



# Por un mundo delicioso

## Informe de Sostenibilidad 2020

Bienvenidos a nuestro informe de sostenibilidad 2020, en este sitio web podrás navegar fácil e interactivamente por la sostenibilidad de Alpina.



# Introducción

- Agradecimientos
- Nuestra esencia y propósito
- Somos una Sociedad BIC
- Una Cultura Alpinista
- Mercados Servidos
- Hacemos parte de un grupo



## Agradecimientos

El 2020 fue un año lleno de desafíos para todos, en el cual tuvimos la oportunidad de hacer un proceso de introspección y reflexión. Esto nos ha llevado a pensar que como sociedad, debemos actuar de manera diferente, rescatando y fortaleciendo valores sociales como la empatía, el interés por el otro, la solidaridad y, sobre todo, la necesidad de trabajar unidos para lograr un solo fin. Hoy damos las gracias a cada uno de los Alpinistas, proveedores, ganaderos, agricultores, aliados comerciales, emprendedores, organizaciones y especialmente a los consumidores, porque juntos superamos el 2020 y seguiremos trabajando unidos por un mundo delicioso.

## Nuestra esencia y propósito

Somos una empresa de alimentos que ha estado comprometida durante más de 75 años con pilares de trabajo claros, como la nutrición, la construcción de país y el cuidado del medio ambiente. Hemos resaltado en nuestra marca el sabor, la calidad y la innovación, y hoy en día, queremos crecer y estar cada vez más cerca de los consumidores.

Es por esto, que después de un periodo de reflexión tomamos la decisión de evolucionar nuestra esencia. Queremos ser una marca cercana, moderna, alegre, consciente, y entender profundamente las tensiones y los gustos de los consumidores para brindar soluciones relevantes, y así seguir llevando momentos deliciosos a todas las personas.

# Alpina, Por un mundo delicioso

Así mismo, vemos nuestro propósito superior como una representación de lo que nos mueve a trabajar por la nutrición del país, a llevar momentos deliciosos a las personas y a cuidar nuestro planeta y conservarlo para las generaciones futuras.

Teniendo en cuenta esto, evolucionamos nuestro propósito, de manera que esta frase represente la fuerza de voluntad que nos motiva día a día y queremos compartirlo con ustedes:

**Nutrir un mundo más  
sostenible para darle sabor a  
la vida.**

# Somos una Sociedad BIC

Desde los inicios de nuestra compañía, hemos entendido que, para crecer de manera sostenible en el tiempo, debemos tener un equilibrio entre nuestros propósitos ambientales, sociales y económicos. Es por esto que estamos convencidos de que la sostenibilidad ha estado en nuestro ADN ya que siempre hemos trabajado con la convicción de que podemos impactar positivamente a las comunidades y al medio ambiente, a medida que desarrollamos de manera rentable nuestro negocio.

Por lo anterior, y enmarcados en el compromiso que hemos tenido con la construcción de país, en el 2020 tomamos la decisión de ser una Sociedad de Beneficio de Interés Colectivo (BIC), reafirmando nuestro interés de continuar aportando al desarrollo social y al medio ambiente, siendo transparentes en nuestros procesos internos y externos y promoviendo prácticas laborales justas. Sabemos que esto implica una enorme responsabilidad pues significa que tenemos el reto de profundizar en las metas de sostenibilidad que nos hemos propuesto, las cuales están alineadas con los ODS.

## **Tomamos la decisión de ser una Sociedad de Beneficio de Interés Colectivo (BIC)**

Esta decisión es para nosotros una manera de confirmar el compromiso que tenemos con la sostenibilidad como un propósito mundial. Ser una Sociedad BIC es una forma de ratificar el trabajo que hemos tenido desde hace 75 años con nuestro país, y para esto estaremos reforzando las alianzas que tenemos con nuestros grupos de interés, proveedores, colaboradores y consumidores., con el fin de promover buenas prácticas alineadas con los objetivos y compromisos de sostenibilidad de la compañía. Entendemos que, para alcanzar nuestros propósitos, es fundamental involucrar a toda nuestra cadena de valor, reconociendo que en ella está representada la sociedad y debemos trabajar en conjunto para alcanzar las metas.

Nos sentimos orgullosos de haber tomado esta decisión y sabemos que, gracias a esta, continuaremos impulsando las acciones que nos permiten crecer de manera sostenible.

# Una Cultura Alpinista

Contamos con 7 principios guía que rigen nuestro actuar:

**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**



# Mercados Servidos

En los últimos años hemos logrado crecer nuestra presencia a nivel mundial, hoy contamos con operaciones en 3 países:

Colombia, Ecuador y Venezuela

Durante 2020 le dimos apertura al mercado en 3 países, logrando exportar a 19 lugares del mundo:

Aruba,  
Barbados,  
Bolivia,  
Bonaire,  
Canadá,  
Cuba,  
Curazao,  
Ecuador,  
España,  
Estados Unidos

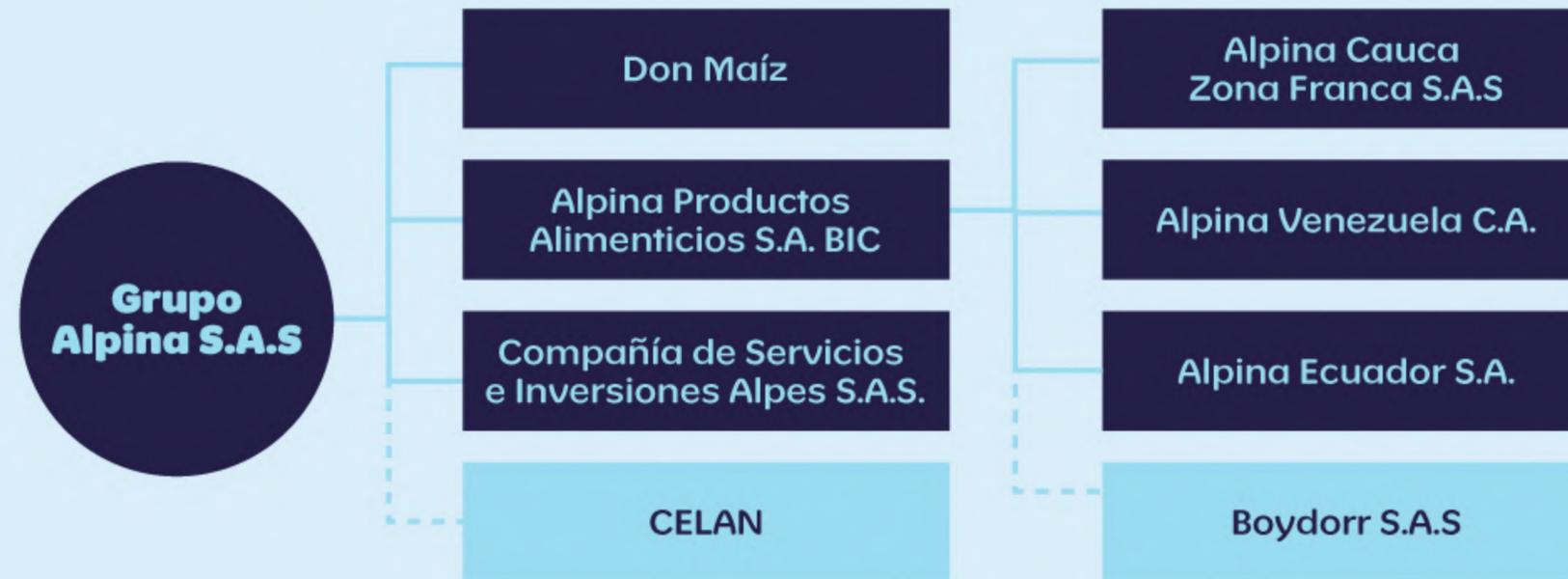
Honduras,  
Panamá,  
Perú,  
República Dominicana,  
St. Maarten,  
St. Thomas,  
Surinam,  
Trinidad & Tobago y  
Venezuela.

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

[www.alpina.com.co/productos](http://www.alpina.com.co/productos).

# Hacemos parte de un grupo

Nos sentimos orgullosos de hacer parte de un grupo de compañías bajo el nombre de Grupo Alpina.



Este informe abarca la operación de Alpina en Colombia, Ecuador y Venezuela.

Te invitamos a conocer parte de nuestra historia en:

[www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/historia](http://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/historia):

# Carta del Presidente



Alpina



Hace 75 años, de la mano de 45 empleados, Alpina nació en Sopó, Cundinamarca, como una fábrica de quesos maduros. Con el paso de los años creció y evolucionó: era una compañía familiar y ahora somos una empresa que se ha ganado un lugar en los corazones de millones de colombianos.

Desde que asumí la presidencia de esta compañía he sido consciente de la gran responsabilidad que tengo en mis manos, con nuestros consumidores, nuestros aliados, nuestros proveedores y todo un país. Hoy por hoy estoy seguro de que podemos sentirnos orgullosos del camino que hemos recorrido y, sobre todo, de cómo continuamos honrando el legado de nuestros fundadores.

Nos hemos enfrentado a muchos retos, pero me atrevo a decir que ninguno como el COVID-19. El 2020 nos obligó a ser introspectivos, a repensarnos para entender y aprovechar las oportunidades que tenemos y poder seguir adelante. La pandemia nos ha demostrado que todos estamos conectados, que dependemos los unos de los otros. Nos enseñó la importancia de la empatía, la solidaridad y la necesidad de trabajar juntos por un mejor futuro. Si continuamos respetando estos valores y principios, estoy convencido de que vamos a lograr superar todos los retos que se nos presenten.

El 2020 fue un año crucial para repensar nuestra manera de trabajar y ser conscientes de los grandes desafíos que tenemos en materia ambiental, social y financiera. Me enorgullece decir que somos una compañía que le apuesta al desarrollo social y económico de nuestro país y a innovar nuestros procesos para llevar productos nutritivos y deliciosos a nuestros consumidores, siempre conscientes de la importancia de respetar los recursos naturales y de contar con una operación eficiente y responsable.

Sin embargo, tenemos la convicción de que podemos hacer más. Por esto nos hemos fijado unas metas muy ambiciosas enmarcadas en nuestro propósito de nutrir un mundo más sostenible. Nuestros compromisos para los próximos años son: ser plástico neutro, ser carbono neutro, garantizar que contemos con ganadería sostenible certificada y de cero deforestación, y contribuir a un mundo sin hambre. Estos compromisos contribuyen a que juntos construyamos un mejor país.

Además, todos los días trabajamos de la mano de nuestros más de 3.500 ganaderos y 240 agricultores que nos proveen con la mejor materia prima para seguir llevando nutrición de forma ininterrumpida a todos los rincones de Colombia y mientras trabajamos por desarrollar el campo. A pesar de las dificultades del año, con las restricciones de movilidad, en el 2020 continuamos acompañando a nuestros ganaderos y realizamos más de 5.400 contactos, realizando capacitaciones y llevando asistencia técnica a nuestros proveedores. Adicionalmente, continuamos comprando, en promedio, más de un millón de litros de leche diarios.

En línea con la protección de los recursos naturales, el año pasado nos unimos al Acuerdo de Cero Deforestación y No Transformación de páramos en el país, por medio del cual nos comprometemos a reducir la deforestación y compensar y reparar los ecosistemas de nuestro país. Este es un paso que reitera nuestro compromiso con el medio ambiente y nuestra misión por impactar positivamente nuestro entorno, fomentando el desarrollo sostenible de nuestros ganaderos y el país.

**Todos los días trabajamos de la mano de nuestros más de 3.500 ganaderos y 240 agricultores que nos proveen con la mejor materia prima para seguir llevando nutrición de forma ininterrumpida a todos los rincones de Colombia.**

Para nosotros, siempre ha sido fundamental alimentar todos los momentos de la vida de nuestros consumidores y por ello estamos ampliando constantemente nuestro portafolio, para estar más cerca de ellos y brindarles más opciones de productos altamente nutritivos y deliciosos. En el 2020 desarrollamos varias innovaciones importantes que no sólo contribuyen a nuestro compromiso por la sostenibilidad, sino que responden a las necesidades de nuestros consumidores. Algunos ejemplos de esto son la línea sin azúcar adicionada Baby Gu con cero azúcar añadida, nuestro Brownie Finesse, Yox sin azúcar y las innovaciones en empaques de Frutto y Kumis.

De la mano de nuestro propósito de nutrir un mundo más sostenible, entendemos nuestra responsabilidad y capacidad de impactar positivamente aquellas poblaciones que más lo necesitan y contribuir a la disminución del hambre en tiempos difíciles. Por esto, durante la pandemia nos aliamos a diferentes entidades como la Cruz Roja, la Defensa Civil, las Fuerzas Militares y la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO), entre otros, para entregar más de 7 millones de productos de alto valor nutricional a comunidades vulnerables. Adicionalmente, actuamos muy rápido al principio de la pandemia y realizamos aportes para mejorar las capacidades en salud, permitiéndole al país aumentar las pruebas diagnósticas y de unidades de cuidados intensivos en zonas aisladas de Colombia. Es así como realizamos donaciones por cerca de 20 mil millones de pesos.

Asimismo, durante el 2020 la Fundación Alpina consolidó su trabajo en 5 proyectos en los departamentos del Cauca y La Guajira. Con estos fortalecieron las líneas productivas de 2.198 pequeños productores en 24 municipios del país y de esta manera, lograron una mejora en sus ingresos y sus condiciones de vida. La Fundación continuará transformando la vida de familias y comunidades, ampliando cada vez más sus lugares de incidencia y población impactada con sus programas.

Todavía hay enormes desafíos futuros en materia medioambiental — como la ganadería sostenible, la cero deforestación, el cambio climático y la economía circular en nuestros empaques— y retos en cómo podemos seguir impactando positivamente nuestro entorno y al país. Igualmente, sabemos que nuestro mayor desafío es lograr un equilibrio que nos permita seguir cuidando de los recursos naturales y, a la vez, impulsar el desarrollo social y económico de nuestro país. Sabemos que la sostenibilidad es el camino que nos permitirá cumplir todos nuestros compromisos y metas. Si algo nos debe quedar del 2020 es la necesidad de trabajar en conjunto, no sólo para superar la crisis, sino para construir un mundo sostenible: un mundo delicioso.

**Ernesto Fajardo Pinto**  
**Presidente de Alpina**

# Sostenibilidad Alpina

- Nuestros compromisos por un mundo delicioso
- Cómo estamos cumpliendo con los ODS



# Sostenibilidad Alpina

En Alpina llevamos 75 años trabajando por la construcción de país, por la optimización de nuestros procesos mediante la tecnología y la innovación empresarial, por apoyar y mejorar la productividad del campo lo que a su vez contribuye a la equidad social, y por la responsabilidad en el consumo de los recursos. Todo esto lo hemos enmarcado en la sostenibilidad de nuestro negocio, el cuidado del entorno natural y el impacto positivo en las comunidades.

En el 2020, tomamos la decisión de ir más allá. Fue un año en el cual tuvimos que realizar un proceso de introspección y pensar en el futuro que queremos construir. Es por esto que, a pesar de que la sostenibilidad siempre ha estado en nuestro ADN, quisimos reforzar nuestra visión y nuestros compromisos para trabajar por un mejor futuro para todos y por un mundo delicioso.

A través de los años hemos ido alineando nuestra estrategia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, entendiendo que

tenemos un rol en el cumplimiento de objetivos de un orden mayor y hemos encaminado nuestras acciones e iniciativas al mejoramiento de prácticas y conductas vistas desde un contexto mundial. En el 2020, decidimos ir más allá y **fijamos 18 compromisos que nos permitirán** cumplir estos objetivos y contribuyen a nuestra meta de ser una compañía cada vez más sostenible.

# Nuestros compromisos por un mundo delicioso.



Como compañía tomamos la decisión de que podemos hacer más, y es por esto que después de varios procesos de reflexión y análisis decidimos plantearnos 18 compromisos, retadores y ambiciosos, pero que nos permitirán lograr los objetivos que tenemos y sobre todo, contribuyen a la construcción de un mundo sostenible, un mundo delicioso.

1

**Queremos ser plástico neutro para el 2022**

por eso recogeremos la misma cantidad de plástico que ponemos en el mercado cada año.



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

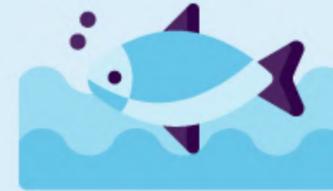
**Comprometidos con la nutrición de Colombia**

y porque soñamos un país sin hambre, anualmente donaremos más de dos millones y medio de productos a los hogares de los colombianos que más lo necesitan.

5

**Para el 2022 reduciremos el 50% de nuestro uso de agua**

extraída de fuentes subterráneas, ríos y/o 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

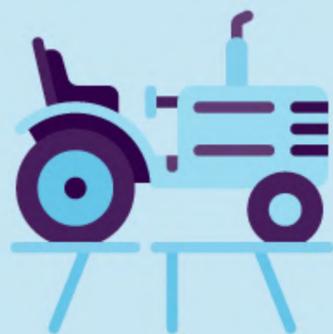
y nos comprometemos con el desarrollo humano y profesional de cada uno de ellos. Para el 2022 el 80% de las posiciones de liderazgo serán cubiertas con talento interno.

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 2030.



12

**Protegemos los Derechos Humanos**  
a lo 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 y la igualdad,**

brindando condiciones y procesos transparentes para todas las personas, sin importar su identidad, orientaciones, creencias o cultura.





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.



# ¿Cómo estamos cumpliendo con los ODS?

Sabemos que actualmente impactamos 13 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible gracias a la eficiencia en nuestra operación, la innovación en nuestros empaques y productos, el desarrollo del campo, la inclusión social, entre otras iniciativas. A continuación, encontrarás algunos de los avances que tenemos en cada uno de los ODS a los que contribuimos:



Con nuestro modelo de asociatividad apoyamos a más de **2.800 pequeños productores en nuestro país**, brindándoles asistencia técnica para la mejora de sus procesos, lo cual incrementa sus ingresos y mejora su calidad de vida.

En el 2020 entregamos más de **7.000.000 de unidades de productos** altamente nutritivos a través de diferentes aliados en apoyo a las poblaciones vulnerables de nuestro país.



Con las donaciones realizadas durante el año aportamos el equivalente al **100% de las necesidades de calcio por un día de 28,724 personas y cerca del 60% de las necesidades de proteína** de este mismo grupo

Impulsamos el empoderamiento femenino en el campo con la compra de más de **225.000 kg de fruta a más de 60 mujeres en diferentes regiones del país.**



En el 2020 **reducimos en un 5% la cantidad de agua extraída de la compañía.** Tenemos como propósito continuar reduciendo nuestro consumo e implementando iniciativas para recircular y aprovechar este recurso.

Mediante el uso de energías renovables, como nuestra Planta de Biogás, **suplimos el 34% de la energía de la Planta en Sopó.**



Durante el 2020 realizamos **más de 5.400 contactos a nuestros ganaderos** mediante los cuales les brindamos asesoría técnica en temas como la calidad de la leche, el manejo óptimo del pastoreo, facturación electrónica, calentamiento global, entre otros.

Adquirimos nuestro **primer camión eléctrico** y continuamos rodando nuestros seis vehículos a gas. Gracias a estos vehículos esperamos reducir en un **8% las emisiones generadas en el transporte de la flota primaria, lo que equivale a 914 toneladas de CO2.**





Trabajamos con más de **2.600 pequeños ganaderos y 240 agricultores** a quienes apoyamos en el desarrollo de sus negocios e impulsamos la formalización de la economía en el campo.



Contamos con 18 compromisos en materia de sostenibilidad que nos permitirán avanzar en el objetivo de tener una producción y consumo responsable, tales como: **Ser plástico neutro, ser carbono neutro y contar con una ganadería sostenible.**



Mediante nuestras estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático, **en el 2020 dejamos de emitir más de 2.250 toneladas de CO2 de nuestra operación.**



Con nuestro modelo de asociatividad en Guachucal, en el cual personas víctimas del conflicto armado se convirtieron en productores de leche, hemos fortalecido el tejido social de la región. Actualmente trabajamos con más de **40 asociaciones y 60 ganaderos, quienes han incrementado sus ingresos.**



De la mano de aliados como la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO), la Cruz Roja, la Defensa Civil Colombiana, las FFMM entre otros, **entregamos más de 7.000.000 de unidades de productos a poblaciones vulnerables durante el 2020.**

# Especial Pandemia

- COVID-19: Nuestras acciones durante la pandemia
- Cuidamos a nuestra gente:
- Apoyo al país:
- Apoyamos a nuestros aliados



# Covid 19: Nuestras acciones durante la pandemia

En Alpina impulsamos diferentes iniciativas para llevar bienestar y nutrición a las poblaciones que más lo necesitaban y asimismo transformamos procesos y tomamos acciones para cuidar a nuestros aliados, consumidores y Alpinistas.

## Cuidamos a nuestra gente





Cuidar a nuestros Alpinistas es una prioridad y durante el 2020 logramos realizar un cambio importante en nuestros procesos, mediante el cual producimos Agua Electrolizada que inicialmente desinfectaba nuestros equipos, y posteriormente pudimos empacar y entregar a nuestros colaboradores. De esta manera, donamos más de **30.000 botellas de Agua Electrolizada** a nuestros Alpinistas. Con esta innovación pudimos crear este potente desinfectante que ayuda a eliminar virus y bacterias y así promover el cuidado de nuestra gente y sus familias.

Para cuidar a nuestros conductores, quienes se encargaron día a día de transportar nuestros productos por todos los rincones del país, implementamos **tanques de lavado de manos** en nuestra flota primaria para que ellos pudieran cuidarse en los trayectos.



Entregamos más de **360.000 kits de aseo y elementos de protección** con todos los elementos de bioseguridad requeridos para nuestros conductores, operarios y administrativos, con el fin de garantizar su cuidado y proteger su salud durante las labores diarias.

Realizamos más de **10.000 pruebas diagnósticas de COVID-19** en nuestros colaboradores para llevar un mejor registro de los posibles casos que podríamos tener, adicionalmente, hicimos pruebas a todos los Alpinistas antes de tener cualquier encuentro presencial.





Hicimos más de **290 renovaciones de infraestructura**, con el fin de adaptar nuestras Plantas, CEDIS y Edificios con todas las medidas de bioseguridad, como por ejemplo la instalación de lavamanos en cafeterías y otros lugares, la correcta señalización que garantice el distanciamiento requerido y tapetes y rociadores desinfectantes, entre otros.

Entregamos a cada uno de nuestros colaboradores un **termómetro digital** para que pudieran registrar su temperatura todos los días, de la mano de una **aplicación** que nos permite contar con esta información y promover el cuidado de todos.



Flexibilizamos horarios y entregamos todos los **elementos de bioseguridad** requeridos para nuestros Alpinistas quienes nos permitieron continuar regularmente con nuestra operación.

Nos comprometimos con los colombianos, venezolanos y ecuatorianos, para continuar llevando nuestros productos a todas las regiones, de manera que el abastecimiento de alimentos fuera siempre nuestra prioridad. Durante el inicio de la pandemia, tuvimos que afrontar grandes retos de movilidad en Colombia, y nos aliamos con las FFMM para recorrer de manera segura las vías a medida que continuamos llevando los productos a nuestros aliados y a la mesa de los hogares colombianos.

## Apoyo al país

Promovimos la seguridad alimentaria de nuestro país:



Uno de los principales retos era mantener la regularidad de entregas de alimentos en todo el país. Por esto, **apoyamos al Gobierno Nacional para que el país permaneciera abastecido**, revisando y coordinando nuestros inventarios para que nuestros productos continuaran teniendo presencia en toda Colombia.



Donamos a través de la **Asociación de Bancos de Alimentos** de Colombia más de **7.000.000 de productos** de alto valor nutricional distribuidos en todo nuestro país para atender a comunidades que lo necesitaban.

En alianza con la **Cruz Roja Colombiana** entregamos más de **100.000 refrigerios** para población vulnerable en Cundinamarca, Boyacá, Atlántico y Antioquia



En los meses de abril, mayo y junio hicimos una donación de más de **251 toneladas de fórmulas infantiles** a través de ABACO dirigida a fundaciones que atienden población de adultos mayores.

Nos aliamos a **EKORED** para apoyar con mercados a más de **3.000 recicladores** mayores de 60 años en Colombia.



Nos unimos con nuestros ganaderos en apoyo al programa **Ayudar Nos Hace Bien** liderado por la Fundación Solidaridad por Colombia para comprar y entregar **1 millón de mercados** a las familias que más lo necesitaban en el país.

Nos unimos a la iniciativa Colombia Cuida Colombia mediante la donación de 500 millones de pesos en productos.



Enmarcados en el **Día Mundial de la Leche**, nos unimos a la Defensa Civil Colombiana para entregar un litro de leche por cada hora que estuvimos en cuarentena. Sumamos de esta manera, **165.600 litros de leche** que distribuimos en comunidades de Boyacá, Cauca, Putumayo, Cundinamarca, Meta, Nariño y Santander.

Entregamos más de **200.000 productos** en apoyo a **Fuerzas Militares, Policías y Bomberos** en diferentes municipios de nuestro país.



Nos unimos a nuestros Alpinistas y juntos realizamos una donación al programa de la **ANDI "Unidos Somos Más País"** con el que entregamos mercados para **1.000 familias** vulnerables y contribuimos con una parte de la financiación de **337 Unidades de Cuidados Intensivos**.

Junto a Autogermana y Analac, entregamos más de **130.000 bolsas de leche** que complementaran mercados de familias en fundaciones de Bogotá y Medellín.



## Apoyamos al sector de la salud:



Financiamos **100.000 pruebas diagnósticas** para detectar el COVID-19 junto a la Universidad del Rosario.



Entregamos **54.000 jugos** a la **Secretaría de Salud de Bogotá** como apoyo para refrigerios del personal médico de diferentes seccionales de la ciudad.



Donamos **5.500 botellas de Agua Electrolizada** para la adecuada desinfección de los establecimientos médicos a través de la Secretaría de Salud de Bogotá

Apoyamos a la **Fundación Cardioinfantil** con más de **1.000 refrigerios** para el personal médico de la institución.



Donamos más de **600 millones de pesos** para la dotación de dispositivos como monitores, desfibriladores, camas para Unidades de Cuidados Intensivos, carro de paro y una ambulancia para el equipamiento del **Hospital de Sopó**.

## Ola Invernal:



Durante la Ola Invernal que se presentó a finales del 2020, en la que miles de familias se vieron damnificadas por el huracán y las lluvias, entregamos junto a la Fundación Solidaridad por Colombia más de **70.000 productos** para las poblaciones afectadas en San Andrés y Providencia. Estos productos fueron destinados al programa "Ayudar Nos Hace Bien" y contribuyeron a los planes de alimentación de los habitantes de las islas. Con este programa se logró garantizar las tres comidas diarias necesarias para las comunidades afectadas.



## Apoyamos a nuestros aliados



Con el fin de apoyar a los negocios de nuestros aliados, apadrinamos a **700 tenderos** buscando desarrollar los servicios de domicilios en sus tiendas, mediante el aporte de **kits de aseo, bicicletas y maletas** para que así pudieran realizar sus entregas de manera ágil y segura.

Promovimos la **creación de canales digitales para nuestros aliados**, a través de nuestra plataforma Amóvil, creamos una página web genérica y fácil de administrar para que, especialmente los mercados más pequeños, pudieran conectarse con los consumidores y tomar sus pedidos.



Iniciamos el **programa “Hogares Emprendedores”** mediante el cual apoyamos a personas que busquen un ingreso adicional y que se quieran convertir en aliados de Alpina. Con este programa, **más de 1.050 personas** tuvieron una alternativa de trabajo y recibieron capacitaciones en temas como manejo de portafolio y clientes.

# Sobre este Informe

→ Aspectos materiales relevantes para el negocio



## Sobre este informe

Este informe contiene los resultados obtenidos en los diferentes asuntos relevantes durante 2020, determinados con nuestros grupos de interés, mediante el análisis de materialidad.

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 de Integrated Reporting y SASB para la elaboración del mismo.

Los capítulos e indicadores GRI se consolidan de manera anual, y han sido auditados por la firma Ernst & Young.

En este reporte se consolida la información de los países en donde tenemos presencia: Alpina Colombia, Alpina Ecuador y Alpina Venezuela.

Estamos atentos a resolver cualquier comentario o inquietud sobre esta información a través del correo electrónico [comunicaciones.alpina@alpina.com.co](mailto:comunicaciones.alpina@alpina.com.co)

## 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.

Consulta aquí como se llevó a cabo el análisis de materialidad:

[https://www.alpina.com/Portals/\\_default/Sostenibilidad/Informes-sostenibilidad/Informe-de-sostenibilidad-Alpina-2017.pdf](https://www.alpina.com/Portals/_default/Sostenibilidad/Informes-sostenibilidad/Informe-de-sostenibilidad-Alpina-2017.pdf)

# Ganaderos, agricultores, y proveedores

- Nuestra Leche
- Nuestra Fruta
- Sostenibilidad con Nuestros Proveedores



# Ganaderos, Agricultores y Proveedores

En Alpina reconocemos que nuestros ganaderos, agricultores y proveedores industriales son indispensables para nuestro negocio. Gracias al trabajo de cada uno de ellos, tenemos la posibilidad de crear productos deliciosos, nutritivos y, sobre todo, de la mejor calidad. Es por esto que trabajamos de la mano de todos nuestros proveedores para apoyar las mejoras en sus procesos, incrementar sus ingresos y mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

## Nuestra Leche



## Cercanía con nuestros ganaderos:

Parte fundamental del trabajo que realizamos con nuestros ganaderos es el apoyo y acompañamiento para incrementar sus indicadores de productividad y brindarles asistencia técnica que les permita mejorar sus procesos. Durante el 2020, con la llegada de la pandemia del Covid-19 tuvimos que suspender las visitas presenciales a las fincas, sin embargo, esto no fue impedimento para continuar con la asistencia técnica y la virtualidad nos permitió continuar con el contacto constante con nuestros ganaderos.



**En el 2020 logramos establecer más de 5.400 contactos con nuestros ganaderos, mediante los cuales les brindamos asesoría técnica en temas como la calidad de la leche, el manejo óptimo del pastoreo, facturación electrónica, el calentamiento global, entre otros.**

## Asociaciones

### Capacitaciones:

---

- Manejo óptimo del pastoreo, fertilización de praderas.

**168** asistentes.

- Calidad de Leche

**111** asistentes.

- Reunión proyecto Alipama – Carrotanque de Asociaciones Cumbal

**18** asistentes.

- Facturación Electrónica

**67** asistentes.



**364**  
Asociaciones  
asistentes

## Ganaderos

### Capacitaciones:

---

- Calentamiento Global

**36** asistentes.

- Calidad de Leche

**34** asistentes.

- Facturación Electrónica

**503** asistentes.



**573**  
ganaderos  
asistentes

## Mayordomos

### Capacitaciones:

- Calentamiento Global

**18** asistentes.

- Calidad de Leche

**8** asistentes.



**26**  
mayordomos  
asistentes

## Conductores

### Capacitaciones:

- Entrega de Certificados de N  
Prevención Covid 20

**7** asistentes.

- Calidad de Leche

**22** asistentes.

- Recolección de leche

**23** asistentes.



**52**  
conductores  
asistentes

**La virtualidad nos permitió contar con más de 1.000 asistentes a nuestras capacitaciones y a través de herramientas digitales e informes se logró mejorar el indicador de productividad a más de 13.500 litros por hectárea año a nivel nacional, 2.12 vacas en ordeño por hectárea y 18 litros por vaca al día.**

Esto significa que hoy en día nuestros ganaderos están en niveles de productividad similares a los de Nueva Zelanda, reconocidos por su nivel de producción a nivel mundial.

# Apoyamos a los pequeños productores de nuestro país



Con nuestro modelo de asociatividad, apoyamos a 69 asociaciones en diferentes regiones de nuestro país. Este modelo nos permite trabajar con más de 2.670 pequeños productores y junto a ellos hemos podido incrementar los índices de productividad, por encima del promedio del país, alcanzando un nivel de más de 7.100 litros hectárea año y más de 12.5 litros por vaca.

Para nosotros trabajar con pequeños productores de nuestro país, no solo mejora sus negocios, sino que tiene un impacto positivo en el uso de la tierra y fomenta las buenas prácticas en la ganadería. Asimismo, estamos mejorando las condiciones de vida de cientos de familias, quienes encuentran en nosotros un aliado para incrementar sus ingresos y mejorar sus procesos.

Durante el año acopiamos en promedio,

**más de un millón**

de litros de leche al día, apoyando a nuestros  
más de 3.500 ganaderos en Colombia.



## Comprometidos con la ganadería sostenible

Para el 2025 toda nuestra leche provendrá de

**Ganadería Sostenible  
certificada y zonas de  
cero deforestación.**

En Alpina estamos comprometidos con la ganadería sostenible, es por esto que trabajamos de la mano de nuestros ganaderos para promover e incentivar buenas prácticas en sus fincas y por esto hemos enfocado nuestros esfuerzos en incrementar la productividad en la producción de leche, disminuyendo así la presión sobre el suelo.

En el 2020 realizamos tres publicaciones técnicas enfocadas en temas sostenibles y que tienen el propósito de capacitar a nuestros ganaderos. Nuestras Publicaciones Alpitécnicas fueron:

- Gestión y manejo de estiércol en las fincas
- Manejo nutricional de la vaca lechera para la mitigación de la producción de metano
- Ganadería amigable con el medio ambiente

**En el 2020 nos unimos al Acuerdo de Cero Deforestación y No Transformación de Páramos mediante el cual nos comprometemos a no tener presencia en zonas de deforestación de nuestro país y a trabajar por el cuidado de las tierras y de los recursos naturales.**

Somos conscientes de que tenemos grandes retos frente a la ganadería en nuestro país, y por esto con acciones como la firma del Acuerdo de Cero Deforestación y nuestro compromiso por tener una ganadería sostenible, reafirmamos nuestra convicción de que podemos trabajar por una producción rentable, pero con menor impacto en el medio ambiente. Seguiremos impulsando este tipo de iniciativas y trabajando por un mundo delicioso.

## **Nuestro trabajo en Guachucal**

En el 2007 llegamos a Guachucal, Nariño con el propósito de impulsar un modelo de asociatividad con campesinos e indígenas que habían sido víctimas de la violencia y que tenían los cultivos ilícitos como un sustento económico para sus familias. En ellos vimos la oportunidad de desarrollar la asociatividad con la convicción de que podíamos aportar al desarrollo rural y mejorar la calidad de vida de pequeños productores.

En Alpina creemos que nuestros modelos de asociatividad mejoran las vidas de los productores, incrementando sus ingresos y en este caso reconstruyendo el tejido social de esta comunidad mediante un trabajo digno y formal que les permite desarrollarse todos los días. Junto a 46 asociaciones en Guachucal, hemos podido incrementar la productividad de la leche, pasando de 4.441 litros por hectárea al año en 2015, a 7.172 litros por hectárea al año en el 2020.

**En los últimos 6 años hemos mejorado las condiciones de producción de nuestros ganaderos, contando actualmente con un nivel de productividad de 1.57 vacas en ordeño por hectárea en Guachucal.**

Nuestro compromiso es continuar trabajando con nuestras asociaciones en Guachucal, acompañándolos con nuestra asistencia técnica e incentivando en ellos las buenas prácticas ganaderas con el fin de continuar contribuyendo en el desarrollo de sus vidas y del departamento como tal. Hemos logrado que todos nuestros asociados se formalicen a través de la facturación electrónica, y con los proyectos asociativos promovemos el fortalecimiento del tejido social de la región, lo cual permite que las comunidades generen lazos más cercanos.

## Nuestra Fruta



En Alpina hemos trabajado de la mano de cientos de agricultores no solo con el fin de conseguir la mejor materia prima para nuestros productos, sino de apoyarlos en el crecimiento y desarrollo de sus negocios. De esta manera, durante la pandemia continuamos recogiendo frutas en 8 departamentos de nuestro país: Caldas, Córdoba, Antioquia, Cauca, Nariño, Cundinamarca, Huila y Risaralda.

En el 2020 compramos más de

**870.000 kilos**

de fruta fresca a lo largo y ancho

de nuestro país.

## Nuestro trabajo con las mujeres rurales

Actualmente apoyamos a 5 asociaciones de moras y fresas en nuestro país, lideradas por mujeres madres cabeza de familia, quienes día a día realizan un arduo trabajo para despitonar nuestras frutas y han encontrado en Alpina un aliado para desarrollar sus negocios y mejorar la calidad de vida de sus familias.

- Cauca: Trabajamos de la mano de la Cooperativa Fresota, conformada por más de 50 mujeres madres cabeza de familia en Paispamba, quienes son las encargadas de despitonar las deliciosas fresas que se encuentran en nuestros yogures y jugos.
- Caldas: Desde hace más de 20 años, apoyamos con la compra de mora a más de 60 mujeres agricultoras en Riosucio, quienes se encuentran asociadas y despitonan nuestra fruta para que tenga la mejor calidad.
- Risaralda: Desde hace 6 años trabajamos con "Fruta Congelada La Granja" un negocio liderado por madre e hija a quienes les compramos la totalidad de Guanábana, Papaya y Piña que utilizamos en nuestros productos.



**Más allá de la compra de fruta, hemos apoyado a todas estas mujeres mediante capacitaciones y acompañamiento en el desarrollo de sus negocios, logrando así un incremento en sus ingresos y el empoderamiento de la mujer en el campo.**

Adicionalmente, en el 2020 comenzamos la evaluación de todos nuestros proveedores a nivel nacional para que cumplan con estándares libres de pesticidas y de esta manera, fomentar las buenas prácticas agrícolas. Gracias al trabajo que realizamos con nuestros agricultores, aseguramos que con encuentren en nosotros un comprador fijo, asegurado, que compra a precios de mercado.

# Sostenibilidad con Nuestros Proveedores

En Alpina estamos fomentando la sostenibilidad a lo largo de toda nuestra cadena de valor y para el 2022 el 100% de nuestros proveedores contarán con prácticas sostenibles. Este compromiso radica en nuestra convicción de que, para ser una empresa sostenible, debemos trabajar de la mano de nuestros proveedores, quienes son nuestros aliados y parte fundamental de nuestro negocio.

En el 2020 encontramos que el 100% de nuestros proveedores CORE y el 60% de nuestros proveedores nuevos del 2020, cuentan con prácticas sostenibles en su operación.

## Cierre Indicador proveedores sostenibles

**Proveedores  
nuevos :**



**60%**  
Proveedores  
con prácticas  
sostenibles

**Proveedores  
core :**



**100%**  
Proveedores  
con prácticas  
sostenibles

## ¿Cómo ha sido este proceso?

- **2019:**

Realizamos acercamientos a nuestros proveedores para conocer y trabajar de la mano en prácticas sostenibles que podamos implementar en cada una de las empresas. Son ejercicios de retroalimentación muy positivos, en los cuales podemos continuar trabajando juntos para identificar e implementar acciones enmarcadas en la sostenibilidad.

- **2020:**

Primer semestre: elaboramos los criterios de evaluación para nuestros proveedores, los cuales implementaríamos a través de una encuesta.

Segundo semestre: comenzamos la recolección y medición de prácticas sostenibles de nuestros proveedores.

**Nuestro propósito para el 2021 es continuar nuestros acercamientos para entablar con nuestros proveedores una relación gana-gana en la cual cada uno pueda aprender y desarrollarse de la mano.**

# Alpinistas

- Cultura Alpinista
- Nuestro Voluntariado:  
¡Durante el 2020 la pandemia no nos detuvo!



# Alpinistas



El pilar fundamental de nuestra compañía es nuestra gente, los Alpinistas, quienes trabajan todos los días para cumplir nuestro propósito superior de conformidad con los principios y valores corporativos que nos caracterizan. Entendemos la responsabilidad e impacto que tenemos sobre ellos, por eso estamos comprometidos con su desarrollo y crecimiento tanto personal como profesional.

## Cultura Alpinista

En Alpina nos sentimos orgullosos de nuestra cultura, buscamos ser Alpinistas que actuamos como dueños, aprendemos de la diversidad, somos humildes y orgullosos 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.

Nuestro objetivo está en consolidar nuestra cultura contando con el mejor talento, y asegurando la competitividad, por eso, durante 2020 trabajamos fuertemente en el desarrollo de nuestros Alpinistas, el liderazgo y la innovación.



**Número de Empleados**

**4.341**  
Directos

**3.687**  
Colombia

**581**  
Ecuador

**73**  
Venezuela

# 1 ¿Cómo desarrollamos a nuestra gente?

En Alpina, le apostamos al talento integral, un talento que tiene un conocimiento holístico de la compañía, que permite estar en un proceso continuo de aprendizaje y tiene la capacidad de adaptarse al cambio con facilidad asumiendo retos que le permitan potenciar su desarrollo personal y profesional.

**Durante 2020, duplicamos las horas de capacitación comparado con el 2019, dando uso de metodologías sincrónicas y asincrónicas.**

A través de capacitaciones en habilidades blandas y funcionales, y la asignación a proyectos en grupos interdisciplinarios, así como con movimientos internos, hemos logrado que los Alpinistas adquieran nuevos conocimientos y tengan un proceso de formación integral al interior de la compañía.

En el 2020 el

**68.3%**

del total de nuestras vacantes se cubrieron con talento interno y el

**56%**

de las posiciones de liderazgo fueron ocupadas por Alpinistas.

# 2 Cercanía

Uno de nuestros pilares fundamentales es la cercanía, por esto en el 2020 a pesar de la virtualidad estuvimos en la búsqueda constante de herramientas para conectarnos y sentirnos más cercanos entre Alpinistas. Nuestro propósito es contar con una cultura de innovación y cercanía, por eso potenciamos las habilidades blandas de cada uno de nuestros colaboradores.

En el 2020, impulsamos el programa Aprendamos en familia con Alpina, por medio del cual realizamos clases fuera del horario laboral, con el fin de conectarnos junto a las familias y aprender de diferentes temas como: compostaje, cocina, reciclaje, dibujo, meditación y mucho más.

### 3 Nuestros practicantes



Contamos con un programa de prácticas empresariales en el que los estudiantes ayudan a solucionar los problemas de negocio de la compañía, proponen nuevas ideas y gestionan proyectos relevantes para el crecimiento de Alpina.

Los practicantes son una cantera de talento para Alpina, en el 2020 el

**33.33% de los practicantes**

fueron contratados directamente por la compañía.

Adicionalmente, fortalecimos nuestro programa de técnicos y tecnólogos SENA a través de programas de ofertas cerradas con los que apoyamos a aprendices de programas administrativos y operativos desde sus estudios, demostrando nuestro compromiso con el desarrollo de nuevos Alpinistas a todo nivel.

## Nuestro Voluntariado: ¡Durante el 2020 la pandemia no nos detuvo!

Debido a la emergencia sanitaria causada por el Covid-19, tuvimos que buscar opciones para continuar realizando nuestro voluntariado y aportando al desarrollo social de nuestro país. A pesar de la distancia y las dificultades que se presentaron durante el año, quisimos continuar promoviendo experiencias para nuestros Alpinistas, brindándoles la oportunidad de impactar positivamente a comunidades y conectándose con habilidades que en su día a día no desarrollan. A continuación, compartimos algunos de nuestros resultados:

### Resultados Voluntariado Alpina

		 Ubicación	 Cantidad Voluntarios	 Horas Donadas	 Población Impactada
2019	aeioTU	Sopó	70	350	350
	ABACO	Bogotá	21	105	280
	aeioTU	Cali	30	150	390
2020	aeioTU	Colombia	25	355	492
		<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>960</b>	<b>1512</b>

En el 2020, decidimos reinventarnos y creamos el primer voluntariado virtual de Alpina. En esta ocasión, nos unimos a la Fundación Aeioutú para desarrollar una experiencia en la cual pudimos trabajar con sus centros educativos ubicados en Sopó, Medellín y Galapa. La virtualidad nos permitió contar con voluntarios de todas las geografías, y logramos que se pudieran unir desde cualquier lugar de Colombia y a través de todos los dispositivos para conectarse con las familias de los centros educativos. Tuvimos voluntarios de diferentes zonas del país como: Bogotá, Sopó, Entrerriós, Madrid, Cali, Medellín, Zipaquirá, Cajicá y Chía. Juntos realizamos actividades orientadas en la pedagogía con el fin de generar cercanía y experiencias enriquecedoras tanto para los voluntarios, como para las familias.

## Construcción de herramientas pedagógicas con empaques de productos de Alpina:

Para esta actividad contamos con 18 voluntarios y 45 familias de los centros educativos. Cada voluntario escogió una herramienta educativa y realizó un video tutorial demostrando su ingenio y motivando a los niños a impulsar su creatividad, el arte, la lectura y la escritura.

Los videos se compartieron con todas las familias, entregando también los productos de Alpina necesarios para el desarrollo de las herramientas. Las familias fueron acompañadas por educadores de la Fundación en todo momento para así garantizar que la actividad se desarrollara de la mejor manera posible.

## Charlas pedagógicas en vivo:

A través de las plataformas digitales de la Fundación, los voluntarios tuvieron la oportunidad de dictar charlas en vivo sobre temas de relacionamiento familiar como el manejo de emociones y la comunicación asertiva, estas con el fin de brindar herramientas para sobrellevar la convivencia durante los aislamientos en pandemia.

A su vez, se dictaron charlas lúdicas para niños como la creación de juguetes con material reciclable, juegos para estimular la creación de sueños y técnicas para hacer deporte en casa, con esto buscamos llevar actividades que generen momentos enriquecedores para las familias.

Nos dimos cuenta de que la virtualidad y el confinamiento no es un impedimento para llevar momentos únicos y deliciosos a los hogares tanto de nuestros Alpinistas, como de las familias que hicieron parte de las actividades.

Hablaremos de:  
**Juega y crea con material reciclado**

YouTube Live

Mónica Bustos  
Equipo de Servicios al Alpinista  
Alpina

Carol Garzón  
Jefe de Trade Marketing  
Alpina

Jennifer Vega  
Profesional Pedagogía  
aeioto

Jueves  
17 de diciembre  
6:00pm

aeioto | Alpina

Hablaremos de:  
**Comunicación Asertiva**

YouTube Live

Laura Forero  
Equipo de Servicios al Alpinista  
Alpina

Leidy Maldonado  
Coordinadora de Gestión  
Humana - aeioTU

Martes  
1 de diciembre  
6:00pm

aeioto | Alpina

Construiremos un  
**Árbol de sueños**

YouTube Live

Laura Ramírez  
Coordinadora Distribuidores  
Alpina

Nicolas Ceballos  
Auxiliar de Desarrollo Logístico  
Alpina

Martes  
26 de enero  
6:00pm

aeioto | Alpina

**Mediante nuestro voluntariado Alpina, nos comprometemos a impactar positivamente a 30.000 personas para el 2030**

## Testimonios:

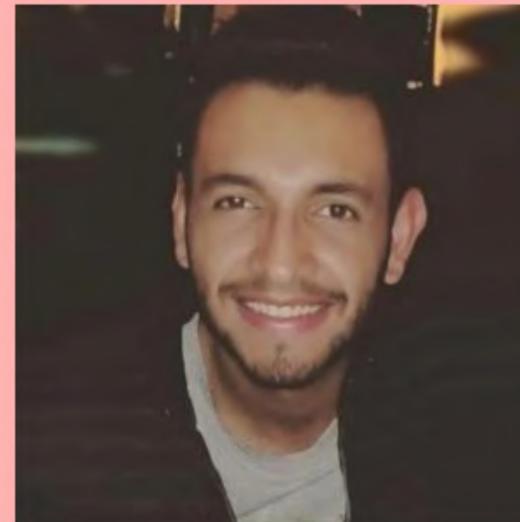


### Laura Forero (Voluntaria):

La experiencia del voluntariado entre Alpina y Aeiotú, además de diferente fue muy enriquecedora y divertida. Compartir conocimiento que aporte al crecimiento personal y profesional de las personas son iniciativas que siempre deberíamos aprovechar. ¡Gracias por darnos la oportunidad de hacerlo!

### Nicolás Ceballos (Voluntario):

Para mí el voluntariado fue un bonito espacio de co-construcción entre todas las personas involucradas, desarrollando temáticas importantes a nivel personal, me siento contento de cómo podemos ser pequeños gestores de cambio apoyados bajo un gran equipo como lo es el voluntariado de Alpina. Me llevo la plena satisfacción de poner un granito de arena a nombre de Alpina creciendo profesional y personalmente.



# Bienestar y nutrición

- Cercanía con médicos
- Favorabilidad láctea
- Perfiles nutricionales



# Bienestar y Nutrición



En Alpina estamos comprometidos con llevar nutrición y bienestar a todos los rincones del país, con productos de gran aporte nutricional como lo son los lácteos, que se caracterizan por su importante aporte de nutrientes claves, tales como la proteína y el calcio.

Con la llegada de la pandemia en el 2020, nuestro país se vio enfrentado a grandes retos en términos de seguridad alimentaria y por esto, como compañía, tuvimos que responder ágilmente para garantizar el abastecimiento de alimentos en nuestro país y también para apoyar a las poblaciones más vulnerables durante este tiempo de pandemia.

De esta manera, unimos esfuerzos con diferentes aliados como la Defensa Civil Colombiana, la Cruz Roja, las Fuerzas Militares, la Secretaría de Salud de Bogotá, y la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia, entre otros, para entregar productos a las comunidades que más lo requirieron durante la pandemia. En el año, destinamos más de \$20.000 millones de pesos a diferentes causas y entregamos más de 7.000.000 de productos de alto valor nutricional a diferentes comunidades del país.

Las donaciones realizadas en el 2020 aportaron el equivalente al 100% de las necesidades de calcio por un día de 28.724 personas y cerca del 60% de las necesidades de proteína de este mismo grupo.



Aportamos para la financiación de  
**100.000 pruebas**  
diagnósticas que están siendo realizadas  
por la Universidad del Rosario.

Apoyamos la iniciativa de nuestros ganaderos  
bajo la campaña "Ayudar nos hace bien"  
**brindando mercados**  
a personas en condiciones vulnerables.



En el día mundial de la leche, donamos  
**165.600 litros de leche**  
a comunidades en Putumayo, Nariño,  
Cauca, Santander, Cundinamarca, Boyacá y Meta.

**Apoyamos a los  
recicladores**

en una alianza con varias compañías del país.





Junto a Ramo y la Cruz Roja donamos  
**100.000 refrigererios**  
en la Costa Atlántica, Antioquia, Valle del Cauca y  
Bogotá.

Fuimos parte de **Colombia Cuida Colombia**  
haciendo un aporte al Banco de Alimentos por  
**\$500MM**



Junto a la Fundación Solidaridad por Colombia  
**entregamos más de  
70.000 productos**  
a población afectada por la Ola Invernal en San  
Andrés y Providencia.

## **Aportamos a refrigererios**

para el personal médico de nuestro país  
a través de la Fundación Cardioinfantil  
y la Secretaría de Salud de Bogotá.



## Cercanía con médicos

En el 2020, estuvimos trabajando para brindarle experiencias de bienestar a nuestros consumidores, pero también a los actores más importantes de este año lleno de retos: los profesionales de la salud, quienes han trabajado sin descanso para mitigar los fuertes impactos de la pandemia. Por esto, desde varios frentes buscamos la manera de llevarles experiencias únicas y darles una voz de aliento

**En el año entregamos kits con nuestros productos a más de 1.100 profesionales de la salud, con el fin de acompañarlos desde la distancia y brindarles energía y nutrición para continuar con su importante rol en este tiempo.**

Adicionalmente, generamos y apoyamos espacios virtuales para brindarles experiencias que los nutran en cuerpo y mente, a través de Webinars, de la mano de nuestros expertos queseros, generamos espacios académicos para apoyarlos en su proceso formativo y de actualización. A su vez, trabajamos de la mano de la comunidad científica, como la Sociedad Colombiana de Pediatría, para llevar a cientos de médicos el Diplomado en Nutrición Pediátrica y Puericultura de la SCP.

## Favorabilidad láctea



La pandemia ha generado un punto de inflexión en la historia del siglo XXI, y ha cambiado tantos factores de nuestra vida cotidiana, que esta se ha redefinido por completo. La alimentación es uno de esos factores, y ahora tiene una importancia aún mayor en el bienestar de la comunidad.

La leche y los alimentos derivados de ella han retomado importancia por el impacto que tienen en la nutrición humana al ser una importante fuente de proteína, vitaminas y minerales. Lo cual es clave en el mantenimiento y correcto funcionamiento de nuestros sistemas, entre ellos el sistema inmune.

Uno de nuestros grandes retos es la promoción del consumo de lácteos en todas las etapas de la vida, por esto creemos en la

## **divulgación científica**

como uno de nuestros principales ejes para informar objetivamente el consumo de los lácteos y su relación con la salud.

## **Perfiles nutricionales**

Conscientes de la realidad nutricional de nuestro país y de la región, donde situaciones nutricionales extremas como el sobrepeso y la desnutrición se hacen manifiestas en una parte importante de la población, hemos construido nuestra posición sobre los perfiles nutricionales de nuestro portafolio. Buscamos brindar productos de excelente aporte nutricional y el mejor sabor a nuestros consumidores, generando opciones según sus gustos y necesidades

**Hemos definido parámetros máximos para calorías, grasas, sodio y azúcares, todos factores relevantes en el desarrollo de enfermedades crónicas, por lo que nuestro portafolio no indulgente ha venido ajustándose para mantener un adecuado aporte de estos nutrientes.**

Desde el mismo entendimiento, la ampliación del portafolio se ha abordado para aumentar las opciones de nuestros consumidores, y que puedan tener tanto los productos que los han acompañado por años, como variaciones con un menor aporte de estos nutrientes críticos. Un ejemplo de esto es nuestro lanzamiento de Yox sin azúcar adicionado, el cambio en nuestra línea de productos para bebés, y la ampliación de la línea Finesse.

**En el 2021 seguiremos brindándole a nuestros consumidores nuevas y mejores opciones, para que estemos en la mesa de todos los colombianos, no solamente con un sabor delicioso, sino también con productos nutritivos adaptados a cada necesidad.**

# Una operación eficiente

- ¿Qué hacemos para entregar nuestro producto en óptimas condiciones?
- Priorizamos la calidad
- Nuestra Leche
- Cuidamos a nuestros aliados y consumidores
- Nivel de servicio



La operación es un elemento fundamental de nuestro negocio, es por esto que nos esforzamos por mejorar y optimizar nuestros procesos, de manera que podamos continuar llevando productos deliciosos y de excelente calidad a nuestros consumidores, mientras que tenemos un uso responsable de los recursos y operamos sosteniblemente.

## ¿Qué hacemos para entregar nuestro producto en óptimas condiciones?



### Renovamos nuestra flota:

- Anualmente realizamos pilotos con vehículos de diferentes combustibles para implementar tecnologías alternativas dentro de nuestra flota primaria y secundaria. Actualmente, contamos con seis vehículos a gas, los cuales tienen la tecnología más avanzada y nos permiten llegar a todos los rincones del país con nuestros productos. En el 2021 esperamos contar con 12 vehículos con esta tecnología.

- Después de realizar varios pilotos con tecnologías limpias y revisando cuál de estas se acoplaba más a nuestra operación, tomamos la decisión en el 2020 de adquirir nuestro primer vehículo eléctrico. Somos los primeros en contar con un vehículo de este tipo que cuente con un furgón 100% refrigerado.



En el 2020 recorrimos 10.010km con energía eléctrica y en el 2021 esperamos contar con 5 vehículos que utilicen esta tecnología.



- Continuamos con la incorporación de vanes refrigerados con paneles solares, actualmente contamos con 42 vanes de este tipo, los cuales nos permiten seguir trabajando en la reducción de emisiones generadas por combustible.

### Torres de control

Contamos con una Torre de Control que monitorea toda nuestra operación y cadena de suministro. En el último año, logramos implementar un sistema de telemetría de frío mediante el cual podemos regular el consumo de combustible de nuestros vehículos de manera remota y aseguramos que la flota tenga las condiciones de estabilidad de frío necesarias para los productos.



### Dispositivos Stand By:

Contamos con 20 dispositivos Stand By que nos permiten pre-enfriar nuestras vanes antes de que se carguen los productos. De esta manera, evitamos que las vanes estén prendidas durante el cargue y así generamos menos emisiones.

### Cuidamos a nuestra gente:

El COVID-19 trajo muchos retos para nosotros como compañía, por esto, uno de nuestros principales objetivos fue cuidar a nuestros colaboradores para que contaran con todas las medidas de bioseguridad necesarias para transportar nuestros productos en todo el país. De esta manera, implementamos tanques de lavado de manos en nuestra flota primaria para que nuestros conductores pudieran cuidarse en los trayectos y se entregaron kits de aseo y loncheras para los caminos.



### Compensación huella de carbono:

En el 2020 llevamos a cabo un piloto para compensar nuestra huella de carbono, de esta manera, en el mes de octubre realizamos nuestra primera compensación de huella de carbono por el consumo de combustible de este mes. Nuestro propósito es continuar compensando nuestra huella mes a mes en el 2021.

### Ciclogística:

Nos encontramos realizando un piloto con la Secretaría de Movilidad de Bogotá y el Banco Mundial para fomentar el uso de la bicicleta en las operaciones logísticas. Para esto, estableceremos nodos de distribución en la ciudad en donde llegaremos con nuestra flota secundaria y por medio de bicicletas se realizará la entrega a los clientes. Con esto buscamos incentivar la movilidad verde e innovar nuestra distribución.



# Priorizamos la calidad

En Alpina es fundamental garantizar la calidad de nuestros productos, reconociendo que no solo es importante que llevemos productos deliciosos a los hogares colombianos, sino que estos sean altamente nutritivos y de excelente calidad.

En el 2020 logramos un hito importante para la gestión de la inocuidad en Alpina, ya que obtuvimos el certificado FSSC 22000 en la línea de compotas y papillas de la Planta Chinchiná, esta es la primera certificación de inocuidad alimentaria reconocida por la Global Food Safety Initiative (GFSI) que alcanzamos. Asimismo obtuvimos la certificación Kosher OU y la Auditoría de Comercio Ético de los afiliados a Sedex (SMETA), estos certificados son los más solicitados por nuestros clientes nacionales e internacionales.

Con estas certificaciones se abrirán nuevos mercados en los cuales destacaremos por la competitividad, la optimización de los recursos, la seguridad en la cadena de suministro y aumentaremos la confianza de los consumidores al contar con productos aún más seguros.

**Para nosotros la seguridad alimentaria es un pilar clave de nuestra política de calidad por eso siempre estamos transformándonos para garantizar productos de primera calidad y cumpliendo los altos estándares que nuestros clientes y consumidores exigen.**

# Nuestra leche

Junto a nuestros ganaderos trabajamos para contar con la leche de la mejor calidad y promover buenas prácticas de cuidado del producto en sus fincas. Estos son los resultados de calidad de nuestra leche en el 2020:



## Calidad de la compañía:

· Ufc (Higiénica)

**14.200**

· Grasa

**3.59**

· Proteína

**3.14**

· Sólidos Totales

**12.08**

· CCS

**240.766**

## Cuidamos a nuestros aliados y consumidores

Con el indicador de quejas de calidad por cada mil toneladas producidas, medimos la satisfacción de nuestros clientes y consumidores. En el 2020 disminuimos los reclamos en un 56% con respecto al 2018. Seguiremos trabajando porque nuestros consumidores y clientes continúen recibiendo productos de excelente calidad.

En el 2020 recibimos **24.37** reclamos por cada 1.000 toneladas producidas.

## Nivel de servicio

Para nosotros es fundamental brindar un excelente servicio a nuestros consumidores y aliados. Es por esto que nos esforzamos en que nuestro contacto con ellos sea satisfactorio y nos sentimos orgullosos de llevar siete años consecutivos manteniendo un excelente nivel. En el 2020 lo incrementamos y cerramos el año con un nivel de servicio de 97.71%.

# Medio Ambiente

- Cadena de Valor
- Energía y Cambio Climático
- Agua
- Materiales y residuos
- Inversiones Ambientales



## Medio Ambiente

Comprometidos con trabajar por un mundo sostenible, durante 2020 establecimos 18 compromisos de sostenibilidad incluyendo en estos los ejes de agua, cambio climático, energía, empaques, proveedores y ganadería sostenible, fortaleciendo con estos, nuestro Plan Estratégico Ambiental a corto, mediano y largo plazo.

**Queremos operar de una manera responsable con el medio ambiente tomando acciones y decisiones que nos permitan mitigar, compensar, reparar y/o conservar los recursos naturales de nuestro planeta. De esta manera cumpliremos nuestro propósito de nutrir un mundo más sostenible para darle más sabor a la vida.**

A continuación, presentamos algunas de las acciones, resultados y compromisos que tenemos en cada uno de los ejes que componen nuestro Plan Estratégico Ambiental:

# Cadena de Valor

Trabajamos de la mano de nuestra cadena de valor para contar con prácticas sostenibles más allá de nuestra operación.

## Ganadería Sostenible



Fomentamos la ganadería sostenible a través de la asesoría técnica, el acompañamiento a nuestros ganaderos y el modelo de productividad. Y en línea con esto, durante 2020 establecimos un gran compromiso:

## **Para 2025 toda nuestra leche provendrá de ganadería sostenible certificada y de zonas de cero deforestación.**

Para esto, durante 2020 llevamos a cabo las siguientes acciones:



- Firmamos el Acuerdo Cero Deforestación y No Transformación de Páramos para el sector lácteo en Colombia, el cual consiste en la cooperación entre entidades públicas y privadas que comparten la voluntad de tomar acciones para eliminar la deforestación y a su vez frenar la transformación de páramos en el país.



- Nos aliamos con Alliance of Bioversity International y Centro de Investigación para la Agricultura Tropical – CIAT para analizar nuestros puntos de acopio de leche y la cercanía con zonas identificadas con riesgo de deforestación o zonas de páramo.



- Durante el 2020 logramos establecer más de 5.400 contactos, y continuamos brindando capacitaciones e información a nuestros ganaderos en temas como la calidad de la leche, el manejo óptimo del pastoreo, calentamiento global y facturación electrónica, entre otros.

- Continuamos implementando el programa de productividad, a través del cual contamos con indicadores de gestión que nos han permitido incrementar la tasa de producción de leche por metro cuadrado, lo que disminuye la presión sobre el suelo y sobre la propiedad de la tierra. Durante el último año, incrementamos en 15% el nivel de productividad alcanzando un valor de 2,12 vacas en ordeño por hectárea y más 13.500 litros de leche por hectárea al año.



- Planteamos la hoja de ruta hacia una cadena láctea sostenible en Colombia de la mano de The Nature Conservancy y Rainforest Alliance. Este plan dará inicio en 2021, trazando los principios para una cadena de suministro ética y sostenible, que incluye las buenas prácticas que se han implementado a través de los años con nuestros ganaderos.

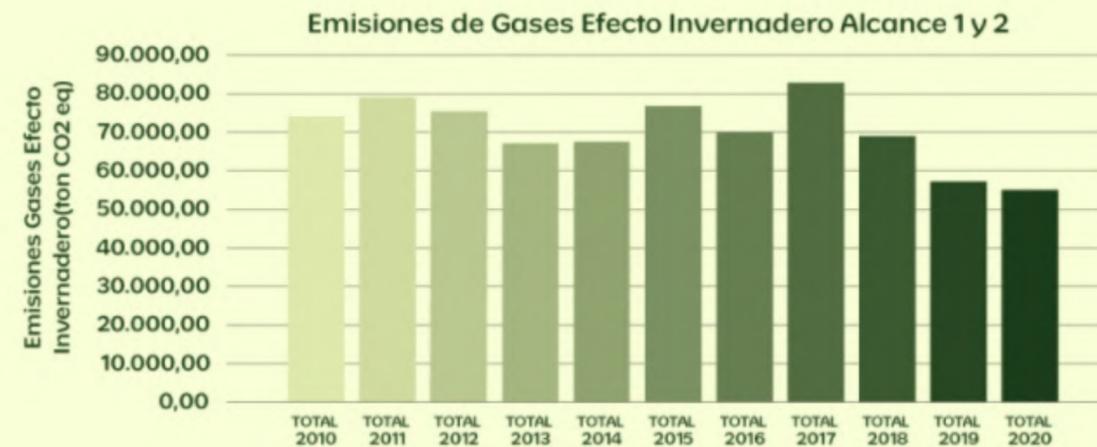
# Energía y Cambio Climático

Somos conscientes de la importancia de mitigar el cambio climático, y por esto desde hace varios años hemos tomado acciones para reducir nuestra huella de carbono y fomentar el uso de energías limpias en nuestra operación. Durante los últimos 10 años hemos logrado una disminución del 32% sobre las emisiones de gases efecto invernadero por cada tonelada que producimos. Hoy nuestras emisiones se encuentran en:

**Emisiones totales Alpina Alcance 1 y 2:**

**54.949** TonCo2eq.

**Disminución del 4% vs 2019.**



## Durante 2020, nos comprometimos a ser carbono neutro en nuestra operación para el 2022.

Como parte de esto, llevamos a cabo nuestra primera compensación de la huella de carbono por un total de 1.196 Ton CO2eq, logrando contar con una huella de carbono neutra durante un mes, para toda la operación de transporte propio de Alpina.

Adicionalmente hemos implementado proyectos e iniciativas para reducir el consumo de energía y migrar hacia el uso de energías limpias. Durante los últimos 10 años logramos disminuir en un 6% el consumo de energía por cada tonelada producida, y en el último año logramos una disminución del 5 % sobre el total de energía consumida por la compañía. En línea con lo anterior durante 2020 fijamos el siguiente compromiso:



**Para el 2022 autogeneraremos el 50% de toda nuestra energía con energía limpia.**

# Uso de energías renovables en la operación

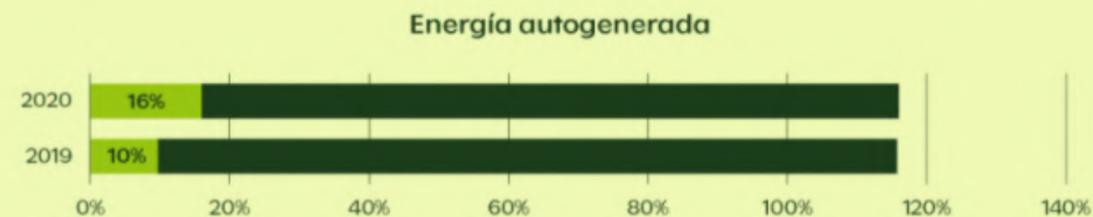


- **Planta de Biogás:** contamos con una planta de cogeneración de energía que opera a partir de la composición de las aguas residuales provenientes de nuestros procesos productivos. Este proyecto contribuyó a disminuir en un 80% las emisiones de gases provenientes de las aguas residuales y hoy en día nos permite autogenerar el 34% de la energía que consumimos en la Planta Sopó.

- **Energía fotovoltaica:** durante 2020 instalamos 137 lámparas viales y 220 reflectores que funcionan con energía solar. Esto nos permitió iniciar el 2021 autogenerando aproximadamente el 2% de la energía que utilizamos en nuestra planta Sopó



Actualmente contamos con una autogeneración de energía del 16% a partir del uso de energías limpias.



## Transporte eficiente y energías limpias



- Durante 2020 recorrimos más de 204.409 km con nuestros 6 camiones a gas y 275 km con nuestro camión eléctrico, logrando una disminución en las emisiones provenientes de esta operación.
- Continuamos desarrollando pruebas para utilizar combustibles alternativos y tecnologías más eficientes en nuestra flota de transporte primario y secundario, con lo cual definimos adquirir un camión eléctrico y logramos ser los primeros en tener un camión eléctrico 100% refrigerado en la operación.
- Contamos con 42 vanes refrigeradas con paneles solares, esto representa un ahorro en el uso de las baterías y disminuye la cantidad de residuos que disponemos anualmente. Adicionalmente instalamos el proyecto de telemetría de frío en los CEDI's, disminuyendo el consumo de combustible y la generación de emisiones derivadas de este.
- Implementamos diferentes modalidades de entrega a nuestros clientes, optimizando las rutas y la cantidad de carros de distribución, logrando con esto contribuir a la movilidad de la ciudad y mejorar la calidad del aire.

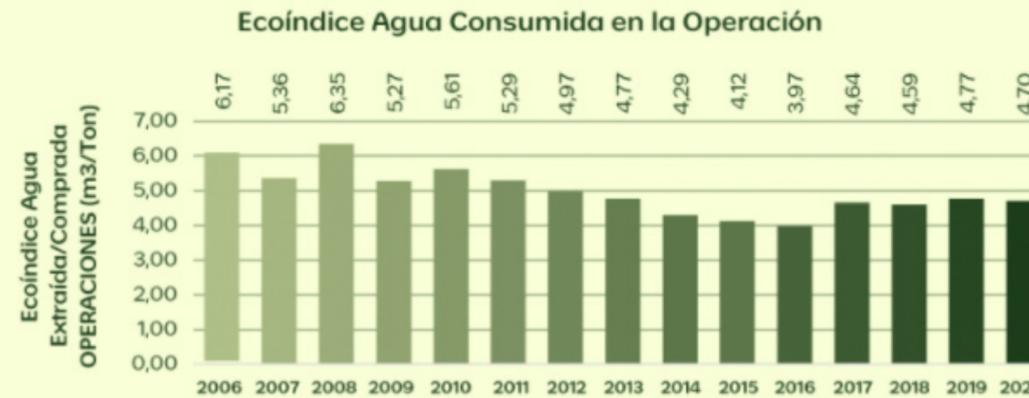
# Agua

Para nosotros el agua siempre ha sido uno de los ejes más relevantes en cuanto al cuidado y reducción de su consumo en nuestra operación. Durante el año 2020 nos comprometimos a:

**Reducir para el año 2022 el 50% de nuestro uso de agua extraída de fuentes subterráneas, ríos y/o acueducto.**



Durante los últimos años hemos llevado a cabo diferentes iniciativas que nos han permitido disminuir la cantidad de agua extraída, logrando una reducción de 2,100 litros por cada tonelada producida en los últimos 15 años el equivalente a 311 piscinas olímpicas. Y solo en el último año logramos disminuir nuestro consumo total de agua en 79.1 millones de litros.



Durante el año 2020 planteamos la hoja de ruta para lograr cumplir nuestro compromiso, donde contemplamos proyectos como recirculación de agua, aprovechamiento de agua lluvia, optimización de equipos a partir mantenimientos preventivos y uso de agua electrolizada, entre otros.

- Mediante el uso de agua electrolizada, reemplazamos los químicos en uno de los sistemas de limpieza del recibo de leche, logrando un ahorro de 44.000 litros al mes, esto representa un ahorro del 23% en el agua utilizada en este proceso y además nos ayuda reduciendo la carga sobre la planta de aguas residuales.
- Instalamos pluviómetros en las plantas de Sopó, Facatativá y Entreríos, lo que nos permitirá medir el volumen de agua lluvia en estas sedes y así conocer cuál será la cantidad con la que se podrá contar en nuestra operación.

Por otro lado, continuamos implementado las siguientes acciones a lo largo de todas nuestras plantas y Centros de Distribución:

- Programas de Uso y Ahorro Eficiente del Agua
- Programas de educación y sensibilización dirigidos a nuestros Alpinistas y grupo de contratistas.
- Revisión y monitoreo constante de los flujos de agua y los procesos de producción
- Contamos con 10 plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR) ubicadas en cada una de nuestras sedes, mediante las cuales cumplimos con remociones de carga por encima del 97% cumpliendo con altos estándares de calidad que nos permiten garantizar el retorno de las aguas manteniendo un equilibrio en los ecosistemas.

# Materiales y residuos

## Envases y empaques

Entendemos la importancia y el desafío que representan los empaques y envases, y en especial, el plástico, donde tenemos el reto de encontrar empaques que nos permitan seguir ofreciendo nutrición, con productos seguros en todos los rincones de Colombia y sin poner en riesgo el cuidado del entorno.

En este camino, continuamos trabajando por tener una economía circular y durante 2020 alcanzamos logros importantes:



- **Reincorporación de material reciclado:** estamos utilizando plástico, aluminio, papel y cartón provenientes del reciclaje en nuestros empaques. Hemos alcanzado entre un 20% y un 35% en algunos de nuestros envases y contamos con 70% de material reciclado en los empaques de postres del negocio de retail.

- **Reducción de material:** mediante el ecodiseño en empaques como la bolsa de leche y el vaso de kumis, durante 2020 alcanzamos una reducción de 98 toneladas de material.



- **Comunicación:** implementamos una comunicación en nuestros empaques, para guiar a los consumidores en el momento de la separación de los materiales. De esta manera aseguramos que puedan ser aprovechados correctamente.

- **Índice de Reciclabilidad:** de la mano de Triciclos llevamos a cabo un estudio sobre todos nuestros empaques y envases, para obtener el índice de reciclabilidad de estos y fijar la hoja de ruta hacia incrementar este valor.



- **Capacitaciones:** nos capacitamos, a través del Instituto del Caucho y el Plástico, en materiales biobasados, para buscar alternativas a los materiales plásticos.

Sin embargo, sabemos que es momento de hacer más. Por eso, estamos comprometidos con ser plástico neutro para 2022, lo que significa recoger la misma cantidad de plástico que ponemos en el mercado cada año.

A través de esto, logramos retirar 6 millones de pitillos plásticos del mercado. Adicionalmente los pitillos biodegradables que hemos incluido con Frutto, están compuestos por una goma 100% biodegradable y diferentes papeles que cumplen con los estándares FSC (Forest Stewardship Council). Eso asegura una gestión forestal sostenible y favorece su descomposición natural sin contaminar el medio ambiente.





**Durante el 2020 dimos grandes pasos en esta dirección: somos la primera empresa de consumo masivo en Colombia en tener pitillos de papel en su portafolio de productos.**

**ESTE AÑO  
DISMINUIREMOS  
CERCA DE 22 TONELADAS  
DE PLÁSTICO  
PARA JUNTOS CONSTRUIR  
UN MUNDO MÁS DELICIOSO**

**Alpina**  
**KUMIS**  
EL ORIGINAL  
DESDE 1945  
KUMIS ENTERO CON DULCE  
CONTENIDO NETO: 150 g

**VASO  
100%  
RECICLABLE**

**#PorUnMundoDelicioso**

Adicionalmente en noviembre de 2020 realizamos el lanzamiento de la etiqueta de cartón en el producto Kumis en vaso. Esta etiqueta de cartón permite la reducción del plástico en el vaso en un 36%, además, está compuesta mayormente por bagazo de caña, un subproducto de otro proceso productivo, lo que lo hace más amigable con el medio ambiente y una solución reciclable y biodegradable. Con este cambio esperamos retirar del mercado 22 toneladas de plástico en el 2021, lo que equivale al peso de un bus biarticulado.



## Kumis Alpina con etiqueta de Cartón en sus envases por un Mundo Delicioso

Queremos promover iniciativas donde involucremos a nuestros consumidores en la recolección de plástico y reciclaje y en el uso de materiales biodegradables.

- Desde 2019 instalamos nuestra primera máquina de recolección de plástico en La Cabaña y con el apoyo de nuestros consumidores reciclamos 1.257 botellas plásticas.
- En el 2020 llevamos a cabo una revisión de todos los empaques y utensilios que entregamos a los consumidores en nuestros puntos de venta logrando cambios importantes durante el año. Hoy contamos con vasos biodegradables elaborados a partir de maíz obtenido de cultivos sustentable, pitillos de papel y mezcladores de madera. Además, entregamos nuestros bowls en empaques biodegradables y con una tapa reciclable.



## Aliados

Desde hace 11 años somos miembros fundadores del Centro Empresarial por el Reciclaje (CEMPRE) y hacemos parte de Visión 30/30, en donde promovemos proyectos para la creación de cadenas de valor de reciclaje en el país. Estamos trabajando mano a mano con aliados que comparten nuestro objetivo de recolección de material, para analizar y promover alternativas que nos lleven a cumplir nuestro compromiso.

## Residuos en nuestra operación

Contamos con programas de gestión de residuos en cada de una nuestras sedes, clasificando los residuos aprovechables y los no aprovechables, además de los peligrosos.

**Durante 2020 logramos aprovechar el 95% del total de los residuos mediante la gestión ambiental y el apoyo de los gestores de cada uno de los materiales.**



## Inversiones Ambientales

Año a año llevamos a cabo inversiones ligadas al cuidado del medio ambiente y con el fin de fortalecer nuestros procesos internos durante 2020 incluimos criterios de sostenibilidad en los análisis de caso de negocio para todos los proyectos de la compañía.

A cierre de 2020 logramos una inversión de COP 1.117 millones en proyectos relacionados con el cuidado del medio ambiente, acumulando una inversión de COP 45.879 millones en los últimos 20 años.

# Generando Valor e Innovación

→ Demo Day



# Generando valor e innovación

A lo largo de los años, hemos impulsado la innovación en la industria de alimentos, para esto, ha sido esencial una cultura innovadora en Alpina, la adaptación a nuevas tecnologías y la investigación constante, todo con el fin de generar momentos deliciosos para cada uno de nuestros consumidores.

En línea con esto, la ciencia y la tecnología han sido claves en nuestra evolución, llevándonos a la diversificación en nuestro portafolio, la fabricación y conservación de productos y el desarrollo de proyectos de investigación. A continuación, queremos resaltar los proyectos y avances transformacionales que destacamos para el año 2020:

## Demo Day

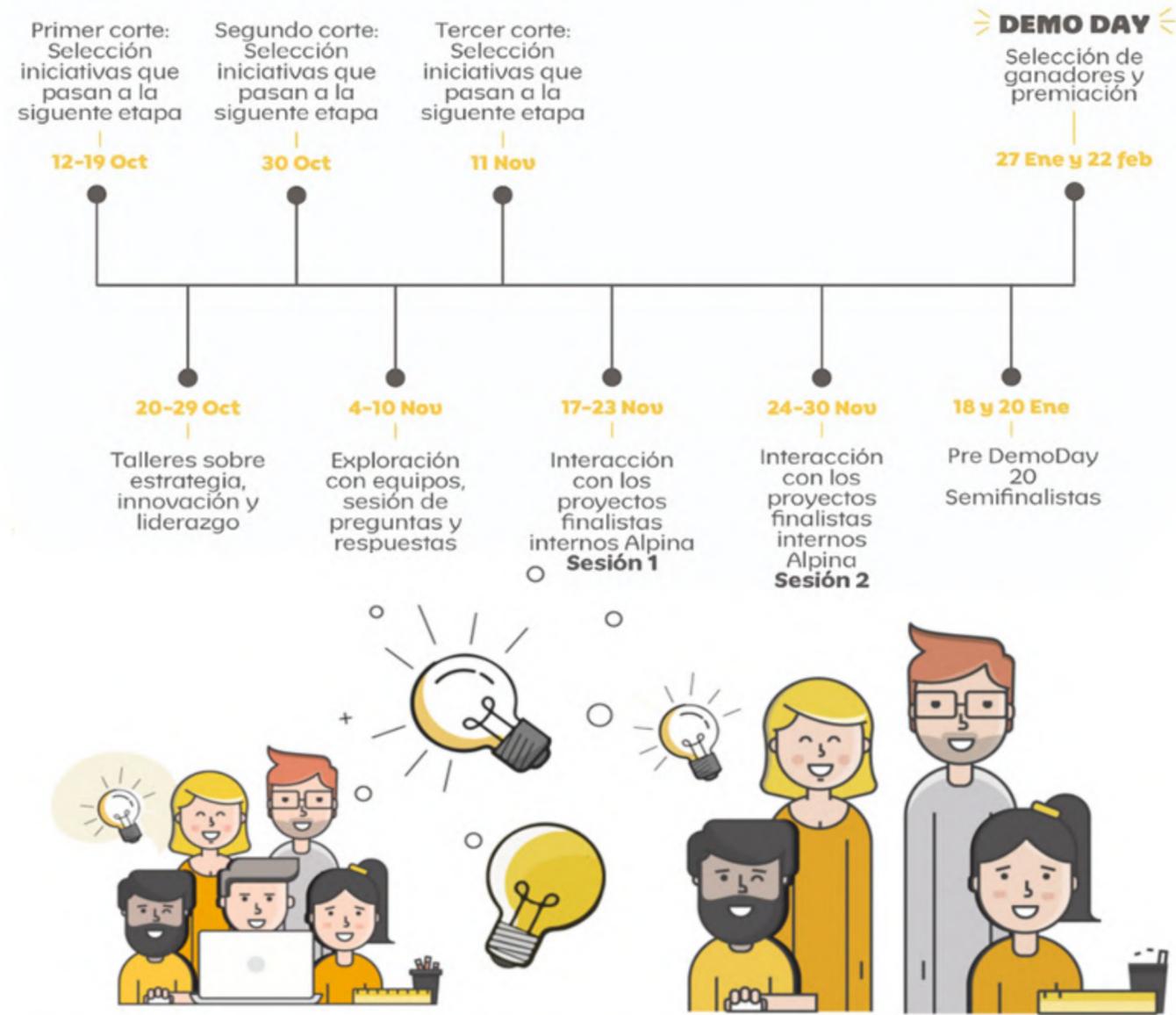
Llevamos a cabo la segunda edición de nuestro proceso de cultura de innovación, el Demo Day. Este es una oportunidad de emprendimiento, donde los Alpinistas presentan iniciativas para desarrollar proyectos en la compañía, algunos de estos respondiendo a ejes de sostenibilidad, logística y desarrollo de nuevos productos, entre otros. Durante el proceso todos los participantes cuentan con acompañamiento de mentores, esto con el fin de potencializar sus ideas y habilidades agregándoles valor.

La convocatoria fue lanzada para Alpina Colombia con dos grandes focos:

- Generación ideas que aporten al ADN de emprendimiento de los Alpinistas y de Alpina.
- Innovación de nuevos productos, mejoramiento de procesos productivos, comerciales y administrativos, así como la creación de nuevos modelos de negocio.

The logo for Demo Day features the word "Demo" in a white, outlined, sans-serif font, followed by "Day" in a solid black, bold, sans-serif font. The entire logo is set against a dark teal background.

## Cronograma Demo Day 2020



Contamos con la participación de más de 300 Alpinistas, que a su vez presentaron 95 iniciativas de emprendimiento interno.

Este tipo de actividades nos ayudan a generar espacios de innovación dentro de la compañía, movilizar la cultura e impulsar a nuestros Alpinistas a pensar diferente y a desarrollar proyectos sin importar el cargo o área. Logando con esto, materializar ideas que aportan al crecimiento personal de cada uno de ellos y de la compañía

# Innovación en diversión

Para nosotros es muy importante la innovación abierta y las alianzas para generar nuevas ideas, ya que de esta forma podemos trabajar en colaboración con entidades y personas fuera de nuestra organización.

## Premios BonYurt

Los jóvenes representan un lugar clave en nuestra sociedad y también en Alpina, ya que actúan como agentes de cambio y han estado acompañados en diferentes momentos de su vida por nuestro BonYurt. Por esto, decidimos crear los premios BonYurt, una actividad para incluir a nuestros consumidores y retar su creatividad por medio de un concurso en 4 categorías:

- Diseño de etiqueta BonYurt
- Comételo como quieras con BonYurt
- Mejor actuación en TikTok
- Formas de ayudar al planeta

### Diseño de etiqueta BonYurt

Ingresa aquí para ver la propuesta:  
<https://www.instagram.com/p/CDO0rivh-pd/>





### Comételo como quieras con BonYurt

Ingresa aquí para ver la propuesta:  
<https://www.instagram.com/p/CDO0rivh-pd/>

### Comételo como quieras con BonYurt

Ingresa aquí para ver la propuesta:  
<https://www.instagram.com/p/CDO0rivh-pd/>



### Mejor actuación en TikTok

Ingresa aquí para ver la propuesta:  
[https://www.tiktok.com/@efectomanu/video/6857825343613537541?  
sender\\_device=pc&sender\\_web\\_id=6927667045397038598&is\\_from\\_webapp=v1&is\\_copy\\_url=0](https://www.tiktok.com/@efectomanu/video/6857825343613537541?sender_device=pc&sender_web_id=6927667045397038598&is_from_webapp=v1&is_copy_url=0)



**A través de esto logramos conocer mejor a nuestros consumidores, pasar momentos deliciosos y encontrar soluciones innovadoras para el cuidado del medio ambiente, involucrando a nuestra marca BonYurt.**

# Instituto Alpina

Desde hace 12 años contamos con el Instituto Alpina a través del cual seguimos fomentando la innovación por medio de la investigación y las nuevas tecnologías, agrando valor intelectual a nuestros productos y a nuestra sociedad. Constantemente desarrollamos proyectos pensando en nuestros consumidores y en utilizar las capacidades de nuestro negocio, hoy, queremos resaltar dos de estos grandes proyectos:

## Micro encapsulamiento de probióticos

Con el fin de satisfacer a nuestros consumidores, encontramos la necesidad de generar productos funcionales líquidos que no requieran cadenas de frío, por esto llevamos desarrollando el primer prototipo de cápsulas que permiten que los nutrientes de nuestros productos soporten diferentes condiciones. Nos fijamos el reto de poder llevar probióticos u organismos sensibles a todas las geografías de nuestro país. Seguimos en el desarrollo de nuestras microcápsulas para generar productos con excelente calidad, durante el 2020 iniciamos el proceso de protección de propiedad intelectual de material de investigación y desarrollo tecnológico.



## Proyecto Fénix

Con este proyecto pretendemos desarrollar un jarabe rico en prebióticos y sin calorías que sustituya los endulzantes para nuestros productos con fruta por medio de la extracción de organismos de las cascara del maracuyá, esta práctica nos ayuda a que los productos tengan la viscosidad y sabor que le daría el azúcar a los productos. logramos transformar este residuo para producir prebióticos. Por medio de estas innovaciones logramos aprovechar la cascara o residuos de fruta de nuestra operación y así evitar cualquier tipo de desperdicios.

# Logros en innovación

Durante el año 2020 trabajamos activamente con MINCIENCIAS, presentando proyectos de investigación y desarrollo dirigidos a la agregación de valor de coproductos de manufactura de derivados lácteos para la generación de ingredientes innovadores y cierre de ciclos de producción, logrado para este ciclo se aprobaron 16 proyectos, donde se destacó:

- Implementación de nuevos modelos de organización en el trabajo, protocolos, herramientas e instrumentos que permitan la adaptabilidad de Alpina Productos Alimenticios S.A., para enfrentar los retos asociados a la pandemia en las etapas de confinamiento y post- pandemia.
- Implementar nuevos modelos de organización en el trabajo, protocolos, herramientas e instrumentos que permitan la adaptabilidad de Alpina Productos Alimenticios SA frente a la pandemia y post -pandemia (COVID-19), con el fin de garantizar la seguridad y el bienestar del personal y el buen funcionamiento de todas las operaciones corporativas.

**Para nosotros como empresa es fundamental seguir estimulando la inversión en nuevas tecnologías e innovaciones, comprometidos por el desarrollo y crecimiento en conjunto con nuestro país.**

# Climate Launchpad

Durante 2020 nos aliamos con Climate Launchpad, la convocatoria de ideas de negocio en tecnología limpia más grande del mundo. Participamos como patrocinadores de la convocatoria y del proceso en Colombia, fomentando la innovación a través del uso de las tecnologías verdes y la mitigación del cambio climático.

Durante el año tuvimos la oportunidad de conocer a los emprendedores y sus ideas de negocio a nivel nacional e hicimos parte del jurado regional en Latinoamérica donde conocimos ideas provenientes de otros países.

Esta alianza nos permitió contribuir con la aceleración de emprendimientos Cleantech y no dio la oportunidad de contactar y conocer diferentes ideas y los emprendedores detrás de ellas. Con esto fomentamos el crecimiento de los emprendedores colombianos y buscamos generar alianzas que nos permitan superar los retos de sostenibilidad y los compromisos que nos hemos propuesto.

**En 2020 obtuvimos el puesto número**

# **11 del ranking de la ANDI**

**en empresas más innovadoras de Colombia.**

# Innovamos en productos

En Alpina somos conscientes de las necesidades de nuestros consumidores, por esto buscamos constantemente el mejoramiento y la innovación en nuestro portafolio, a través de la tecnología hemos logrado desarrollar productos con edulcorantes naturales, menos calorías y con mejor índice glicémico. Gracias a esto logramos brindar productos deliciosos y nutritivos y llevar al mercado nuevos productos en 2020.

## Colombia

### Frutto Litteral



En el 2020 lanzamos nuestro Frutto Litteral, un producto en el cual utilizamos una tecnología única que nos permite eliminar aditivos y saborizantes. Nos sentimos orgullosos porque es un jugo 100% natural, sin azúcar adicionado y sin conservantes, además con un empaque 100% reciclable. Esto nos permite acercarnos a nuevos consumidores y tendencias de consumo, además innovamos nuestros procesos ya que es un producto que, durante su envasado, se somete a una presión equivalente a estar sumergido unos 60 kilómetros debajo del mar. Esa presión hace que se elimine la marca microbiana. Adicionalmente, las frutas que se encuentran en nuestro Frutto Litteral provienen de pequeños agricultores de nuestro país.

## Finesse

### Gelatina Finesse

Diversificamos nuestra línea Finesse incluyendo productos como la gelatina, la cual cuenta con fruta y aporta a una alimentación balanceada, contiene 15 calorías por porción y 0% de azúcar añadida.



### Brownie Finesse

Lanzamos por primera vez un brownie, el cual es una combinación perfecta entre sabor y bienestar con el que nuestros consumidores disfrutaron ese momento de felicidad que despierta el sabor del chocolate. Con este producto esperamos acercarnos más a otros perfiles de consumidor, explorando nuevas alternativas y opciones que complementen nuestro portafolio y se acoplen a las necesidades que hoy en día demandan los consumidores. Un Brownie Finesse aporta 150 calorías y no tiene azúcar adicionado, de esta manera continuamos llevando productos deliciosos y de alto valor nutricional.

## Griego Macadamia

Lanzamos Yogurt Griego con una cama de macadamia caramelizada en alianza con Del Alba, una marca Colombiana 100% familiar, que lleva 23 años cultivando, procesando y comercializando nueces. La macadamia es una nuez fina y en Del Alba son pioneros en el cultivo de está implementando buenas prácticas no solo de calidad sino de impacto social. A través de esto buscamos llevar productos naturales con un sabor delicioso y que complementen la nutrición adecuada de nuestros consumidores.



## Baby Gü



En 2020, lanzamos nuestra línea para bebés Alpina Baby Gü, que está hecha con ingredientes naturales sin conservantes y sin azúcar adicionada. Su consumo no reemplaza la leche materna, pero sí aporta a una alimentación balanceada. A través de esta línea queremos contribuir al crecimiento, desarrollo y salud de los bebés mediante la experiencia de descubrir nuevos sabores de manera nutritiva y deliciosa.

- Compota
- Yogurt
- Mezcla de cereales

## Griego Macadamia

Lanzamos Yogurt Griego con una cama de macadamia caramelizada en alianza con Del Alba, una marca Colombiana 100% familiar, que lleva 23 años cultivando, procesando y comercializando nueces. La macadamia es una nuez fina y en Del Alba son pioneros en el cultivo de está implementando buenas prácticas no solo de calidad sino de impacto social. A través de esto buscamos llevar productos naturales con un sabor delicioso y que complementen la nutrición adecuada de nuestros consumidores.



## Baby Gü



En 2020, lanzamos nuestra línea para bebés Alpina Baby Gü, que está hecha con ingredientes naturales sin conservantes y sin azúcar adicionada. Su consumo no reemplaza la leche materna, pero sí aporta a una alimentación balanceada. A través de esta línea queremos contribuir al crecimiento, desarrollo y salud de los bebés mediante la experiencia de descubrir nuevos sabores de manera nutritiva y deliciosa.

- Compota
- Yogurt
- Mezcla de cereales

Si quieres saber más sobre nuestros productos visita:  
<https://www.alpina.com/productos>

# Ecuador

## Finesse Acaí

Lanzamos el Finesse Acaí en Ecuador, este es el primer yogurt que tiene el sabor de esta fruta en el país, además es un producto 99.15% deslactosado, sin azúcar añadida y bajo en grasa. De esta manera, estamos a la vanguardia con los nuevos sabores y frutas que les gustan a nuestros consumidores, brindando cada vez más opciones para ellos.



## Queso Mozzarella Deslactosado Kiosko



Lanzamos el queso Kiosko Mozzarella Deslactosado, buscando ofrecer alternativas para las personas que requieren productos de fácil digestión y que han desarrollado una intolerancia a la lactosa, de manera que puedan disfrutar el sabor del queso y consumir un producto rico en calcio, fósforo y vitamina D, entre otras proteínas propias de los lácteos.

## Bon Yurt Home

Durante el 2020, vimos las necesidades de adaptarnos a las nuevas tendencias de consumo de alimentos en casa, por esto lanzamos Bon Yurt Home, una presentación familiar de nuestro tradicional producto, incluyendo sobrecopas de diferentes toppings con el propósito de acompañar los gustos de todos los integrantes de las familias de nuestros consumidores.



Conoce todos nuestros lanzamientos y nuestro portafolio completo de productos visitando

<http://www.alpinaecuador.com/productos/>

# Relación con Aliados y Consumidores

- Comprometidos con el país
- El mundo digital
- Experiencia del consumidor
- Juntos nos protegemos



## Relación con Aliados y Consumidores

En Alpina valoramos y reconocemos la importancia de tener un contacto directo y cercano con nuestros aliados. Por eso, con nuestros más de 4.000 embajadores de marca y los más de 8.000 contactos diarios buscamos siempre construir confianza y relaciones de largo plazo con quienes nos permiten llegar a todos los rincones del país. El 2020 fue un año difícil, donde junto con nuestros aliados, nos tocó afrontar retos nunca antes vistos para intentar ayudar y contribuir a evitar una crisis más profunda en el país.

Con nuestros consumidores, la razón de nuestra existencia, tratamos día a día de entender sus necesidades para poder ofrecer un portafolio amplio con distintos beneficios y opciones que llenen y superen sus expectativas. El año 2020 representó un cambio drástico en sus hábitos de consumo que nos retó a movernos más rápido, a pensar distinto y arriesgarnos para poder ofrecer una solución a las nuevas necesidades que se presentaron.

## Comprometidos con el país

En Alpina estamos comprometidos con el bienestar y la nutrición de nuestro país y entendemos nuestra responsabilidad por promover el desarrollo económico y social de quienes hacen parte de nuestro negocio.

El 2020 fue un año difícil para muchos de nuestros aliados, las restricciones que se presentaron en nuestro país a causa de la pandemia perjudicaron los negocios de miles de tenderos. Por eso durante este año nos concentramos en mantener la operación para ayudar a nuestros aliados a la sostenibilidad y viabilidad de sus negocios en una relación de confianza.

Para ello, mantuvimos la atención el 100% del año. Entregamos kits de seguridad a varios de nuestros aliados. Los asesoramos en el portafolio que debían tener en sus tiendas para cubrir el cambio de hábitos que se dio en el consumidor.

En más de 40.000 aliados codificamos referencias familiares y de consumo en el hogar que no estaban en sus tiendas. Desarrollamos innovaciones que ayudaron a la rotación de acuerdo con los nuevos momentos de consumo. Pusimos a disposición nuestros distribuidores para llevar el producto directo al hogar colombiano. Desde el contact center de Alpina y a través de la georreferenciación que tenemos de nuestros tenderos, conectamos al consumidor directo con la tienda.



**A través de nuestro contact center y el servicio de triangulación de llamadas, conectamos a más de 1.000 tenderos en Bogotá para que pudieran vender sus productos a consumidores cercanos.**

Adicionalmente, apadrinamos a más de 4.000 tenderos en nuestro país para ayudarlos a desarrollar los servicios de domicilios en sus tiendas, mediante la entrega de kits de aseo, bicicletas y maletas para que así pudieran realizar sus domicilios de manera ágil y segura.

Como parte de este compromiso por el desarrollo social de nuestro país, promovimos el programa "Hogares Emprendedores", el cual consiste en ubicar personas que busquen un ingreso adicional para que pudieran vender productos Alpina. Este programa nos llena de orgullo porque fue una alternativa de trabajo para personas que habían perdido sus trabajos y nos permitió llegar a más de 4.000 hogares colombianos.

**Con Hogares Emprendedores, más de 1.050 personas vendieron nuestros productos en más de 4.000 hogares colombianos y generaron ingresos adicionales para sus familias en el 2020.**

Con las grandes cadenas y trabajando por Colombia pudimos responder de manera ágil y eficiente manteniendo la disponibilidad del producto en los lineales durante los picos de demanda que se presentaron por la pandemia. Mantuvimos el nivel de servicio y logramos abastecer a nuestros consumidores.

Apoyamos como pudimos a los restaurantes que atendemos dando un servicio excepcional, ayudándolos en el desarrollo de sus modelos de llegada directa a consumidor. Mantuvimos la operación de nuestro canal durante todo el año.

Logramos mantener nuestra cadena de distribución a lo largo y ancho del país con las dificultades financieras que esto representó en varias de las operaciones. Gracias a eso nuestros más de 37 distribuidores lograron mantener más de 2.000 empleos en las diferentes regiones del país. Gracias a ellos logramos responder en todo el territorio nacional.

# El mundo digital



En el 2020 nos enfrentamos al gran reto de adaptarnos a la nueva realidad. Con la llegada de la pandemia tuvimos que responder ágilmente a las nuevas condiciones y necesidades de nuestros consumidores. Esto significó que tuvimos que reforzar nuestros canales de e-Commerce.

Logramos desarrollar y acompañar a las más de 20 plataformas que existen en el país. Esto nos permitió estar en la mesa de miles de los hogares los colombianos. Los pedidos aumentaron más de 300% por estas plataformas y hubo más de un 100% de incremento de inserción. Desarrollamos distintas estrategias de visibilidad y de desarrollo de contenido en conjunto con nuestros aliados.

En todos nuestros aliados pequeños que desarrollaron plataformas digitales acompañamos el desarrollo de sus páginas WEB junto con nuestra plataforma Amovil, a su vez, fortalecimos nuestra plataforma de llegada directa alpinago.com, habilitada para todos los hogares de Bogotá y donde adicionalmente y buscando apalancar a nuestros distribuidores iniciamos operaciones en ciudades como Ibagué, Pereira y Cali.

# Experiencia del consumidor

En Alpina buscamos llevarle a nuestros consumidores los mejores productos, servicios y sobre todo una gran experiencia. Es por esto que, en La Cabaña, en nuestros Markets y en Alpina Deli queremos que nuestros visitantes tengan un momento delicioso, en el cual compartan con sus seres queridos y disfruten de las instalaciones.

En el 2020, la pandemia nos obligó a detener las interacciones físicas con nuestros consumidores y por primera vez en la historia, cerramos nuestra Cabaña Alpina. Sin embargo, esto no impidió que continuáramos la cercanía con nuestros consumidores, y por esto activamos el servicio de domicilios para continuar llegando con productos deliciosos y nutritivos a las casas de los colombianos.

Adicionalmente, sabíamos que teníamos un reto muy grande para continuar llevando experiencias cercanas y agradables. Por esto creamos el espacio "Cocinemos juntos" mediante el cual nuestros consumidores podían adquirir kits para cocinar en casa y así tener un momento delicioso junto a sus seres queridos, disfrutando de nuestros productos.



## ¡JUNTOS NOS PROTEGEMOS!

Te esperamos con **reserva en mano**

¡Hazla en tres sencillos pasos!

1. Ingresa a **[www.alpina.com](http://www.alpina.com)**
2. Busca la sección **Tiendas Alpina**  
**/ La Cabaña**
3. **Agéndate**

**Impulsando las actividades en casa, en el 2020 entregamos más de 2.000 kits para cocinar junto a nuestros consumidores y que pudieran compartir un momento delicioso en familia.**

## Juntos nos protegemos



Entendiendo las nuevas necesidades que surgieron por la pandemia y la preocupación por proteger a nuestros consumidores y Alpinistas, durante el 2020 nos enfocamos en transformar la experiencia de La Cabaña Alpina. Por primera vez, implementamos un modelo de reservas en el cual designamos unos horarios específicos para las visitas de nuestros consumidores y en donde aseguramos todos los protocolos de bioseguridad y desinfección.

Adicionalmente, queremos que la experiencia que tengan nuestros consumidores esté alineada con nuestros compromisos con la sostenibilidad, es por esto que en nuestra Cabaña estamos haciendo una migración de nuestras bolsas plásticas a bolsas de maíz biodegradables. Además, en el 2021 contaremos con paneles solares para cargar dispositivos electrónicos tanto en La Cabaña como en Alpina DELI.

# Ética y transparencia

- Mecanismos de Gestión y Control
- Semana de la seguridad de la información



## Ética y transparencia

En Alpina estamos comprometidos con ser una empresa ética y transparente en todas nuestras acciones y todas las personas de nuestra cadena de valor, por esto somos conscientes de la importancia de socializar y asegurar el cumplimiento de los estándares de comportamientos éticos y la adecuada implementación de mecanismos de control. Incentivamos a nuestros Alpinistas a generar valor y conciencia de actuar conforme a nuestros principios y valores organizacionales, con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos estratégicos.

## Mecanismos de Gestión y Control

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

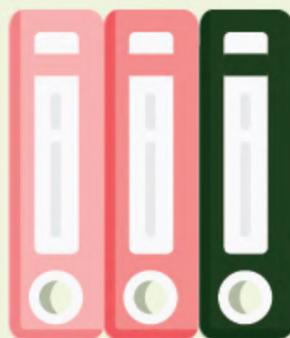


### Línea ética

Para fortalecer el comportamiento ético en la compañía, se ha creado la línea ética, un mecanismo de reporte y consulta confidencial y anónimo, operada por una empresa especializada e independiente a la compañía, para que nuestros Alpinistas, proveedores y clientes puedan informar la ocurrencia de comportamientos irregulares o acciones no éticas que puedan afectar los intereses de la compañía, clientes o de los proveedores.

## Código de conducta

Contamos con un código de conducta basado en nuestros principios de integridad donde se describen nuestras políticas y objetivos que reflejan el compromiso de actuar de forma responsable, ética y transparente de cada Alpinista. Adicional, contiene un anexo aclaratorio sobre Anticorrupción, Antisoborno y Antifraude y lineamientos para Prevención del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo. (SARLAFT)



## Política de conflicto de interés

Contiene los lineamientos a seguir para la prevención, manejo, divulgación y administración de situaciones que sean o puedan llegar a constituir un conflicto de interés; conforme a los requerimientos legales y el código de conducta.

## Comité de ética

Es el organismo que vigila el cumplimiento del código de Conducta dentro de Alpina y está conformado por ejecutivos de la alta dirección, da seguimiento a los casos y establece las sanciones a las faltas en contra del Código de conducta, promueve la cultura ética, asesora y orienta a la Compañía en los temas relacionados a conductas no éticas.



# Semana de la seguridad de la información

Durante el 2020 todas las actividades administrativas se trasladaron a los hogares de los Alpinistas, teniendo que adaptarnos a mecanismos y procesos para proteger la información pública y confidencial de Alpina, por esto lanzamos diferentes acciones para acompañarlos en este proceso, las cuales fueron:

- Nuestras políticas de seguridad de la información e informática.
- Charlas y actividades para sensibilizar a los Alpinistas sobre el cuidado de la información y que es un compromiso de todos.

# Fundación Alpina

→ Resultados 2020



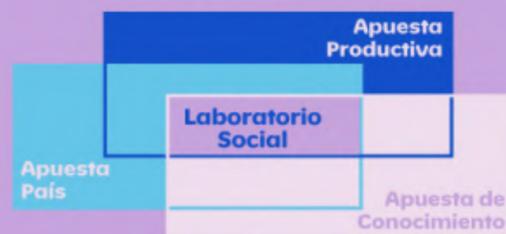
# Fundación Alpina: innovación social que trasciende



La Fundación Alpina fue creada en 2008 y desde entonces ha venido evolucionando en el foco de sus intervenciones a partir de los aprendizajes obtenidos. La Fundación está comprometida hoy 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. La Fundación Alpina es independiente del negocio de Alpina.



### Apuesta de trabajo de la fundación Alpina



### Alianzas

Somos un Laboratorio 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. Desarrollamos las iniciativas articulando estas tres apuestas.

## Resultados 2020

El 2020 estuvo marcado por la coyuntura de la pandemia por el COVID 19, que nos obligó a replantear, entre muchas cosas, las estrategias de trabajo con los productores de manera que se garantizara la continuidad en la prestación del servicio de extensión rural y la entrega de insumos agropecuarios, teniendo como prioridad el cuidado de participantes y del equipo de la Fundación. También nos sumamos solidariamente a iniciativas para la entrega de mercados e insumos agropecuarios a familias afectadas por la pandemia en el Cauca y La Guajira. Fue un desafío que nos dejó lecciones sobre el rol fundamental del sector rural y de la agricultura familiar, campesina y comunitaria para avanzar, como lo está haciendo la Fundación, hacia el fortalecimiento de sistemas agroalimentarios sostenibles.

Para generar condiciones de sostenibilidad a las iniciativas, se fortaleció, el sistema de extensión rural que posibilita una asistencia técnica especializada y particular para cada caso, espacios de diálogo y análisis, capacitaciones prácticas, transferencia de tecnologías, acceso a insumos productivos y acercamientos a mercados, todo esto, en el marco de nuestra Teoría de Cambio.

La Teoría del Cambio planteada por la Fundación Alpina es la ruta para acompañar y estimular los procesos de transformación de los pequeños productores agropecuarios, sus familias y comunidades, la cual se soporta en tres líneas estratégicas: i) producción sostenible; ii) asociatividad productiva y iii) prácticas alimentarias saludables.

# Teoría del Cambio

## Enfoques



Las líneas desarrolladas de manera articulada y complementaria procuran la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios de la siguiente manera:

1

### Producción sostenible

Nos enfocamos en fomentar agronegocios que sean sostenibles, en lo ambiental y en lo económico.



2

### Asociatividad productiva

Trabajamos en lograr que las asociaciones agropecuarias existentes funcionen de manera armónica y en fomentar la creación de nuevas agrupaciones para el fortalecimiento de los agronegocios.

3

### Prácticas alimentarias saludables

Tenemos como meta lograr el autoabastecimiento y autoconsumo de la población rural. Nuestro objetivo es que los productores puedan generar su propio alimento y el de sus comunidades, así como un mayor entendimiento sobre la buena alimentación.



## Apuesta Productiva

Durante 2020 la Fundación ejecutó 5 proyectos en 2 departamentos. En el departamento del Cauca nos ubicamos en 23 municipios y en La Guajira en 1 municipio.

---

**Contamos con 2.198 pequeños/as productores/as,  
2.003 en Cauca y 195 en La Guajira  
y se fortalecieron 30 organizaciones.**

---

Se trabajó con una diversidad de líneas productivas, como la láctea, café, apícola, piscícola, porcícola, avícola (pollos de engorde, gallinas ponedoras), ovino caprina y agrícola, frutas como bananos, maracuyá, mango, granadilla, legumbres y hortalizas como tomate ají pimentón, cilantro, y cereales como frijol y maíz y tubérculos como la yuca.

## Proyectos

### Cauca

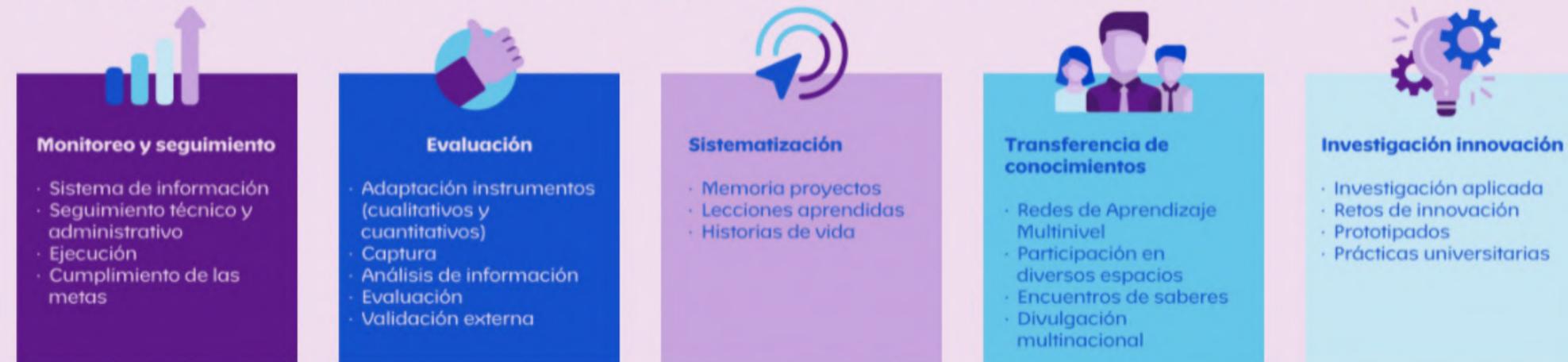
#### Resultados:

- En el marco del proyecto Cauca Territorio Lechero y de Paz de la Gobernación del Cauca y con la participación de 19 alcaldías municipales, se logró que las organizaciones produzcan mensualmente 343.440 litros de leche que generan ingresos que alcanzan los \$322.357.500. Los análisis de la evaluación de impacto en su fase intermedia arrojan resultados de incrementos de la productividad de 8.8% promedio de litros de leche al día por vaca, del aforo en 838% y de los ingresos en 20.18%. Se realizó el fortalecimiento de la autoproducción, mediante el establecimiento de 1200 huertas, que permitió ser la fuente de alimentos para las familias y comunidades, valoradas especialmente en el marco de la pandemia.
- En el marco del proyecto Sistemas Agrosilvopastoriles y producción para la generación de ingresos, en alianza con la Fundación Smurfit Kappa Colombia, CIAT/Bioversity y Don Maíz, se establecieron 44 parcelas para evaluar sistemas agrosilvopastoriles que contienen combinaciones de semillas de maíz nativo, biofortificado y material forestal como pino y eucalipto. Esto como alternativa a la conservación del bosque natural, la generación de ingresos y aporte a la auto producción de alimentos de las familias participantes.
- Inició en agosto una segunda fase del proyecto Autonomía Económica con 400 Mujeres Rurales del Alto Patía en el Cauca, en alianza con Union Europea y Comfacauca. Se realizaron, entre otros, 21 diagnósticos agroecológicos productivos participativos, 21 caracterizaciones participativas de unidades productivas para la identificación de líneas de acuerdo con la vocación, encontrando unas condiciones agroecológicas y vocacionales idóneas para la implementación de líneas como avicultura, piscicultura, porcicultura y apicultura.



# Apuesta de Conocimiento

Se consolidó el modelo de Gestión de Conocimiento, entendido como la capacidad para apropiarse y documentar el saber, crear, resignificar y hacer uso extendido del conocimiento para fortalecer la capacidad institucional, definir referentes, innovar y crear valor, con el objetivo de transformar las condiciones de vida de productores/as rurales. Contempla 5 dimensiones de trabajo así.



## Teoría del Cambio

Marco lógico · Cadena de valor ·  
Indicadores y resultados por niveles ·  
Guía técnica



En alianza con las Universidades del Rosario, Andes, EAN y Parque Científico de Uniminuto, se desarrollaron investigaciones, procesos de innovación, Webinar y prácticas estudiantiles. Se adelantaron evaluaciones a los proyectos con el apoyo de Econometría y se definió un modelo que permite estructurar, conectar y compartir los aprendizajes.

# Apuesta de País

La Fundación Alpina estuvo presente en distintos escenarios relacionados con el desarrollo rural del país. Destacamos, entre otros:

- **FAO.** Documento inversión privada agricultura. Redactamos un documento solicitado por la FAO a diferentes entidades del sector privado, con recomendaciones y percepciones sobre cómo funciona la inversión privada en agricultura del país y cuáles son las limitaciones y recomendaciones.
- **Universidad de los Andes:** Consejo Consultivo en Agronegocios e Industria Alimentaria. Invitados a pertenecer al Consejo, asistimos a reuniones y hacemos recomendaciones en sus investigaciones a partir de los aprendizajes y experiencia y de la Fundación.

# Eventos

Durante el 2020 la Fundación participó en eventos y Webinars, donde pudimos aportar a las discusiones, destacando los siguientes:

## **Investigación en la Implementación**

En alianza con Econometría, se organizó este panel con el objetivo de presentar el desarrollo de proyectos de la Fundación trabajando como Laboratorio Social, la metodología de Investigación en la Implementación que acompaña Econometría y sus aportes a las políticas e intervenciones públicas.

## **Foro Conexión Solidaria – Mujer rural como pilar de la economía agraria.**

En alianza con la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (UAEOS), se abordaron los retos que enfrentan las mujeres rurales y se identificaron las principales oportunidades para fortalecer capacidades para su inserción en los mercados agropecuarios.

## **Asociación de Fundaciones Empresariales Rockefeller Philanthropy Advisors.**

Invitados como panelistas y para conocer la metodología de Scaling Solutions.

## **Cátedra Fulbright, Penn State University y Universidad Jorge Tadeo Lozano.**

Participamos como panelistas presentando la experiencia de la Guajira en el Foro sobre "Nexo entre Agua, Energía y Alimento en el mundo y Colombia".

## **Premios Portafolio 2020.**

Recibimos mención de honor por estar nominados entre los 5 finalistas a la categoría "Aporte a la Comunidad".

## **Premio FIDA a la Innovación Juvenil Rural de América Latina y El Caribe.**

Participamos como aliados y entregamos el premio en la categoría generación de ingresos a la iniciativa del Brasil Galha Azul del Brasil.

Los logros son colectivos y han sido posibles gracias a la participación de aliados diversos con universidades, fundaciones, centros de investigación, cooperación internacional, empresas privadas y gobiernos, entre otros, que aportan sus recursos y conocimientos. En 2020 se realizaron reuniones de relacionamiento y posicionamiento con más de 115 organizaciones e instituciones y se concretaron iniciativas con más de 50 aliados.

## En Cifras

# 5

Proyectos

# 2

Departamentos

# 24

Municipios

(12 son municipios ZOMAC y 10 son PDET)





# 2.198

pequeños productores participantes que fortalecieron capacidades para mejorar sus ingresos y sus condiciones de vida.

**53% Hombres**

---

**47% Mujeres**

---

**11% Jóvenes**

(17 a 28 años)

---

### Proyecciones 2021

- Ampliar a un nuevo territorio, con énfasis en Chocó.
- Diseñar e implementar una estrategia para poner en marcha un bono de impacto social / o pago por resultados de la Fundación Alpina.
- Aumentar indicadores de audiencia por medio de una estrategia de comunicación.
- Profundizar los temas ambientales y de innovación.
- Avanzar con el modelo de sostenibilidad financiera.
- Definir un portafolio de servicios de la Fundación.

Para más información sobre la Fundación Alpina, los invitamos a visitar la página web

[www.fundacionalpina.org](http://www.fundacionalpina.org)

# Carta de Verificación



AS-2297-21

Declaración de verificación limitada e independiente del Informe de Sostenibilidad 2020 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 2020". 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 2020 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 2020, 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.

Ernst & Young Audit S.A.S.  
Bogotá D.C.  
Carrera 11 No 98 - 07  
Edificio Pijao Green Office  
Tercer Piso  
Tel: +57 (1) 484 7000  
Fax: +57 (1) 484 7474

Ernst & Young Audit S.A.S.  
Medellín – Antioquia  
Carrera 43A No. 3 Sur-130  
Edificio Milla de Oro  
Torre 1 – Piso 14  
Tel: +57 (4) 369 8400  
Fax: +57 (4) 369 8484

Ernst & Young Audit S.A.S.  
Cali – Valle del Cauca  
Avenida 4 Norte No. 6N – 61  
Edificio Siglo XXI  
Oficina 502-510  
Tel: +57 (2) 485 6280  
Fax: +57 (2) 661 8007

Ernst & Young Audit S.A.S.  
Barranquilla – Atlántico  
Calle 77B No 59 – 61  
Edificio Centro Empresarial II  
Las Américas Oficina 311  
Tel: +57 (5) 385 2201  
Fax: +57 (5) 369 0580

A member firm of Ernst & Young Global Limited



Sres. Alpina Productos Alimenticios S.A.

Página 2  
23 de marzo de 2021

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 2020 estén debidamente respaldados por evidencias apropiadas en cada circunstancia.

- ▶ Validar que el Informe de Sostenibilidad 2020 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 2020, 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 2020.

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.

A member firm of Ernst & Young Global Limited



Sres. Alpina Productos Alimenticios S.A.

Página 3  
23 de marzo de 2021

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 2020 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 2020, para los contenidos verificados.
- ▶ No tenemos conocimiento de aspectos de importancia excluidos de los juicios de Alpina sobre el contenido del Informe de Sostenibilidad 2020.
- ▶ No tenemos conocimiento de errores de importancia en las aseveraciones efectuadas por la gerencia de Alpina en su Informe de Sostenibilidad 2020.
- ▶ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información y los datos publicados en el Informe de Sostenibilidad 2020 de

Alpina no estén presentados de forma correcta.

- ▶ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Sostenibilidad 2020 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,

Alessandro Ambrosio  
Socio Líder FAAS - CCaSS Colombia  
Ernst & Young Audit S.A.S.

23 de marzo de 2021  
Bogotá, D.C.

A member firm of Ernst & Young Global Limited

# Carta de Verificación



## Anexo. Contenidos temáticos e indicadores propios verificados

Tema material	Contenido temático o indicador propio
Salud Ocupacional y Seguridad	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. A1.1. Tasa de Accidentes Incapacitantes.
Formación y Desarrollo	404-1. Media de horas de formación al año por empleado. A1.3. Movilidad Interna.
Gestión Responsable del Agua	303-1. Extracción de agua por fuente. 306-1. Vertidos de aguas en función de su calidad y destino. 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.
Gestión de la Energía y el Cambio Climático	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. 302-3. Intensidad energética. 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 Productividad del Sector Lácteo	A4.4. Número visitas a proveedores. A4.5. Días de campo. A4.6. Número de publicaciones técnicas.
Nivel de servicio	A5.1. Índice de nivel de servicio.



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.

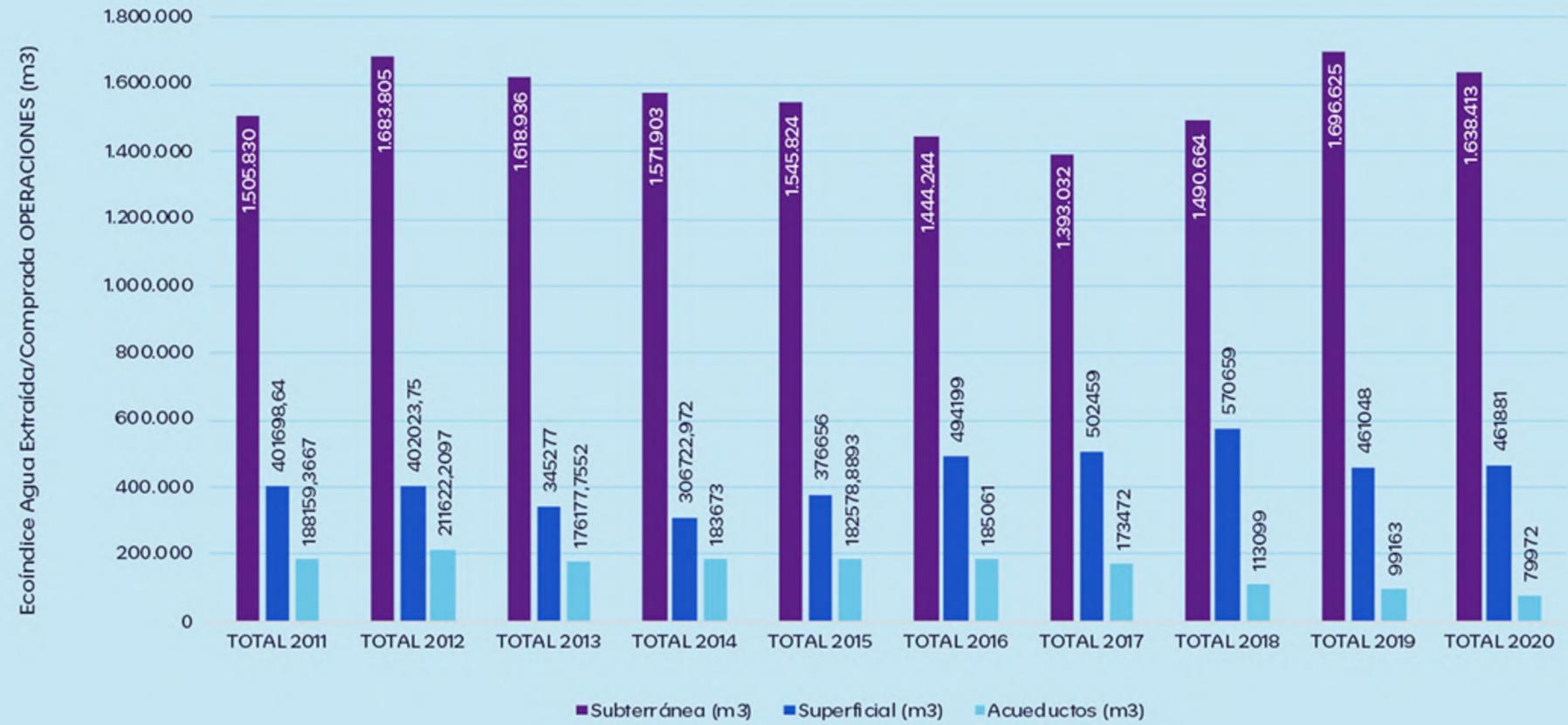
# Anexo 1

## Mapa Gremial

PAÍS	ENTIDAD/GREMIO
COLOMBIA	Asociación Nacional de Anunciantes - ANDA
	Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI
	Asociación Col. Procesadores de Leche - ASOLECHE
	Asociación Nal. Comercio Exterior - ANALDEX
	Compromiso empresarial para el reciclaje - CEMPRE
	Consejo Privado de Competitividad
	Fundación para el Progreso de Antioquia - PROANTIOQUIA
	Fundación Prodesarrollo Norte Sabana - PRODENSA
	ICONTEC
	ILSI NORANDINO
	Instituto Colombiano Derecho Tributario
	Corporación Empresarial Norte del Cauca - CENCAUCA
	Zona Franca del Cauca
	GS1
	Codex Alimentarius
	Consejo Nacional Lácteo - CNL
	Ministerio de Agricultura
	Ministerio de Salud y Protección Social
	Corporación Reconciliación Colombia
	ABACO
Aeiotú	
Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos - ACTA	
ECUADOR	Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas - ANFAB
	Centro de la Industria Láctea - CIL
	Cámara de Industrias y Producción - CIP
	Cámara de Comercio Ecuatoriano Colombiana - CAMECOL
	Federación Nacional de Exportadores (FEDEXPOR)
	Cámara de Comercio De Guayaquil

## Anexo 2

Agua total consumida por fuente (Industrial y CDR's)



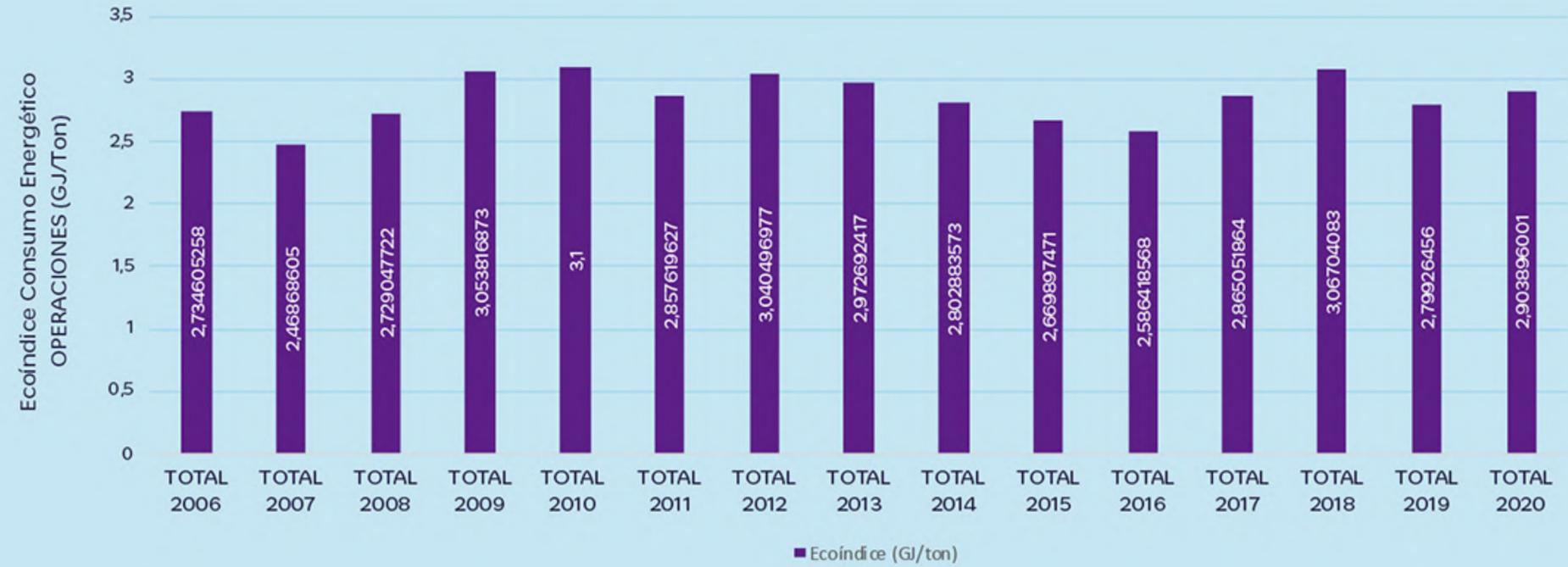
## Anexo 3

Ecoíndice huella de carbono alcance 1 y 2



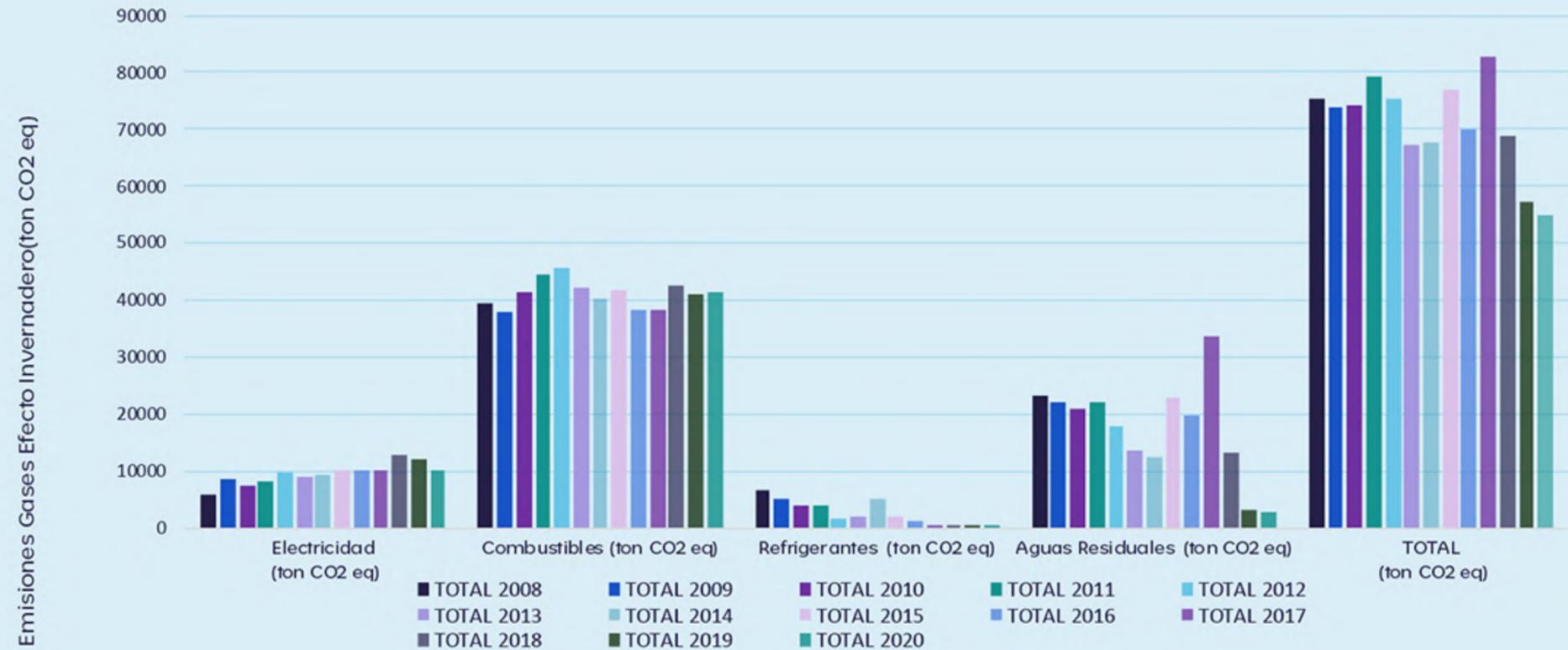
## Anexo 4

Ecoíndice consumo energético total operaciones



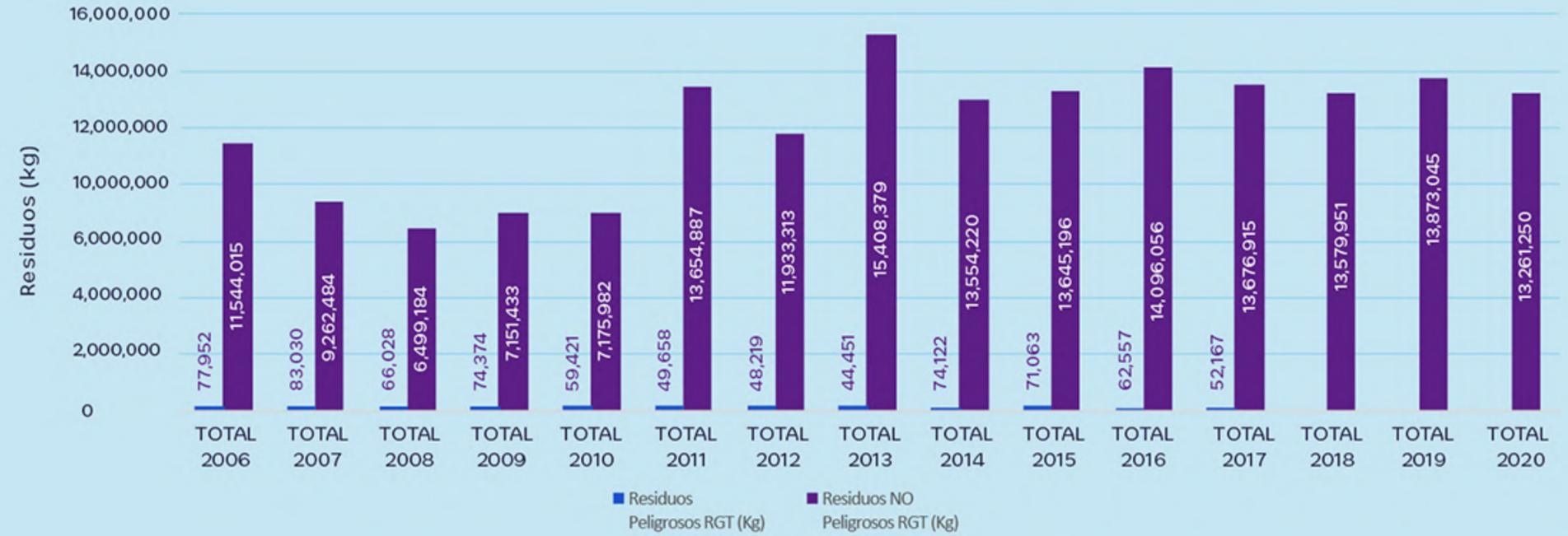
## Anexo 5

Ecoíndice de gases efecto invernadero alcance 1 y 2



## Anexo 6

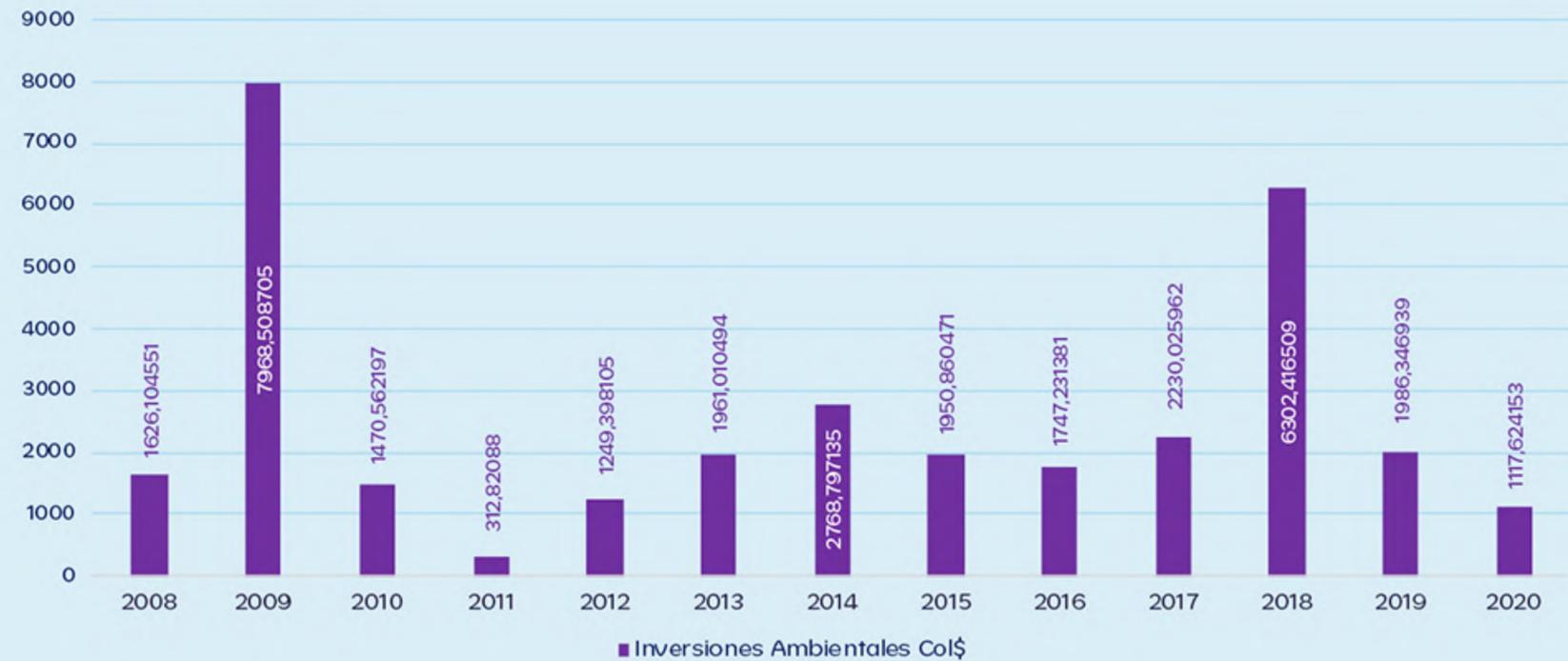
### Generación de residuos peligrosos y no peligrosos



## Anexo 7

### Inversiones ambientales

Inversiones en Proyectos Ambientales  
(Millones Col \$ constantes dic/13)



# INDICADORES SOSTENIBILIDAD 2020

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2020
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
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: Ganaderos, Agricultores y Proveedores; Bienestar y Nutrición; Medio Ambiente; Voluntariado; Alpinistas; Generando Valor e Innovación.
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
SOSTENIBILIDAD	102-1 Nombre de la organización	Alpina Productos Alimenticios S.A
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.	<a href="http://www.alpina.com.co/productos/">http://www.alpina.com.co/productos/</a>
	102-3 Ubicación de la sede	Km. 3 vía Briceño - Sopó, Sede Administrativa, Sopó, Cundinamarca, Colombia
	102-4 Ubicación de las operaciones	Contamos con operaciones en 3 países: Colombia, Ecuador y Venezuela y durante 2020 le dimos apertura al mercado en 3 países, logrando exportar a 19 lugares del mundo: Aruba, Barbados, Bolivia, Bonaire, Canadá, Cuba, Curazao, Ecuador, España, Estados Unidos, Honduras, Panamá, Perú, República Dominicana, St. Maarten, St. Thomas, Surinam, Trinidad & Tobago y Venezuela.
	102-5 Propiedad y forma jurídica	<a href="https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno">https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno</a>
	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.

# INDICADORES SOSTENIBILIDAD 2020

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2020
TALENTO	102-7 Tamaño de la organización	Número de empleados directos : 4.091 <ul style="list-style-type: none"> <li>· Colombia: 3.497</li> <li>· Ecuador: 525</li> <li>· Venezuela: 69</li> <li>· Número total de operaciones: Colombia, Ecuador, Venezuela.</li> </ul>
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Contamos con 4.091 alpinistas con contrato directo en Colombia, Venezuela y Ecuador
	102-41 Acuerdo de negociación colectiva	96,06% 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 2020 no presentamos cambios significativos 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

# INDICADORES SOSTENIBILIDAD 2020

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2020
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 2020. 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
	102-48 Reexpresión de la información	Durante el año 2020, no hubo reexpresión de información perteneciente a la memoria anterior (2019). 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.

# INDICADORES SOSTENIBILIDAD 2020

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2020
<b>GRUPOS DE INTERÉS</b>		
<b>SOSTENIBILIDAD</b>	102-40 Lista de grupos de interés	Directivos, colaboradores, autoridades, comunidad, comunidad científica, medios de comunicación, aliados, proveedores agropecuarios y proveedores industriales
	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
<b>PERFIL DEL REPORTE</b>		
<b>SOSTENIBILIDAD</b>	102-50 Periodo objeto del informe	Año calendario 2020
	102-51 Fecha del último informe	Período comprendido entre el 1 de Enero y el 31 de Diciembre del 2020
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual
	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.

# INDICADORES SOSTENIBILIDAD 2020

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2020
<b>GOBIERNO</b>		
SOSTENIBILIDAD	102-18 Estructura de Gobernanza	<a href="https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno">https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno</a>
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	<a href="https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno">https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno</a>
	102-25 Conflictos de interés	<a href="https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno">https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno</a>
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Presidencia / Dirección de Sostenibilidad
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>		
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 2020
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	<p>COLOMBIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de accidentes de trabajo: 94</li> <li>Tasa de accidentalidad: 2,71</li> <li>Tasa de accidentalidad mortales: 0</li> <li>Enfermedades laborales: 0</li> <li>Tasa de enfermedades laborales mortales: 0</li> <li>Número de recomendados médicos: 385</li> <li>Índice de ausentismo: 2,9</li> <li>Días perdidos de ausentismo: 29.906</li> </ul> <p>ECUADOR:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de accidentes de trabajo: 5</li> <li>Tasa de accidentalidad: 0,93</li> <li>Tasa de accidentalidad mortales: 0</li> <li>Enfermedades laborales: 0</li> <li>Tasa de enfermedades laborales mortales: 0</li> <li>Número de recomendados médicos: 3</li> <li>Índice de ausentismo: 7,92</li> <li>Días perdidos de ausentismo: 2.914</li> </ul> <p>VENEZUELA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de accidentes de trabajo:</li> <li>Tasa de accidentalidad:</li> <li>Tasa de accidentalidad mortales:</li> <li>Enfermedades laborales:</li> <li>Tasa de enfermedades laborales mortales:</li> <li>Número de recomendados médicos:</li> <li>Índice de ausentismo:</li> <li>Días perdidos de ausentismo: "</li> </ul>
			A1.1. Tasa de Accidentes Incapacitantes	"Colombia: 2,71 Ecuador: 0,93 Venezuela: 1,96"
			404-1 Media de horas de formación al año por empleado	"Total horas formación: 70.122 Horas promedio por empleado: 20,2 horas Nivel Directivo: 6344 horas"
	Formación y Desarrollo		A1.3. Movilidad Interna	"68.3% de las vacantes fueron cerradas con Alpinistas 55.56% de posiciones de liderazgo fueron cubiertas por Alpinistas 29.75% de los practicantes fueron contratados directos"

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2020
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 98,1% durante los últimos ocho años
			"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"	Desde que comenzamos a medir nuestro ecoíndice en 2006, hemos logrado disminuir en un 26% nuestra extracción de agua.
	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 20,25 Kg de DQO en los últimos 8 años, lo que significa que hemos reducido nuestra 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
	Gestión de la Energía y el Cambio Climático	Garantizar el uso eficiente y la preservación de los recursos naturales necesarios para nuestra operación	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Ecoíndice Huella de Carbono alcance 1 y 2 / Anexo 3
			305-5 Reducción de las emisiones del GEI	Ecoíndice Huella de Carbono alcance 1 y 2 / Anexo 3
			302-1 Consumo energético dentro de la organización	Ecoíndice consumo energético total operaciones / Anexo 4
			302-3 Intensidad energética	Nos propusimos reducir nuestro consumo de energía y lo medimos constantemente en nuestro Ecoíndice. Para el año 2020 nuestro indicador es de 2,9%
			"A2.3. Emisiones totales directas e indirectas por consumo de energía (Alcance 1 y 2), por tonelada de producto ton CO2 eq / ton"	Emisiones de Gases Efecto Invernadero alcance 1 y 2 / Anexo 5
"A2.4. Consumo de energía total por tonelada de producto en alcances 1 y 2 GJ / ton"			Ecoíndice Huella de Carbono alcance 1 y 2 / Anexo 3	
306-2 Residuos por tipo y método de eliminación			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 2020
<b>NUTRICIÓN</b>  (Alimentar saludablemente, deleitando y anticipándose a las necesidades del consumidor)	<b>Calidad e Inocuidad</b>	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un laboratorio acreditado por ONAC bajo la Norma ISO/IEC 17025:2017, ubicadas en la planta Sopó</li> <li>Certificación con estándares de inocuidad para el 84.9% del producto producido en plantas certificadas, este resultado se ve afectado por la producción de leche UHT en la planta Caloto, la cual no está incluido en el certificado.</li> <li>Certificación en la norma BASC V5, bajo el estandar importador / exportador para las plantas de Caloto, Chinchiná, Factativá , Sopó y se amplia el alcance a la planta de Entrerrios. Reconocimiento OEA Exportador e Importador.”</li> </ul>
	<b>Productos Gratificantes, Nutritivos y Saludables (Innovación)</b>		A3.1 Numero de Reclamos por tonelaje	24.37 reclamos por cada 1.000 toneladas
	<b>Nutrientes con Impacto en Salud Pública</b>	Ofrecer productos nutritivos, naturales, saludables, indulgentes y de calidad al mayor número de consumidores posible	A3.2. Ventas de productos nuevos	Colombia: Se crearon los siguientes productos: Leche Entera y Deslactosada en diferentes presentaciones (1.3L y 690 ml); Litteral (Bebida de jugo de fruta con mezcla de infusiones) en presentación personal 300 ml; Presentaciones de pulpa de fruta en presentación de 250g, 397g y 1 Kg para exportaciones a Aruba y España; Néctar Frutto sin azúcar adicionado (Manzana, Durazno y Mora) en presentación personal 300 ml; Yogurt Arequipe Pasas 150g ; Lanzamiento de BabyGü (Compotas, Papillas y Yogurt); Leche Semidescremada en Caja de 1 L; Queso Campesino en presentación 125g para canal TAT; Arequipe con Obleas ; Griego sin azúcar adicionado versión natural 150g; YogoYogo Cuchareable 100g (Melocotón y Fresa); Alpin en Bolsa Familiar de 800 ml; Alpin Cookies&Cream en Caja 200 ml; Brownie Finesse ; BonYurt Home; Nuevos Toppings para BonYurt en sus exportaciones ; YogoYogo Fresh botella personal Lulo y Maracuyá; YogoYogo Maxilitro; Lanzamiento de Oatnestly para Estados Unidos ; Pulpa de Fruta de 1Kg para Canal Institucional (Mora y Mango); Griego Macadamia 150g; Holandes en Cubos; Yogurt Finesse; Queso Tilsit 15 Tajadas; BabyGü Compotas en presentación pouch 100g
	<b>Desperdicio de Alimentos</b>		A3.3. Reducción de pérdidas y desperdicios	Hemos canalizado más de 7.000.000 unidades de producto por medio de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO)

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2020
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	5457
			A4.5. Días de campo	<p>Capacitación a asociaciones en 8 temas con 1.015 asistentes.</p> <p>Los temas fueron:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manejo óptimo del pastoreo/Fertilización de praderas - 36</li> <li>2. Calidad de leche - 175</li> <li>3. Reunión Proyecto Alipama - 18</li> <li>4. Facturación electrónica - 67</li> <li>5. Calentamiento Global - 54</li> <li>6. Facturación electrónica - 503</li> <li>7. Entrega de certificados de movilidad - 7</li> <li>8. Recolección de leche - 23</li> </ol>
			A4.6. Número de publicaciones técnicas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gestión y manejo de estiércol en las fincas</li> <li>2. Manejo nutricional de la vaca lechera para la mitigación de la producción de metano</li> <li>3. Ganadería amigable con el medio ambiente</li> </ol>
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 Servicio 2020: 97.68%

	TEMA ADICIONAL	INDICADORES	RESPUESTAS 2020
LEGAL	Cumplimiento	307-1 Incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	Durante el 2020 Alpina no recibió multas significativas ni sanciones en relación con el incumplimiento de la normativa ambiental
		206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	Durante el 2020 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 2020 Alpina no recibió sanciones significativas por incumplimiento de normatividad en los ámbitos social y económico
		417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Durante el 2020 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 2020 Alpina no fue objeto de apertura de procesos en contra por posibles violaciones a la privacidad del cliente o a la fuga de datos personales
FINANZAS	Valor Económico	<p>201-1 Valor económico directo generado y distribuido:</p> <p>(A) Valor económico directo generado: - Ingresos operacionales</p> <p>(B) Valor económico distribuido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Costos operacionales,</li> <li>· Salarios y beneficios para empleados.</li> <li>· Pagos a proveedores de capital</li> <li>· Pagos a Gobierno</li> <li>· Inversiones en comunidad</li> </ul> <p>Valor económico retenido: (A) - (B)</p>	<p>Colombia: (miles de USD) Valor económico directo 508,776. Valor distribuido: 356,092. Valor retenido: 152,684</p> <p>Ecuador (miles de USD) Valor económico directo: 60.298. Valor distribuido: 48.660. Valor retenido: 11.638</p> <p>Venezuela (miles de USD) Valor económico directo: 381 Valor distribuido: 100. Valor retenido: 281</p>
FINANZAS MEDIO AMBIENTE	Inversiones	EN31. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. (Millones de pesos/año)	Inversiones Ambientales / Anexo 7

