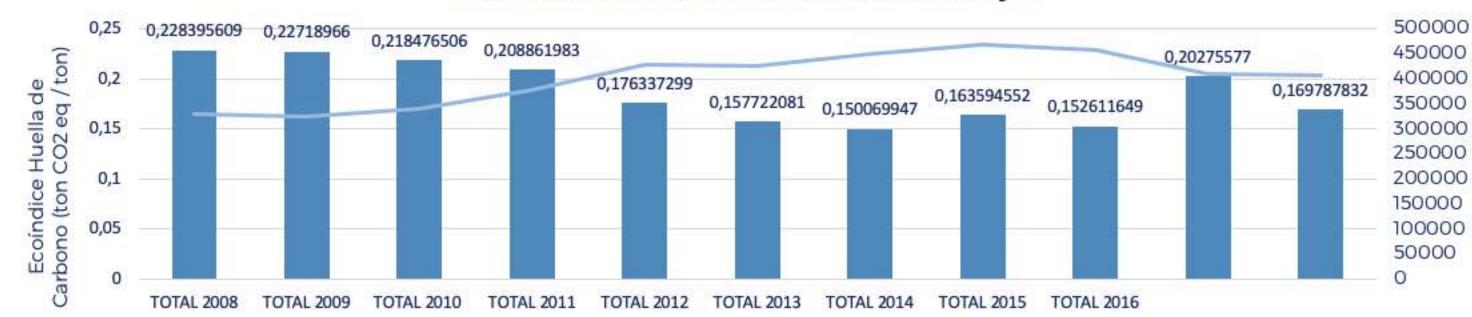
Tema material	Contenido temático o indicador propio	
	307-1 Incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	
	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	
Cumplimiento	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.	
	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	
Valor Económico	201-1. Valor económico directo generado y distribuido.	
Inversiones	EN31. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. (Millones de pesos/año).	

^{*}Contenidos que presentan omisiones según la metodología del GRI.

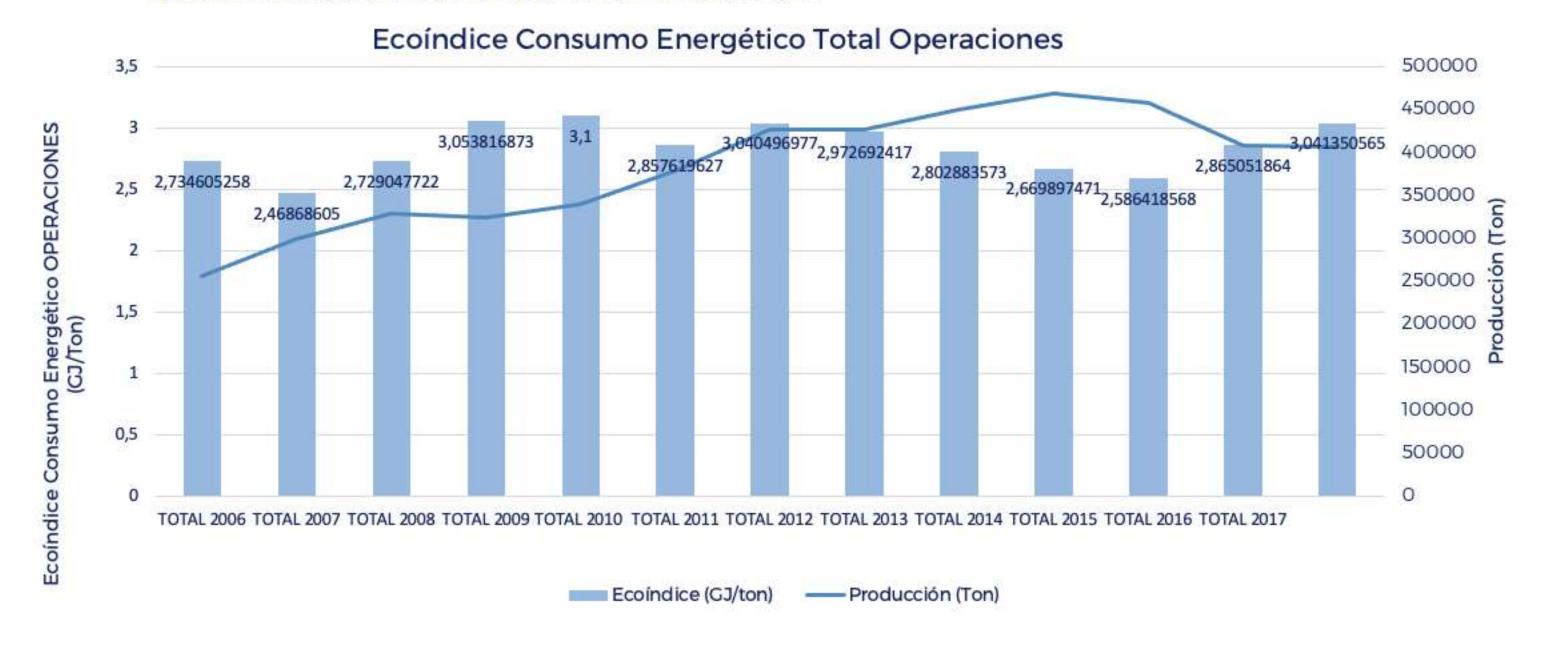


ECOÍNDICE HUELLA DE CARBONO ALCANCE 1 Y 2

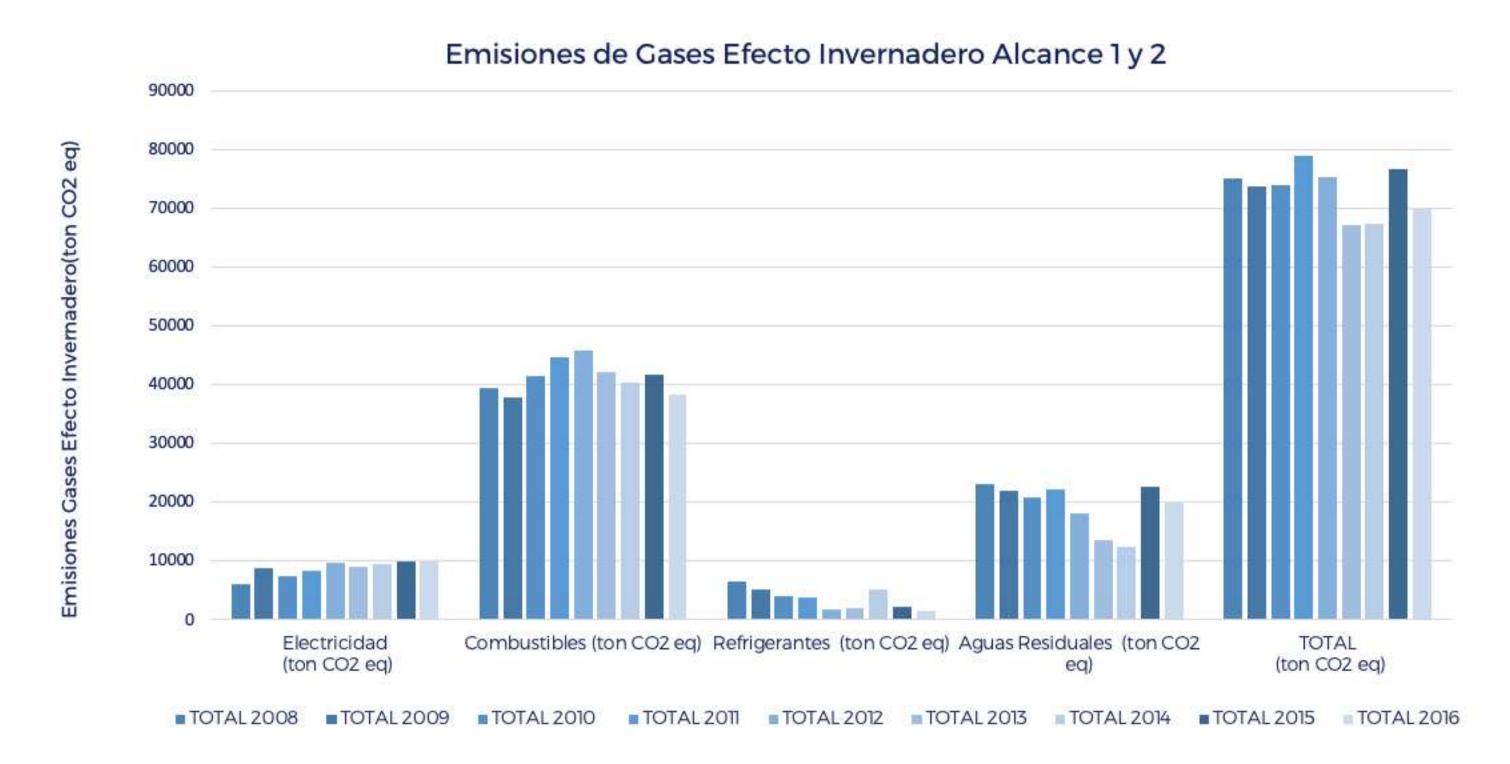
Ecoíndice Huella de Carbono Alcance 1 y 2



ECOÍNDICE CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL OPERACIONES

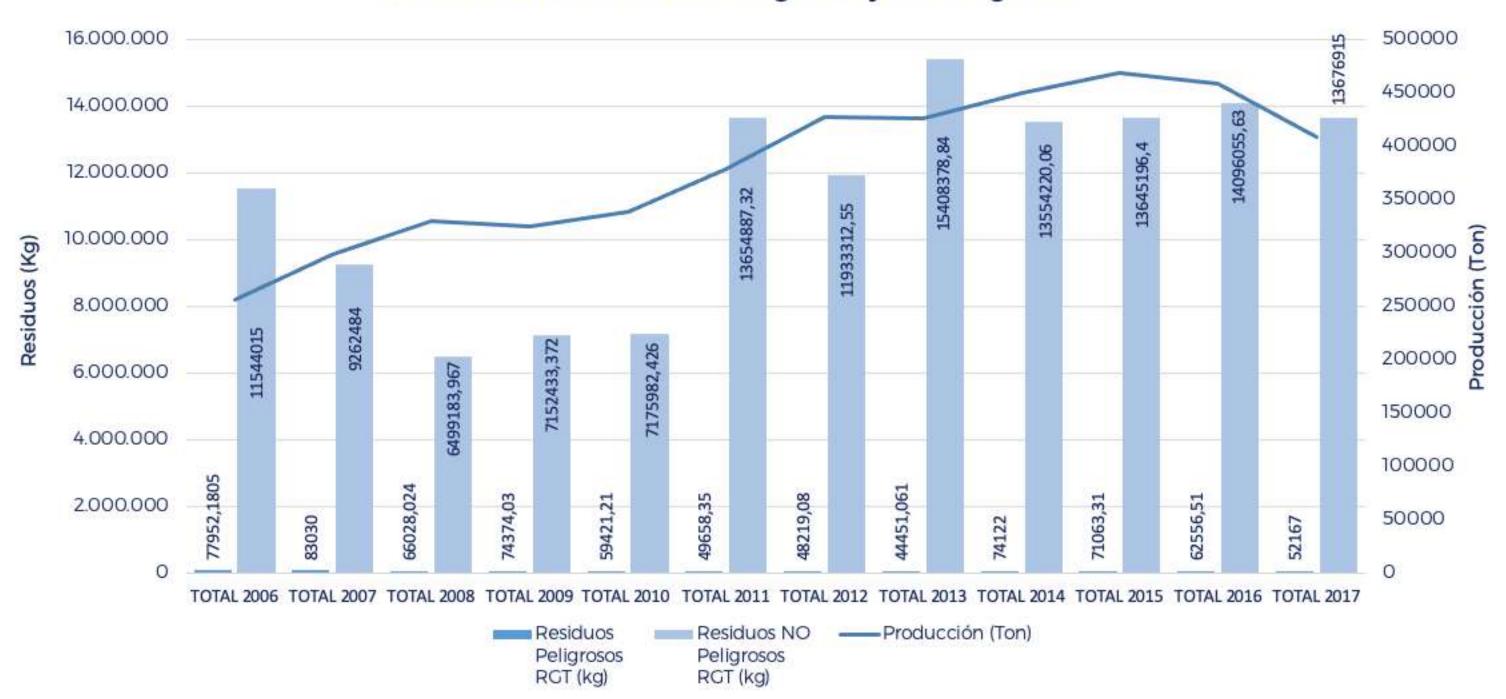


ECOÍNDICE DE GASES EFECTO INVERNADERO ALCANCE 1 Y 2



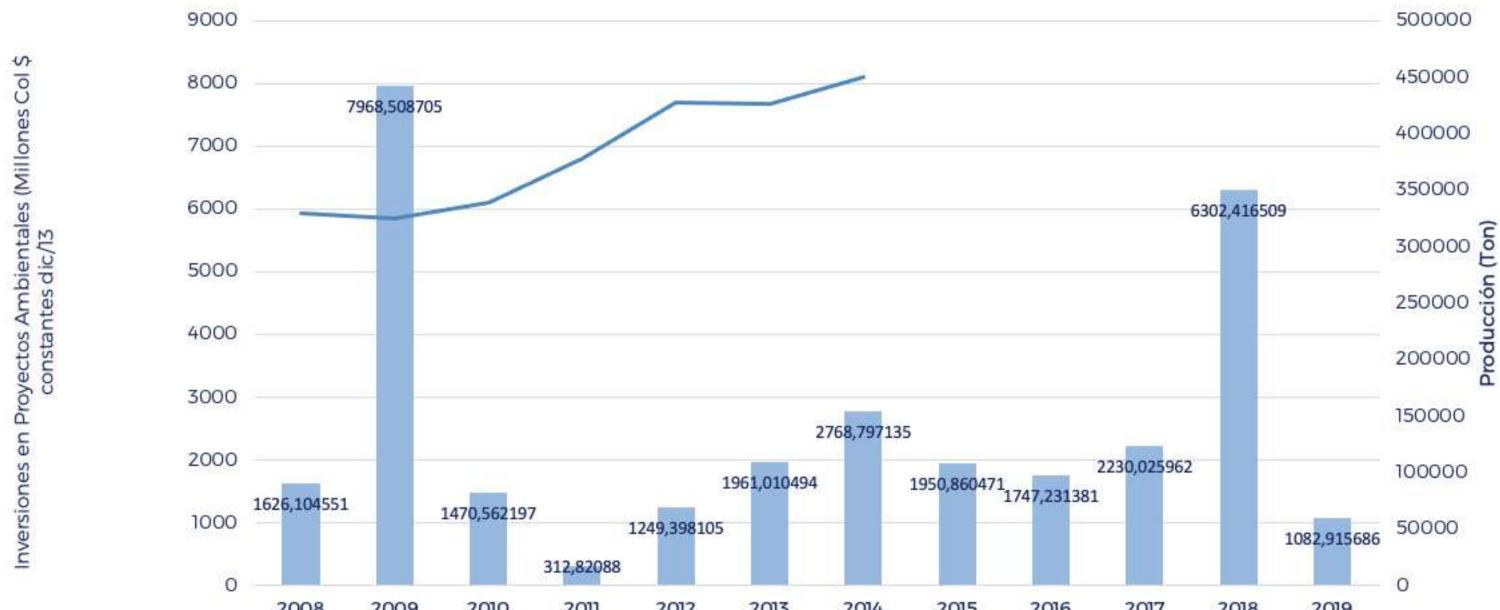
GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS Y NO PELIGROSOS

Generación de Residuos Peligrosos y No Peligrosos



INVERSIONES AMBIENTALES

Inversiones Ambientales



INDICADORES SOSTENIBILIDAD 2019

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2019
COMUNICACIONES	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Carta del Presidente
VARIAS ÁREAS	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	Retos: Cadena de Abastecimiento; Bienestar y Nutrición; Medio Ambiente; Voluntariado; Alpinistas; Innovación.

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

SOSTENIBILIDAD	102-1 Nombre de la organización	Alpina Productos Alimenticios S.A
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.	http://www.alpina.com.co/productos/
	102-3 Ubicación de la sede	Km. 3 vía Briceño - Sopó, Sede Administrativa, Sopó, Cundinamarca, Colombia
	102-4 Ubicación de las operaciones	Tenemos presencia en Colombia, Ecuador y Venezuela. Exportamos a 11 mercados: Estados Unidos, Canadá, Aruba, Curazao, Guyana, Bolivia, El Salvador, Surinam, San Martin, Honduras y Trinidad y Tobago.
	102-5 Propiedad y forma jurídica	https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen- gobierno

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2019
SOSTENIBILIDAD	102-6 Mercados servidos	"Mercados servidos: Colombia, Venezuela, Estados Unidos, Ecuador, Canadá, Aruba, Curazao, Guyana, Bolivia, El Salvador, Surinam, San Martin, Honduras y Trinidad y Tobago. Sector servido: alimentos."
TALENTO	102-7 Tamaño de la organización	"Número de empleados directos : 4.341 - Colombia: 3.687 - Ecuador: 581 - Venezuela: 73 -Número total de operaciones; Colombia, Ecuador, Venezuela."
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Contamos con 4.341 alpinistas con contrato directo en Colombia, Venezuela y Ecuador.
	102-41 Acuerdo de negociación colectiva	96,41% de los Alpinistas en Colombia están cubiertos por un acuerdo colectivo.
APROVISIONAMIENTO	102-9 Cadena de suministro	*Socios estratégicos: Nuestros proveedores / Ganaderos/ Fruta
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Durante 2019 no presentamos cambios significatidos en la organización ni cadena de suministro
MEDIO AMBIENTE	102-11 Principio o enfoque de precaución	*Medio Ambiente
FUNDACIÓN	102-12 Iniciativas externas	*Fundación Alpina
SOSTENIBILIDAD	102-13 Afiliación a asociaciones	*Mapa Gremial

RESPONSABLE INDICADOR	RESPUESTA 2019
-----------------------	----------------

IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS MATERIALES Y LÍMITES

FINANZAS	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Colombia, Ecuador y Venezuela * Los estados financieros no incluyen Alpina Foods
SOSTENIBILIDAD	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	En este informe presentamos los asuntos más relevantes, el cumplimiento de metas y los indicadores más importantes que llevamos como compañía durante el 2019. Consolidamos en este, la información de los países donde tenemos presencia: Alpina Colombia, Alpina Venezuela y Alpina Ecuador.
	102-47 Lista de los temas materiales	*Sobre este informe/ Aspectos materiales relevantes para el negocio
	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Todos los asuntos identificados en la matriz de materialidad son relevantes para las entidades que hacen parte de la organización, en los diferentes países donde opera.
	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Todos los temas son relevantes para la organización
SOSTENIBILIDAD	102-48 Reexpresión de la información	Durante el año 2019, no hubo reexpresión de información perteneciente a la memoria anterior (2018). La reexpresión de información identificada en los años anteriores se reportó en el informe de sostenibilidad 2018
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	De acuerdo al cumplimiento de los 75 años de Alpina, se hicieron cambios en cuanto a presentar temas adicionales a los aspectos relevantes.

GRUPOS DE INTERÉS

SOSTENIBILIDAD	1()/-4() LISTA DE DILINOS DE INTERES	Directivos, colaboradores, autoridades, comunidad, comunidad científica, medios de comunicación, aliados, proveedores agropecuarios y proveedores industriales
----------------	--------------------------------------	--

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2019
SOSTENIBILIDAD	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	Nos basamos en los lineamientos de la guía AA1000, para poder identificar los grupos de interés, con quienes desarrollamos el ejercicio de materialidad y además, fundamos las bases para el relacionamiento continuo. En esta actividad llevamos a cabo conversaciones con directivos, colaboradores, autoridades, comunidad, academia, científicos, medios de comunicación, proveedores agropecuarios y proveedores industriales, entre otros.
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Durante 2017 llevamos a cabo diálogos en 29 espacios diferentes que contaron con la presencia de más de 130 personas, y resultó en el claro entendimiento de las prioridades, expectativas y oportunidades de trabajo con cada uno de los actores.
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	*Sobre este informe/ Aspectos materiales relevantes para el negocio

PERFIL DEL REPORTE

	102-50 Periodo objeto del informe	Año calendario 2019
	102-51 Fecha del último informe	Período comprendido entre el 1 de Enero y el 31 de Diciembre del 2019
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual
SOSTENIBILIDAD	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	comunicaciones.alpina@alpina.com.co
	102-54, 102-55 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI; Índice de contenidos GRI	Para elaborar este informe seguimos la metodología de Global Reporting Initiative (GRI), en su versión Standards complementada con la opción esencial o de conformidad.
	102-56 Verificación externa	Generamos un ciclo de reporte anual, que fue auditado externamente por la firma de consultores Ernst & Young, para validar la transparencia de los resultados reportados.

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2019
		GOBIERNO
	102-18 Estructura de Gobernanza	https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen- gobierno
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen- gobierno
SOSTENIBILIDAD		

102-25 Conflictos de interés

102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad

ÉTICA E INTEGRIDAD

https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buengobierno

Presidencia / Dirección de Sostenibilidad

SOSTENIBILIDAD	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Nuestros 7 principios guía son: 1. Tenemos pasión por ganar 2. Trabajamos por y para nuestros consumidores 3. Trabajamos con humildad y respeto 4. Innovamos para mejorar 5. Somos un equipo, somos Alpina 6. Privilegiamos simplicidad y acción 7. Actuamos con integridad y responsabilidad
AUDITORÍA Y RIESGO	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	*Ética y Transparencia

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2019
ALPINISTAS	Salud Ocupacional y Seguridad	Fomentar relaciones de confianza y mutuo beneficio con nuestros grupos de interés	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	COLOMBIA: Número de accidentes de trabajo: 120 Tasa de accidentalidad: 5,32 Tasa de accidentalidad mortales: 0 Enfermedades laborales: 172 Tasa de enfermedades laborales mortales: 0 Número de recomendados médicos: 416 índice de ausentismo: 3,15 Días pérdidos de ausentismo: 41.396 ECUADOR: Número de accidentes de trabajo: 1 Tasa de accidentalidad: 0,17 Tasa de accidentalidad mortales: 0 Enfermedades laborales: 0 Tasa de enfermedades laborales mortales: 0 Número de recomendados médicos: 5 índice de ausentismo: 3,40 Días pérdidos de ausentismo: 1.789 VENEZUELA: Número de accidentalidad: 0,85 Tasa de accidentalidad mortales: 0 Enfermedades laborales: 1 Tasa de enfermedades laborales: 3 indice de ausentismo: 1,82 Días pérdidos de ausentismo: 719
			A1.1. Tasa de Accidentes Incapacitantes	Colombia 3,21 Ecuador 0,17 Venezuela 1,36
	Formación y Desarrollo		404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Total horas formación: 47.397 Horas promedio por empleado: 12,9 horas A nivel directivo: 1220 horas
			A1.3. Movilidad Interna	43% de las vacantes fueron cerradas con Alpinistas. 45% de posiciones de liderazgo cubiertas con Alpinistas. 34,4% de los practicantes fueron contratados directos.

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2019
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	Gestión Responsable del Agua	Garantizar el uso eficiente y la preservación de los recursos naturales necesarios para nuestra operación	303-1 Extracción de agua por fuente	Agua total consumida por fuente / Anexo 2
			306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Contamos con Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) en todas nuestras sedes de operación, lo que nos ha permitido tener remociones de contaminantes del 98% durante los últimos seis años
			A2.1. Ecoindice agua extraida/agua comprada - Cantidad de agua consumida por Alpina en sus operaciones industriales (Agua Azul) para elaborar una tonelada de producto	Desde que comenzamos a medir nuestro ecoíndice en 2006, hemos logrado disminuir en 30% nuestra extracción de agua, el equivalente al agua que contienen 394 piscinas olímpicas.
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	Gestión Responsable del Agua	Garantizar el uso eficiente y la preservación de los recursos naturales necesarios para nuestra operación	A2.2. Cantidad de DQO (demanda química de oxígeno) en el influente de la planta de tratamiento de aguas residuales de las operaciones industriales por tonelada de producto	Hemos pasado de tener 20,27 Kg de DQO a 19,85 Kg de DQO en los últimos 7 años, lo que significa que hemos reducido en 2% la carga orgánica.
	Gestión de la Energía y el Cambio Climático		305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Ecoíndice Huella de Carbono alcance 1 y 2 / Anexo 3

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2019
	Gestión de la Energía y el Cambio Climático	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) 305-5 Reducción de las emisiones del GEI 302-1 Consumo energético dentro de la organización 302-3 Intensidad energética		Ecoíndice Huella de Carbono alcance 1 y 2 / Anexo 3
			l l	Ecoíndice Huella de Carbono alcance 1 y 2 / Anexo 3
			Ecoíndice consumo energético total operaciones / Anexo 4	
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL				Nos propusimos reducir nuestro consumo de energía y lo medimos constantemente en nuestro Ecoíndice. Para el año 2019 nuestro indicador es de 2,76%
		Garantizar el uso eficiente y la preservación de los recursos naturales necesarios para nuestra operación	consumo de energía (Alcance 1 y 2), por tonelada de producto ton CO2 eq / ton A2.4. Consumo de energía total por tonelada de producto en alcances 1 y 2 GJ / ton Emisiones de Gases Efecto Invernadero alcance 1 y 2 / Anexo 5 Emisiones de Gases Efecto Invernadero alcance 1 y 2 / Anexo 5 Emisiones de Gases Efecto Invernadero alcance 1 y 2 / Anexo 5 Emisiones de Gases Efecto Invernadero alcance 1 y 2 / Anexo 5 Ecoíndice Huella de Carbono alcance 1 y 2 / Anexo 3	Emisiones de Gases Efecto Invernadero alcance 1 y 2 / Anexo 5
				Ecoíndice Huella de Carbono alcance 1 y 2 / Anexo 3
				Generación de Residuos - Peligrosos y No Peligrosos / Anexo 6
			A2.5. Ecoíndice aprovechamiento de residuos	El aprovechamiento de residuos en el 2019 fue de 31,32 por tonelada

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2019
	Calidad e Inocuidad	Ofrecer productos nutritivos, naturales, saludables, indulgentes y de calidad al mayor número de consumidores posible	FPSS5. Porcentaje de volumen de producción producido en plantas certificadas por un tercero independiente, siguiendo estándares internacionales de seguridad de alimentos	. Dos plantas acreditadas por ONAC bajo la Norma ISO/IEC 17025:2005, ubicadas en la planta de Entrerrios y Sopó . Certificación con estándares de inocuidad para el 86% del producto producido en plantas certificadas, la reducción de este indicador se da por la producción de leche UHT en la planta Caloto, la cual no ingresa en el alcance de este año Certificación en la norma BASC, versión 4-2012 bajo el estandar importador / exportador para las plantas de Caloto, Chinchiná, Factativá y Sopó. Reconocimiento OEA Exportador.
NUTRICIÓN	Productos Gratificantes, Nutritivos y Saludables (Innovación)		A3.1 Numero de Reclamos por tonelaje	16.7 reclamos por cada 1.000 toneladas
(Alimentar saludablemente, deleitando y anticipándose a las necesidades del consumidor)	Nutrientes con Impacto en Salud Pública	Ofrecer productos nutritivos, naturales, saludables, indulgentes y de calidad al mayor número de consumidores posible	A3.2. Ventas de productos nuevos	Colombia: Se crearon productos como Avena en presentación 800 ml, parmesano en botella, dulces de fruta en presentación 1 Kg, Néctar de frutto Mora y Mango en 300 y 200 ml, Néctar en Botella Familiar 965 ml, Yogurt Original en vaso 150g (Guanábana y Frutos Rojos), presentación de quesos para Canal Institucional, Alpin en presentación 1.1 Litro para Canal Institucional, Bon Yurt Fresikrispis, postres Finesse (Gelatina y Mousse de Chocolate), Griego sin azúcar adicionado y sin grasa en presentación 500g, y algunas iniciativas para Retail (BonYurt Frozen y quesos). Ecuador: Se crearon productos como: Avena frutal vaso, Avena deslactosada vaso, Yogurt Griego natural, Yogurt Griego fresa, Yogurt Griego Mora arándanos, Bonyurt base fresa, Bonyurt Marshmellows (in&out), Kiosko mozzarella stick light, Kiosko Mantequilla con sal, Kiosko Mantequilla sin sal
	Desperdicio de Alimentos		A3.3. Reducción de pérdidas y desperdicios	Hemos canalizado más de 4.000.000 unidades de producto por medio de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO)

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2019
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD DEL SECTOR LÁCTEO	Competitividad y Productividad del Sector Lácteo	Fortalecer nuestra cadena láctea mejorando la competitividad y productividad de nuestros ganaderos	A4.4. Número visitas a proveedores	4807
			A4.5. Días de campo	Capacitación a asociaciones en 8 temas con 943 asistentes. Los temas fueron: 1. Buen gobierno - 37 2. Comité de Alianzas Productivas - 2 3. Manejo y Fertilización de Praderas - 75 4. Facturación electrónica - 115 5. Capacitación operarios centros de acopio - 129 6. Programa Buen Gobierno - 400 7. Calidad de Leche - 156 8. Levante de terneras y periodo de transición vacas lecheras - 29
			A4.6. Número de publicaciones técnicas	Levante de Terneras: El futuro de la empresa lechera Eficiencia reproductiva y su incidencia en la producción de leche Importancia del periodo de transición y sus efectos sobre el desempeño de la vaca
EL CONSUMIDOR: Punto de partida y de llegada	Nivel de servicio	Satisfacer a nuestros consumidores anticipándonos a sus necesidades"	A5.1. Índice de nivel de servicio	Nivel de servicio 2019: 97,39%

	TEMA ADICIONAL	INDICADORES	RESPUESTAS 2019
	Cumplimiento	307-1 Incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	Durante el año 2019 Alpina no recibió multas significativas ni sanciones en relación con el incumplimiento de la normativa ambiental.
LEGAL		206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	Durante el año 201 Alpina no fue objeto de acciones relacionadas con competencia desleal y/o prácticas restrictivas de la competencia.
		419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Durante el año 2019 Alpina no tuvo sanciones significativas.

	TEMA ADICIONAL	INDICADORES	RESPUESTAS 2019
LEGAL	Cumplimiento	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Durante el año 2019 Alpina no fue objeto de sanciones derivadas de una declaratoria de incumplimiento por comunicaciones de marketing
		418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Durante el año 2019 Alpina no recibió reclamaciones en relación con privacidad y la fuga de datos personales.
FINANZAS	Valor Económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido: (A) Valor económico directo generado: - Ingresos operacionales (B) Valor económico distribuido: - Costos operacionales, - Salarios y beneficios para empleados Pagos a proveedores de capital - Pagos a Gobierno - Inversiones en comunidad Valor económico retenido: (A) - (B)	Colombia: (miles de USD) Valor económico directo 569,859. Valor distribuido: 413,701. Valor retenido: 156,158 Ecuador (miles de USD) Valor económico directo: 63.048. Valor distribuido: 52.400. Valor retenido: 10.649 Venezuela (miles de USD) Valor económico directo: 313 Valor distribuido: 100. Valor retenido: 214
FINANZAS MEDIO AMBIENTE	Inversiones	EN31. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. (Millones de pesos/año)	Inversiones Ambientales / Anexo 7



