



Análisis de la inversión social presentada en los Reportes de Sostenibilidad bajo estándares GRI de empresas del sector de alimentos y bebidas de Colombia

Proyecto de grado

**Valeria Contreras Aristizábal
Catalina Ordoñez Díaz**

**Maicol Leandro Quijano Romero
Mercedes Fajardo Ortiz**

**Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas
Contaduría Pública Y Finanzas Internacionales
Santiago De Cali
2023**

Análisis de la inversión social presentada en los Reportes de Sostenibilidad bajo estándares GRI de empresas del sector de alimentos y bebidas de Colombia

Autores

**Valeria Contreras Aristizábal
Catalina Ordoñez Díaz**

Directores del proyecto

**Maicol Leandro Quijano Romero
Mercedes Fajardo Ortiz**



**Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas
Contaduría Pública Y Finanzas Internacionales
Santiago De Cali
2023**

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN	4
<i>Palabras Clave</i>	4
2. ABSTRACT	5
<i>Key Words</i>	5
3. INTRODUCCIÓN	6
3.1 <i>Planteamiento del Problema</i>	9
3.2 <i>Justificación</i>	11
3.3 <i>Objetivo General</i>	13
3.4 <i>Objetivos Específicos</i>	13
4. MARCO TEÓRICO	14
4.1 <i>Antecedentes</i>	14
4.2 <i>Marco Conceptual</i>	18
4.3 <i>Revisión de Literatura</i>	21
5. METODOLOGÍA	27
6. RESULTADOS	28
6.1 <i>Colombina</i>	28
6.2 <i>Alpina</i>	30
6.3 <i>Postobón</i>	32
7. CONCLUSIONES	36
8. RECOMENDACIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	38

1. RESUMEN

El presente proyecto de grado se enmarca en el contexto de los Reportes de Sostenibilidad bajo estándares GRI presentados por las empresas del sector de alimentos y bebidas de Colombia, con el objetivo de analizar y determinar de qué manera están invirtiendo socialmente estas compañías.

En primer lugar, se presenta el contexto y los antecedentes, donde se explica un poco en qué consisten los Reportes de Sostenibilidad y cuáles son las tres empresas tenidas en cuenta en este análisis junto con un poco de la historia de cada una. Se procede a plantear el problema que se aborda en este proyecto y a explicar las razones por las que estas tres compañías fueron tenidas en cuenta en la lista preliminar. El resultado esperado en este proyecto es poder encontrar una relación en la manera en que estas tres empresas colombianas del sector de alimentos están invirtiendo en la parte social, ya que este sector representa gran parte del PIB de Colombia y es el que genera un mayor número de empleos.

Palabras Clave

Reportes de Sostenibilidad, Sector manufacturero, Sector alimentario, GRI.

2. ABSTRACT

This degree project is framed in the context of the Sustainability Reports under GRI standards presented by companies in the food and beverage sector in Colombia, with the aim of analyzing and determining how these companies are investing socially.

In the first place, the context and background are presented, explaining a little what the Sustainability Reports consist of and which are the three companies taken into account in this analysis along with a little of the history of each one. It proceeds to raise the problem addressed in this project and explain the reasons why these three companies were taken into account in the preliminary list. The expected result in this project is to be able to find a relationship in the way these three Colombian companies in the food sector are investing in the social part, since this sector represents a large part of Colombia's GDP and is the one that generates the largest number of jobs.

Key Words

Sustainability Reporting, Manufacturing sector, Food industry, GRI.

3. INTRODUCCIÓN

Un Reporte de Sostenibilidad es un informe que las compañías presentan de manera voluntaria para dar a conocer al público y a terceros interesados, los impactos positivos y negativos que estas tienen en la esfera social, económica y ambiental (Legna, 2007). El surgimiento de estos reportes se dio cuando las empresas se dieron cuenta que la manera tradicional de informar los aspectos financieros no era suficiente para demostrar la relación entre estos resultados con su impacto en el área ambiental y social, ya que allí no se revelan aspectos que las involucren (Smith, 2014).

Dentro de los Reportes de Sostenibilidad, hay ciertos estándares internacionales: el Dow Jones Sustainability Index que evalúa a empresas que cotizan en bolsa, la organización Global Reporting Initiative (GRI) que tiene como fin impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en las organizaciones, y la Norma Internacional ISO 26000 que ofrece una guía de Responsabilidad Social. En la actualidad, el más usado es el GRI, ya que “la elaboración de un informe de conformidad con los Estándares GRI demuestra que el informe proporciona una imagen completa y equilibrada de los temas materiales de una organización y de los impactos relacionados, así como de la gestión de estos impactos” (GRI, 2016, p. 4).

Los Estándares GRI permite a las empresas incrementar su valor y captar la atención de inversionistas y demás terceros, pues la presentación de los Informes de Sostenibilidad no es obligatoria, por lo que las empresas que deciden realizar y mostrar tales reportes disponen información de los ámbitos, económico, ambiental y social, permitiendo conocer cuál es el impacto que tienen en la sociedad.

Los Estándares GRI establecen guías para la presentación de los Reportes de Sostenibilidad. La primera guía se denomina G1, fue publicada en el año 2000 y establece el marco sostenible a nivel global. En el año 2002 se publicó la segunda Guía G2, la cual se presentó en la Cumbre de las Naciones Unidas

en Johannesburgo; la tercera Guía G3, se publicó en el año 2006, fue modificada en el año 2011 por la versión G3.1. La Guía G4, se publicó en el año 2013 y resultó ser la más estructurada que las versiones anteriores, permitiendo que los Reportes de Sostenibilidad pudiesen ser elaborados por empresas de cualquier tamaño o sector, además esta Guía se publicó online para que las empresas de todo el mundo tuvieran acceso para realizar los Reportes de Sostenibilidad. Por último, en el año 2016, se publicaron los primeros Estándares de los Informes de Sostenibilidad, los cuales tienen igual contenido del G4, pero con una estructura y lenguaje más comprensible, permitiendo que las empresas informen todos los aspectos positivos y negativos que inciden en las dimensiones social, económica y ambiental.

Un estudio realizado por KPMG Colombia, la Asociación Nacional de Empresarios Colombia ANDI y la fundación ANDI sobre la inversión social de empresas con mayores ingresos en el país, mostró que las empresas invierten cerca de 722,609 millones de pesos en proyectos sociales para potencializar las condiciones de vida de una población en particular (KPMG, 2016). Al realizar inversiones sociales, las empresas consiguen mejorar su imagen e incrementar los beneficios de sus trabajadores y de la comunidad. Entre las opciones que las empresas cuentan para desplegar su inversión social están las donaciones, creación de fundaciones, programas sociales, entrega de productos propios de la compañía, etc. Las áreas en las cuales las empresas colombianas deciden impactar socialmente son: alimentación, educación, deporte, cultura y arte, atendiendo a las necesidades de comunidades donde las empresas se encuentran ubicadas.

Uno de los ejemplos de empresas que han influido en la comunidad es una empresa de alimentos y bebidas, que, por medio de su programa de seguridad alimentaria y nutrición, lograron que 189 familias de las 523 que pertenecen al programa, implementaran alimentos saludables y prácticas adecuadas en la manipulación de alimentos, demostrando que campañas y actividades de este tipo son clave para crear conciencia y permiten mejorar la vida de los consumidores y población general. Comprender la

importancia que tiene para una empresa hacer inversión social de manera estratégica, permite que dicha inversión sea sostenible en el tiempo, logrando impactar positivamente la vida de comunidades, incrementando el bienestar y la calidad de vida.

Por otra parte, en Australia, la compañía KPMG ha realizado un Plan de Reconciliación en Acción, para disminuir la desigualdad social y económica, entre la comunidad indígena y población no indígena, reduciendo en 10 años la brecha de la esperanza de vida que había entre estas dos poblaciones. El aporte social que realiza la compañía resulta valioso al incluir a la comunidad en programas de empleo, herramienta que posibilita que la comunidad indígena pueda tener un desarrollo económico mejorando las condiciones de vida.

En el transcurso del documento se desarrollarán varias secciones con el ánimo de cumplir con el objetivo del mismo. La primera parte consiste en el planteamiento del problema, en este, se explica la importancia de la presentación de los Informes de Sostenibilidad y los beneficios que estos traen dentro de las compañías, junto con un resumen de la situación de las empresas de Colombia, específicamente dentro del sector de alimentos y bebidas, respecto a la publicación de dichos reportes. Posteriormente, la justificación explica por qué se está realizando el presente proyecto, un poco de contexto respecto a cómo se llevará a cabo y finaliza con la presentación y un poco de la historia de las tres empresas que se someterán a análisis.

El siguiente bloque del proyecto consiste en los objetivos generales y específicos que se seguirán en el desarrollo de este, junto con un marco teórico separado en tres partes: los antecedentes de esta investigación, un marco conceptual con definiciones que facilitarán la comprensión del estudio y la revisión de literatura de proyectos similares sobre los Reportes de Sostenibilidad. Por otro lado, se expondrá la metodología utilizada en este análisis y se finalizará con los resultados y las conclusiones obtenidas.

3.1 Planteamiento del Problema

Como se mencionó anteriormente, los Reportes de Sostenibilidad no son de carácter obligatorio; sin embargo, presentarlos trae beneficios y agrega valor a la empresa. Según Portafolio Verde (2021) entre las razones para presentar un Informe de Sostenibilidad se encuentran: Demostrar un compromiso por parte de la compañía con la economía, la sociedad y el ambiente; brindar información útil a los grupos de interés y generar confianza en estos y en toda la cadena de valor; generar visibilidad entre los inversionistas demostrando que la empresa sabe afrontar los retos ambientales, sociales y económicos; mejorar la reputación de la empresa, entre otros. Por otro lado, las ventajas que brinda dentro de la empresa se pueden reducir a aspectos como: fomentar la innovación y la identificación de riesgos, facilidad para reducir costos, clarificación de la estrategia y visión de la compañía, fortalecer los sistemas de gestión y mejorar el sentido de pertenencia de los empleados.

Teniendo esto en cuenta, invertir en la responsabilidad social está volviendo cada vez más importante, ya que es una manera de generar negocios sostenibles, con valores y una cultura que les permitirá seguir con el concepto de negocio en marcha, debido a que ayuda a mejorar las condiciones del mercado laboral. De acuerdo con Adecco (2019), que una empresa sea responsable socialmente tiene un gran impacto en su reputación organizacional, dándole beneficios en las siguientes áreas:

- Reclutamiento y retención de personal: Los terceros admiran a las compañías que valoran a su personal y hay preferencia por las que tienen un compromiso social y promueven la diversidad.
- Mayor productividad: Al mejorar las condiciones del cliente interno, hay mejor retención de talentos e índices bajos de rotación.
- Lealtad de clientes y proveedores: Algunos proveedores o clientes requieren información de las condiciones de subcontratación y producción, por lo que tendrá un mérito en este sentido.

- Credibilidad: Cuando la empresa respeta a la comunidad, personas y sociedad en conjunto, aumenta la confianza por parte de clientes y socios comerciales.

En general, sumarse a la iniciativa de responsabilidad social agrega valor a la organización y mejora la eficiencia energética (Adecco, 2019).

Sin embargo, a pesar de todos estos beneficios, en Colombia muy pocas empresas se destacan por sus Reportes de Sostenibilidad. “La firma Standard & Poor’s Global publicó su índice de sostenibilidad de 2021 en el que incluyó a 631 empresas de todo el mundo, entre las que se encuentran 14 colombianas destacadas por su compromiso en esta materia” (Semana, 2021, párr. 1), siendo Grupo Bancolombia y Grupo Nutresa las que obtuvieron la mayor calificación “Gold Class”¹, otras como Grupo Argos, Cementos Argos y Grupo de Inversiones Suramericana obtuvieron la calificación “Silver Class”² y Celsia, Colombina e ISA la calificación “Bronze Class”³.

Algo que se puede afirmar de estos resultados, y teniendo en cuenta que el sector de alimentos y bebidas hace parte de la industria manufacturera, es que sólo una empresa de este sector, Colombina, obtuvo un reconocimiento dentro del índice, y no fue parte de la calificación más alta. El interés de las compañías del sector en relación con presentar este tipo de reportes y destacarse en estos índices debería incrementar, ya que es uno de los sectores con mayor importancia e impacto económico en el país.

Además de esto, “según cifras oficiales presentadas esta semana por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el sector manufacturero de Colombia fue el que más aportó a la economía durante 2021 frente al año precedente. La industria de manufactura respondió por

¹ Compañías con una puntuación total mínima de 60, dentro del 1 % de la puntuación de las empresas con mejor desempeño en la industria a la que pertenece.

² Empresas con un puntaje total de al menos 57, encontradas en un rango del 1 % al 5 % del puntaje de la empresa con mejor desempeño de su industria.

³ Las empresas con puntaje de al menos 54, dentro de un rango del 5 % al 10 % del puntaje de la empresa con mejor desempeño de la industria.

el 8,51 % del total de los aportes a la productividad nacional” (González, 2022, párr. 1). Especialmente se debe ver el interés por parte de la industria de alimentos, ya que en el 2019 la producción de alimentos procesados llegó a representar cerca del 33% del PIB de la industria manufacturera en Colombia (Investincolombia, 2019); además, “la Andi estimó que, por cada empleo formal y directo en la industria de alimentos, se generan siete adicionales a lo largo de la cadena” (Estrada, 2021, párr. 1). Por ende, es importante conocer si las empresas de este sector destinan parte de sus altas ganancias a inversiones sociales que conlleven a la mejora de la calidad de vida de las comunidades vulnerables y apoyen el desarrollo sostenible de estas.

Pregunta de investigación: ¿De qué manera las empresas del sector de alimentos y bebidas de Colombia están invirtiendo socialmente?

3.2 Justificación

Como se explicó anteriormente, la presentación de los Reportes de Sostenibilidad debería ser de gran relevancia y prioridad para las compañías, aunque no sea obligatorio, ya que les brinda un valor agregado en el mercado y genera confianza en terceros interesados, tales como proveedores, clientes e inversionistas; y mejora aspectos internos de la organización, como la productividad, la retención de personal e incluso la reducción de costos. Sin embargo, existe poca evidencia donde se analice y compare el compromiso social de las grandes empresas del sector de alimentos y bebidas de Colombia.

En ese marco, el presente proyecto se hace con el objetivo de evaluar y comparar los Reportes de Sostenibilidad de las empresas colombianas del sector alimentario, específicamente en el ámbito de inversión social, para ver qué tanta importancia se le da a esta parte de la compañía, teniendo en cuenta que es el sector que genera un mayor número de empleo en el país y representa una gran participación en la actividad económica del país. De esta manera, las tres entidades evaluadas podrán ver cómo han manejado esta área, y cuál es la similitud de esa inversión social entre ellas. Esto es de gran significancia

debido a que es indispensable para este tipo de compañías contar con un manejo adecuado del ámbito social, para conservar a sus talentos, atraer otros y transmitir una buena imagen corporativa para los inversionistas y clientes.

En cuanto a las tres empresas obtenidas aleatoriamente, Colombina, Alpina y Postobón, fueron incluidas dentro de la lista preliminar por hacer parte de las compañías más influyentes del sector de alimentos en el país. En el caso de Colombina, como se vio anteriormente, fue incluida dentro de las 14 empresas que hacen parte del índice de sostenibilidad de la firma Standard & Poor's Global. En cuanto a la inversión social de esta compañía, está orientada a aportar al desarrollo de las comunidades donde se ubican sus plantas de producción más grandes, garantizando el apoyo a la reactivación económica de diferentes zonas, el mejoramiento de las comunidades y sus perfiles ocupacionales, y la promoción de la recreación, deporte, cultura, inclusión y educación (Colombina, 2020).

Continuando con Alpina, encontramos que es una empresa relevante por su gran aporte con la creación de La Fundación Alpina en el año 2008 para aportar al desarrollo rural en Colombia. Aquí realizan labores independientes a la actividad principal de Alpina y buscan alcanzar una autonomía mayor en la promoción de líneas productivas diferentes y diversidad agropecuaria. Su objetivo principal es transformar la vida de comunidades, familias y organizaciones del sector rural del país, y poder entregar aprendizajes con actores sociales variados para aportar ideas que impacten al campo colombiano. (Fundación Alpina, 2022). Por último, Postobón se tuvo en cuenta por sus programas sociales; “Con Hit Social, generamos 3.100 empleos beneficiando a 1.167 familias de agroemprendedores mejorando su calidad de vida. Con el programa Minimarket 2x3, brindamos oportunidades laborales a las víctimas de la violencia o a quienes pertenecieron a grupos armados ilegales para integrarlos a la sociedad” (Postobón, 2016, párr. 2).

3.3 Objetivo General

Analizar la inversión social de empresas del sector de alimentos y bebidas de Colombia en el año 2021.

3.4 Objetivos Específicos

1. Identificar los aspectos sociales en los que las empresas del sector alimentario destinan sus inversiones sociales.
2. Analizar la importancia del ámbito social de los Reportes de Sostenibilidad de empresas del sector alimentario.
3. Comparar los enfoques de la inversión social de las empresas del sector alimentario y de bebidas en Colombia.
4. Evaluar si las empresas del sector alimentario cumplen con los requisitos metodológicos del GRI en sus Informes de Sostenibilidad.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Antecedentes

El presente proyecto se centra en el sector manufacturero de Colombia, el cual impacta el ámbito social en mayor medida, pues es uno de los sectores que demanda más mano de obra. Según el DANE en febrero de 2022 se incrementó el empleo en 4,6%, la producción manufacturera en 10,7% y las ventas en 13,5% (Pérez, 2022). Dentro de este sector manufacturero se encuentra la industria de alimentos y bebidas, siendo esta en la cual se centra el presente análisis de los Reportes Sostenibles de tres empresas que pertenecen a esta industria. Por otro lado, Infobae (2022) señala que la industria de alimentos y bebidas tuvo un crecimiento económico de 6,5% y el PIB aumentó en el primer trimestre de 2022 en 8,5%, esto se debe al incremento de los costos materia prima, ya que el IPC aumentó a 1,67%. Las empresas colombianas tenidas en cuenta en este proyecto que pertenecen a la industria de alimentos y bebidas son: Colombina, Alpina y Postobón.

Colombina fue fundada en el año 1918 en el Valle del Cauca por Hernán Caicedo. El fundador comenzó con la producción de panela y construyó su primer ingenio azucarero, al cual lo denominó Ingenio Riopaila, luego constituyó la empresa Colombina S.A, para lanzar confites con sabores tropicales. En la década de los 60, tomaron técnicas europeas para producir relleno y mermeladas con frutos naturales, reemplazando esencias artificiales; realizaron las primeras exportaciones a Estados Unidos, siendo la primera empresa suramericana en competir con empresas europeas y se construyó la primera planta en el corregimiento La Paila para atender la demanda internacional.

En la década de los 70, crearon Bon Bon Bum, el primer bombón relleno de chicle que triplicó las ventas en un año, también crearon Coffee Delight y Nucita. En la década de los 80 se realizaron alianzas con la compañía Seatech Internationals, para distribuir atunes Van Camp's; y adquisiciones de Splendid para fabricar galletas, por lo que se creó la Planta de galletas y pasteles en el departamento del

Cauca. En la década de los 90, compraron la marca La Constancia, para ingresar a la categoría de salsas y conservas. En el año 2006 compraron la marca de helados Robin Hood y se creó la Fundación Colombina, para impulsar programas de educación, deportes y artes, especialmente a niños y jóvenes, como también a las familias de los colaboradores y en general a la comunidad que habita donde están las plantas de producción.

En el año 2007 se inauguró la Zona Franca Permanente Especial Colombina del Cauca. En el año 2016 realizaron la adquisición de activos de Fiesta S.A, compañía de confites española, para fortalecer la presencia en Europa y en el año 2017 empezaron operaciones directas con República Dominicana para consolidar 14 filiales de Colombina S.A en el exterior. Es así como Colombina S.A es una empresa líder en el mercado de dulcería en la Región Andina, Centroamérica y Caribe, cuenta con más de 90 años en el mercado, genera 6,825 empleos directos; fabrica y comercializa 20 categorías de alimentos, como confitería, galletas, helados, salsas y conservas, enlatados de pescado.

Esta empresa tiene presencia en más de 70 países, sus ventas anuales son de 600 millones de dólares y una utilidad neta en el primer trimestre de 2022 de 24,948 millones; cuenta con 43 centros de distribución y 7 plantas de producción de alta tecnología en Colombia, Guatemala y España, las cuales son la Planta de Confitería, ubicada en La Paila - Zarzal, Planta de Galletas y Pasteles, ubicada en Santander de Quilichao, Planta de Salsas y Conservas, ubicada en Tuluá, Planta de Helados, ubicadas en Itagüí y Bogotá, Planta de Confitería, Galletas y Pasteles, ubicada en Guatemala y su reciente adquisición, la Planta de Confitería (FIESTA), ubicada en España. En su gestión sostenible establece 6 prioridades: balance ecológico, fomento de competitividad, desarrollo social, transparencia y nutrición, nuestros colaboradores, crecimiento continuo y eficiencia económica, estas prioridades hacen parte del Reporte de Sostenibilidad que realizan con base en los estándares GRI.

La segunda empresa es Alpina, fundada en Sopó por los suizos Max Bänziger y Walter Göggel, en 1945 empezaron con la fabricación de quesos maduros siendo pioneros en este segmento, en 1950 construyeron la primera planta en Sopó, donde procesaban 3,000 litros de leche al día. En 1970, Alpina implementó técnicas milenarias para introducir productos novedosos como el kumis. Entre los años 1980 a 2006, crearon diferentes productos como el arequipe, gelatina Boggy, Alpinito, Yox defensis, Bon Yurt y se expandieron a otros mercados, entrando a Venezuela y Ecuador; en el año 2006 se crea la Fundación Alpina, para mejorar las condiciones económicas, sociales y educativas, que posee la población de zonas rurales con problemas alimentarios y nutricionales.

En el año 2011, Alpina tiene sus primeras exportaciones a Estados Unidos. En los años 2015 a 2019, Alpina continúa implementando tecnología e innovación para la fabricación de productos como el Queso Sopó y Actilife; recibe el premio Accenture de innovación social por el programa de asociatividad con 1,400 familias de Nariño y es la primera empresa colombiana en implementar Workplace by Facebook, para mejorar la comunicación de los trabajadores. En el año 2021, Alpina cambia su imagen, para hacerla más sencilla y moderna y lanza una línea de productos de origen vegetal. Es así como Alpina realiza actividades productivas y comerciales, ofrece un portafolio de productos lácteos, como yogur, queso, kumis, avena, leche, gelatina y cuenta con más de 10 marcas.

Alpina tiene 4,428 empleados, las ganancias del año 2021 fueron de 842,783,513 miles de COP y un EBITDA de 89,590,167 miles de COP. Alpina tiene presencia en Ecuador y Venezuela; cuenta con seis plantas en Colombia, ubicadas en Caloto, Facatativá, Sopó, Chinchiná, Entrerriós y Popayán. Tiene establecidos 18 compromisos en el Reporte de Sostenibilidad y establece cinco aspectos: cuidado del medio ambiente, desarrollo social, creación de valor, buen gobierno corporativo y fundación Alpina.

La Tercera empresa es Postobón, fundada en 1904 por Valerio Tobón y Gabriel Posada en la ciudad de Medellín; crearon la primera bebida, denominada Kola Champaña fabricada en la primera planta. En

1917, fabricaron agua embotellada bajo la marca Agua Cristal, luego en 1918 fabricaron un producto exitoso de la compañía, que fue Bretaña y en 1954 lanzaron Manzana Postobón, una bebida gaseosa que tuvo un alto impacto visual en los consumidores. En 1968 la compañía se transformó, se fusionó Gaseosas Lux S.A con Postobón S.A y se nombró presidente a Ardila Lülle. En la década de los 80, Postobón realizó un contrato con Pepsi Cola para ser los embotelladores de Pepsi en América Latina, logrando ser los mejores del sistema.

En 1997, crearon la marca de jugos Hit, abriendo otros segmentos para competir y en 1999 Postobón adquiere la franquicia de la marca de gaseosas 7up. En el año 2002 empezaron a distribuir la bebida hidratante Gatorade y en el año 2005, fabricaron té, una bebida con sabor a durazno y limón, bajo la marca de Mr.Tea. En el año 2006, fortalecieron la categoría de jugos, adquiriendo la empresa Tutti Frutti y la línea de producción. En los años 2009 a 2013, incrementaron la infraestructura, con la construcción de una planta en la ciudad de Yumbo, luego inauguraron la Planta Hipinto Piedecuesta, ubicada en Santander y la planta Malambo, la cual es la más moderna en América Latina. Postobón S.A cuenta con más de 111 años de historia y genera alrededor de 12,000 empleos.

En el año 2021, obtuvo ingresos de 2,040 billones y ganancias de 66,651 millones. Postobón S.A, es líder en la industria de bebidas no alcohólicas; se dedica a la producción de bebidas como gaseosas, aguas, jugos, hidratantes, energizantes y té, contando con un portafolio de más de 35 marcas y 250 referencias. Cuenta con 66 sedes entre plantas de producción y centros de distribución, lo que permite que llegue al 90% de la población colombiana; sus productos están presentes en Estados Unidos, Reino Unido, Aruba, España, Curazao, Panamá e Italia. En los Reportes Sostenibles tiene tres dimensiones: social, económica y ambiental, además cuenta con programas para llevar a cabo la responsabilidad social y se enfoca en 8 grupos de interés para desarrollar su gestión sostenible. En los Reportes de Sostenibilidad tiene en cuenta los indicadores GRI y establece diferentes compromisos sostenibles.

4.2 Marco Conceptual

En este apartado del presente proyecto de investigación, se presentarán diferentes conceptos de interés que fueron de gran relevancia para la construcción y desarrollo del análisis realizado. Conceptos presentados por autores variados que han dedicado parte de su vida al estudio de los Reportes de Sostenibilidad, a evaluar empresas sostenibles o incluso un estudio general del sector que se tuvo en cuenta en este trabajo, el alimentario.

- **Informe de Sostenibilidad:** Para explicar este concepto se hará referencia a tres fuentes de información diferentes.

Según Portafolio Verde (2021), un Informe de Sostenibilidad es un procedimiento que las compañías realizan voluntariamente, para informar a los usuarios de la información, sobre los impactos positivos y negativos que generan en la realización de sus actividades, influyendo en los aspectos sociales, económicos y ambientales. Cabe destacar que, para realizar un Informe de Sostenibilidad, hay un proceso de medición, divulgación y rendición de cuentas a los grupos de interés; por otra parte, el contenido debe ser transparente para tomar decisiones.

Por otro lado, continuando con otra definición, estos reportes tienen como objetivo informar a un grupo de interés de la organización, sobre el desempeño económico, social, ambiental y de gobierno; esta información resulta útil para facilitar “procesos de mejora continua hacia un negocio sustentable” (Deloitte, 2018, p. 4). La razón por la cual las organizaciones deciden realizar un Reporte de Sostenibilidad, es porque este “promueve la transparencia y rendición de cuentas, fortalece la gestión y el desempeño de la empresa, permite el feedback y responder a las expectativas de los grupos de interés, construye y mantiene la imagen y reputación y fortalece la competitividad” (Deloitte, 2018, p. 5).

Por último, por medio de los Informes de Sostenibilidad, las empresas comunican los impactos que generan en los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza, de esta forma, las empresas se enteran de los riesgos y oportunidades a los que se enfrentan, al mismo tiempo que las partes interesadas cuentan con mayor información para analizar el desempeño de la organización y tomar decisiones.

- **Empresa sostenible:** Es una empresa que se esfuerza por mantener un equilibrio entre los aspectos, social, económico y ambiental, por medio de la implementación de estrategias que favorezcan no solo los intereses de la empresa, sino el bienestar colectivo de las presentes y futuras generaciones. Una empresa sostenible promueve acciones para contribuir al bienestar social de la población donde hace presencia, de esta forma compensan los impactos negativos que puedan generar en la realización de las actividades (Coverpan, 2021).
- **Sector alimentario:** Es un conglomerado de empresas que se dedican a la fabricación, procesamiento y distribución de alimentos, cuya materia prima proviene de origen animal o vegetal y finalmente los productos llegan a los consumidores.
- **Inversión social:** Son prácticas voluntarias por parte de las empresas que deciden incrementar el bienestar social de comunidades que se encuentran cerca de las empresas, para contribuir en áreas como educación, alimentación, deporte u otras necesidades que se identifiquen en una comunidad en particular. Por otra parte, muchas empresas deciden realizar inversión social, para lograr beneficios tales como mejorar la percepción de la imagen corporativa.
- **Bienestar social:** Se determina por varios factores que facilitan la mejora continua de las condiciones de vida de una población. En el contexto empresarial, algunas compañías deciden realizar aportes voluntarios para mejorar las condiciones económicas, de salud o

educación de una población específica que no cuenta con los medios para satisfacer sus necesidades.

- **Calidad de vida:** Según Solomon et al. (1980, p. 5) definen Calidad de Vida como “un concepto inclusivo, que cubre todos los aspectos de la vida, tal y como son experimentados por los individuos. Comprende tanto la satisfacción material de las necesidades como los aspectos de la vida relacionados con el desarrollo personal, la autorrealización y un ecosistema equilibrado”.
- **Estándares GRI:** Las organizaciones en la realización de su actividad económica impactan positiva o negativamente el objetivo de desarrollo sostenible que plantea la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (ONU, 1987, párr. 1). Por esta razón, los Estándares GRI ofrecen un punto de partida para la elaboración de Informes de Sostenibilidad, para que las organizaciones identifiquen e informen sobre los impactos ambientales, económicos y sociales que generan.

Por medio de los estándares GRI, las organizaciones pueden realizar los Informes de Sostenibilidad, en el cual comunican los impactos positivos o negativos que ocasionan en el ámbito ambiental, económico y social, permitiendo que demás grupos de interés puedan comprender dicho informe. El propósito de los estándares GRI, es promover la comparabilidad y la calidad de la información, para asegurar la transparencia de los Informes de Sostenibilidad presentados por las organizaciones, pues resulta importante conocer si la organización contribuye al cumplimiento del objetivo de desarrollo

sostenible, por este motivo, es información útil para la toma de decisiones (GRI 101: fundamentos 2016).

4.3 Revisión de Literatura

En esta sección se presentan diferentes estudios, tanto a nivel nacional como a nivel internacional, en los que un conjunto de estudiantes y académicos lograron recopilar información bastante relevante respecto al tema de los Reportes de Sostenibilidad presentados por distintas empresas. En estos trabajos han conseguido identificar en qué invierten actualmente las compañías, el nivel de sostenibilidad que presentan según sus informes y qué tan importante ha sido para ellas publicar este tipo de información para el público interesado.

Rodríguez y Ríos (2016), realizan un estudio en Colombia, para describir el nivel de sostenibilidad social, económica y ambiental de 87 empresas de diferentes tamaños y sectores económicos, tomando como referencia el concepto de sostenibilidad construido por cada una de ellas. Así que llevan a cabo un análisis descriptivo transversal, incluyendo las empresas que publican los Reportes de Sostenibilidad en el año 2015, el cual incluye información de las actividades realizadas por la empresa en el año 2014. Como resultado, establecen tres conceptos de sostenibilidad, Sostenibilidad Madura (M), Sostenibilidad en Desarrollo (ED), Sostenibilidad Incipiente (I); para describir el nivel de sostenibilidad social, económica y ambiental de las empresas que cuentan con Reportes de Sostenibilidad.

El primer concepto se les asigna a empresas que aplican adecuadamente el concepto de Sostenibilidad en sus Reportes Sostenibles, desarrollan las tres dimensiones de sostenibilidad, social, económico y ambiental; y socializan las políticas de sostenibilidad con los grupos de interés. El segundo concepto, Sostenibilidad en Desarrollo (ED), hace referencias a empresas que se encuentran en un estado de transición entre los conceptos de desarrollo sostenible y Responsabilidad Social Empresarial y tienen

dos dimensiones más desarrolladas, es decir una de las dimensiones no está bien definida. El tercer concepto, Sostenibilidad Incipiente (I), se asignó a empresas que cuentan con un concepto sobre Responsabilidad Social Empresarial, pero se orientan hacia la filantropía, a pesar de que las empresas cuentan con un equilibrio en las tres dimensiones, pero no hay una tendencia predominante entre estas.

Carrillo y Galarza (2022), realizaron un análisis documental en Ecuador sobre los Reportes de Sostenibilidad, que se encuentran en la página web de GRI Sustainability Disclosure DATABASE de empresas ubicadas en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Los autores realizaron un análisis descriptivo, comparativo y explicativo sobre los Reportes de Sostenibilidad que publican las empresas, para manifestar la importancia de publicar este reporte. Se encontró que las empresas que mayormente reportan con los Estándares GRI, son las que están ubicadas en Perú, Brasil, Colombia y Argentina.

Entre los sectores que más reportan con los Estándares GRI, identificaron que son el sector financiero, energía, construcción, alimentos y bebidas y minería. También se determinó los países que tienen mayor porcentaje de publicación de los Reportes de Sostenibilidad, para hacer correlaciones entre el número de estos reportes y el Producto Interno Bruto de cada país. Por último, los autores plantean estudiar la evolución de los sectores mencionados, referente al aporte que realizan en las dimensiones social, económica y ambiental y revisar las metodologías que utilizan las empresas en torno al desarrollo sostenible. Como resultado se encontró que, de los 10 países analizados, 1.648 organizaciones reportan bajo metodología GRI, con un total de 4,936 informes de sostenibilidad. El país con mayor participación de publicación de Informes de Sostenibilidad bajo Estándares GRI es Perú con 31,86%, luego Brasil con un 24,88 %; el tercer lugar es Colombia con 17,60 % y en cuarto lugar se encuentra Argentina con el 12,38 % de organizaciones.

Suárez et al. (2021), realizaron un estudio en Colombia, para caracterizar las expectativas y percepción que tienen los stakeholders, sobre la utilidad de los Reportes de Sostenibilidad publicados por organizaciones públicas y privadas en Colombia. Los autores realizaron entrevistas a dos grupos, el primer grupo era conformado por funcionarios públicos, gestores, directivos, profesores y estudiantes de maestría; y el segundo grupo estaba conformado por grupos de interés del sector privado como, directivos, inversores y reguladores de la información contable de este sector.

La percepción que tienen los stakeholders de los Reportes de Sostenibilidad en el sector privado, es que consideran que los usuarios de dicho reporte son auditores e inversores, además la necesidad de incorporar temas en las guías o estándares GRI, para ofrecer mayor claridad y profundidad de las actividades que llevan a cabo las empresas del sector privado. En cuanto al sector público, se evidencia que hay limitaciones en la información contenida en los Reportes de Sostenibilidad, debido a extrapolación que existe entre los temas del sector privado incorporadas al sector público.

Vidal et al. (2019), realizaron un estudio para analizar las características y contenido de los Reportes de Sostenibilidad de las empresas públicas uruguayas. Los autores determinaron la cantidad de empresas públicas que realizan estos reportes, mediante la consulta de los sitios web de estas empresas, para verificar si contaban con algún Reporte de Sostenibilidad y que medio utilizan para mostrarlos, además revisaron la base de datos GRI (Global Reporting Initiative) y el sitio web de Responsabilidad Social Empresaria (DERES) de Uruguay. Los resultados que obtuvieron los autores es que el 86% de las empresas públicas presentan un Reporte de Sostenibilidad, donde se evidencia que no existe una directriz en la presentación de estos reportes ya que los contenidos, frecuencia de publicación, extensión, nombre del informe, indicadores, etc, tienen una gran variedad. Por otra parte, los autores encontraron que el 58% de las empresas públicas tienen visibilidad en la base de datos del GRI y el 17% de las empresas publican los reportes en el DERES, sin embargo, las empresas públicas optan por utilizar el

sitio web propio como fuente principal para comunicar los informes. Con este estudio los autores encontraron que no existe una guía o indicación estatal, que informe cómo las empresas públicas deben realizar los Reportes de Sostenibilidad tomando en cuenta los temas económicos, sociales y ambientales.

Firstadea (2014), realizó una investigación en Indonesia que tiene como objetivo comprender los Informes de Sostenibilidad de PT Holcim Indonesia Tbk y PT Indocement Tunggal Prakasa Tbk. En este análisis, también se comparó el Informe de Sostenibilidad de esas empresas para conocer cuál está más alineada con el GRI G3. La metodología que utilizó el investigador fue el análisis comparativo cualitativo para interpretar el contenido de los Informes de Sostenibilidad de las empresas. Este análisis se centró en seis indicadores, los cuales son: indicador económico, indicador ambiental, indicador laboral de prácticas y trabajo decente, indicador de derechos humanos, indicador social e indicador de responsabilidad del producto. Los resultados que encontró el investigador, luego de comparar los Informes de Sostenibilidad de estas empresas es que, PT Holcim Indonesia Tbk obtuvo una calificación de C⁴, pues cumple con el 62% de los indicadores, mientras que la empresa PT Indocement Tunggal Prakasa Tbk tiene una calificación de B⁵, ya que cumple con el 76% de los indicadores, esto quiere decir que la empresa que cuenta con un mejor nivel de aplicación de indicadores es la empresa PT Indocement Tunggal Prakasa Tbk, es decir que su Informe de Sostenibilidad está más alineado con el GRI 3.

Cunha y Moneva (2018), realizaron un estudio en Brasil que tiene como objetivo identificar, desde la teoría de la legitimidad, los aspectos que contribuyen a elaborar y publicar Informes de Sostenibilidad de empresas que pertenecen a sectores ambientalmente sensibles. Los autores realizaron una serie de entrevistas a los gerentes del área de sostenibilidad, pertenecientes a empresas de químicos

⁴ Es el nivel más bajo de aplicación GRI. Para pertenecer a esta calificación, se deben cumplir al menos 10 indicadores de desempeño.

⁵ Es el nivel intermedio de aplicación GRI. Para obtener esta calificación, se deben cumplir más de 20 indicadores, tanto básicos como adicionales.

y petróleo ubicadas en Brasil y España. Los temas que trataron en la entrevista son los siguientes: medios utilizados por las empresas para publicar los Informes de Sostenibilidad, los motivos de publicar información de sostenibilidad, las partes interesadas en los Informes Sostenibles, la participación de empresas en el índice bursátil de inversión sostenible y verificación externa de la memoria de sostenibilidad. Las empresas que tomaron en cuenta los autores para realizar este estudio de caso son, Deten Química SA, Petróleo Brasileiro SA (Petrobras), Repsol SA y Grupo Votorantim.

Los autores clasificaron los resultados de la siguiente forma: información de sostenibilidad, motivaciones de publicación y grupos de interés; índices e iniciativas relacionadas con la sostenibilidad. Respecto a la primera clasificación de resultados, los autores encontraron que todas las empresas hacen público su Informe de Sostenibilidad, sin embargo, la empresa Petrobras lo hace en su informe integrado anual. Las motivaciones que tienen estas empresas para realizar el Informe de Sostenibilidad, es mostrar la transparencia de sus operaciones a todas las partes interesadas sobre los aspectos sociales y ambientales. En cuanto a la segunda clasificación de resultados, Petrobras sostiene que “cuando los índices de sustentabilidad están relacionados con el mercado de valores, las expectativas del público “inversionista” tienen un mayor impacto en la decisión de formar parte o no de uno de estos índices” (Cunha y Moneva, 2018, párr. 60). Los motivos que tienen las empresas para participar en iniciativas nacionales e internacionales, son las siguientes: por voluntad propia, tener un modelo de comparación y pertenecer al Pacto Mundial de las Naciones Unidas⁶.

En esta sección se tuvieron en cuenta diferentes estudios de varios autores para revisar los trabajos dedicados a analizar la inversión social de empresas de diversos tamaños, sectores económicos y países. Los autores realizaron una comparación de los Reportes de Sostenibilidad de las diferentes compañías,

⁶ Iniciativa para promover el Desarrollo Sostenible y la responsabilidad social empresarial. Es un llamado a que las empresas incorporen 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

para conocer los temas que incluían estos informes, los estándares utilizados para la elaboración, la importancia de la inversión social, la estructura del informe, los medios de publicación del informe y la utilidad de los informes para tomar decisiones. Estos estudios sirven como referencia para realizar el análisis en los Reportes de Sostenibilidad de Colombina, Alpina y Postobón, teniendo en cuenta la forma en que dichas empresas llevan a cabo la inversión social, además de conocer la estructura del informe y los diferentes medios por los cuales realizan esta inversión; como fundaciones, programas, donaciones, etc. Lo anterior, con el propósito de conocer cuál empresa dedica más recursos y mayor importancia a la inversión social.

5. METODOLOGÍA

El presente proyecto de grado es un estudio descriptivo con metodología cualitativa, en el que se describirá y analizará en palabras lo que es la inversión social, presentada en los Reportes de Sostenibilidad a 2021 bajo metodología GRI, de tres empresas del sector manufacturero, específicamente de la industria de alimentos y bebidas.

En cuanto a los criterios de inclusión en este estudio, en primer lugar, se decidió trabajar con el sector manufacturero de Colombia, ya que se evaluará la parte social de las empresas en sus Reportes de Sostenibilidad y este es el sector que mayor número de empleos genera en el país. Posteriormente, se escogió analizar la industria de alimentos y bebidas por ser la de mayor significancia dentro de dicho sector. Teniendo esto en cuenta, se tomó una lista de todas las empresas colombianas que hacen parte de esta industria, sin importar su tamaño, que hayan publicado su Reporte de Sostenibilidad del año 2021. Por último, se pasó a seleccionar de manera aleatoria a tres de estas, teniendo como resultado a las siguientes: Alpina, Postobón y Colombina.

Para la parte de la recolección de información, los estándares GRI fueron obtenidos directamente de la página web del GRI. Por otro lado, los Reportes de Sostenibilidad de las tres empresas filtradas aleatoriamente fueron obtenidos en cada una de las páginas Web de las respectivas compañías. Toda la información fue obtenida en octubre del 2022 y se verificó que cada Reporte de Sostenibilidad cumpliera con dichos estándares.

6. RESULTADOS

En este apartado del presente proyecto, se presentará el resultado del análisis dedicado al aspecto social de las tres empresas del sector de alimentos y bebidas. En primer lugar, se presentará un breve resumen de la inversión social que presenta cada una de las compañías en sus Reportes de Sostenibilidad, y posteriormente, se realizará un análisis comparativo con las tres.

6.1 Colombina

La primera empresa analizada será Colombina, donde el área del Desarrollo Social lo presenta en su apartado de Prioridades de Gestión Sostenible. En este, dejan claro que han replanteado sus prioridades en materia de desarrollo social teniendo en cuenta la opinión de las comunidades, llegando a tres principales: contribuir a la reactivación económica de diferentes sectores de sus zonas de influencia, mejorar los perfiles ocupacionales de las comunidades, y promover la inclusión, educación, cultura, recreación y el deporte (Colombina, 2022). Dicha inversión social fue por \$4.500 millones de pesos distribuida así: 87% en inversión en comunidad, 12% en patrocinios, eventos culturales y deportivos, y 1% en donaciones caritativas. Colombina generó 1.062 puestos de trabajo en el norte del valle y 674 beneficiarios de los programas de la Fundación Colombina⁷ (Colombina, 2022).

Hablando puntualmente acerca de los tres puntos esenciales de inversión social, en la parte de reactivación económica, Colombina lanzó la Convocatoria Emprendedores Big Brother La Paila⁸, con el fin de “contribuir con el fortalecimiento de los pequeños empresarios de esta zona, apoyando el desarrollo de sus capacidades de abastecimiento de bienes o servicios, enfocadas en atender las necesidades de empresas de la región” (Colombina, 2022, p. 19). Por otro lado, crearon 500 puestos de trabajo mediante

⁷ Nació en 2006, por el compromiso de la empresa y sus accionistas, para contribuir al desarrollo social de las zonas de influencia de la Organización. Busca contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de comunidades y familias de colaboradores de la organización, asentadas en territorios priorizados.

⁸ Tiene como objetivo contribuir con el fortalecimiento de los pequeños empresarios de esta zona, apoyando el desarrollo de sus capacidades de abastecimiento de bienes o servicios, enfocadas en atender las necesidades de empresas de la región.

la contratación de proveedores locales, contribuyeron a la actividad económica de más de 250 locales y realizaron un aporte mayor a \$1.000 millones de pesos a la iniciativa Compromiso Valle⁹, aportando a la transformación social de la región, generando calidad de vida y construyendo mejores oportunidades para todos (Colombina, 2022).

Su segundo punto, sobre mejorar perfiles ocupacionales, lo desarrollaron a través de la Escuela Agroalimentaria, por medio de “la formación técnica y cursos complementarios en alianza con el Sena Valle del Cauca, para mejorar los perfiles ocupacionales de la comunidad de La Paila y generar nuevas fuentes de emprendimiento” (Colombina, 2022, p. 19). Más de 300 personas han participado en diferentes cursos técnicos y, junto a 14 empresas privadas, esta compañía apoyó a veinte jóvenes que representaron al país en One Young World¹⁰, la cumbre de jóvenes líderes más relevante del mundo (Colombina, 2022).

El último apartado, lo separan por cada área en la que se desarrollan. En el área de educación, promueven el acceso de hijos de colaboradores a educación inicial brindada en Hogares Infantiles Empresariales, con 131 niños entre 2 y 5 años beneficiados en el 2021, y educación superior por medio del programa Becas Jaime H. Caicedo, con 30 becarios activos en el año. Además, promueven la lectura por medio de diferentes clubes en sus zonas de influencia, contando con 76 participantes en el 2021. En el tema de la inclusión, Colombina creó un programa de formación para personas con habilidades diversas y piensan conformar la primera asociación para estas personas en La Paila. En cuanto a la cultura, promueven la paz con fundamento en valores ciudadanos y reconocen y valoran la diversidad cultural como factor determinante del desarrollo social de comunidades, impulsando programas que

⁹ Es una iniciativa que usa el diálogo y la escucha activa para reunir a ciudadanos y empresas de todos los tamaños y fundaciones para sumar a la transformación social del Valle del Cauca.

¹⁰ Es la cumbre de jóvenes líderes más importante del mundo. En esta, los jóvenes de cada país debaten y diseñan soluciones innovadoras para enfrentar los problemas más urgentes del mundo.

velen por la preservación y difusión del patrimonio cultural. Entre esos programas están: TIMCCA¹¹ con 118 participantes, Banda Sonidos de Paz con 54 participantes, Escuela de Danzas con 53 y Talleres de arte con 105. Finalizando con el deporte y recreación, promueven el bienestar a través de la creación de estilos de vida saludables, generan espacios de integración para niños teniendo en cuenta los riesgos a los que algunas comunidades se encuentran expuestas. Para el 2021, más de 210 niños y jóvenes hicieron parte del Club Deportivo Jaime H. Caicedo, 1.900 deportistas y 100 equipos participaron de la Copa Bon Bon Bum y 200 participantes hicieron parte del torneo Interbarrios (Colombina, 2022).

6.2 Alpina

Continuando con Alpina, su apartado acerca del Desarrollo Social lo separa en tres partes: bienestar y nutrición, Alpinistas, y nuestro voluntariado. En la primera, dejan en claro que trabajan de manera sostenible, enfocándose en tener un entorno de bienestar y nutrición para toda su cadena de valor, adoptando de manera voluntaria los estándares de la Unión Europea, con el objetivo de regular los perfiles nutricionales de cada alimento que producen. Por otro lado, comentan que en Alpina continúan aportado a la favorabilidad láctea desde la ciencia, esto por medio del Programa de Conciencia Láctea, “el cual consiste en publicaciones y discusiones en espacios académicos con el fin de fortalecer los atributos y beneficios de los lácteos y sus derivados como el queso y el yogurt” (Alpina, 2022, p. 39). Por último, tienen una alianza con la ABACO¹² para garantizar la seguridad alimentaria, y lograron apoyar alrededor de 2 millones de familias vulnerables entregando más de 2.8 millones de productos de alto valor nutricional (Alpina, 2022).

En su segundo apartado, Alpinistas, describen las acciones que han implementado para fomentar el bienestar de su talento. Su cultura, basada en la innovación, trabajo en equipo y liderazgo, la fomentan

¹¹ Taller Integral de Músicas Caucanas y Colombianas.

¹² Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia.

a través de principios guía que transmiten a sus colaboradores. “Durante el 2021, los alpinistas en Colombia participaron en 11.290 horas de formación. Lo que equivale en promedio a 3.53 horas por persona” (Alpina, 2022, p. 42), capacitaciones enfocadas en temas de comunicación, metodologías ágiles e inducciones corporativas para fortalecer sus habilidades funcionales y blandas. Por otro lado, establecieron que cada mes se llevará a cabo una tarde de networking y otra libre para los alpinistas del edificio administrativo, espacios que crean lazos profesionales y fomentan el bienestar. Por último, en el 2021, vincularon 94 practicantes de los cuales fueron contratados el 34% al finalizar el año (Alpina, 2022).

Finalizando con Nuestro voluntariado, en febrero del 2021, junto con la Alcaldía de Tocancipá, la Defensa Civil, la Cruz Roja y la Corporación ProDesarrollo del Norte de la Sabana, realizaron un voluntariado para limpiar los desechos del Humedal Taboima, impactando a la fauna y flora del lugar y a más de 900 personas que habitan cerca de este (Alpina, 2022). Por otro lado, junto con la Fundación aeioTU, con el objetivo de promover la educación integral de niños menores a cinco años, realizaron un voluntariado para adecuar y embellecer el Centro aeioTU San Agustín ubicado en Sopó. Se construyó una huerta orgánica y pintaron el centro infantil, beneficiando a más de 300 niños que asisten a este centro (Alpina, 2022). Su último voluntariado, Todos Unidos, es un espacio creado de la mano con otras grandes empresas de Colombia y la Cámara de Comercio de Bogotá, para impactar PyMES del país e impulsar la reactivación económica y la competitividad de dichas organizaciones. “A través de una serie de Webinars y asesorías personalizadas, los voluntarios de Alpina en conjunto con otras compañías, acompañamos durante cuatro meses a 430 pequeños empresarios para fortalecerlos en temas de estrategia, innovación, mercadeo, planeación financiera, productividad y transformación digital” (Alpina, 2022, p. 47).

6.3 Postobón

Para finalizar con Postobón, la empresa ha perfeccionado, con el paso del tiempo, mecanismos de relacionamiento con el entorno y han materializado varios programas, proyectos, iniciativas y acciones que forman valor y transforman vidas desde el desarrollo social y económico. En su reporte, muestra siete voluntariados y programas con el que desarrollan la sección de Compromiso con la sociedad, llevados a cabo, en su mayoría, a través de la Fundación Postobón¹³: Impactando Territorios. El programa Mibici Postobón, ayuda a niñas, niños y adolescentes que viven lejos de sus instituciones educativas a llegar a tiempo y a minimizar el riesgo de que dejen sus estudios. Desde 2015 y adaptando el formato de impacto social tomado de la fundación World Bicycle Relief, Postobón ha entregado 12.774 bicicletas, con inversiones del orden de \$10.552 millones, en 19 departamentos. Con el programa Mipupitre Postobón, entregan a instituciones educativas públicas pupitres, tableros, mesas y bibliotecas. En 2021, benefició a 6.768 estudiantes con la entrega de 4.244 piezas de mobiliario (pupitres, mesas, tableros, entre otros), de 24 instituciones educativas ubicadas en 12 departamentos. Por otro lado, el programa FARO¹⁴ apoya a las asociaciones de reciclaje y sus integrantes, siendo una herramienta social de gran aporte a la Responsabilidad Extendida del Productor y a la economía circular en Colombia (Postobón, 2022).

Una de sus alianzas, ERA¹⁵, fortalece la cobertura, calidad y pertinencia de la educación preescolar, básica y media, en las zonas rurales de Antioquia. ERA llegó a 24 municipios, trabajando con 504 establecimientos educativos, 1.200 maestros y 22.000 estudiantes y entregando 777 piezas de mobiliario escolar hecho con Tetra Pak, que beneficiaron a 1.450 estudiantes y permitieron, a su vez, el

¹³ Está conformada por personas dedicadas al servicio y la transformación social. Asimismo, cuentan con una serie de aliados para la operación y ejecución de sus programas. Estos objetivos los logra con el desarrollo de diferentes proyectos privados y públicos, bajo metodologías de innovación social disruptiva y sostenible.

¹⁴ Fortalecimiento a Asociaciones de Recicladores de Oficio.

¹⁵ Educación Rural para Antioquia.

reciclaje de 26 toneladas de material aprovechable. En cuanto al voluntariado corporativo Dejando Huella, este abre espacios de conexión entre colaboradores de Postobón, la comunidad y el medioambiente, viviendo los valores corporativos y fortaleciendo la cultura organizacional. Esto por medio de líneas como la de Alma Mujer, donde 60 voluntarios corporativos se reúnen como mujeres y las acompañan en temas relacionados con la formulación de proyectos de vida y el mejoramiento de sus competencias. De igual manera, permite un crecimiento individual y profesional a quienes participan, por medio de la equidad en las relaciones sociales.

Continuando con Cauca tiene Norte, esta es una iniciativa en la que se unen con la Zona Franca del Cauca e Incauca, en donde se articulan programas y proyectos que contribuyen al desarrollo social y comunitario de los habitantes en los municipios de Guachené, Caloto y Puerto Tejada; esta alianza tiene tres áreas de acción: soluciones de agua y saneamiento básico, aporte a la educación y promoción del desarrollo inclusivo. Con una inversión de más de 1.400 millones, son más de 5.300 caucanos beneficiados por medio de la promoción del desarrollo inclusivo, entrega de mobiliario escolar y soluciones de agua y saneamiento básico. Además, 93 jóvenes, de la mano con el programa Líderes con Propósito, iniciaron un proceso formativo de dos años. Por último, su programa Litros que ayudan, de su marca Agua Cristal, es una plataforma virtual que aumenta la solidaridad y está enfocada en dos líneas diferentes: el desarrollo de proyectos relacionados con la disponibilidad del agua en comunidades que no cuentan con este recurso y la atención de emergencias por el desabastecimiento del agua (Postobón, 2022).

Tabla 1

Cuadro Comparativo de la Inversión Social

ALPINA		COLOMBINA		POSTOBÓN	
Bienestar y Nutrición	Programa de Conciencia Láctea: Realizan publicaciones y discusiones en espacios académicos para fortalecer los atributos y beneficios de los lácteos y sus derivados.	Reactivación económica	Convocatoria Emprendedores Big Brother La Paila: Contribuyen con el fortalecimiento de pequeños empresarios de la zona, apoyando el desarrollo de sus capacidades de abastecimiento de bienes o servicios, enfocadas en atender las necesidades de empresas de la región.	Fundación	Fundación Postobón: Opera algunos de los principales programas del modelo de sostenibilidad Uno más Todos. En 2021 fortaleció alianzas con entidades para maximizar recursos y aumentar los impactos sociales en los territorios donde buscan contribuir al desarrollo social.
	Alianza con ABACO: Garantizan la seguridad alimentaria. Apoyan a familias vulnerables de Colombia entregándoles productos de alto valor nutricional.		Contratación: Generaron empleo en el norte del Valle mediante la contratación de proveedores locales y, junto a Compromiso Valle, generaron calidad de vida y mejores oportunidades para todos.		Programa Mibici Postobón: Hacen de la bicicleta una herramienta para el fortalecimiento de la educación en las zonas rurales del país. Así, niños que viven lejos de sus instituciones, llegan a tiempo, comparten con sus compañeros, y se reduce el riesgo de que abandonen el estudio.
Alpinistas	Cultura: Tienen una cultura basada en innovación, trabajo en equipo y liderazgo. Se enfocan en 7 principios guía: Trabajar por y para sus consumidores; pasión por ganar; innovar para mejorar; trabajar con humildad y respeto; privilegiar simplicidad y acción; actuar con integridad, coherencia y responsabilidad; ser un equipo, ser Alpina.	Mejoramiento de perfiles ocupacionales	Escuela Agroalimentaria: Realizan la Formación técnica y cursos complementarios en alianza con el Sena Valle del Cauca, para mejorar los perfiles ocupacionales de la comunidad de La Paila y generar nuevas fuentes de emprendimiento.	Programas Uno más Todos	Programa Mípupitre Postobón: Con este programa, entregan pupitres, mesas, bibliotecas y tableros a instituciones educativas públicas. Este mobiliario se hace con cajas de Tetra Pak reciclado. En 2021 benefició a 6.768 estudiantes de 24 instituciones educativas ubicadas en 12 departamentos con la entrega de 4.224 piezas de mobiliario.
	Desarrollo de su gente: Los alpinistas tienen un proceso integral de formación, que les permite estar en un proceso continuo de aprendizaje fomentando el desarrollo profesional y personal. Realizan capacitaciones en temas de comunicación, metodologías ágiles e inducciones corporativas.		Cursos: Técnico en Agroindustria Alimentaria; Técnico en Mecánica de Maquinaria; Técnico Eléctrico; Curso complementario en corte y confección; Curso complementario carnes, lácteos y planificación; Curso complementario comidas navideñas.		Programa FARO: Apoya integralmente a las asociaciones de reciclaje y a sus integrantes. Aumenta los niveles de aprovechamiento de materiales como PET, vidrio, cartón y aluminio, por medio del apoyo a asociaciones de recicladores y recicladores de oficio.
	Cercanía: Establecieron que cada mes tendrán una tarde de networking y otra libre para los alpinistas en el edificio administrativo. Durante el 2021, tuvieron cuatro jornadas de vacunación por región.		One Young World: Junto a 14 empresas privadas, apoyaron a 20 jóvenes que representaron a Colombia en la cumbre de jóvenes líderes más importante del mundo.		Alianza ERA: Apoyan la iniciativa enfocada en el fortalecimiento de la cobertura, la calidad y la pertinencia de la educación preescolar, básica y media, en zonas rurales del departamento.
	Practicantes: En Alpina, buscan que los practicantes adopten una mirada global e integradora de los procesos, y se conviertan en líderes empoderados para tomar decisiones. En el 2021 contrataron al 34% de sus practicantes.		Premio Nacional al Talento Joven: Se sumaron a este premio para contribuir a una organización líder que tiene como objetivo empoderar comunidades afectadas por el conflicto armado en el Cauca.		Voluntariado corporativo Dejando Huella: Abre espacios de conexión entre colaboradores, la comunidad y el medioambiente, fortaleciendo la cultura organizacional desde una ofrma tangible de vivir los valores corporativos.
Voluntariado	Limpieza: Realizaron voluntariados para limpiar diferentes desechos en el Humedal Taboima; recogieron llantas, basura y material vegetal innecesario.	Inclusión, educación, cultura y deporte	Educación e Inclusión: Con la Fundación Colombina promueven el acceso a hijos de colaboradores a la educación inicial para la primera infancia. Crearon el programa de formación para personas con habilidades diversas y sus cuidadores.	Cauca tiene Norte: Esta alianza tiene 3 ejes de acción (aporte a la educación, soluciones de agua y saneamiento básico y, promoción del desarrollo inclusivo), los cuales dejó a más de 5.300 caucanos beneficiados.	
	Construcción de espacios: Se unieron con la fundación aeioTU para promover la educación integral de niños menores de cinco años, adecuando y embelleciendo el Centro aeioTU San Agustín en Sopó. Construyeron una huerta orgánica y pintaron el centro infantil.		Cultura y Deporte: Reconocen y valoran la diversidad cultural e impulsan programas que buscan la preservación y difusión del patrimonio cultural. Llevaron a cabo la Copa Bon Bon Bum, el Club Deportivo Jaime H. Caicedo e hicieron parte del torneo Interbarrios realizado en La Paila.		Programa Litros que Ayudan: Se enfoca en dos perspectivas, la atención de emergencias por desabastecimiento de agua y el desarrollo de proyectos asociados a la disponibilidad del agua en comunidades carentes del recurso. En 2021 impactó a 34.849 personas.
	Impulsando pequeñas y medianas empresas: Con el programa Todos Unidos, buscan impactar a PyMES de Colombia con el fin de impulsar la reactivación económica y la competitividad de estas organizaciones, por medio de Webinars y asesorías personalizadas.		Centro Recreacional Jaime H. Caicedo González: Realizaron la alianza por la reactivación del Centro, con el fin de entregar a residentes de La Paila un espacio de encuentro con áreas deportivas y recreativas.		Contribución a los territorios impactados por el conflicto: Crean oportunidades de desarrollo e inclusión económica y social en zonas y territorios que fueron golpeados por el conflicto, determinados en el marco de las políticas de Paz y Reconciliación del Gobierno Nacional.

Fuente: Elaboración propia

En resumen, luego de revisar los Reportes de Sostenibilidad de las tres empresas y realizar el análisis de su contenido, es evidente que lo que más resalta en cada una es el número de programas, voluntariados y alianzas que han desarrollado para llevar a cabo el componente de inversión social. Además, aunque Alpina no muestra sus datos de inversión en cifras monetarias, esa es la única gran diferencia en la forma de presentación de los reportes. Por otro lado, las iniciativas más destacadas son las que luchan por la educación de los niños y jóvenes de bajos recursos, las que velan por mantener la cultura en las sociedades ubicadas cerca al sector de estas empresas, y las que incitan el deporte en los diferentes grupos de niñas y niños. Por último, no se pueden dejar de lado los programas que buscan llevar el arte, como la música, a niños y jóvenes sin los recursos para pagar escuelas de este tipo, y las iniciativas que se han encargado de hacer llegar agua potable a sectores que no cuentan con ella.

7. CONCLUSIONES

La caracterización de la inversión social de las empresas del sector de alimentos y bebidas presentada en sus Reportes de Sostenibilidad permitió, en primer lugar, identificar que las tres compañías cumplían con los requisitos metodológicos de los estándares GRI, cada una dejando claro en su Informe la edición aplicada del marco. Por otro lado, es claro que hoy en día las empresas se interesan más en aspectos diferentes al económico, aportando no sólo a la sociedad sino también al medioambiente por medio de su actividad. En los diferentes Reportes de Sostenibilidad, el grupo de empresas analizado dejaba claro sus principios y objetivos respecto a la importancia que le dan a aportar de diferentes maneras a las personas y comunidades que se encuentran ubicadas cerca del sector de la compañía.

Los principales aspectos de inversión social por parte de las tres empresas se basan en los niños; aportar a su educación y desarrollo físico y cultural, cada una brindando espacios de recreación, insumos que les permita llegar a sus instituciones o equipo y muebles para llevar a cabo sus tareas en el colegio (como las iniciativas Copa Bon Bon Bum, Mibici y Mipupitre Postobón y el Centro aeioTU). La principal diferencia entre las compañías es que, mientras Alpina se centra mucho en sus trabajadores y alpinistas, Colombina invierte más que todo en aspectos como la recreación, cultura y deporte y competencias para jóvenes con talentos prometedores, y Postobón está más inclinada hacia hacer llegar recursos, como el agua, a sociedades vulnerables, y a ayudar a emprendedores y tenderos que lo necesitan.

8. RECOMENDACIONES

Al analizar y revisar los reportes de sostenibilidad de Colombina, Alpina y Postobón, específicamente la manera en que presentan los datos de la inversión social se recomienda lo siguiente:

- Alpina debería incluir en el reporte de sostenibilidad las cifras monetarias que destina para realizar las diferentes iniciativas sociales.
- Colombina, Alpina y Postobón podrían mostrar gráficos de barras o circulares para ilustrar la proporción de los recursos económicos que se destinan a la inversión social.
- Las tres compañías deben realizar esfuerzos por presentar los reportes de sostenibilidad que permitan destacarse en los índices de sostenibilidad, pues estas empresas pertenecen a la industria manufacturera que tiene un alto impacto económico en el país.

BIBLIOGRAFÍA

- Adecco. (2019). *Importancia de la responsabilidad social para las empresas*. <https://blog.adecco.com.mx/2019/10/22/importancia-responsabilidad-social-empresarial/>
- Alpina. (2022). *Por un mundo delicioso. Informe de sostenibilidad*. <https://alpina.com/sostenibilidad/informes>
- Carrillo, Á. P., & Galarza, S. P. (2022). Reportes de sostenibilidad de Organizaciones Sudamericanas. *Ciencias administrativas*, (20), 5-5.
- Colombina. (2020). *Desarrollo social*. https://colombina.com/co_es/sostenibilidad/desarrollo-social
- Colombina. (2022). *Informe de sostenibilidad*. https://colombina.com/uploads/Sostenibilidad/Colombina_IS_VF_2022.pdf
- Coverpan. (2021, December 19). *¿Qué es una empresa sostenible? Definición y estrategias*. <https://www.coverpan.es/blog/empresa-sostenible/>
- Cunha, D. R., & Moneva, J. M. (2018). The elaboration process of the sustainability report: A case study. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20, 533-549.
- Deloitte. (2018). *Reportes de sostenibilidad: ¿qué están comunicando las empresas de Paraguay?*. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uy/Documents/risk/Presentaci%C3%B3n_Estudio%20Deloitte%202018_Reportes%20de%20Sostenibilidad_GRI%20%20ODS.pdf
- Estrada, C. (2021, December 22). *“Es necesario acelerar inversión en sector de alimentos y promover capacidad tecnológica.”* La República. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/es-necesario-acelerar-la-inversion-en-el-sector-y-promover-capacidad-tecnologica-3281070>
- Firstadea, E. (2014). Sustainability Reports Comparison Between PT Holcim Indonesia Tbk And PT Indocement Tunggul Prakasa Tbk. Brawijaya University. Malang.
- Fundación Alpina. (2022). *Our working commitments*. <https://fundacionalpina.org/en/>
- Global Reporting Initiative. (2016). GRI 101: Foundation 2016. Amsterdam: GRI.

- González, T. (2022, March 23). *La industria manufacturera de Colombia aumenta sus aportes a la economía*. Fashion Network. <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-industria-manufacturera-de-colombia-aumenta-sus-aportes-a-la-economia,1390149.html>
- Infobae. (2022, February 5). *Sector de alimentos y bebidas impulsó la inflación en enero de 2022: Dane - Infobae*. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/02/05/sector-de-alimentos-y-bebidas-impulso-la-inflacion-en-enero-de-2022-dane/>
- Investincolombia. (2019). *¿Por qué invertir en el sector de alimentos procesados?* <https://investincolombia.com.co/es/sectores/agroindustria-y-produccion-de-alimentos/alimentos-procesados>
- KPMG, A., & Fundación, A. N. D. I. (2016). *Descubriendo el valor de la inversión social Colombia*. Recuperado de <https://home.kpmg/co/es/home/insights/2017/03/Descubriendo%20el%20valor%20de%20la%20inversión%20social>.
- Legna, P. (2007). Reportes de sostenibilidad. Parte 1: concepto, beneficios y contenido. UAIS sustentabilidad.
- ONU, (1987). Informe brundtland. Nueva York.
- Pérez, M. C. (2022, April 13). *Producción manufacturera creció 10,7% y su empleo 4,6% en segundo mes de 2022*. La República. <https://www.larepublica.co/economia/produccion-manufacturera-crecio-10-7-y-su-empleo-4-6-en-segundo-mes-de-2022-3342850>
- Portafolio Verde. (2021, January 4). *Todo sobre un informe de sostenibilidad*. <https://www.portafolioverde.com/noticias/informe-de-sostenibilidad-corporativo-todo-lo-que-debes-saber/>
- Postobón. (2016, July 17). *Postobón le aporta a la reconciliación*. <https://www.postobon.com/sala-prensa/noticias/postobon-le-aporta-la-reconciliacion>
- Postobón. (2022). *Tómate la vida. Informe de sostenibilidad 2021*. https://www.postobon.com/sites/default/files/informe_de_sostenibilidad_2021.pdf
- Rodríguez, L. C., & Ríos, L. A. (2016). Evaluación de sostenibilidad con metodología GRI. *Dimensión empresarial*, 14(2), 73-89.
- Semana. (2021, December 2). *Las empresas con mejor sostenibilidad del mundo, según S&P*. <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/las-14-empresas-colombianas-que-entraron-en-el-indice-de-las-mas-sostenibles-del-mundo-de-sp/202148/>

- Smith, S. S. (2014). Integrated reporting, corporate governance, and the future of the accounting function. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10), 58-63.
- Solomon E. S., Bouchouchi N., Denosov V., Hankiss E., Mallman C. A. y Milbrath L. W. (1980): “Unesco’s policy-relevant Quality of Life research program”, Szalai A. y Andrews F. M.: *The Quality of Live Comparative Studies*, Beverly Hills, Calif., Sage Publications, pp. 223-233.
- Suárez, Y. M., Gómez, M., & García, M. A. (2021). La utilidad de los informes de sostenibilidad en entidades públicas y privadas en Colombia: La percepción de los stakeholders. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 79, 103-136.
- Vidal, A. S., Ramos, J., & Asuaga, C. (2019). Análisis comparativo de los reportes de sostenibilidad de las empresas públicas uruguayas. *Proyecciones*.