

ESTE ES
EL REFLEJO DE UN
TRABAJO HECHO
A MUCHAS
MANOS

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2018



Alimenta tu vida

AGRADECIMIENTOS



ESTE INFORME NO
SERÍA POSIBLE
SIN EL TRABAJO
Y ESFUERZO DE
CADA UNO DE LOS
ALPINISTAS.

Gracias al empeño que han puesto cada día hemos logrado aumentar la competitividad y productividad de la compañía, enmarcadas en la protección al medio ambiente y el impacto positivo en nuestras comunidades. Así mismo, queremos agradecer a nuestros aliados, proveedores, clientes y consumidores por impulsar nuestro crecimiento y trabajar con nosotros por un futuro sostenible. Seguiremos esforzándonos por alimentar la vida de todos nuestros grupos de interés, seguros de que trabajando juntos lograremos marcar la diferencia.

CONTENIDO

01 NUESTRA ESENCIA	07
02 PROPÓSITO	08
03 MISIÓN ESTRATÉGICA	09
04 UNA CULTURA ALPINISTA	10
4.1 Hace 10 años.....	10
05 MERCADOS SERVIDOS	11
06 LANZAMIENTOS	12
07 CARTA DEL PRESIDENTE	14
08 PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS	16
09 SOBRE ESTE INFORME	21
09.1 Aspectos materiales relevantes para el negocio.....	22
09.1.1 Asuntos materiales.....	22
09.2 Sostenibilidad.....	26
10 CADENA DE ABASTECIMIENTO	30
10.1 Nuestros proveedores.....	30
10.2 Ganaderos.....	30
10.3 Fomentando la asociatividad.....	34
10.4 Libres de enfermedades.....	34
10.5 Fruta.....	34
11 UNA OPERACIÓN EFICIENTE	35
11.1 Calidad.....	36
11.2 Nivel de servicio.....	37
12 BIENESTAR Y NUTRICIÓN	41
12.1 Retos.....	42
12.2 Hacia dónde vamos.....	42
12.3 Buen provecho.....	43
13 RELACIÓN CON ALIADOS Y CONSUMIDORES	44
13.1 Aliados.....	45
14 MEDIO AMBIENTE	49
14.1 Energía y cambio climático.....	49
14.2 Agua.....	51
14.3 Residuos.....	51
15 ALPINISTAS	52
15.1 Desarrollamos el talento.....	52
15.1.1 Formación.....	53
15.2 Competitividad.....	53
15.3 Nuestra cultura.....	53
15.4 Alpina sana y segura.....	56
15.5 Voluntariado.....	57
15.6 Adopta un colegio.....	57
15.7 Plan tendero.....	57
15.8 Cuantos somos.....	57
16 ÉTICA Y CUMPLIMIENTO	59
17 GENERANDO VALOR E INNOVACIÓN	60
17.1 Innovamos en productos.....	61
17.1.1 Quesito Alpina.....	61
17.1.2 Bon Yurt Piazza.....	61
17.2 Transformación digital.....	62
17.3 Instituto Alpina.....	63
18 NUESTRO COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	66
19 FUNDACIÓN ALPINA	68
19.1 Reconocimientos a la Fundación Alpina.....	69

01
NUESTRA
ESENCIA

**ALPINA
ALIMENTA
TU VIDA.**

02 PROPOSITO

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

03 MISION, ESTRATEGICA

Nuestra misión estratégica para el 2021 es garantizar el desarrollo sostenible de Alpina con innovación y calidad, generando los retornos esperados e impactando positivamente a nuestros grupos de interés.

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

04

UNA CULTURA ALPINISTA

Nuestra cultura organizacional enmarca tres principios que guían y rigen el actuar de todos los Alpinistas. Buscamos cultivar y proporcionar un ambiente adecuado para el crecimiento y desarrollo de los trabajadores. Nuestros principios guía son:

1. Somos un equipo con pasión.
2. Innovamos para mejorar, privilegiando simplicidad y acción.
3. Actuamos con integridad, coherencia y responsabilidad.

4.1 HACE 10 AÑOS...

- Nació la Fundación Alpina
- Creamos el Instituto Alpina
- Creamos el área de sostenibilidad empresarial con un propósito transversal en la compañía.
- Consolidamos el Centro de Transferencia de Leche en Entreríos, Antioquia, el cual nos llevó a construir la Planta de producción en Entreríos.

<https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/historia>

05

MERCADOS SERVIDOS

A través del esfuerzo, el trabajo y la confianza de todos los Alpinistas, proveedores, clientes, aliados y consumidores hoy contamos con operación en 3 países: Colombia, Ecuador y Venezuela. Exportamos a 11 lugares del mundo: Estados Unidos, Canadá, Aruba, Curazao, Guyana, Bolivia, El Salvador, Surinam, San Martín, Honduras y Trinidad y Tobago. Para conocer todo nuestro portafolio, te invitamos a visitar nuestro sitio.

web: www.alpina.com/productos.

EXPORTACIONES

	ESTADOS UNIDOS
	CANADA
	ARUBA
	CURAZAO
	GUYANA
	BOLIVIA
	EL SALVADOR
	SURINAM
	SAN MARTIN
	HONDURAS
	TRINIDAD Y TOBAGO

15
CENTROS DE
DISTRIBUCION

	12 · COLOMBIA
	2 · ECUADOR
	1 · VENEZUELA

8
PLANTAS DE
PRODUCCION

	5 · COLOMBIA
	2 · ECUADOR
	1 · VENEZUELA



06 LANZAMIENTOS

Durante más de 70 años Alpina ha trabajado por alimentar la vida de los consumidores, desarrollando productos nuevos e innovadores con la mejor calidad, sabor y el balance nutritivo para todas las edades.

El portafolio ha cambiado a través de los años, algunos productos han permanecido por su tradición y relevancia y otros han evolucionado para satisfacer siempre a nuestros consumidores.

1970

Lanzamos la bebida tipo Kumis en Colombia



1980

Lanzamos el primer Arequipe industrial



1985

Lanzamos la línea de gelatina Boggy la primera gelatina lista para consumir en Colombia



1987

Lanzamos la línea Finesse, el primer yogurt light en Colombia



1988

Lanzamos Bon Yurt una bebida láctea con cereales el primero en Colombia



1990

Lanzamos Alpinito, el primer petit suisse en Colombia.



1992

Lanzamos la primera leche ultra pausterizada en Colombia (Leche UHT)



1995

Lanzamos la primera avena UHT en Colombia



1997

Lanzamos la línea de refrescos



2005

Lanzamos nuestra línea de refrescos Frutto



2007

Lanzamos Yox nuestra bebida láctea funcional y Regeneris nuestra bebida láctea probiótica para el tránsito intestinal



2013

Lanzamos Yogurt Griego



2014

Lanzamos el Queso Sopó



2015

Lanzamos leche Actilife, con 50% más proteína y 30% más de calcio



2015

Lanzamos nuestra línea de fórmulas infantiles



2018

Lanzamos Quesito Alpina



07

CARTA DEL PRESIDENTE

La sostenibilidad siempre ha estado presente en la forma como hacemos los negocios en Alpina. Desde nuestros orígenes trabajamos por desarrollar el campo a través de asistencia técnica y acompañamiento a los ganaderos, reducir los impactos de las operaciones al medio ambiente, promover el desarrollo de nuestros colaboradores y ofrecer a los consumidores productos de valor agregado que satisfagan sus gustos y necesidades.

En Alpina entendemos la sostenibilidad como el camino que nos lleva al desarrollo y crecimiento de la compañía mientras cuidamos de nuestro entorno natural y generamos un impacto positivo para la comunidad. En este sentido y como lo podrán evidenciar en este Informe, gracias al trabajo de los Alpinistas, aliados, clientes y proveedores, hemos obtenido logros que nos han permitido consolidarnos como una compañía próspera, sostenible y que contribuye a la construcción de país.

Desde el 2008, venimos reportando bajo los estándares GRI; esto con el propósito de medir nuestra gestión, de ver nuestras fortalezas y de enfocarnos en nuestras áreas de oportunidad para ser cada vez mejores.

En estos 10 años hemos logrado que nuestros ganaderos obtengan una

productividad superior al promedio de Nueva Zelanda, hemos mejorado nuestra eficiencia operacional reduciendo impactos en el consumo de agua y energía, y hemos avanzado en proyectos de reutilización y reciclaje. Desarrollamos e impulsamos el crecimiento del campo, mantenidos nuestros estándares de calidad por encima de los nacionales y conservando un excelente nivel de servicio.

Uno de los resultados más significativos es que durante el último año evitamos la tala de cerca de 25.300 árboles gracias al proyecto "Ciclo cerrado de papel y cartón" con el que, actualmente, todos nuestros residuos son convertidos en cajas de embalaje para nuestros productos, dándoles un nuevo uso.

A su vez, reafirmamos nuestro compromiso por disminuir el impacto ambiental, por eso desde el 2010 hemos reducido el 30% de nuestra huella de carbono por tonelada de producto. Esto gracias a un trabajo multidisciplinario, en el que hemos desarrollado eficiencia logística, optimización en el sistema de frío y la implementación de nuevas tecnologías.

Enfocados en conservar nuestros recursos, en los últimos diez años hemos ahorrado más de 1.880 litros de agua por cada tonelada producida. Conti-

nuamos adelante con nuestro compromiso de cuidar el entorno y asegurar la disponibilidad de los recursos futuros, fomentando la reutilización y el aprovechamiento de nuestros envases y empaques.

Sabemos que nada de esto sería posible sin el talento, pues es este el que hace que las cosas ocurran y es por esto que el desarrollo de nuestra gente es fundamental. Hoy le apostamos al talento integral, a Alpinistas empoderados y con habilidades que les permitan afrontar los retos que vienen. Me siento inspirado al ver el crecimiento de nuestro negocio, el cual refleja el trabajo en equipo de muchas personas. Seguiremos con el objetivo de contar con el mejor talento, consolidar nuestra cultura única y asegurar la competitividad de nuestra compañía, entiendo que esta es la clave para continuar con un crecimiento sostenible.

Así como cuidamos el talento, también cuidamos que nuestros productos tengan un balance nutricional acorde con las edades y los requerimientos de salud necesarios. Somos conscientes de nuestra responsabilidad por contribuir con la nutrición balanceada de las personas, lo que nos ha llevado a construir una relación con nuestros consumidores basada en la transparencia y veracidad de la información.

Por otra parte, quisiera resaltar el papel que cumplió nuestra Fundación Alpina durante todo este periodo; trabajando en proyectos de inclusión social y productiva para mejorar la capacidad de generación de ingresos de más de 1.000 familias. Estoy convencido que de esta manera, seguimos mejorando las condiciones de vida de familias vulnerables, especialmente en el sector rural.

Cuando recapitulo sobre todo lo que vivimos este año y lo que hemos logrado en los últimos 10 me lleno de orgullo, porque reafirmo que los Alpinistas estamos contribuyendo desde nuestro quehacer diario al desarrollo del país. Esto también implica seguir trabajando duro, con el compromiso y la pasión que nos caracterizan, para buscar estar cada vez más conectados con nuestros consumidores, ganaderos, proveedores, aliados y accionistas para construir el futuro de esta gran compañía.

¡Los invito a que sigamos alimentando la vida de los colombianos!

Ernesto Fajardo Pinto

Presidente

ERNESTO FAJARDO PINTO

**¡LOS INVITO A
QUE SIGAMOS
ALIMENTANDO
LA VIDA DE LOS
COLOMBIANOS!**





08

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

EMPRESARIALES

MERCO EMPRESAS 2018

3er lugar.

MERCO TALENTO 2018

4er lugar.

MERCO RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO

3er lugar.

FITCH RATINGS CALIFICACIÓN DE RIESGO AA+

SOSTENIBILIDAD

EMPRESA ESTRATÉGICA EN SOSTENIBILIDAD 2017 -2018

(RACES, Universidad de los Andes y la Corporación Autónoma Regional (CAR))

ÍNDICE DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA

3er lugar, Semana Sostenible y la firma Jaime Arteaga & Asociados

MARCA

ALPINA UNA DE LAS 20 EMPRESAS MÁS INSPIRADORAS

Fundación Andi.

EFFIE ORO POR EL ANUNCIO CONCIENCIA LÁCTEA

EFFIE PLATA POR EL ANUNCIO CONCIENCIA LÁCTEA

ANUNCIANTE DEL AÑO 2018

Revista P&M

ANUNCIANTE DEL AÑO 2018

IAB Mixx Awards

LIDERAZGO

ERNESTO FAJARDO LÍDER EMPRESARIAL

Categoría Halcón Dorado.

ERNESTO FAJARDO LÍDER EMPRESARIAL

Premios Portafolio.

CULTIVAMOS UN GRAN AMBIENTE DE TRABAJO



PRESENTAMOS LOS ASUNTOS, MATERIALES MÁS RELEVANTES DEL 2018.

09

SOBRE ESTE INFORME

Elaboramos este informe bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI-3) los cuales llevamos implementando desde el 2008. Además, tuvimos en cuenta lineamientos como Integrated Reporting y SASB para la elaboración del mismo. Así mismo, hace parte de nuestro ciclo de reporte anual y fue auditado por la firma Ernst & Young con el fin de presentar la información de manera verídica y confiable.

En este informe presentamos los asuntos más relevantes, el cumplimiento de metas y los indicadores más importantes que llevamos como compañía durante el 2018. Consolidamos la información de los países donde tenemos presencia: Alpina Colombia, Alpina Ecuador y Alpina Venezuela.

En Alpina trabajamos por y para nuestros consumidores. Por eso estaremos atentos a resolver cualquier comentario o inquietud sobre este documento. Lo invitamos a escribirnos al correo electrónico comunicaciones.alpina@alpina.com

09.1 ASPECTOS MATERIALES RELEVANTES PARA EL NEGOCIO

Llevamos 73 años manteniendo conversaciones con nuestros grupos de interés, permitiendo así el intercambio de ideas y expectativas mediante las cuales hemos generado valor y confianza. Desde hace más de 10 años estas conversaciones se volvieron parte del ejercicio de materialidad, el cual nos permitió establecer los aspectos materiales que son importantes para nuestros grupos de interés y para nosotros como compañía, en función de la importancia para ambos.

En el 2017 llevamos a cabo la actualización del ejercicio de materialidad, en donde establecimos 19 asuntos materiales e identificamos la importancia de cada uno de ellos. Seguido a esto, en el 2018 profundizamos los planes y proyectos a partir de las prioridades, expectativas y oportunidades que identificamos. A continuación presentamos los asuntos materiales encontrados y el plan de desarrollo de cada uno:

09.1.1 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 la compañía.

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.

Estamos comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por la Organización de Naciones Unidas para el 2030. Es por esto que, a través de nuestros asuntos materiales, buscamos desarrollar proyectos que nos permitan contribuir desde el sector privado al cumplimiento de las metas propuestas, apoyando también así a la gestión y compromisos que se realizan desde el sector público y uniéndonos a las iniciativas mundiales que permitan el desarrollo sostenible.

DÓNDE ENCONTRAR NUESTROS ASUNTOS MATERIALES EN ESTE INFORME:

ASUNTO MATERIAL	CAPÍTULO
GENERACIÓN DE VALOR Y CRECIMIENTO	Capítulo 17: Innovación
CADENA DE ABASTECIMIENTO	Capítulo 10: Cadena de Abastecimiento
COMPETITIVIDAD DEL SECTOR AGROPECUARIO	Capítulo 10: Cadena de Abastecimiento
OPERACIÓN EFICIENTE Y FLEXIBLE	Capítulo 11: Una operación eficiente
CALIDAD E INOCUIDAD	Capítulo 11: Una operación eficiente
POSICIONAMIENTO DEL SECTOR Y HÁBITOS DE CONSUMO	Capítulo 12: Nutrición y bienestar

OFERTA DE PRODUCTOS	Capítulo 5: Mercados servidos
PÉRDIDAS Y DESPERDICIOS	Nutrición y bienestar, Buen Provecho
RELACIÓN CON CLIENTES Y CONSUMIDORES	Capítulo 13: Relación con aliados, clientes y consumidores
AGUA	Capítulo 14: Medio Ambiente
ENERGÍA Y CAMBIO CLIMÁTICO	Capítulo 14: Medio Ambiente
RESIDUOS	Capítulo 14: Medio Ambiente
ALPINISTAS	Capítulo 15: Alpinistas
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Capítulo 16: Ética y Transparencia
GESTIÓN DE RIESGOS	Capítulo 16: Ética y Transparencia
GESTIÓN SOCIAL	Capítulos 17: Voluntariado, Capítulo 19: Fundación Alpina
INCIDENCIA	
INNOVACIÓN	Capítulo 17: Innovación
DESARROLLO DE EMPAQUES	Capítulo 17: Innovación

**ESTAMOS
COMPROMETIDOS
CON LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE
PARA EL 2030.**

09.2 SOSTENIBILIDAD

Para Alpina la sostenibilidad es una forma de hacer negocios, es el camino que nos lleva al desarrollo y crecimiento de la compañía mientras cuidamos de nuestro entorno natural y generamos un impacto positivo para la comunidad. Tenemos en cuenta que cada decisión tomada tiene un impacto, por esto tomamos cada decisión pensando sistémica y sosteniblemente entendiendo que solo así seguiremos permaneciendo en el tiempo.

Hemos aprendido a ser resilientes y durante este año continuamos recorriendo el camino hacia la sostenibilidad. Comenzamos nuestro recorrido por la **cadena de abastecimiento**, en donde los esfuerzos de Alpina para promover el comercio sostenible se basan en el establecimiento de relaciones de valor y confianza a través de la compra local directa, la promoción de buenas prácticas y el acompañamiento con programas de apoyo con nuestros proveedores y aliados.

La gestión para el mejoramiento de estas condiciones es prioridad para la sostenibilidad del negocio, para contribuir a la competitividad del sector agropecuario y para los retos que acarrea el proceso de posconflicto en el que está inmerso el país.

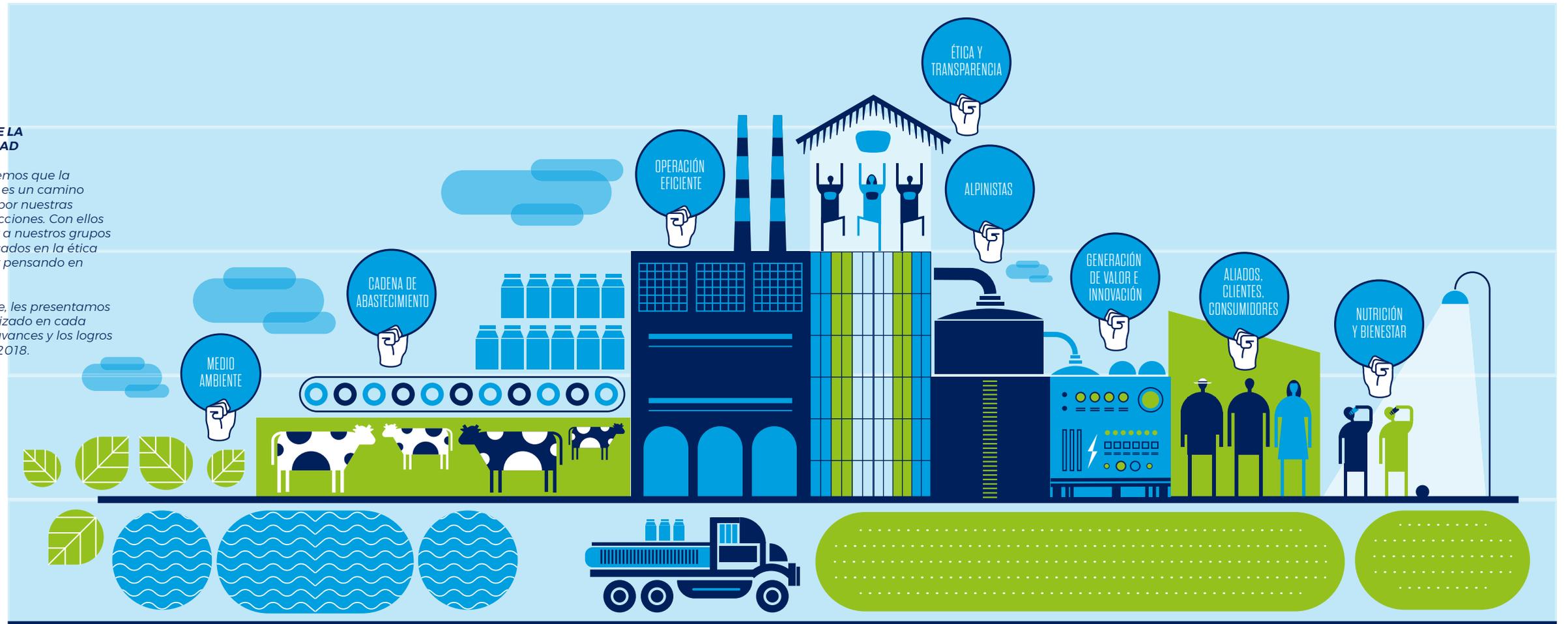
Trabajamos cada día por mejorar en toda nuestra **cadena de valor**. Por medio de una **operación eficiente** aseguramos una organización productiva, ágil y competitiva que crece de forma sostenible. Para lograrlo, revisamos constantemente nuestras operaciones, procesos de calidad, gestión logística, acopio y aprovisionamiento.

Así mismo creemos en la **generación de valor e innovación**, en donde la búsqueda de excelencia operacional, innovación, buenas prácticas, eficiencia y renovación tecnológica son el camino

EL CAMINO DE LA SOSTENIBILIDAD

En Alpina creemos que la sostenibilidad es un camino determinado por nuestras decisiones y acciones. Con ellos creamos valor a nuestros grupos de interés, basados en la ética e innovación y pensando en el entorno.

En este reporte, les presentamos el trabajo realizado en cada uno de estos avances y los logros obtenidos en 2018.



para alcanzar una mayor competitividad, mejorar nuestros procesos y lograr el crecimiento rentable y sostenible.

En Alpina nos hemos empeñado en buscar y mantener un equilibrio racional entre el respeto y el adecuado manejo del **medio ambiente** al propender a la ecoeficiencia. Trabajamos desde tres frentes: la gestión responsable del agua, la gestión de la energía y el cambio climático y la gestión de materiales, empaques, residuos y posconsumo.

Nuestro trabajo se concentra inicialmente en las operaciones propias, con énfasis en los centros de acopio de

leche, plantas de producción, centros de distribución, operación logística y sedes administrativas, dado que consideramos importante fortalecer la gestión ambiental al interior de la compañía y afianzar las buenas prácticas. Así mismo, tenemos el objetivo de transferir buenas prácticas a nuestra cadena de valor.

A través de los avances en la ciencia y la tecnología, trabajamos de manera permanente para ofrecer a nuestros consumidores un portafolio completo que brinde **nutrición y bienestar**, con el mejor perfil de nutrientes y con ingredientes de excelente calidad que suplan sus necesidades nutricionales.

Entendemos que alimentarse bien nos nutre, pero también, que divertirse genera bienestar; es por esto que estamos presentes en todas las etapas de la vida de nuestros consumidores. Gestionar este pilar nos permite generar valor agregado, cercanía, preferencia y confianza por parte de los consumidores. También nos permite identificar oportunidades de innovación y abrir nuevos segmentos y mercados.

En Alpina reconocemos que la clave de nuestro éxito está en la fuerza de nuestra cultura y la pasión de nuestros **Alpinistas**. Para hacer realidad lo anterior, trabajamos para desarrollar líderes

que contagien nuestros principios guía. La visión que nos hemos trazado es ser una compañía competitiva que cuenta con el mejor talento y con una cultura sólida. Estamos convencidos de que atrayendo y desarrollando el talento, en un ambiente de trabajo en equipo y donde todos nos sintamos desafiados, seguiremos construyendo ese camino.

Para mejorar nuestra **relación con aliados, clientes y consumidores**, estamos mejorando la disponibilidad de producto en todos los canales, fortaleciendo nuestros sistemas de atención a clientes y estableciendo alianzas fuertes y duraderas. Este enfoque requiere que todo

Alpinista, independientemente del área de la organización en que se encuentre, entienda que su trabajo busca como fin último satisfacer a nuestros consumidores, anticipándonos a sus necesidades, estando atentos a lo que quieren decirnos. Esta es otra manera de fortalecer la sostenibilidad empresarial.

Por último, trabajamos bajo **la ética y la transparencia**, definimos y aplicamos los principios y estándares de conducta que brinden las bases para la operación y para el relacionamiento con todos los grupos de interés.



**CUIDAMOS
NUESTROS
PRODUCTOS
DESDE EL CAMPO
HASTA LOS
CONSUMIDORES**



HISTORIAS ALPINA

"Alpina ha alimentado mi vida durante 20 años, así como Alpina ha progresado yo también he podido progresar, he aumentado el número de vacas y los litros de leche. Alpina nos ha ayudado a ir avanzando, hemos aprendido mucho y esto nos ha permitido mejorar los procesos y la productividad en la finca. Al principio solo podía producir 200 Lt de leche y hoy en día llego a las 900 Lt de leche al día. Me identifico demasiado con la marca, soy de las que cuando va al supermercado ve a alguien comprando otra marca y me pongo a hablarle de todo lo bueno que es comprar Alpina, todo lo que hay detrás, todo lo que hacemos por la calidad de la leche!"

Adriana Corredor,
Ganadera

10

CADENA DE ABASTECIMIENTO

Como parte esencial de nuestro negocio, la cadena de abastecimiento nos permite contar con las materias primas e insumos necesarios para brindar nutrición y bienestar a nuestros consumidores. Es por esto que reconocemos el trabajo de cada uno de nuestros proveedores, ganaderos y agricultores. Creemos en la importancia de crecer juntos mediante el trabajo colaborativo, el impulso de los pequeños y medianos productores, las buenas relaciones y el pago justo.

10.1 NUESTROS PROVEEDORES

En Alpina entendemos que sin el trabajo y empeño de cada proveedor no sería posible alimentar la vida de nuestros consumidores. Es por esto que todos los años nos esforzamos por mantener las buenas relaciones y el comercio justo, buscando crecer de la mano de cada uno de ellos.

Durante el 2018 trabajamos con más de 1.800 proveedores, los cuales nos surten de todo tipo de materiales, alimentos e insumos. De acuerdo a las necesidades y tendencias actuales, hemos desarrollado alianzas y proyectos que nos permitan seguir creciendo juntos y lograr una cadena de abastecimiento resiliente y sostenible en el tiempo.

10.2 GANADEROS

Trabajamos de la mano de más de 3.800 ganaderos, los cuales nos proveen la leche con la que elaboramos gran parte de nuestro portafolio. Muchos de ellos son pequeños ganaderos que, gracias a nuestro programa de asociatividad, se han unido a diferentes asociaciones a las cuales les compramos leche. Realizamos, como mínimo, 3 visitas al año a cada uno de ellos, en las cuales revisamos indicadores como la cantidad de litros de leche por vaca y por hectárea, al igual que el costo de la mano de obra, del suplemento y de las praderas. Esto nos permite hacer el acompañamiento para lograr que los ganaderos sean más productivos y competitivos.

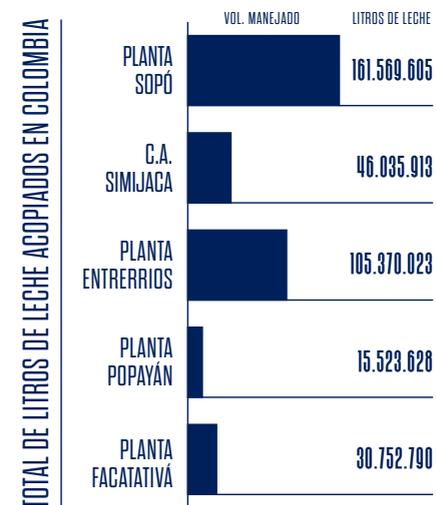
HISTORIAS ALPINA

"Alpina alimenta mi vida porque gracias a su constante apoyo nos ha permitido crecer nuestro negocio que lo hacemos con tanto esfuerzo y dedicación. Alpina nos abrió las puertas para nosotros vender nuestras fresas despitonadas, que es lo más importante que una empresa nos puede colaborar, con la oportunidad de trabajo. Ellos creen en nosotras para que cada vez nos volvamos mejores."

Inés Tacue,
Coordinadora del
Centro de Acopio de
Fresas Paispamba,
Cauca



DURANTE
EL 2018
ACOPIAMOS
UN TOTAL DE
386.932.971
LITROS DE
LECHE.



A partir de las visitas de profesionales, la investigación y la recolección de información, desarrollamos capacitaciones y talleres que se dictan a las asociaciones, ganaderos, mayordomos y conductores de camiones de leche. Durante el 2018 realizamos capacitaciones sobre temas como facturación electrónica, en donde los ganaderos tuvieron la oportunidad de conocer el sistema para poder migrar de la facturación física a la facturación digital.

Por otro lado, durante todo el año trabajamos de la mano de diferentes entidades del sector, con el objetivo de facilitar el acceso de los ganaderos a insumos y servicios agropecuarios a precios competitivos, los cuales son descontados a través del pago de la leche.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

**CAPACITACIÓN A ASOCIACIONES
EN 9 TEMAS CON 3.472 ASISTENTES**

1. Facturación electrónica - 84
2. Buen Gobierno - 805
3. Gestión del transporte - 6
4. Calidad de leche - 129
5. Indicadores de Productividad - 661
6. Buenas prácticas ganaderas - 384
7. Control de residuos en leche - 202
8. Uso eficiente de la pradera - 1158
9. Comité de Alianzas productivas - 43

**CAPACITACIÓN A GANADEROS
EN 6 TEMAS CON 1.125 ASISTENTES**

1. Facturación electrónica -380
2. Buen Gobierno. Contexto Alpina - 22
3. Taller de co creación - 74
4. DIA DE CAMPO - Productividad del hato - 268
5. Gestión del transporte - 49
6. DIA DE CAMPO - Aforo de praderas y materia seca - 332

**CAPACITACIÓN A MAYORDOMOS
EN 7 TEMAS CON 1.805 ASISTENTES**

1. Indicadores de productividad - 147
2. Calidad de leche - 281
3. Programa Hatos libres - 22
4. Programa control de residuos en leche -95
5. Día de campo - Manejo eficiente en la crianza de terneras - 476
6. Día de campo - Manejo eficiente de la pradera y materia seca - 783

**CAPACITACIÓN A CONDUCTORES DE
CAMIONES DE LECHE EN 4 TEMAS CON
354 ASISTENTES**

1. Toma y transporte de muestras - 300
2. Control de volúmenes y faltantes de ruta - 18
3. Control fiebre aftosa - 18
4. Control inhibidores - 18

Realizamos dos publicaciones de cartillas en el 2018:

- Alpitécnica 130: La nutrición de praderas
- Alpitécnica 131: Alternativas de Ryegrases en Colombia.

GRACIAS A TODOS ESTOS ESFUERZOS, HEMOS CONTRIBUIDO A QUE NUESTROS PROVEEDORES DE LECHE AUMENTEN SU PRODUCTIVIDAD, PASANDO DE UN PROMEDIO DE 17,1 LITROS DE LECHE ORDEÑADA POR VACA AL DÍA DURANTE EL 2017 A 17,8 EN EL 2018.

Por otro lado, los indicadores de cantidad de vacas en ordeño por hectárea y litros por hectárea nos permiten la eficiencia del uso del suelo, por lo cual, a medida que éstos aumentan, se produce más leche en la misma cantidad de tierra. Durante el 2018 logramos tener un promedio de 1,89 vacas en ordeño por hectárea y alcanzamos un promedio de 12.272 litros de leche por hectárea, acercándonos al promedio nacional de Nueva Zelanda, el mayor competidor en producción de leche del mundo.

HISTORIAS ALPINA

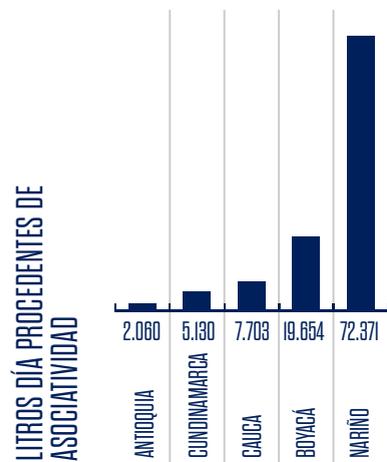
"Alpina ha alimentado mi vida con pasión, respeto y apoyo a través de nuestro trabajo. Gracias a la compañía he logrado alimentar mi vida y la de mi familia. Hoy, después de 42 años me siento muy agradecido con Alpina por las oportunidades de crecimiento que me ha brindado"

Carlos Chunza,
Operario de empaque al vacío, Quesería

INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD 2018


10.3 FOMENTANDO LA ASOCIATIVIDAD

Continuamos fomentando la Asociatividad, por medio de la cual pequeños y medianos ganaderos han logrado acceder a mercados justos, obteniendo mejores precios por la leche y logrando ser más productivos y competitivos en el mercado. Durante el 2018 contamos con el acopio de 106.918 lt/día de leche, provenientes de 72 de estas asociaciones ubicadas en diferentes geografías.



No. de asociaciones por geografía:

DEPARTAMENTO	# ASOCIACIONES
ANTIOQUIA	1
CUNDINAMARCA	4
CAUCA	11
BOYACA	9
NARIÑO	47
TOTAL	72

Somos conscientes del arduo trabajo de nuestros ganaderos y sus asociaciones, por eso, seguiremos apoyando esta labor mediante capacitaciones y visitas. Continuaremos enseñando nuevas y mejores prácticas que nos permitan seguir contando con la leche de más alta calidad y a su vez, disminuir los costos de producción, con lo cual impulsaremos la productividad y competitividad de los ganaderos de Alpina.

10.4 LIBRES DE ENFERMEDADES

Enfrentamos la fiebre aftosa mediante programas de capacitación a los ganaderos y de lavado de los carrotanques y plantas. Esto contribuyó a que ninguno de nuestros proveedores de leche se viera afectado por la enfermedad.

Así mismo, trabajamos mediante convenios con los diferentes comités para que nuestros ganaderos puedan certificar sus predios como libres de brucelosis y tuberculosis por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA).

10.5 FRUTA

En Alpina nos dedicamos a alimentar la vida de todos los colombianos, es por esto que trabajamos de la mano de campesinos de la costa, el centro y el sur del país, quienes nos proveen de maracuyá y mango. Asimismo, unimos esfuerzos con pequeñas familias de agricultores, madres cabezas de familia y mujeres indígenas que nos venden sus cosechas de frutas como la mora y la fresa.

A lo largo del tiempo, los pequeños agricultores con los que trabajamos se han convertido en asociaciones y cooperativas, a través de las cuales se han podido formalizar y han encontrado en nosotros un aliado para fortalecer y tecnificar sus procesos. Hoy en día trabajamos con más de 500 campesinos mediante estas organizaciones.

Para Alpina es muy gratificante saber que no solo estamos consiguiendo los mejores insumos para nuestros productos, sino que además contribuimos al buen desarrollo de las regiones de Antioquia, Cauca, Cundinamarca, Caldas y Risaralda en donde algunas familias de agricultores cuentan con nuestra compra como su única forma de ingreso. Como parte de esta contribución, brindamos capacitaciones en distintos temas como transporte, cuidado de la fruta, manufactura y buenas prácticas agrícolas para que así puedan cultivar de una manera más responsable y sostenible.

Además, apoyamos a más de 260 mujeres cabezas de familia en la manufactura y buenas prácticas de despitonar las moras y fresas que compramos, impulsando así a sus familias y generando un ciclo de progreso para la comunidad. Es gracias a este apoyo que seguimos contribuyendo a la productividad y competitividad de estas regiones. Adicionalmente, estamos comprometidos con fortalecer nuestra relación con los agricultores de manera que esto los motive a seguir innovando en sus prácticas, para que como compañía podamos ofrecer a nuestros consumidores productos con un valor agregado.

Adicionalmente, hemos formado alianzas con el Ministerio de Agricultura, el SENA, las Corporaciones Autónomas Regionales y las alcaldías de distintas regiones para mejorar la productividad y financiamiento de los agricultores. Como parte de esto, contamos con dos proyectos con el Ministerio de Agricultura, ubicados en Caldas y en Risaralda, que buscan que los cultivos sean más eficientes y tengan mejores prácticas agrícolas.

APOYAMOS A MÁS DE
260 MUJERES
CABEZA
DE FAMILIA

11 UNA OPERACIÓN EFICIENTE

Estamos constantemente en la búsqueda de nuevas y mejores prácticas en la operación que nos permitan llevar nuestros productos a todas las geografías donde tenemos presencia. Es por este que hemos desarrollado e implementado nuevas tecnologías y metodologías de logística enfocadas al transporte, las cuales nos han llevado a lo que nosotros llamamos la **Etapa 360°**, estas nos han permitido ser más eficientes y con esto incrementar la productividad de nuestras operaciones.

RED ALPINA

Optimizamos la red existente mejorando la planeación de las rutas, cargas y tiempos de distribución. Implementamos mejoras en el sistema de ruteo lo cual nos permite trazar mejor las rutas de distribución analizando el trazado de vías, los kilómetros a recorrer y el estado del tráfico.

TORRE DE CONTROL

Iniciamos este proyecto en el 2016 comenzando con el fortalecimiento de equipos, el control de los itinerarios de distribución y la inclusión de terceros. Finalmente instalamos la torre de control la cual tiene como objetivo dirigir y monitorear la operación de transporte mediante el rastreo satelital. Esto nos ha llevado a aumentar la productividad de la flota, garantizar la seguridad de los conductores y los demás agentes de la vía, mejorar los hábitos de conducción y contar con la trazabilidad de la materia prima que transportamos.

ÚLTIMA MILLA

Trabajamos de la mano con nuestros clientes para brindar un servicio a la medida y flexible, logramos la distribución inteligente mediante el ruteo

dinámico, aumentamos la eficiencia y servicio a través de carruseles colaborativos y mejoramos los tiempos de entrega y movilidad mediante la operación en horarios no convencionales.

Grandes logros:

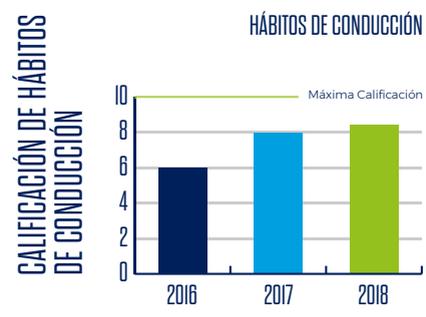
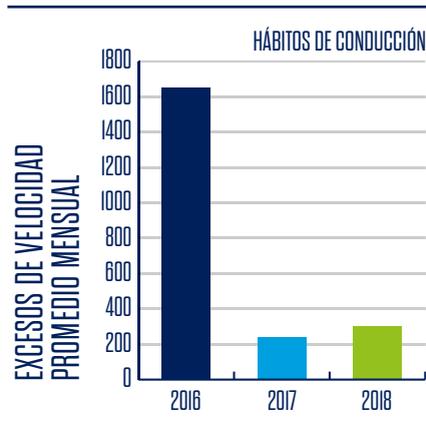
- Mantener conectados a todos nuestros colaboradores dentro de la cadena de valor, con el fin de tomar decisiones integradas, enfocadas en maximizar la competitividad.
- A través de variables internas y externas, encontrar mayor eficiencia operativa y con esto disminuir tiempo en los procesos.
- Mayor cumplimiento de las normas viales. De igual manera, velar por la seguridad de nuestros conductores y su entorno.

Durante el 2018 fue posible mejorar nuestra operación de transporte gracias a todos los proyectos implementados. Algunos de los resultados se ven reflejados en los últimos dos años, en donde logramos disminuir en un 78% los excesos de velocidad y así mismo mejorar nuestra calificación de hábitos de conducción.

HISTORIAS ALPINA

"Alpina ha alimentado mi vida a través de estos años, mejorando el bienestar de mi familia y el mío. Ha sido una compañía que ha pensado y comprendido que más allá de la etiqueta de trabajador o empleado, somos personas que tenemos necesidades, virtudes, cualidades y defectos. Que viva Alpina y que continúen las acciones solidarias y humildes!"

Flavio Suarez,
conductor de transporte primario

**11.1 CALIDAD**

Como parte de nuestra política de calidad garantizamos la oferta de valor a nuestros clientes y consumidores, satisfaciendo sus necesidades mediante la elaboración de productos inocuos y de calidad, apalancándonos en la producción segura de nuestros proveedores y maquilas, excelencia operacional de nuestras plantas y logística controlada hasta nuestro clientes.

Contamos con un análisis, procesos acreditados y certificados que nos permiten revisar la materia prima y el producto en diferentes partes de la cadena de valor:

- Dos laboratorios acreditados por la ONAC bajo la Norma ISO/IEC 17025:2005, los cuales se encuen-

tran ubicados en las plantas Sopó y Entreríos.

- Certificación con estándares de inocuidad para todas nuestras plantas.
- Certificación ISO 22000:2005 para la planta ubicada en Entreríos, Antioquia.
- Certificación en la norma BASC, versión 4-2012 bajo el estándar Importador/Exportador para las plantas de Caloto, Chinchiná, Facatativá y Sopó. Reconocimiento OEA exportador.

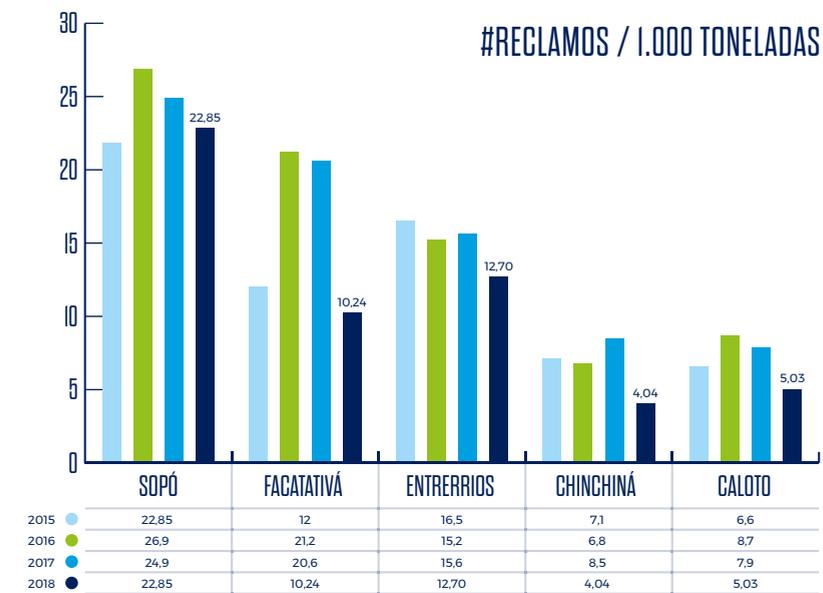
APALANCADOS EN ESTAS HERRAMIENTAS CUIDAMOS NUESTROS PRODUCTOS DESDE EL CAMPO HASTA LOS CONSUMIDORES.

Durante el 2018 obtuvimos resultados por encima de los estándares nacionales de calidad, gracias al trabajo en los acopios de leche:

ALPINA	PRUEBA	TOTAL
2018	PROTEINA.	3,09
	GRASA.	3,59
	ST	12,12
	UFC.	12.860
	CCS.	250.000

En el 2018 evolucionamos en la relación con los proveedores y maquiladores, pasando de evaluar la calidad en las entregas, a participar directamente en sus procesos y controles. De esta manera logramos minimizar el número de defectos que pueden afectar nuestras operaciones.

Medimos la satisfacción de nuestros clientes y consumidores a través del indicador de quejas de calidad por cada mil toneladas producidas. Para el 2018 logramos una disminución del 43,54% en los reclamos con respecto al 2017, esto gracias al esfuerzo de todos los alpinistas para cumplir la promesa de valor con nuestros consumidores.

**11.2 NIVEL DE SERVICIO**

Pensamos en nuestros clientes y consumidores como aliados de nuestro negocio, es por esto que buscamos brindar un excelente nivel de servicio, basado en la satisfacción integral de los mismos. Obtenemos este valor a partir de la cantidad de unidades pedidas versus la cantidad de unidades entregadas. Logramos mantener el nivel de servicio por encima del 90% por quinto año consecutivo. Aun así, queremos seguir mejorando para alcanzar un nivel de servicio del 100%, para esto hemos desarrollado planes de mejora continua que nos permitan cumplir en su totalidad con todas las entregas a nuestros aliados.

OBTUVIMOS RESULTADOS POR ENCIMA DE LOS ESTÁNDARES NACIONALES DE CALIDAD, GRACIAS AL TRABAJO EN LOS ACOPIOS DE LECHE

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



**PRIORIZAMOS
EL BIENESTAR
DE NUESTROS
ALPINISTAS**



CREAMOS
PRODUCTOS CON UN
PERFIL NUTRICIONAL
QUE CONTRIBUYE
A LA SALUD
DE NUESTROS
CONSUMIDORES



HISTORIAS ALPINA

"El Bon Yurt Black me encanta porque es saludable, y me gusta y me alimenta. Y además tiene galletas que me encantan. La leche Alpina me gusta porque es la más rica de todas"

Martín Cárdenas,
consumidor habitual
12 años



12 BIENESTAR Y NUTRICIÓN

Durante los últimos 10 años hemos entendido que tenemos la responsabilidad de ser parte de la creación de productos con un perfil nutricional mucho más cercano a las necesidades de nuestros consumidores, que respondan a sus expectativas y a la dinámica de una sociedad cambiante.

Además, los últimos años hemos alcanzado grandes hitos como el lanzamiento del segmento de fórmulas infantiles como una nueva categoría de productos Alpina y la creación de la estrategia de "Con-ciencia Láctea" como una plataforma de compañía para la promoción del consumo de lácteos.

Durante el último año trabajamos de manera coherente y permanente con uno de nuestros grupos de interés más importante: el gremio médico, siendo un aliado fundamental para la construcción de una relación con nuestros consumidores, basada en la credibilidad y confianza en nuestros productos por su calidad y sus aportes nutricionales. Además, de la mano de entidades como la Sociedad Colombiana de Pediatría, hemos comunicado y contribuido a la educación continua de los pediatras en Colombia.

En este momento nos encontramos en la consolidación de la estrategia de "Con-ciencia Láctea", que busca promover el consumo de lácteos en grupos importantes para el país como son el gremio médico, la academia, las sociedades científicas, entidades gubernamentales y no gubernamentales, entre otros. Está claro y comprobado científicamente, que el consumo de lácteos tiene una relación positiva

con el crecimiento y desarrollo de las personas en diferentes momentos de la vida, además de proveer casi de manera exclusiva proteínas y nutrientes como el calcio, vitaminas A y D, minerales, fósforo y complejo B, que son esenciales para lograr una alimentación completa y balanceada. Adicionalmente, importantes componentes lácteos pueden llegar a ofrecer no sólo beneficios nutricionales sino funcionales, relacionados con salud y bienestar.

Continuamos consolidando nuestra estrategia de relacionamiento con el gremio médico para fortalecer la categoría Alpina Baby, entiendo los beneficios que esta brinda a nuestros consumidores:

- Productos con una excelente tolerancia por parte de los niños.
- Beneficios nutricionales claves basados en nutrientes importantes como los prebióticos.
- Excelente nutrición al mejor precio.

12.1 RETOS

HISTORIAS ALPINA

"Por tradición, Alpina ha alimentado mi vida y la de mi familia, ya que los productos que ofrece son de altísima calidad, ¡definitivamente EXQUISITOS! Se preocupan por su constante innovación y por eso son líderes en el mercado...¡incluso causan adicción. Ejemplo, Quesito Alpina, ¡INIGUALABLE!"

Clara Santamaría, consumidora habitual, mamá

Afrontamos retos como el fortalecimiento del negocio lácteo a través de investigación científica e innovación, lo cual traerá consigo cambios regulatorios, los cuales consideramos como excelentes oportunidades de actualización de la normatividad incluyendo la innovación en ingredientes lácteos y la protección (de la competitividad) de los productos actuales frente a prácticas comerciales que no propenden por la equidad comercial.

Adicionalmente seguiremos trabajando en mantener los índices de favorabilidad de los lácteos mediante la divulgación y educación al consumidor sobre los beneficios de los mismos, al igual que en hacerle frente a las fake news

12.2 HACIA DÓNDE VAMOS

Las tendencias en alimentación han cambiado significativamente a lo largo del tiempo, hace diez años se tenía un mayor interés por la adición de nutrientes y la innovación en suplementación. Hoy, éstos son componentes característicos de nuestro portafolio de productos. La investigación y el aprovechamiento de todos los componentes en la leche han sido fundamentales para la sostenibilidad de la compañía, y han permitido el surgimiento de nuevos productos. En Alpina entendemos que la naturalidad de los alimentos es fundamental, y por lo tanto, contamos con prácticas y procesos que nos permiten conservar las propiedades naturales de nuestros productos y ofrecer un portafolio con la mejor calidad para nuestros consumidores.

Seguiremos en la búsqueda constante de contar con los mejores perfiles nutricionales en nuestros productos, buscando ofrecer diversas opciones de alimentación y nutrición para los consumidores de acuerdo con sus necesidades, expectativas y momentos de consumo, teniendo como objetivo un equilibrio entre la nutrición y el sabor.



DURANTE EL
2018

REALIZAMOS LA
DONACIÓN DE
MÁS DE
1.400.000

UNIDADES DE
PRODUCTO EN
BUEN ESTADO A
LA ASOCIACIÓN
DE BANCOS DE
ALIMENTOS DE
COLOMBIA

APROVECHAMOS EL
99%
DE NUESTRAS
DEVOLUCIONES
Y BAJAS

12.3 BUEN PROVECHO

Somos conscientes que en Colombia se pierde y desperdicia el 34% de alimentos destinados al consumo humano, específicamente en todo el sector lácteo se pierde y desperdicia el 23% del total puesto en el mercado. Por esto, continuamos trabajando por evitar que productos que pueden alimentar a la población sean destruidos, razón por la cual desde el año 2015 creamos el proyecto Buen Provecho, el cual tiene como objetivo reducir las pérdidas y desperdicios de alimentos y contribuir con el Objetivo de Desarrollo Sostenible Hambre Cero.

Para lograr este objetivo hemos trabajado en diferentes frentes, empezando por la donación de alimentos, en donde todos los productos terminados que tengan una fecha de vencimiento no mayor a 7 días y se encuentren en buen estado son donados a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia - ABACO.

- Durante el 2018 realizamos la donación de más de 1.400.000 unidades de producto en buen estado a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia.

Adicionalmente, durante este año comenzamos con el proyecto de aprovechamiento de las devoluciones y bajas, mediante el proceso de separación de los empaques y el producto, en donde los empaques son transformados por un gestor autorizado en material aprovechable y el producto es procesado para luego convertirse en alimento para animales.

- Aprovechamos el 99% de nuestras devoluciones y bajas.

Continuando con la búsqueda por cumplir el objetivo de Buen Provecho, durante el 2018 realizamos la revisión y gestión del proceso y las políticas que se manejan al interior de la compañía, teniendo en cuenta el trabajo de áreas como Logística, Transporte y Comercial se establecieron metas y seguimientos que permiten la disminuir los rechazos, devoluciones y bajas.

Durante el 2019 estaremos enfocados en llevar a cabo la revisión del diseño de empaques, el proceso de fabricación del producto y el manejo en los centros de distribución y transporte. Realizaremos capacitaciones guiadas al buen manejo del producto y tenemos como reto implementar esta revisión como un proceso constante y anticipado a la toma de decisiones.

La operación de Alpina a largo plazo se verá acompañada por este proyecto, buscando la disminución de las pérdidas y desperdicios y contribuyendo al objetivo de desarrollo sostenible de Hambre Cero.

DNP. (Marzo de 2016). Departamento Nacional de Planeación Colombia. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Colombianos-botan-9,76-millones-de-toneladas-de-comida-al-aC3%B1o.aspx>

DONACIÓN
DE ALIMENTOS

APROVECHAMIENTO
DE PÉRDIDAS Y
DESPERDICIOS

MEJORA EN
POLÍTICAS Y
LINEAMIENTOS

MEJORES
PRÁCTICAS EN LA
OPERACIÓN



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE

HISTORIAS ALPINA

"Alpina alimenta mi vida porque me hace querer ser más grande día a día, me hace querer luchar, me ha llenado de propósitos y me ha puesto personas que me han hecho motivarme a cumplir mis metas. Me levanto todos los días con la motivación de crecer dentro de esta compañía."

Diego Leiton,
Punto de Venta Alpina
Sopó

HISTORIAS ALPINA

Mi producto favorito es el yogurt de fresa Alpina porque es delicioso y me gusta mucho comerlo. Me da alegría porque es delicioso, y además me gusta la leche y el queso Alpina porque son deliciosos y nutritivos.

Silvana,
consumidora habitual,
8 años

13

RELACIÓN CON ALIADOS Y CONSUMIDORES

En Alpina trabajamos cada día para acercarnos más y más a nuestros consumidores, buscando ofrecerles espacios donde puedan disfrutar de nuestros productos en cualquier momento del día. Debido a lo anterior, hemos desarrollado mediante nuestros Alpina Markets espacios donde puedan vivir experiencias distintas, ofreciéndoles diferentes preparaciones que resaltan nuestros productos y están al día con las últimas tendencias.

Queremos acercar cada día más a nuestros aliados y consumidores por lo cual durante el 2018 desarrollamos el sello "De Sopó Para Ti", mediante el cual queremos impulsar y visibilizar el trabajo de los artesanos sopesos con los que hemos trabajado durante más de 30 años. Hemos afianzado nuestra relación con ellos, trabajando de la mano para desarrollar mejores empaques que incrementen la vida útil de sus productos, ajustando las recetas para aumentar su competitividad en el mercado y buscando que crezcan junto a nuestra compañía. Es gracias a ellos que ofrecemos productos como brownies, mini corazones, galletas, mini merengues, milhojas y repollas.



Por otro lado, desarrollamos durante este año lo que nosotros llamamos Alpina Digital, un hub que integra tecnología de vanguardia, contenidos y experiencias acorde a los intereses y momentos de vida de nuestros consumidores. Alpina Digital nos ha permitido oír y conocer a profundidad a nuestros consumidores, logrando así un punto de contacto que nos permite construir nuestra propia base de datos y de esta manera potenciar el relacionamiento directo con ellos, para así aumentar el valor de la marca y las razones de preferencia.

13.1 ALIADOS

Queremos acercarnos no solamente a nuestros consumidores, sino también a nuestros clientes aliados pues es gracias a ellos que podemos llevar nuestros productos a todas las geografías del país. Es por esto que contamos con 7 canales de distribución que abarcan desde tiendas y pequeños supermercados, hasta grandes superficies y distribuidores, buscando así llegar a todos los rincones de Colombia. Durante el 2018 quisimos reconocer y acercarnos a nuestros tenderos, por lo que realizamos diferentes iniciativas como el Plan Tendero con el fin de fortalecer nuestra relación. Adicionalmente, nos enfocamos en el desarrollo de nuestro canal de e-commerce, con el fin de brindarles a nuestros consumidores nuevas alternativas de compra e interacción.

GRACIAS A
NUESTROS CLIENTES
Y ALIADOS PODEMOS
LLEVAR NUESTROS
PRODUCTOS
A TODAS LAS
GEOGRAFÍAS
DEL PAÍS

**CADA UNO DE
NUESTROS
COLABORADORES
ES UN LIDER**





**BUSCAMOS,
METODOLOGÍAS
QUE NOS PERMITAN
REDUCIR EL
IMPACTO EN
EL ENTORNO**

14

MEDIO AMBIENTE

Somos conscientes que nuestras materias primas provienen de la agricultura y que nuestra operación utiliza recursos naturales, por lo que cada año reforzamos nuestros compromisos con el medio ambiente, buscando metodologías e integrando tecnologías que permitan reducir nuestro impacto en el entorno. Trabajamos bajo el concepto de Ecoeficiencia bajo el cual buscamos hacer un uso racional y eficiente de los recursos naturales pensando en las generaciones futuras para así lograr una operación sostenible.

PARA LOGRAR LO ANTERIOR, HEMOS DESARROLLADO LO QUE NOSOTROS LLAMAMOS LA GESTIÓN ESTRATÉGICA AMBIENTAL (GEA), ESTA NOS HA PERMITIDO TRAZAR OBJETIVOS A LARGO PLAZO E IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE MEJORA EN TRES GRANDES EJES: ENERGÍA Y CAMBIO CLIMÁTICO, AGUA Y RESIDUOS.

14.1 ENERGÍA Y CAMBIO CLIMÁTICO

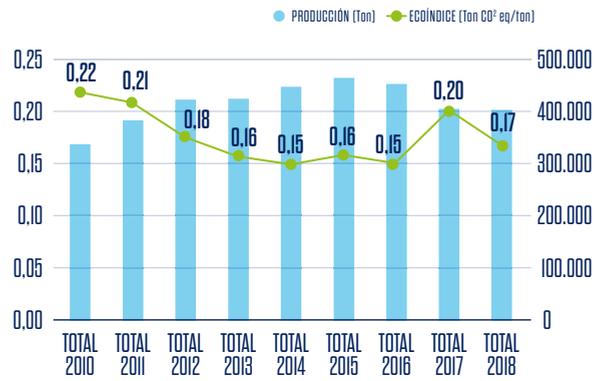
Para nuestra operación, el cambio climático es uno de los principales aspectos a tener en cuenta, dado que los cambios de temperatura y precipitación afectan directamente la producción de leche y los cultivos de fruta. Es por esta razón que cada año desarrollamos proyectos que nos permitan generar planes de acción y adaptación a los diferentes cambios que se presentan en el entorno.

Adicionalmente mediante la implementación de nuevas tecnologías, el uso de combustibles más limpios, buenas prácticas de conducción de nuestra flota, y programas de mantenimiento preventivo hemos logrado reducir el Ecoíndice de huella de carbono en un 26% durante los últimos 10 años de nuestras operaciones industriales.

HISTORIAS ALPINA

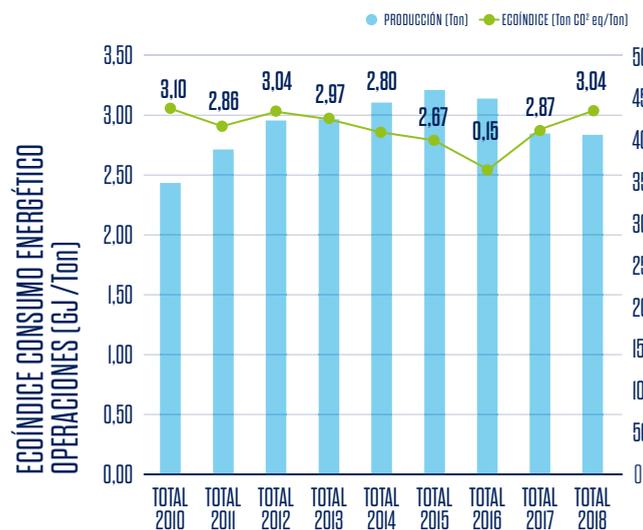
"Alpina ha alimentado mi vida desde que como alcaldesa encargada fui la persona que puso la primera piedra de Alpina en Entreríos. Trabaje en Alpina y hoy en día soy su proveedora. Tengo una finca en el municipio de Entreríos a 10 minutos de la planta y desde que la planta entró en operación hago el compostaje de los lodos, recibo las devoluciones y les vendo leche como ganadera. Le tengo un cariño absoluto a Alpina, la tengo en el corazón desde que nació. Eso sí, me hace cumplir unas políticas muy fuertes en los temas ambientales. Es una empresa de una responsabilidad social y ambiental muy grande y ha generado en Entreríos un desarrollo impresionante!"

María Eugenia Lopera, Gestora Ambiental y Ganadera



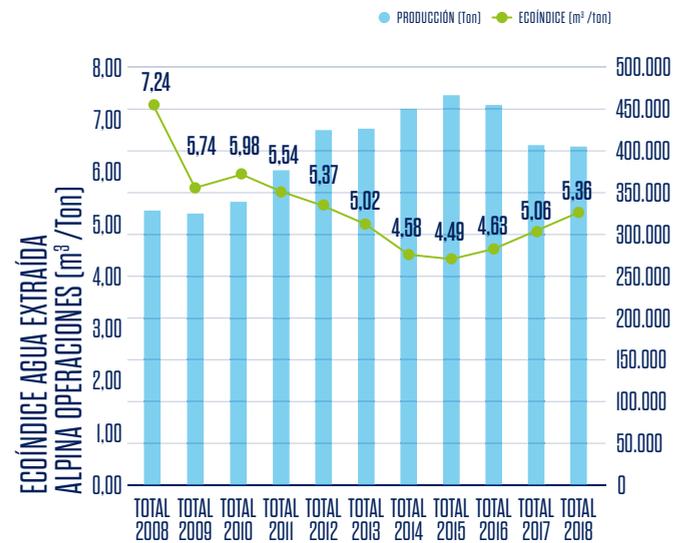
Con el objetivo de continuar reduciendo nuestras emisiones, nos encontramos en la implementación de energías renovables que nos permitan operar de una manera eficiente y con un impacto mínimo sobre el medio ambiente.

Desde 2010 hemos logrado reducir en un 1.9% nuestro Ecoíndice de consumo de energía por tonelada producida. Esto se ha logrado a través de prácticas de producción más limpia, como la implementación de protocolos para el encendido y apagado de equipos y líneas de producción, programas de producción escalonados, corrección de fugas de aire y vapor y la creación de planes y programas de Uso Racional y Eficiente de Energía. Seguimos en la búsqueda de nuevas tecnologías que nos permitan hacer un uso más eficiente de nuestros recursos energéticos.



14.2 AGUA

En Alpina entendemos la importancia que tiene el agua como recurso para todos los seres humanos, es por esto que trabajamos para disminuir nuestros consumos y devolver las aguas al ecosistema en las mejores condiciones posibles. Contamos con planes de ahorro y uso eficiente del agua para cada una de nuestras sedes y plantas, y aplicamos prácticas de producción más limpia en cada una de estas, durante los últimos 10 años hemos logrado una reducción del 26% del Ecoíndice.



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

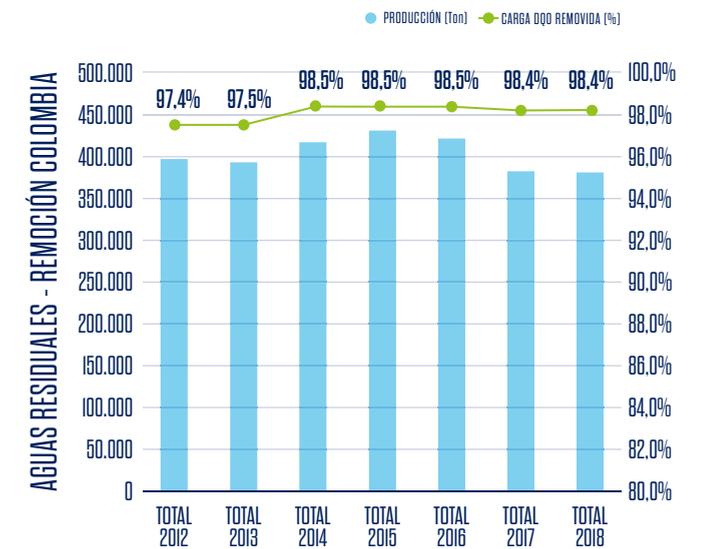
Adicionalmente trabajamos por disminuir el consumo de agua con programas de comunicación internos guiados a la concientización sobre el uso de este recurso, por medio de estos buscamos crear una cultura de consumo responsable y cuidado de nuestros recursos.

Contamos con Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) en todas nuestras sedes de operación, lo que nos ha permitido tener remociones de contaminantes del 98% durante los últimos seis años, un porcentaje superior al exigido por la normatividad ambiental nacional.

Dado que uno de los pilares de nuestra Gestión Estratégica Ambiental es el principio de prevención en la contaminación, monitoreamos constantemente la Demanda Química de Oxígeno

(DQO) de nuestras aguas residuales (indicador que globalmente mide la contaminación del agua), y hemos logrado una reducción del 8,8% en la carga contaminante que ingresa a nuestros sistemas de tratamiento de aguas residuales desde el 2012.

Adicionalmente, evaluamos a diario la cantidad de materia orgánica que removemos de nuestras aguas residuales, garantizando la eliminación de la mayor cantidad de contaminantes antes de verter las aguas.



14.3 RESIDUOS

Estamos comprometidos con la búsqueda de tecnologías que nos permitan cerrar ciclos y así disminuir la cantidad de residuos enviados a rellenos sanitarios. Desde el año 2015 logramos cerrar el ciclo de los residuos de papel, cartón y fibra de celulosa, por lo que actualmente todos nuestros residuos post-industriales de fibras de celulosa son reincorporados al proceso de producción de nuestras cajas de embalaje. Esto nos permitió evitar la tala de más de 25.300 árboles en 2018. Con estas acciones hemos logrado reducir nuestro Ecoíndice de residuos generados por tonelada en 10.5% desde 2011.

Buscamos el camino hacia la Economía Circular, por lo cual durante el 2018 trabajamos de la mano de nuestros aliados y proveedores para lograr el cierre de ciclo de nuestros materiales, desarrollar las cadenas de valor correspondientes y explorar nuevas tecnologías y oportunidades que nos permitan reincorporar material reciclado a nuestra cadena productiva y con esto obtener productos que agreguen valor a nuestros consumidores.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

- 6** AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO
- 7** ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE
- 12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
- 13** ACCIÓN POR EL CLIMA

15 ALPINISTAS

HISTORIAS ALPINA

"Alpina alimenta mi vida por las oportunidades de crecimiento laboral y personal que me da. He conocido personas que están igual de comprometidas con sus pasiones que yo y me ayudan a ser cada día mejor. Además, he tenido la oportunidad de trabajar con personas de todas las áreas, lo que me ha permitido ser un Alpinista integral"

Santiago Jaramillo,
Análisis de Diseño
Digital, Alpina Colombia

Siempre hemos creído que algo que nos hace diferentes es nuestra gente, los alpinistas, personas dispuestos a generar conversaciones abiertas, a enfrentar nuevos retos cada día que nos permitan ser mejores, a disfrutar de lo que hacemos, a nunca conformarnos y a buscar cómo lograr las cosas.

Nuestro objetivo está en consolidar nuestra cultura contando con el mejor talento, y asegurando la competitividad, por eso, hemos desarrollado una serie de acciones enfocadas en esto.

15.1 DESARROLLAMOS EL TALENTO

Creemos que el talento es lo más importante, es el que hace que las cosas pasen, por esta razón el desarrollo de nuestro talento es fundamental. Confiamos en las capacidades de nuestros Alpinistas, en ayudarlos a obtener resultados por encima de sus propias expectativas, y es por esto que hacemos apuestas disruptivas, pues estamos convencidos que cada persona puede encontrar un espacio en donde puede aportar, sin importar un rol específico.

Hoy, 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.

Por esta razón en el 2018 el 47% del total de nuestras vacantes fueron cubiertas con talento interno y el 77% de las posiciones de liderazgo fueron ocupadas por Alpinistas.

Así mismo para nosotros es muy importante contar con el mejor talento, con alpinistas dispuestos a retarse a ellos mismo y afrontar con pasión los desafíos necesarios para alcanzar resultados extraordinarios. Por esta razón empezamos desde nuestros practicantes, donde contamos con un programa con el que buscamos atraer talento para desarrollarlo dentro de la compañía. Además como parte de esto desarrollamos un modelo donde los practicantes afrontan roles con un alto grado de responsabilidad.

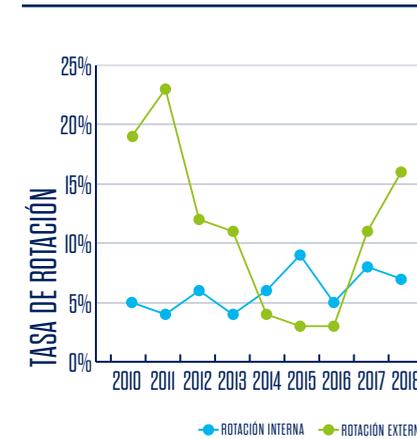
En el último año, el 52% de los practicantes se vincularon a nuestra compañía una vez terminada su práctica laboral.

A continuación podemos ver la rotación anual interna y externa que se dio en Colombia, Ecuador y Venezuela.

HISTORIAS ALPINA

"Alpina alimenta mi vida porque me ha dado la oportunidad de crecer personal y profesionalmente. En estos 42 años y 7 meses no solo me ha apoyado a mí, sino a cada una de las personas de mi familia. Tengo 4 hijos y gracias a Alpina, mis dos hijas pudieron estudiar una carrera y los muchachos hoy hacen parte también de la empresa. Vivo agradecida con la compañía por las grandes oportunidades. Sentir que este negocio es mío durante las 8 horas que dura mi turno es la clave para continuar."

Nelson Acero,
Técnico
Electromecánico en
Servicios Industriales
(Calderas), Planta Sopó.



15.1.1 FORMACIÓN

En Alpina fomentamos la formación, desarrollo y crecimiento de todos nuestros colaboradores a través de retos que les permitan desarrollar diferentes competencias, adicional a esto, contamos con entrenamientos que les aportan a su desarrollo profesional y personal.

	HORAS DE FORMACIÓN
DIRECTIVOS	1.259
OTROS	69.258

Por otro lado, durante el 2018 tuvimos un foco importante en cómo le llegamos al consumidor, y por eso desarrollamos la Escuela Comercial a nivel nacional, un programa de entrenamiento para la fuerza de ventas directas y las distribuidoras, que busca desarrollar un proceso de capacitación para fortalecer las competencias que nos lleve a obtener mejores resultados en la venta y a un mejor posicionamiento de la marca.

Así mismo, lanzamos la Escuela Logística, un programa enfocado en entregadores directos e indirectos que busca enfatizar en ellos la importancia de su rol durante el proceso de la venta.

15.2 COMPETITIVIDAD

Todas nuestras acciones están encaminadas a mejorar nuestra productividad y capacidad de competir, desarrollando estructuras y modelos de trabajo flexibles. Por ejemplo, con la implementación del proyecto Da Vinci TDO y nuestro nuevo ERP, queremos asegurar que nuestros alpinistas adopten nuevas formas de trabajo, en donde el análisis, la eficiencia y la toma de mejores decisiones nos lleven a ser una compañía más dinámica, ágil y productiva.

15.3 NUESTRA CULTURA

Alimentamos la vida de nuestra gente con lo que llamamos una "cultura hecha a la medida de Alpina", enmarcada en nuestros tres principios guía y fundamentada en asegurar que tenemos el talento correcto. Este es nuestro punto de partida; queremos contar con Alpinistas cercanos, humildes, con actitud extraordinaria y orgullosos de nuestra compañía. Son estos mismos Alpinistas quienes actúan como líderes empoderados, logran hacer que las cosas pasen y buscan oportunidades para el desarrollo de su gente, preocupándose a su vez por su bienestar y siempre buscando resultados extraordinarios. Gracias a estos comportamientos, en nuestra compañía encontramos constantemente maneras diferentes de hacer las cosas, trabajar juntos y hacer que la compañía siga creciendo, porque ¡la cultura en Alpina es de todos!

LO QUE NOS
DISTINGUE
COMO COMPAÑÍA
ES NUESTRA GENTE



HISTORIAS ALPINA

"Alpina ha alimentado mi vida y la de mi familia durante estos 15 años, brindándome la oportunidad de un empleo con un enorme desarrollo profesional y personal. Inicié mi camino como pasante y hoy en día, estoy liderando este gran negocio en Venezuela; que me permite a diario luchar con todos los retos del país para seguir alimentando la vida de 124 familias - que son las familias de nuestros colaboradores - ,sin dejar de lado la apuesta al país para alimentar la vida de cada uno de los venezolanos, ofreciendo productos de calidad, elaborados por alpinistas que creen en Venezuela y tienen valores que nos hacen ser cada día una gran familia."

Esmir Duque,
Directora de Operaciones en Venezuela.



15.4 ALPINA SANA Y SEGURA

En Alpina nos preocupamos por buscar y saber hacer el trabajo de forma segura. Creemos que cada Alpinista debe querer cuidarse, cuidar a los demás y aceptar que lo cuiden; nuestro estilo de vida es fomentar una **"ALPINA SANA Y SEGURA"**, que nos lleve a construir una cultura de seguridad con compromiso.

La gestión de todos nuestros alpinistas buscando una Alpina Sana y Segura ha logrado obtener los siguientes resultados respecto al año 2017:

- Aumentamos la sensibilidad frente a los comportamientos seguros
- Generamos en los líderes mayor empoderamiento y preocupación por el cuidado y bienestar de su gente
- Logramos una reducción de la accidentalidad mayor al 14%, tanto en Colombia como en Ecuador y Venezuela

Esto nos permite evolucionar a través de la experiencia generando acciones que llevan a fortalecer la seguridad como un valor asociado a nuestros comportamientos, no sólo dentro de la compañía sino, a través de cada situación que se nos presenta, con un enfoque preventivo y sensible a cada uno de nuestros Alpinistas, porque queremos de Alpina una Alpina Sana y Segura.

HISTORIAS ALPINA

"Alpina ha alimentado mi vida con oportunidades ilimitadas desde que inicié como practicante. La confianza que me ha dado esta compañía día a día ha sido fundamental para desarrollarme como persona. En Alpina he aprendido todo lo que hoy en día sé hacer, gracias a Alpina y a las posibilidades brindadas me siento un profesional más integral, con ganas de asumir distintos retos todos los días y de aportar a los resultados. Me siento orgulloso de ser Alpinistas y pertenecer a una compañía que apuesta por su talento, que brinda oportunidades diariamente y en todas las posiciones para seguir creciendo"

Daniel Enriquez,
Gerente de talento, Ecuador.

15.5 VOLUNTARIADO

En Alpina creemos que el capital más valioso es el humano, y es por eso que queremos desarrollarlo en todos sus aspectos. Somos conscientes de nuestra responsabilidad frente a las comunidades que impactamos y es por esto que mediante el Voluntariado Corporativo y de la mano de nuestros aliados, generamos el espacio para impactar positivamente a la sociedad y contribuir de esta manera a la sostenibilidad. Como compañía estamos comprometidos con la organización y acompañamiento de actividades de impacto social que busquen desarrollar comunidades vulnerables.

Durante el 2018 realizamos algunos ajustes y reestructuraciones a nuestro programa de voluntariado corporativo, enfocándolo en tres ejes principales: educación, medio ambiente y nutrición. De esta forma, esperamos aumentar el impacto de nuestras iniciativas y alcanzar a más personas a través del trabajo de nuestros voluntarios alpinistas.

Actualmente contamos con los siguientes dos programas de voluntariado enmarcados en los tres ejes principales:

15.6 ADOPTA UN COLEGIO

En el 2018 de la mano de la organización Por el Desarrollo del Norte de la Sabana (PRODENSA) trabajamos por la educación del municipio de Sopó, participando en charlas educativas

en colegios del sector. Mediante esta iniciativa buscamos ofrecerles a los estudiantes habilidades útiles en su vida profesional, como conocimientos en innovación, medio ambiente y sostenibilidad. Seguimos trabajando para contribuir al desarrollo de los jóvenes de nuestra comunidad.

15.7 PLAN TENDERO

Desarrollamos el Plan Tendero desde la perspectiva del voluntariado, en donde buscamos que los alpinistas voluntarios tuvieran un acercamiento con los tenderos para así impulsar su crecimiento económico. Ejecutamos dos iniciativas en Medellín y Galapa, teniendo fuertes resultados de crecimiento y un acercamiento con nuestros tenderos.

15.8 CUANTOS SOMOS

SOMOS 4.806 ALPINISTAS. COLOMBIA, AL SER EL PAÍS DONDE FUE FUNDADA LA COMPAÑÍA Y DONDE SE CONCENTRAN LA MAYOR CANTIDAD DE LAS OPERACIONES, CONTINÚA SIENDO EL PAÍS CON MAYOR NÚMERO DE COLABORADORES, SEGUIDO POR ECUADOR Y VENEZUELA.

PAÍS	TIPO DE CONTRATO	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Colombia	Directos	3.938	4.233	4.347	4.169	3.938	4.204	4.036	4.024
Venezuela	Directos	168	173	191	176	171	166	152	137
Ecuador	Directos	662	678	710	714	720	654	638	645
Total		4.768	5.084	5.248	5.059	4.829	5.024	4.826	4.806

LA ÉTICA Y TRANSPARENCIA ESTÁN PRESENTES EN CADA UNA DE NUESTRAS DECISIONES Y ACCIONES

16 ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

Continuamos comprometidos con los valores y principios guía de la compañía. Es por esto que trabajamos bajo la ética y transparencia, las cuales están presentes en cada decisión y en el actuar de todos los Alpinistas.

Contamos con cuatro mecanismos de gestión y control:

- **Gestión de riesgos:** mediante esta gestión se mapean todos los riesgos actuales y potenciales, tanto internos como externos.
- **Gestión de Cumplimiento:** evaluamos los riesgos de vincularnos con terceros y contamos con un monitoreo y control a los proveedores para asegurar su cumplimiento normativo.
- **Línea Ética:** creamos esta línea con el fin de garantizar transparencia y claridad en nuestro actuar por lo cual nuestros Alpinistas, clientes, consumidores y demás grupos de interés pueden reportar casos de soborno, fraude o corrupción, entre otros de manera anónima. Buscamos que cada día se tenga mayor confianza en este medio y sea percibido como la solución para cualquier circunstancia que se presente.
- **Comité de Ética:** Los casos reportados por medio de la Línea Ética son evaluados por el comité donde se analizan las situaciones para dar soluciones que refuercen la integridad y responsabilidad de la compañía. Además, se toman acciones para que estos sucesos no se repitan.

OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE

HISTORIAS ALPINA

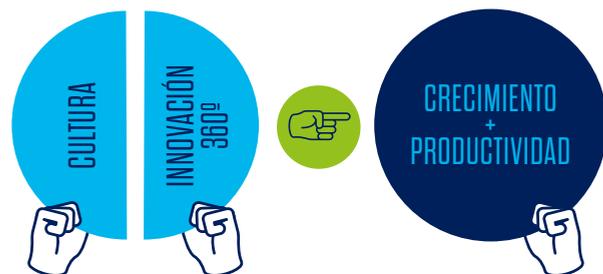
"Alpina alimenta mi vida cuando me sorprende con la mejor combinación en mi bonyourt piazza y puedo comerlo en mis breaks. Pequeños momentos del día para simplemente disfrutar y darle gusto a mi cuerpo."

Camila Marquez,
consumidora
de Bon Yurt

17

GENERANDO
VALOR E INNOVACIÓN

A lo largo de los últimos años hemos entendido que la innovación hace parte de nuestro ADN. Esto nos llevó a comprender que la innovación va más allá de nuestros productos abarcando también nuestros procesos y forma de hacer las cosas. Y es por esto que creamos la Innovación 360°: la capacidad de transformar ideas en realidades sostenibles.



A través de la Innovación 360° buscamos incrementar la productividad y el crecimiento de la compañía. Es por esto, que esta visión nos ha permitido implementar proyectos como la Torre de Control, la Red Alpina y el programa de Última Milla, mediante los cuales logramos mejorar la eficiencia de nuestras operaciones e incrementar nuestra productividad. De igual forma, trabajamos para desarrollar nuevos productos y explorar proyectos disruptivos como lo son nuevos negocios, que hacen parte de las iniciativas que nos permiten apalancar el crecimiento de la compañía.

Creemos que la mejor forma de implementar la Innovación 360° es mediante la cultura de innovación y la gestión de las iniciativas. A lo largo de los últimos años hemos trabajado para desarrollar en nuestros alpinistas la cultura de innovación, mediante la cual queremos potencializar las nuevas ideas que permitan hacer las cosas de manera diferente. De esta forma y junto a un proceso riguroso de gestión, buscamos que las ideas se conviertan en realidades mediante la ejecución de iniciativas que nos ayuden a incrementar nuestra productividad y crecer como compañía.

“CUANDO
TENEMOS
DISPOSICIÓN
Y LOGRAMOS
TRABAJAR EN
LA EJECUCIÓN
LOGRAMOS
TRANSFORMAR
LAS IDEAS EN
REALIDADES.”

Cesar Botero,
Director del área de Innovación,
Desarrollo e Investigación

Estas son algunas de nuestras iniciativas:

RED DE INNOVACIÓN:

Por medio de la capacitación en la metodología Design Thinking, nos enfocamos en desarrollar la cultura de innovación en un grupo multidisciplinario de Alpinistas. A través de este ejercicio, logramos identificar oportunidades de innovación en nuevos mercados y prototipar conceptos para validar las ideas. Hemos designado a este grupo como embajador de la cultura de innovación al interior de la compañía.

TRABAJANDO JUNTOS POR
LA INNOVACIÓN

Fortalecimos la capacidad de la compañía para buscar, estructurar y ejecutar proyectos de innovación con otras compañías y universidades. Gracias a este esfuerzo, ejecutamos 7 proyectos de innovación con La Universidad de los Andes y Bancolombia, con los que exploramos soluciones en temas comerciales, aprovisionamiento, mercadeo digital y retail, entre otros.

17.1 INNOVAMOS
EN PRODUCTOS

17.1.1 QUESITO ALPINA

En el 2018 lanzamos el Quesito Alpina como resultado del trabajo de más de cinco años y de nuestro esfuerzo para ofrecerles nuevos productos a nuestros consumidores. Mediante este lanzamiento mejoramos nuestra competitividad logrando entrar al segmento de quesos frescos con una propuesta de valor superior.

17.1.2 BON YURT PIAZZA

Buscamos ideas que provengan de todas nuestras geografías. Es por esto, que inspirados en una idea Alpinista nacida en Ecuador, desarrollamos un nuevo topping para nuestro icónico Bon Yurt. De la mano de nuestro aliado Colombina afrontamos diferentes retos al sacar al mercado un tamaño único de barquillo Piazza, los cuales superamos gracias a soluciones innovadoras y el trabajo en equipo.



17.2 TRANSFORMACIÓN DIGITAL

HISTORIAS ALPINA

Alpina ha alimentado mi vida desde muchos aspectos, soy consumidora y toda mi familia también lo es, además de estar presente desde sus productos en cada momento del día, también siento toda la motivación y la emoción que genera en mi poder tener el contacto con Alpina y poder trabajar orgullosamente en esta compañía. Siempre que yo iba para la fina decía: -que rico poder trabajar en esa empresa-. Y se hizo realidad. Verdaderamente venir a trabajar a Alpina y poder estar aportando al negocio es algo que también alimenta mi vida.

Bernadette Klotz,
Directora del Instituto Alpina

En Alpina tomamos decisiones y asumimos riesgos buscando resultados superiores, es por esto que desde el 2016 ejecutamos una estrategia de transformación digital que propone mejorar la productividad, competitividad y crecimiento de forma sostenible de la compañía, mediante el hacer, el sentir y el pensar.

Aprovechando las últimas tendencias tecnológicas tales como el aprendizaje automático, la inteligencia artificial y el Internet de las cosas, buscamos llevar a un segundo nivel la optimización de los procesos, los canales de venta, la gestión de suministro, el conocimiento sobre nuestros clientes y el análisis de información.

Siguiendo lo anterior y como resultado de un riguroso proceso de evaluación, tomamos la decisión de implementar **SAP S/4 HANA** utilizando a SAP Services como socio implementador e IBM como socio operacional. Tenemos la seguridad que el Software de Planeación de Recursos Empresariales (ERP) adquirido es el mejor producto disponible en el mercado, y que gracias a este construiremos las bases de cambio que nos permitirán continuar trabajando de manera eficiente y competitiva.

Estamos convencidos que después de la estabilización del proyecto de transformación digital, cada unidad de negocio entrará en una nueva fase de productividad que nos permitirá aprovechar los beneficios de trabajar con las mejores prácticas y tecnologías del mercado.

PROYECTO SINERGIA

Como base fundamental para el diseño de esta estrategia digital, realizamos un diagnóstico interno considerando diferentes frentes como: los datos, la tecnología, el conocimiento y los procesos actuales. A partir de este estudio se consolidó el Proyecto de Sinergia para la Transformación Digital Operacional, producto de la necesidad de optimizar nuestro modelo organizacional, los procesos, controles y tecnología.

Mediante este proyecto definimos un Modelo de Gestión Integral de Procesos, bajo la premisa del trabajo colaborativo. De esta manera articulamos la totalidad de nuestros procesos sopor-tándolos en una estructura adecuada, una tecnología ágil y un Modelo de Gobierno efectivo. Tomando como eje fundamental el Consumidor y/o Cliente, logramos evolucionar nuestro concepto de Cadena de Valor a este modelo conformado por 5 componentes:

- El núcleo del modelo
- Procesos estratégicos
- Procesos de gestión
- Procesos de soporte
- Negocios

**TOMAMOS
COMO EJE
FUNDAMENTAL
AL CONSUMIDOR
Y/O CLIENTE**



HISTORIAS ALPINA

"Alpina ha alimentado mi vida durante más de 34 años, desde que empecé trabajando en la planta en el área quesera y fui desarrollando habilidades que me permitieron estar donde estoy hoy en día, en el área de desarrollo tecnológico de I+D+I. He pasado por mucho en Alpina y todas esas experiencias las llevo en mi corazón, como conocer personalmente al fundador Max Bazinger que además creo que en ese momento nunca se imaginó que esa pequeña planta de 1985 se iba a convertir en semejante compañía que conocemos hoy en día. A Alpina le debo muchísimo, la familia que tengo, una familia bonita que me llenan de orgullo. Además, le debo mi formación profesional porque no ha habido un día en el que no me motiven para cada día ser mejor. Esa es la cuestión con la innovación, y la vivo todos los días, el que no innova no progresa y esa es mi constante labor. En nuestro equipo siempre nos estamos retando pero apoyando, es un equipo espectacular con el cual hemos alcanzado grandes cosas y me siento muy orgulloso de formar parte de él. He sido participe de varios proyectos los cuales me han permitido viajar tanto nacional como internacionalmente, y participar en grandes e innovadores proyectos como el de Quesito Alpina, que cuando lo veo en los mercados se me llenan las venas de alegría porque sé todo el trabajo y dedicación que hay detrás de cada uno de nuestros productos. ¡Estoy infinitamente agradecido con Alpina y me emociona todas las cosas que se nos vienen en el futuro, y aún más al saber que con mi gran equipo seremos parte de cada innovación para ofrecer siempre los mejores productos al mercado!"

Francisco Javier Moreno,
Técnico de Laboratorio I+D+I

17.3 INSTITUTO ALPINA

Llevamos 10 años pensando de forma diferente, razón por la cual creamos el Instituto Alpina para impulsar y fortalecer la investigación y desarrollo tecnológico de nuestra compañía. Hace 10 años creamos nuestro instituto para cumplir con cinco objetivos principales:

- **LLEVAR A ALPINA A UN NIVEL SUPERIOR DE INNOVACIÓN A TRAVÉS DEL CONOCIMIENTO PROPIO.**
- **AUMENTAR EL VALOR DE LA ORGANIZACIÓN A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE CAPITAL INTELECTUAL.**
- **RESPONDER FRENTE A LA DINÁMICA DE LEGISLACIÓN ALIMENTARIA.**
- **GENERAR VALOR A LARGO PLAZO PARA LA SOCIEDAD, DE ACUERDO CON EL PROPÓSITO SUPERIOR.**
- **CONTRIBUIR A LA COMPETITIVIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN A LARGO PLAZO.**

El equipo que ha conformado el instituto a lo largo de los años ha contado con profesionales en las áreas de nutrición y salud, procesamiento de alimentos, bioprocesos, inocuidad y sostenibilidad ambiental. Adicionalmente, los procesos principales que se dan al interior del instituto son los de soporte científico y tecnológico, gestión de la investigación científica y tecnológica, prospección regulatoria y transferencia de conocimiento.

De esta manera los proyectos que desarrollamos, buscan rentabilizar y agregar valor a nuestra compañía, identificando nuevas tecnologías y modelos de negocio. Hemos construido una red de aliados estratégicos a nivel mundial, mediante la cual estamos en contacto

con universidades, centros de investigación y desarrollo tecnológico, entidades gubernamentales, centros de innovación de proveedores y empresas privadas. De esta manera queremos crear sinergias que nos permitan cumplir con nuestro objetivo.

Desde el 2015 el Instituto hace parte del área de I+D+i, trabajando fuertemente para estar a la vanguardia de las tendencias mundiales y los nuevos desarrollos que se generan a nivel nacional e internacional, enfocándonos en el sector de alimentos. Buscamos convertirnos en referentes en investigación del sector lácteo en Colombia, y queremos seguir desarrollando proyectos que nos permitan adaptarnos a las condiciones cambiantes de nuestro entorno.



MEJORAMOS LA CALIDAD DE VIDA DE MUCHAS FAMILIAS





18

NUESTRO COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Estamos comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, creemos que mediante nuestro accionar es posible contribuir al fin de la pobreza, proteger al planeta y garantizar que las personas gocen de paz y prosperidad. A través de nuestros programas y trabajo por ser una compañía sostenible, que contribuya al medio ambiente y a la sociedad aportamos al cumplimiento de las metas de 13 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Durante cada uno de los capítulos de este informe se pueden ver las acciones que contribuyen a cada uno de estos objetivos.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



OBJETIVO 1.
FIN DE LA POBREZA

Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo



OBJETIVO 2.
HAMBRE CERO.

Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible



OBJETIVO 3.
SALUD Y BIENESTAR

Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos y en todas las edades



OBJETIVO 5.
IGUALDAD DE GÉNERO

Lograr la igualdad de los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas



OBJETIVO 6.
AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos



OBJETIVO 7.
ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y segura para todos.



OBJETIVO 8.
TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.



OBJETIVO 9.
INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA.

Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.



OBJETIVO 10.
REDUCCIÓN DE DESIGUALDADES

Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.



OBJETIVO 12.
PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE



OBJETIVO 13.
ACCIÓN POR EL CLIMA

Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Garantizar modalidades de producción y consumo sostenible



OBJETIVO 16.
PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas



OBJETIVO 17.
ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



HISTORIAS ALPINA

"Alpina alimenta mi vida porque me llena de orgullo cada vez que veo el impacto en los proyectos que desarrollamos en las diferentes comunidades rurales alrededor de Colombia. Me siento muy orgullosa de ser parte de Alpina, teniendo en cuenta que desde hace 10 años nos da ese apoyo tan grande para que la fundación pueda mejorar la calidad de vida de las comunidades. Mi recompensa es cuando visito los proyectos y veo el progreso de un trabajo hecho en conjunto con los beneficiarios para lograr que salgan adelante. Esto me motiva todos los días para seguir ayudando a que se realicen proyectos oportunos y que siempre lleguen a un feliz término. Ser parte de la Fundación Alpina me llena de mucha emoción, y estoy muy agradecida de poder estar a este lado de los proyectos."

Paola Rojas,
Coordinadora
Administrativa y
Financiera de la
Fundación Alpina

10

FUNDACIÓN ALPINA

LA FUNDACIÓN ALPINA CUMPLE 10 AÑOS COMPROMETIDA CON MEJORAR LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL DE FAMILIAS CAMPESINAS, INDÍGENAS Y AFRO, PRINCIPALMENTE DE LAS ZONAS RURALES DEL PAÍS.

Hemos entendido que, en la inseguridad alimentaria y nutricional, confluyen una serie de factores asociados a las condiciones institucionales, económicas, ambientales, culturales y sociales.

Por esto, nuestros proyectos combinan una serie de estrategias de doble inclusión social y productiva y de fortalecimiento de capacidades para que sean las mismas comunidades, organizaciones y familias las que identifiquen las problemáticas y las soluciones a la vez que lideran los procesos de cambio que se requieren para mejorar sus condiciones de vida, en particular de mujeres, niñas y niños. Esta es nuestra principal motivación.

El diseño y puesta en marcha de nuestros proyectos se realiza de forma participativa y responde a las condiciones y particularidades de los territorios donde se desarrollan, con un profundo respeto por los saberes, usos y costumbres

ancestrales de las comunidades. Debido a esto, uno de los principios que nos orienta es trabajar siempre en el marco de las Alianzas.

Queremos fortalecernos como un **Laboratorio Social** que a partir de sistematizar aprendizajes, agregue valor a la comprensión y solución de los problemas de nutrición y alimentación de la población, para incidir así en política pública. Para esto, en 2018 construimos la **Teoría de Cambio** y **Cadena de Valor** de la Fundación Alpina, que será en adelante el ADN de nuestros proyectos.

En ese contexto, nos hemos concentrado en desarrollar iniciativas que, a partir de este fortalecimiento de conocimientos y capacidades, generen las condiciones para incrementar los activos productivos, los ingresos, los procesos asociativos, el empoderamiento especialmente de mujeres y jóvenes y el capital social.

HISTORIAS ALPINA

"Alpina alimenta mi vida y la de mi familia hace más de tres años, porque me ha apoyado en el proceso de mejoramiento de la calidad y producción de la leche de mis vacas, algo que nunca pensé que iba a pasar por la zona tan apartada de la que vengo. Gracias a la Fundación Alpina he podido mejorar mis prácticas de negocio, con las capacitaciones que he recibido. Ahora vendo casi el doble de leche y todavía no lo puedo creer. Esto me tiene muy contento porque sé que es de una excelente calidad, que además a cualquier niño le va a gustar. Me siento muy orgullosa de lo que produzco porque así como Alpina alimenta mi vida, yo alimento la de los compradores. Gracias a este proyecto he tenido la oportunidad de crecer profesionalmente y ofrecerle una mejor calidad de vida a mi familia, he pasado de ser únicamente un proveedor al Representante Legal de la Organización de Productores Agropecuarios del Resguardo Indígena de Pitayo. ¡Sé que al estar vinculado a este proyecto se me seguirán viniendo grandes cosas!"

Diego Chilo,
Beneficiario del
Proyecto OIM

Tenemos presencia en 56 municipios, hemos trabajado con 53 aliados y más de 14 mil familias que han sido y siguen siendo parte de nuestros 63 proyectos. Durante el 2018 desarrollamos los siguientes proyectos y obtuvimos los siguientes resultados:

- **Proyecto Mujeres Rurales:** enfocado en el empoderamiento social y económico de 400 mujeres en el Sur del Cauca.
- **Fortalecimiento de capacidades productivas I:** trabajamos con 7 organizaciones de 234 pequeños productores de leche en el Cauca a través del cual hemos contribuido a que el 80% de los productores mejoran la calidad higiénica de la leche y cuatro fondos rotatorios se encuentran en funcionamiento.
- **Alianzas Productivas para la Paz:** llevamos a cabo 2 alianzas en busca del fortalecimiento productivo y consolidación de las asociaciones PROAGROTAM y ASPROGLAN de 154 familias en El Tambo y Popayán. A través de esta alianza el fondo rotatorio incremento su capital de \$3.429.318 a \$14.771.385 y en Popayán 88 productores están aplicando las Buenas Prácticas de Ordeño donde fueron certificados en vacunación contra fiebre aftosa.
- **Conglomerado Lácteo II:** buscamos el mejoramiento de la calidad de vida de 1.467 familias a través del fortalecimiento de la cadena láctea en 19 municipios del Cauca. Mediante este proyecto la calidad de la leche de los pequeños productores del Cauca pasó de 19% a 99%, y la producción de la leche paso de 15 litros a 28 litros al día.
- **Fortalecimiento de capacidades productivas I:** trabajamos en la Guajira con 102 familias de los corregimientos de Nazareth y Siapaná para mejorar condiciones de seguridad alimentaria y nutricional mediante el fortalecimiento de las capacidades productivas. Mediante

este proyecto se recuperaron 3.5 hectáreas de riego en 5 comunidades con lo cual se garantizó el flujo de agua durante todo el año para sus actividades agrícolas y pecuarias.

19.1 RECONOCIMIENTOS A LA FUNDACIÓN ALPINA

- **Premio Aurelio Llano Posada:** Este premio fue otorgado a la Fundación Alpina en la categoría de Investigación y Desarrollo por su proyecto "Incremento de la competitividad de la Cadena Láctea en catorce municipios del Departamento del Cauca". El premio además contó con una donación de 50 millones de pesos para la Fundación Alpina.
- **Regalías Bien Invertidas.** Premio a la Excelencia: Este premio fue entregado a la Gobernación del Cauca por el buen desempeño del proyecto de Fortalecimiento de la Cadena Láctea, una iniciativa que incremento la productividad y la integración regional en 14 municipios del Cauca, en la cual la Fundación Alpina participó como aliado del proyecto.
- **4th edition of the 'Addis Ababa' Entreprs Awards and #5Gcitizens 2018:** Este premio fue entregado a la Fundación Alpina por la Comisión y el Parlamento Europeo, por las contribuciones al Objetivo de Desarrollo Sostenible #12 Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

MÁS DE
14.000 FAMILIAS HACEN PARTE DE NUESTROS
63 PROYECTOS

ACTUAMOS CON INTEGRIDAD, COHERENCIA Y RESPONSABILIDAD



Carrera 11 No. 98-07
Piso 3, Edificio Pijao
Bogotá, Colombia

Tel: +57 1 4847000
Fax: +57 1 4847474
ey.com

Declaración de la Verificación Limitada Independiente del Informe de Sostenibilidad 2018 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 S.A.**), efectuamos los procedimientos de verificación a su “**Informe de Sostenibilidad 2018**”. 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 del informe.

Nuestra responsabilidad al realizar las actividades de aseguramiento es únicamente con la gerencia de **Alpina S.A.**, 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 S.A.** es responsable de la preparación del Informe de Sostenibilidad 2018 y de su información soporte. Esta responsabilidad incluye diseñar, implementar y mantener controles internos relevantes a la preparación de un informe de sostenibilidad 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 2018 relacionado con el desempeño de la sostenibilidad de **Alpina S.A.** no se incluyeron en el alcance de nuestro compromiso de aseguramiento.
- ▶ La materialidad ni la correspondencia de los asuntos relevantes con los aspectos materiales, hacen parte del alcance de esta verificación.

El alcance de nuestro trabajo incluye la información reportada por **Alpina S.A.**, con el fin de validar las respuestas a los indicadores materiales de desempeño relacionados al final de este documento. Así mismo, revisamos los enfoques de gestión (Disclosures of Management Approach - DMA) correspondientes a los aspectos materiales identificados por **Alpina S.A.**

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 GRI Standards.



- ▶ 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 2018 estén debidamente respaldados por evidencias apropiadas en cada circunstancia.
- ▶ Determinar que el Informe de Sostenibilidad 2018 se haya elaborado conforme a los principios de las Guías GRI en su versión GRI Standards, en lo reportado por **Alpina S.A.**
- ▶ Confirmar la opción de conformidad declarada por **Alpina S.A.** en su Informe de Sostenibilidad 2018, según la guía GRI en su versión GRI Standards.
- ▶ Comprobar la trazabilidad de la información reportada en los contenidos temáticos relacionados con la materialidad de **Alpina S.A.** en su Informe de Sostenibilidad 2018.

Los procedimientos de verificación desarrollados fueron los siguientes:

- ▶ Entrevista con los profesionales responsables de la Gerencia de Sostenibilidad para conocer y comprender

el proceso de elaboración del Informe de Sostenibilidad 2018. Así mismo, con los líderes reportantes de **Alpina S.A.** para obtener la información sobre las actividades realizadas respecto de los asuntos reportados y los sistemas de recopilación de información utilizados.

- ▶ Revisión de la información cuantitativa y cualitativa relevante de los contenidos temáticos relacionados con la materialidad de **Alpina S.A.** e incluidos en el Informe de Sostenibilidad 2018, según la magnitud y naturaleza de las respuestas a cada uno de los contenidos.

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

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 2018, 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 S.A.** que se hayan excluido del Informe de Sostenibilidad 2018, para los contenidos verificados.



- ▶ No tenemos conocimiento de aspectos de importancia excluidos de los juicios de **Alpina S.A.** sobre el contenido del Informe de Sostenibilidad 2018.
- ▶ No tenemos conocimiento de errores de importancia en las aseveraciones efectuadas por la gerencia de **Alpina S.A.** en el Informe de Sostenibilidad 2018.
- ▶ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información y los datos publicados en el Informe de Sostenibilidad 2018 de **Alpina S.A.** no estén presentados de forma correcta.
- ▶ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Sostenibilidad 2018 de **Alpina S.A.** no haya sido elaborado en conformidad con la versión GRI Standards.
- ▶ No se ha puesto de manifiesto algún aspecto que nos haga creer que la opción de conformidad “Esencial” declarada por **Alpina S.A.** no cumpla con los requisitos para tal nivel como están establecidos en las Guías del GRI Standards.

Contenidos Temáticos Verificados:

Asuntos materiales	Aspecto GRI	Contenido GRI
Gestión responsable del agua	Agua	GRI 303-1
	Efluentes y residuos	GRI 306-1
Gestión de la energía y el cambio climático	Energía	GRI 302-1 GRI 302-3
	Emisiones	GRI 305-1 GRI 305-2
		GRI 305-5
	Efluentes y residuos	GRI 306-2
Inversiones	Inversiones ambientales (indicador GRI estándar G4)	EN31
Valor económico	Desempeño económico	GRI 201-1
Seguridad integral	Salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-2
	Empleo	GRI 401-1
Formación y desarrollo	Formación y enseñanza	GRI 404-1
	Competencia desleal	GRI 206-1
Cumplimiento	Cumplimiento ambiental	GRI 307-1
	Cumplimiento socioeconómico	GRI 419-1
	Marketing y etiquetado	GRI 417-3
	Privacidad del cliente	GRI 418-1
Procesamiento de alimentos	Procesamiento de alimentos	FPSS 5

Cordialmente,

Felipe A. Jánica Vanegas
Socio Líder FAAS - CCaSS en Latinoamérica
Ernst & Young Audit S.A.S.

11 de marzo de 2019
Bogotá D.C., Colombia

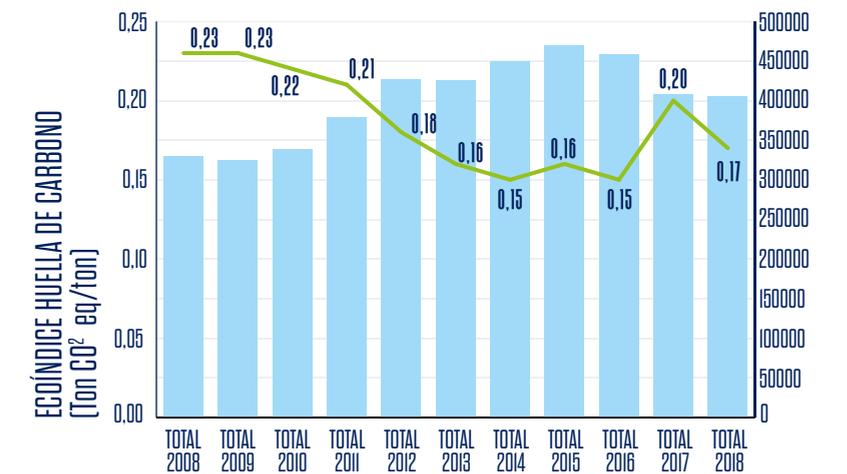
ANEXO I. MAPA GREMIAL

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 - CEMPRES
	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
	GSI
	Codex Alimentarius
	Consejo Nacional Lácteo - CNL
	Ministerio de Agricultura
	Ministerio de Salud y Protección Social
	Corporación Reconciliación Colombia
	ABACO
Aeiotú	
ECUADOR	Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología de Alimentos - ACTA
	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

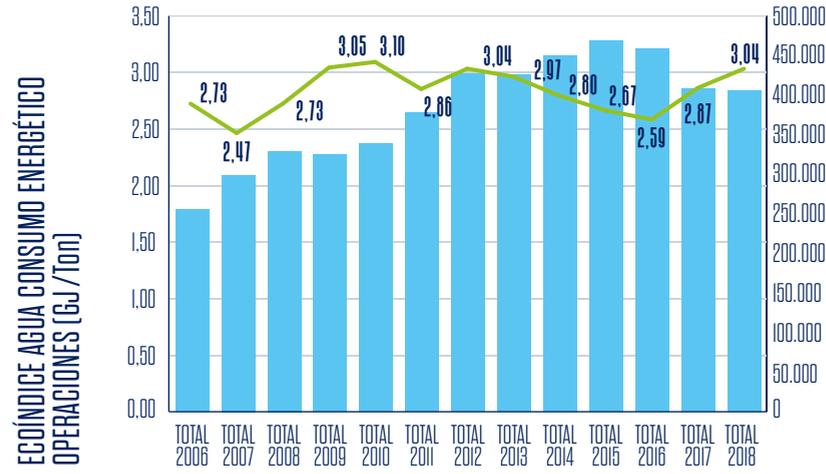
ANEXO 2. AGUA TOTAL CONSUMIDA POR FUENTE



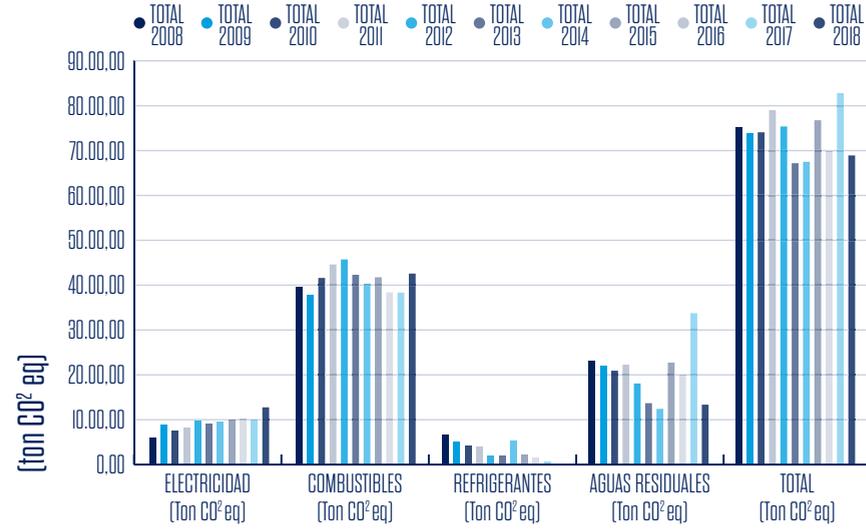
ANEXO 3. ECOÍNDICE HUELLA DE CARBONO ALCANCE 1 Y 2



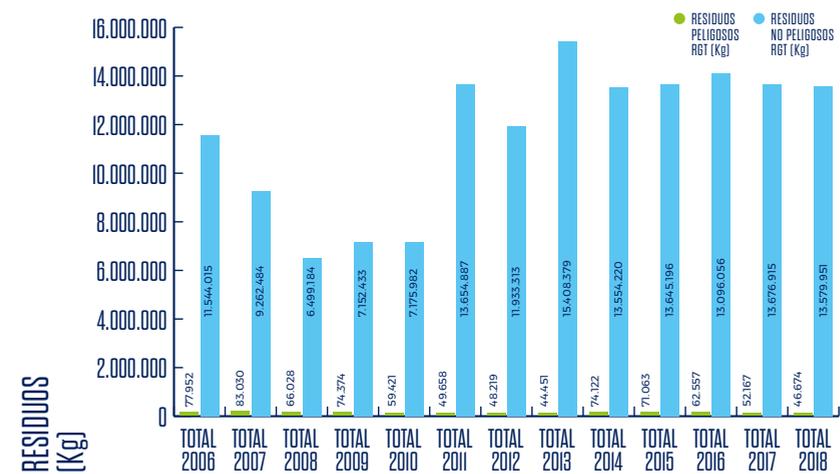
ANEXO 4. ECOÍNDICE CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL OPERACIONES



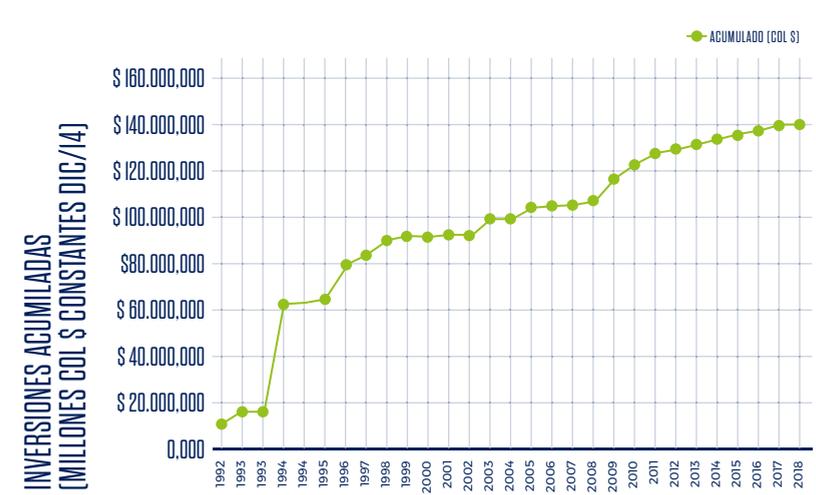
ANEXO 5. EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO ALCANCE 1 Y 2



ANEXO 6. GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS Y NO PELIGROSOS



ANEXO 7. INVERSIONES AMBIENTALES



INDICADORES

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2018
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
COMUNICACIONES	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Carta del presidente
VARIAS ÁREAS	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	Retos: Cadena de Abastecimiento; Bienestar y Nutrición; Medio Ambiente; Voluntariado; Alpinistas; Innovación.
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
SOSTENIBILIDAD	102-1 Nombre de la organización	Alpina Productos Alimenticios S.A
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.	http://www.alpina.com.co/productos/
	102-3 Ubicación de la sede	Km. 3 vía Briceño - Sopó, Sede Administrativa, Sopó, Cundinamarca, Colombia
	102-4 Ubicación de las operaciones	Tenemos presencia en Colombia, Ecuador, Venezuela y Estados Unidos. Exportamos a 10 mercados: Canadá, Aruba, Curazao, Guyana, Bolivia, El Salvador, Surinam, San Martín, Honduras y Trinidad y Tobago.
	102-5 Propiedad y forma jurídica	https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno
	102-6 Mercados servidos	Mercados servidos: Colombia, Venezuela, Estados Unidos, Ecuador, Canadá, Aruba, Curazao, Guyana, Bolivia, El Salvador, Surinam, San Martín, Honduras y Trinidad y Tobago. Sector servido: alimentos.
	102-7 Tamaño de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empleados directos: 4.806 • Número total de operaciones: Colombia, Ecuador, Venezuela. Ventas netas (miles de USD) *615.960 *Las tasas utilizadas para la conversión corresponden a las oficiales de cada país. Los estados financieros no incluyen Alpina Foods.
TALENTO	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Contamos con 4.806 alpinistas con contrato directo en Colombia, Venezuela y Ecuador.
	102-41 Acuerdo de negociación colectiva	93% de los Alpinistas en Colombia están cubiertos por un acuerdo colectivo.
APROVISIONAMIENTO	102-9 Cadena de suministro	*Socios estratégicos: Nuestros proveedores / Ganaderos/ Fruta
MEDIO AMBIENTE	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Durante 2018 no presentamos cambios significativos en la organización ni cadena de suministro
	102-11 Principio o enfoque de precaución	*Medio Ambiente

RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2018
FUNDACION SOSTENIBILIDAD	102-12 Iniciativas externas	*Fundación Alpina
	102-13 Afiliación a asociaciones	*Mapa Gremial / Anexo 1
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 2018. 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 2018, no hubo reexpresión de información pertinente a la memoria anterior (2017). 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	No hay cambios significativos en el alcance, cobertura o métodos de valoración en el informe
GRUPOS DE INTERÉS		
SOSTENIBILIDAD	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.
SOSTENIBILIDAD	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	*Sobre este informe/ Aspectos materiales relevantes para el negocio

//

Indicadores

2018

INFORME DE SOSTENIBILIDAD



RESPONSABLE	INDICADOR	RESPUESTA 2018
PERFIL DEL REPORTE		
SOSTENIBILIDAD	102-50 Periodo objeto del informe	Año calendario 2018
	102-51 Fecha del último informe	Período comprendido entre el 1 de Enero y el 31 de Diciembre del 2018
	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.	
GOBIERNO		
SOSTENIBILIDAD	102-18 Estructura de Gobernanza	https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno
	102-25 Conflictos de interés	https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/etica-y-buen-gobierno
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Presidencia / Dirección de Sostenibilidad
ÉTICA E INTEGRIDAD		
SOSTENIBILIDAD	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Nuestros tres principios guía son: 1. Somos un equipo con pasión. 2. Innovamos para mejorar privilegiando simplicidad y acción. 3. Actuamos con integridad, coherencia y responsabilidad
AUDITORIA Y RIESGO	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	*Ética y Transparencia

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2018
ALPINISTAS	Salud Ocupacional y Seguridad	Fomentar relaciones de confianza y mutuo beneficio con nuestros grupos de interés	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	Colombia . Número de Accidentes de Trabajo: 154 . Tasa de Accidentalidad Incapacitante: 3,80 . Tasa de Accidentalidad Mortales: 0 . Enfermedades Laborales: 226 . Tasa de Enfermedades Laborales Mortales: 0 . Número de Recomendados Médicos: 473 . Índice de Ausentismo: 3,53 . Días Perdidos por Ausentismo: 47888
			403-9	Ecuador . Número de Accidentes de Trabajo: 8 . Tasa de Accidentalidad Incapacitante: 1,27 . Tasa de Accidentalidad Mortales: 0,15 . Enfermedades Laborales: 1 . Tasa de Enfermedades Laborales Mortales: 0 . Número de Recomendados Médicos: 8 . Índice de Ausentismo: 5,05 . Días Perdidos por Ausentismo: 1552
	A1.1. Tasa de Accidentes Incapacitantes	Colombia: 3,80 Ecuador: 1,27 Venezuela: 0,72		
	Formación y Desarrollo	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Total horas formación: 69.258 Horas promedio por empleado: 8.5 horas A nivel directivo: 1.259	
	A1.3. Movilidad Interna	45% de nuestras vacantes fueron cerradas con Alpinistas. 77% de posiciones de liderazgo cubiertas con Alpinistas. 52% de los practicantes fueron contratados directos.		

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2018
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	Gestión Responsable del Agua	Garantizar el uso eficiente y la preservación de los recursos naturales necesarios para nuestra operación	303-1 Extracción de agua por fuente	Agua total consumida por fuente / Anexo 2
			306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Contamos con Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) en todas nuestras sedes de operación, lo que nos ha permitido tener remociones de contaminantes del 98% durante los últimos seis años
			A2.1. Ecoíndice agua extraída/agua comprada - Cantidad de agua consumida por Alpina en sus operaciones industriales (Agua Azul) para elaborar una tonelada de producto	Durante los últimos 10 años hemos logrado una reducción del 26% del Ecoíndice.
			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 18,47 Kg de DQO en los últimos 6 años, lo que significa que hemos reducido en 8,8% la carga orgánica
			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		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. Desde 2010 hemos logrado reducir en 1,9% dicho indicador gracias al conjunto de diferentes acciones

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2018
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	Gestión de la Energía y el Cambio Climático	Garantizar el uso eficiente y la preservación de los recursos naturales necesarios para nuestra operación	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	Desde 2011 logramos una disminución por tonelada del 12,7%.
NUTRICIÓN (Alimentar saludablemente, deleitando y anticipándose a las necesidades del consumidor)	Productos Gratificantes, Nutritivos y Saludables (Innovación)	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"> Dos laboratorios acreditados por la ONAC bajo la Norma ISO/IEC 17025:2005, los cuales se encuentran ubicados en las plantas Sopó y Entreríos. Certificación con estándares de inocuidad para todas nuestras plantas. Certificación ISO 22000:2005 para la planta ubicada en Entreríos, Antioquia. Certificación en la norma BASC, versión 4-2012 bajo el estándar Importador/Exportador para las plantas de Caloto, Chinchiná, Facatativá y Sopó. Reconocimiento OEA exportador.
			A3.1 Numero de Reclamos por tonelaje	54,86 reclamos por cada 1.000 toneladas
			A3.2. Ventas de productos nuevos	<p>Colombia: Se crearon productos como Quesito Alpina, Bon Yurt Piazza, Alpinito Pouch, Crema de Leche pocket, Mermelada Alpina, Cuña Queso Tilsit, Formula Infantil Etapa 3, Compota Fruta y Verdura, Alpinette Maracuyá, Cuña Queso Gruyere, Queso Sopo Rallado, Leche Pausterizada</p> <p>Ecuador: Se crearon productos como Bebida de Yogurt Deslactosado, Caja Barquillo Arequipe, Gelatinas Kiosko Uva, Gelatina Kiosko Fresa, Gelatina Kiosko Cereza, Bon Yurt Hersheys</p>

PILAR	ASUNTO RELEVANTE	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR	RESPUESTA 2018
NUTRICIÓN (Alimentar saludablemente, deleitando y anticipándose a las necesidades del consumidor)	Desperdicio de Alimentos	Ofrecer productos nutritivos, naturales, saludables, indulgentes y de calidad al mayor número de consumidores posible	A3.3. Reducción de pérdidas y desperdicios	Hemos canalizado más de 1.400.000 unidades de producto por medio de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO)
			A4.1.1 Número de ganaderos proveedores	3.828 ganaderos proveedores de Alpina
			A4.2. Volumen de leche comprada durante el 2017	386.932.971 litros de leche
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	4.845
			A4.5. Días de campo	Capacitación a asociaciones 9 en temas con 3472 asistentes. Los temas fueron: 1. Facturación electrónica – 84 2. Buen Gobierno – 805 3. Gestión del transporte – 6 4. Calidad de leche – 129 5. Indicadores de Productividad – 661 6. Buenas practicas ganaderas – 384 7. Control de residuos en leche – 202 8. Uso eficiente de la pradera – 1158 9. Comité de Alianzas productivas - 43
			A4.6. Número de publicaciones técnicas	Alpitecnica 130: La nutrición de praderas. Alpitecnica 131: Alternativas de Ryegrases en Colombia.
EL CONSUMIDOR: Punto de partida y de llegada	Nivel de servicio	Satisfacer a nuestros consumidores anticipándonos a sus necesidades*	A5.1. Índice de nivel de servicio	Nivel de servicio 2018: 97,03%.

	TEMA ADICIONAL	INDICADORES	RESPUESTAS 2018
LEGAL	Cumplimiento	307-1 Incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	Durante el año 2018 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 año 2018 Alpina no fue objeto de acciones relacionadas con competencia desleal y/o prácticas restrictivas de la competencia.
		419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Durante el año 2018 Alpina tuvo una sanción por \$39.062.100 dentro de un proceso sanitario adelantado por el Invima.
		417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Durante el año 2018 Alpina no fue objeto de sanciones derivadas de una declaratoria de incumplimiento por comunicaciones de marketing
FINANZAS	Valor Económico	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Durante el año 2018 Alpina no recibió reclamaciones en relación con privacidad y la fuga de datos personales.
		201-1 Valor económico directo generado y distribuido: (A) Valor económico directo generado: - Ingresos operacionales (B) Valor económico distribuido: • Costos operacionales, • Salarios y beneficios para empleados. • Pagos a proveedores de capital • Pagos a Gobierno • Inversiones en comunidad Valor económico retenido: (A) - (B)	<ul style="list-style-type: none"> • Colombia: (miles de USD) Valor generado: 551.364 Valor distribuido: 389.753 Valor retenido: 161.611 • Ecuador: (miles de USD) Valor generado: 64.233 Valor distribuido: 49.180 Valor retenido: 15.053 • Venezuela: (miles de USD) Valor generado: 363 Valor distribuido: 200 Valor retenido: 163
FINANZAS MEDIO AMBIENTE	Inversiones	EN31. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. (Millones de pesos/año)	Inversiones Ambientales / Anexo 7

ESTE ES EL REFLEJO
DE UN TRABAJO
HECHO A
MUCHAS MANOS. 

CONTINUAREMOS TRABAJANDO PARA
MEJORAR CADA DÍA Y CUMPLIR CON
NUESTRO PROPÓSITO DE CREAR UN MUNDO
DE BIENESTAR ALIMENTANDO TODOS LOS
MOMENTOS DE LA VIDA. SEGUIREMOS
ESFORZÁNDONOS POR SER UNA EMPRESA
SOSTENIBLE ENTENDIENDO NUESTRO PAPEL
EN EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD Y EL
CUIDADO DE NUESTRO ENTORNO.



Alimenta tu vida

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2018