

Informe de gestión sostenible 2018

Consolidando nuestras prioridades para ser aliados del desarrollo



Contenido



Página 59

Capítulo 6

Anexos



Acerca de este informe

Este informe ha sido elaborado bajo el **Estándar GRI** de conformidad con la opción esencial, cubriendo el periodo del año calendario 2018. Se incluyen todas las operaciones de la **Alianza Team**[®] en **Colombia**, **México**, **Chile** y **BredenMaster**[®], que aún se encuentra en fase de alineación y estandarización de procesos. La operación de BredenMaster Colombia aún no se tiene en cuenta para el frente ambiental.

Este informe ha sido verificado por **Deloitte & Touche** con el fin de asegurar la transparencia, calidad y alcance de la información reportada.

Alimentamos un mejor mañana

- 5 Carta del presidente.
- ¿Quiénes somos?
- icómo nos gestionamos?
- Avances organizacionales.



Carta del presidente



[T1; 102-14; 102-15; 102-46]

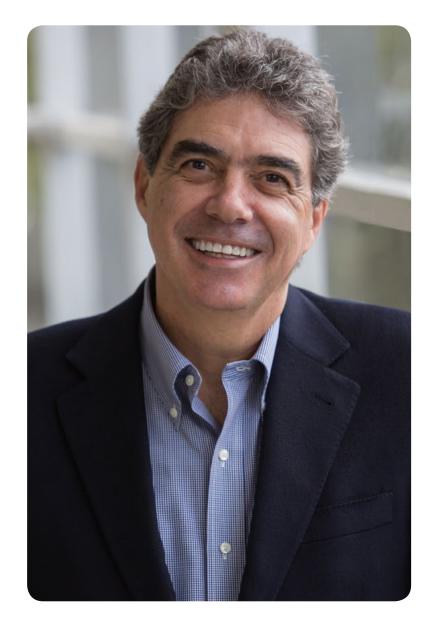
I compromiso que tiene Alianza Team® con la sostenibilidad se fundamenta en la generación de soluciones enfocadas en alimentar un mejor mañana, teniendo en cuenta una visión integral del negocio en la que los componentes social y ambiental juegan un papel fundamental. Este compromiso hoy en día hace parte del ADN de la compañía y de su misma esencia.

Para gestionar esa estrategia de sostenibilidad y presentar los resultados que están resumidos en este informe, nos enfocamos en unas prioridades fundamentales, que son las que guían el quehacer diario de la compañía: nuestros clientes y consumidores, frente a los cuales tenemos la responsabilidad de generar productos y soluciones que respondan a las necesidades del mercado y que vayan en línea con un estilo de vida equilibrado, para lo cual hacemos una permanente inversión en investigación e innovación; nuestra gente, gracias

a la cual Alianza Team[®] ha logrado consolidarse como una de las compañías líderes del sector de lípidos y marcas en el país; *nuestro entorno*, con el cual estamos comprometidos para impactar positivamente en el desarrollo local y dejarles un mejor futuro a las siguientes generaciones; y por último *nuestros inversionistas*, frente a los cuales tenemos el compromiso de cumplir con las metas de negocio, garantizando así el crecimiento rentable de la compañía.

En línea con lo anterior, quiero destacar con orgullo que una vez más, durante el 2018, forta-lecimos la relación con nuestros grupos de interés, convirtiéndonos en sus aliados. En este punto quiero resaltar uno de los componentes mencionados previamente y que son pilares de nuestra operación: nuestra gente. Durante 2018 nos enfocamos en lograr una operación más humana, fortaleciendo los equipos y priorizando su bienestar





para hacer de Alianza Team® un gran lugar para trabajar. Gracias a esto, y como reconocimiento a ese esfuerzo consistente, el Icontec, junto con Great Place To Work, nos certificaron como "Gran Lugar para Trabajar" al contar con políticas y prácticas que generan confianza, compromiso y sentido de pertenencia por parte de sus colaboradores.

Durante el 2018, mantuvimos nuestro esfuerzo de investigación e innovación, gracias al cual lanzamos más de 50 nuevos productos e incursionamos en nuevas categorías con las marcas Vidalia[®], Jappi[®] y Dagusto[®]. Por sexto año consecutivo destinamos el 1% de nuestras ventas a la investigación y desarrollo, para seguir profundizando nuestro conocimiento aplicado en lípidos, fortaleciendo esta capacidad.

Por último, pero no menos importante, mantuvimos nuestro trabajo responsable con el ambiente, implementando mecanismos encaminados a lograr un uso eficiente de los recursos naturales. no solo desde el nivel operativo, sino también desde la creación de conciencia en toda la organización del rol que jugamos todos en la protección del ambiente. Nuestro programa "Manos Verdes" continuó avanzando y es hoy una solución para la adecuada disposición del aceite usado para nuestros clientes y en general para el sector Horeca. Esta iniciativa, que se ha convertido en líder y referente, continuará expandiéndose y aportando al ambiente.

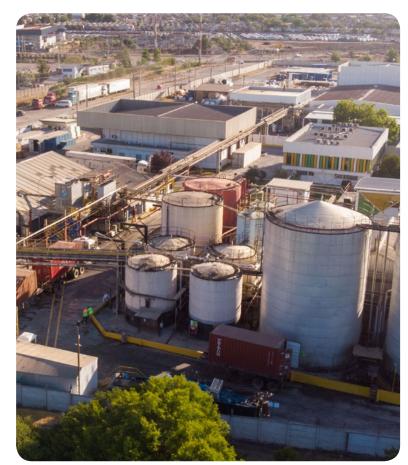
Muchas gracias a todos los que han creído en nuestra compañía y nuestra manera de hacer las cosas; es por cada uno de ustedes que seguiremos esforzándonos por hacer mejor las cosas día a día, generando valor a todos nuestros grupos de interés. Estamos convencidos de que el 2019 será un año cargado de oportunidades y de buenos resultados de cada uno de los que han hecho posible que nuestra organización siga consolidándose como una empresa líder en el sector y aliados del desarrollo.

Luis Alberto Botero B.

Presidente y CEO Alianza Team®

¿Quiénes somos?

[102-3; 102-4; 102-6; 102-7; 102-8; 102-41]









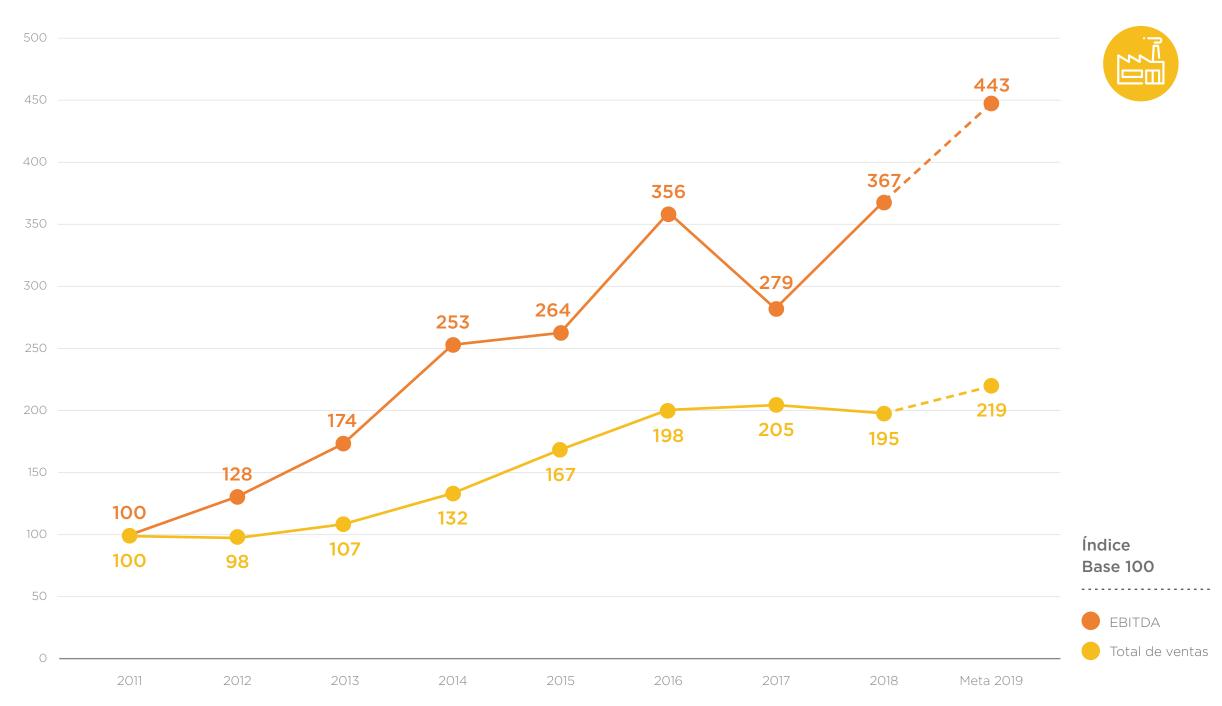






	Colaboradores	Mujeres	Hombres	% cubierto por acuerdos colectivos
Total Alianza Team®	2.413	743	1670	25,74%
Colombia	1.097	302	795	9,94%
México	180	59	121	24,44%
Chile	110	37	73	40,91%
Breden Master [®]	1.044	345	681	60,82%





¿Cómo nos gestionamos?

Г102-2: 102-111

Trabajamos por ser los mejores aliados para nuestros diferentes grupos de interés y para el desarrollo de nuestro entorno local y nacional. Uno de los focos este año fue lograr una operación más humana, fortaleciendo los equipos y priorizando su bienestar para hacer de la organización un gran lugar para trabajar. Gestionamos eficientemente los recursos asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos para dejarles un mejor mundo a las futuras generaciones y crecemos

junto con nuestros proveedores garantizando relaciones transparentes y negociaciones justas. Desde los tres grupos estratégicos de negocio, estamos enfocados en ofrecer al consumidor de nuestras marcas y las de nuestros clientes beneficios relevantes y diferentes mediante nuestro conocimiento y aplicación de los lípidos. Es así como demostramos ser la mejor inversión para nuestros accionistas, garantizando un crecimiento rentable y sostenido en el tiempo.

Nuestros Grupos estratégicos de negocio

Consumo masivo y fuera del hogar



- 1 Enfocado en entender al consumidor.
- Hacer diferencia con nuestras marcas y nuestros modelos de negocio.
- Orientar los productos para el consumidor final.

Team Solutions



- 1 Atender la industria con soluciones de valor.
- 2 Entendimiento profundo de las necesidades del cliente y de las marcas.

BredenMaster®



- Ofrecer soluciones de panadería que les faciliten a nuestros clientes entregar pan recién horneado a sus consumidores.
- 2 Hacer diferencia en los productos que ofrecemos a los segmentos que atendemos.

Nuestras capacidades



Nuestra experticia

Desde el conocimiento en ciencia y tecnología para resolver las necesidades específicas del mercado, tenemos la capacidad corporativa de ejecutar proyectos de innovación disruptiva, radical o de arquitectura soportada en esquemas de innovación abierta y cooperación con terceros, lo que nos permite una ventaja competitiva.

Contamos con

9 patentes

14 invenciones

38 en trámite

y programas de formación en ciencias, entre otros



Nuestros activos

Nuestras siete plantas productivas están equipadas con la última tecnología y, junto con los activos intangibles de la organización, nos permiten una alta capacidad productiva y flexibilidad para adaptarnos y atender de manera confiable y oportuna las necesidades de nuestros clientes, consumidores y el entorno.



Leonel Garnica Calderón, Operario Alianza Team® México



Héctor Sandoval, Gerente General BredenMaster®



△ John López, Operario Alianza Team® Bogotá

Avances organizacionales



En 2018 reforzamos el control interno como un valor intrínseco de una organización altamente competitiva, resaltando los tres anillos de seguridad compuestos por las personas, los procesos y las auditorías. Declaramos la irreverencia, en el buen sentido de la palabra, como un nuevo valor corporativo, seguros de que viviéndolos diariamente y honrando nuestros procesos internos es la mejor manera de proteger nuestra reputación y cuidar el crecimiento rentable en el tiempo.



en la evaluación internacional de gestión de la sostenibilidad del **Dow Jones Sustainability**Index, que mide la gestión de las organizaciones en las dimensiones económica, ambiental y social en 32 temas diferentes con más de 120 preguntas. Obtuvimos un resultado de 15 puntos por encima del promedio de la industria, lo cual nos enorgullece enormemente y nos motiva a seguir trabajando para alimentar un mejor mañana.





Jesús Jaimes, Gerente General Team Solutions Alianza Team®

En el 2018 también iniciamos el proceso de reforzar nuestras capacidades digitales para ofrecer servicios de social media, ingeniería para producción digital y creatividad para parrillas de contenidos de redes sociales y campañas de comunicación en medios digitales. Buscamos asistir a los negocios y a las marcas del negocio base como Campi®, Gourmet®, Olivetto®, Jappi® y Vidalia® con servicios no solo de visibilidad v comunicaciones, sino también con insights claves de los consumidores sobre las categorías correspondientes. En el corto plazo vemos esto también como una iniciativa del trade digital con los comercios electrónicos que día a día tienen más auge y participación del mercado en el que nos movemos, ayudando a posicionar las marcas que actualmente tenemos al aire e impulsan-

do nuevas iniciativas o puntos de contacto con nuestros clientes. Algunos de los resultados obtenidos más destacados son el aumento de más del

300%

en número de seguidores de la cuenta de Jappi, un aumento en ventas del

para Gourmet® Oliva gracias al impulso con influenciadores, importantes interacciones de los usuarios con las marcas Olivetto® y Vidalia®, y las

reproducciones de la campaña digital de Campi[®].



Estos canales son clave para generar mayor cercanía con nuestros clientes y consumidores, estrechando lazos de confianza y comunicación que inciden directamente en la lealtad y fidelidad de quienes ya consumen nuestros productos y servicios.



Nuestros clientes y consumidores

- Calidad y BPM.
- Producción de alimentos sanos a través de la investigación, desarrollo e innovación.
- Comunicación y mercadeo responsable.
- Satisfacción de clientes y consumidores.
- Abastecimiento responsable.
- Desafíos 2019-2021.







Trabajamos por ofrecer a nuestros clientes y consumidores las mejores soluciones con un alto grado de valor, innovación y calidad para seguir siendo su opción preferida en el mercado. Desde las tres unidades estratégicas de negocio de Alianza Team®, producimos alimentos e insumos que tienen el respaldo de un equipo humano altamente calificado, estándares internacionales certificados y una sólida gestión de la cadena de suministro que garantiza la confianza, oportunidad y competitividad de los productos y servicios prestados.







Luis Solano, Operario Planta Alianza Team® Barranquilla

Calidad y BPM

INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO







Bogotá - Colombia Barranguilla - Colombia Buga - Colombia Morelia - México



Certificación ISO 9001:2015

Planta Bogotá: SC189-1 Planta Buga: SC189-3 Planta Barranguilla: SC189-2



Certificación ISO 14001:2015

Planta Bogotá: SA051-1 Planta Buga: SA-CER593699 Planta Barranguilla: SA051-1



Certificación OHSAS 18001:2007

Planta Barranguilla: OS009 1



Certificación ISO 28000:2007

Planta Bogotá: CO18/8045 Planta Buga: CO18/80487 Planta Barranquilla: CO18/8046



Certificación KOSHER

Bogotá - Colombia Barranguilla - Colombia Buga - Colombia Morelia - México



Certificación MB-SG

Código: 4-0054-09-100-00 Check our progress at: www.rspo.org



Certificación Halal de Chile

Santiago - Chile



Certificación ICONTEC GPTW

Reconocimiento por contar con políticas y prácticas que generan confianza, compromiso y sentido de pertenencia por parte de sus colaboradores. Oct 2018- Oct 2019 Colombia

os enorgullece contar con la implementación y certificación de estas credenciales en nuestras plantas.

Team Chile se recertificó por otros tres años en HACCP y actualizó su certificación de la ISO 9001 a la versión 2015: BredenMaster mantuvo la certificación HACCP y FSSC22000; y en Colombia se lograron importantes avances en la certificación OEA (operador económico autorizado) para importaciones. El reconocimiento por parte de la DIAN con la certificación OEA para exportaciones fue logrado en el 2017, brindándole a la organización beneficios en términos de seguridad, confiabilidad, aspectos tributarios y agilidad en los procesos aduaneros. Esperamos contar con esta certificación en el primer trimestre del 2019. Por último, en México se trabajó en organizar toda la documentación necesaria y los ajustes en los procesos requeridos para obtener la certificación de industria limpia, ratificando el compromiso de Team México con el cuidado del medio ambiente: en este sentido. la meta de contar con dicha certificación para el cierre del 2019.

Producción de alimentos sanos a través de la investigación, desarrollo e innovación

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO





[T1]

urante el 2018 el equipo de investigación logró materializar la plataforma de nutracéutica a partir de la rápida exploración de fórmulas basadas en la funcionalidad metabólica de lípidos. Esto permitió terminar dos estudios preclínicos bajo contratación con entes especializados. Así mismo, las capacidades adquiridas en personal especializado en desarrollo de producto hicieron posible obtener cuatro prototipos mínimos viables que buscan maximizar la función metabólica de lí-

pidos con beneficios en salud y nutrición. Otro eje relevante fue la identificación y evaluación técnica de aceites de interés. Esto abre posibilidades de negocio en nuevas categorías, amplía nuestras capacidades técnicas y crea una primera exposición de la organización al uso de nuevas fuentes lipídicas.

Nuestros negocios de productos al consumidor y a la industria están enfocados en desarrollar soluciones en la reformulación de los productos para la eliminación de ingredientes que no están alineados con nuestro propósito corporativo y con las nuevas tendencias y exigencias de los consumidores en general. Por lo tanto, se ha definido un cronograma de proyectos que abordan los diferentes eslabones de la cadena productiva. En este sentido, el foco en la reformulación de productos para la reducción de sodio, azúcares, calorías y grasas saturadas, manteniendo las cualidades de textura y sabor, fue transversal en todos los países.



José Cantillo, Investigación Planta Alianza Team® Barranguilla



En Chile se desarrollaron soluciones en galletería, chocolatería y margarinas y se trabajó además en aspectos relacionados con materiales sostenibles y libres de organismos genéticamente modificados. En México. además de desarrollar soluciones para las categorías de chocolatería, lácteos, cárnicos y panificación, entre otras, se está promoviendo la no utilización de parciales hidrogenados en las fórmulas por su contenido de grasas trans, aunque por no estar regulados en el país son ampliamente utilizados en la industria. En Colombia se están promocionando hábitos y estilos de vida más saludables por medio de campañas de comunicación en canales tradicionales y digitales. Como miembros del Comité de Nutrición de la Asociación Nacional de Industriales ANDI, participamos activamente con aportes del consenso científico construido a través de nuestra red de ciencia para la construcción de planes y proyectos regulatorios de la industria de alimentos en el país. Específicamente, se ha venido trabajando en temas relacionados con niveles de sodio, contenido de grasas saturadas y grasas trans, etiquetado y rotulado de alimentos, publicidad para población infantil y valores de referencia de macronutrientes.

Estamos comprometidos con la investigación, desarrollo e innovación, convencidos de que este es uno de los vectores de crecimiento de la organización, por lo que por sexto año consecutivo hemos mantenido la inversión del 1% de nuestras ventas para estos fines.



Catalina Contreras, Administrativa Planta Alianza Team® Barranguilla









Luis Ernesto Ramirez, Operario Planta Alianza Team® Buga

Lanzamientos y desarrollos

En el 2018 lanzamos más de 50 nuevos productos e incursionamos en nuevas categorías con las marcas Vidalia[®], Jappi[®] y Dagusto[®]. A continuación se destacan algunos de los más representativos:



Colombia: Vidalia ActiveOIL®, MentalOIL® y VitalOIL®; Margarinas Lolita®, Claro® y La Gustadora®; Jappi® sabor natural, vainilla y sin azúcar; Olivetto® para freír; premezclas, crema chocolatera, cremas tipo icing y rellenos de frutas Dagusto para repostería.



México: Margarinas MIGGA®, MAZZA® y LA CLE-TA® para bizcochos en diferentes presentaciones.



Chile: Desarrollos de soluciones para clientes que permiten ofrecer beneficios a sus consumidores a través de productos sin sellos.



BredenMaster: Tops rellenos, tres sabores nuevos de los panes Baguette y donuts tradicionales y rellenas de caramelo, y el nuevo relleno de pino de camarón en la tradicional empanada (CL). Panes surtidos tipo mogolla, baguette, croissants y mini donuts (COL).



Fuimos reconocidos por KFC y Burger King en Colombia

Por segundo año consecutivo fuimos reconocidos por KFC por la excelente gestión en cuanto al abastecimiento y calidad de nuestros productos y servicios. También fuimos reconocidos por Burger King por nuestro compromiso con la salud y nutrición, destacándonos como aliados para el cuidado de sus clientes en la promoción de hábitos de alimentación que generan bienestar. Es así como a través del trabajo en equipo, nuestros clientes reconocen cómo alimentamos un mejor mañana.

Comunicación y mercadeo responsable

[417-1]

vanzamos en nuestros compromisos de autorregulación con el etiquetado frontal y la publicidad y mercadeo de nuestros productos puestos en el mercado, conscientes de que cada vez más las personas leen con detenimiento las etiquetas de sus productos y que esta información influencia la decisión de compra de manera importante. Es por esto que consideramos una necesidad informar correctamente a nuestros clientes y consumidores y contar con estrategias de mercadeo y publicidad responsables. Así pues, aumentamos de un:

59%

de los productos de los negocios de marcas y marcas de canal a un

80%

con etiquetas donde claramente están las cantidades diarias recomendadas (GDA's) de sodio, azúcares, grasas saturadas y totales. Esto se debe a un aumento en gran parte de los productos de marcas de canal que antes no contaban con dicha información. pasando de un 55% a un 70% con las GDA's en el etiquetado frontal.





Juan Carlos Vargas, Gerente General Consumo Alianza Team®

21

Satisfacción de clientes y consumidores

[T2; T3]

Satisfacción **IPSOS** clientes

Como se ha venido haciendo en los últimos años, la satisfacción de nuestros clientes industriales se mide bajo el método Ipsos Loyalty, que a través de una investigación rigurosa nos arroja importantes insumos que ratifican la preferencia de nuestros clientes por nuestros productos y servicios. Igualmente, nos permite tomar las medidas necesarias para mejorar nuestros procesos. En los tres países se destaca la intención que tienen nuestros clientes de recomendarnos y continuar con la relación comercial.

Colombia



138 evaluaciones 70 empresas

Aumentó de manera importante la evaluación en los procesos de mercadeo y logística, manteniendo resultados por encima de 83 en todos los procesos evaluados. Se obtuvo una meiora importante de 4 puntos en la relación de costo-beneficio de nuestros productos y servicios.



Satisfacción general

2017: 878 **2018:** 861

NPS* 82

México



201 evaluaciones 39 empresas 84 personas

Se evidencia un panorama favorable con altos niveles de satisfacción, recomendación y continuidad, con resultados por encima de 88 en todos los procesos evaluados.



Satisfacción general

2017: no disponible

2018: 89 2

NPS* 85,7

Chile



35 evaluaciones 19 empresas

La evaluación de relación costo-beneficio aumenta de manera importante, al igual que la evaluación del proceso técnico. que aumentó más de 12 puntos frente al puntaje del 2017.



Satisfacción general

2017: 76 3 **2018:** 76 5

NPS* 58



CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO



Satisfacción general Aló/Hola **Team consumidores**

Confiamos en la seguridad, la inocuidad y los altos estándares con los cuales operamos, de manera que nuestros productos cuentan con un sello de garantía. Contamos con un riguroso proceso de recepción, investigación, análisis y cierre de todas las quejas y reclamos que se presentan para identificar las causas raíz e implementar los ajustes necesarios para mejorar nuestros procesos.

Se busca que la gestión de la calidad esté basada en datos y

hechos y no en percepciones o emociones, por lo que el registro. seguimiento y cierre de todos los casos es fundamental para nuestra gestión. En todos los países se concluye que un porcentaje importante de las quejas y reclamaciones recibidas son por uso y manipulación inadecuada, por lo que se considera necesario enseñarles a nuestros consumidores las correctas formas de utilizar y consumir nuestros productos.

Colombia



Se obtuvo un resultado general de satisfacción de 93 frente a la meta propuesta de 96. Sin embargo, se destaca que se recibió un 33% menos de quejas y reclamos en el 2018 frente al 2017.

México

Frente al 2017, se recibieron 32% menos quejas relacionadas con la calidad de nuestros productos, lo que evidencia mejoras en el uso de nuestros productos.

Chile



Se presentaron 17 reclamos en el 2018, un 49% menos que en el 2017, la mayoría de ellos clasificados como aspectos de presentación. Se formalizó la gestión a través del call center y la línea Aló Team.

BredenMaster



El seguimiento a las quejas y reclamos se realiza con una tasa específica, teniendo en cuenta no solo el número de reclamaciones recibidas. sino también las ventas totales. Frente al 2017, esta tasa aumentó en 2 puntos debido a una disminución de las ventas y un aumento del 2% en número de reclamos. Se destaca que los reclamos correspondientes a calidad tuvieron una disminución del 8% frente al 2017.

Abastecimiento responsable



CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO

Planta Alianza Team® Chile

Seguimos trabajando a lo largo de toda la cadena para fortalecer nuestra gestión y aprovechar oportunidades de crecimiento conjunto, basados en relaciones y negociaciones justas y transparentes que refuerzan nuestro compromiso con ser los mejores aliados para el crecimiento de nuestros proveedores. Enfocados en la mitigación de riesgos, el aseguramiento de la calidad, oportunidad y competitividad de los materiales e insumos necesarios para la operación, somos capaces de ofrecer a nuestros clientes y consumidores las mejores soluciones a sus necesidades, garantizando el cumplimiento de nuestra promesa de valor en todo momento.

Identificación, evaluación y selección de proveedores

Para asegurar nuestra entrega es indispensable contar con los mejores aliados, por lo que contamos con estrictos procesos y controles para la identificación, evaluación y selección de proveedores, contemplando criterios no solo económicos, sino también ambientales, sociales y de gobierno. Hemos alcanzando un

100%

de proveedores nuevos evaluados.

Definimos la criticidad de un bien o servicio por la severidad y probabilidad de que se materialice un riesgo que tenga un impacto negativo en la operación o cualquiera de los sistemas de gestión. Aproximadamente el

36%

de nuestros proveedores representan un alto riesgo en aspectos de sostenibilidad y/o criticidad, y de estos reevaluamos el

14%

al menos una vez más en un periodo de tres años. En Chile se implementaron evaluaciones semestrales para proveedores críticos, reforzando el seguimiento y acompañamiento a ellos por parte nuestra para asegurar una operación más fluida.

Compras responsables



[102-9; 204-1; FP2; T4]

Las tasas de compras locales para las categorías de material de empaque, insumos e ingredientes (MEII's) y elementos no productivos representaron el

92% y 92%

respectivamente. En materia prima lípida, la operación de Colombia aumentó a un

46%

de compras locales y en México y Chile se aumentó a

56% y 66%

respectivamente.

Contamos con la certificación RSPO en cadena de custodia para palma, garantizándoles a nuestros clientes que sus insumos cuentan con estrictos controles de producción y manejo en criterios de sostenibilidad. Al igual que el año pasado, el

del total de la materia prima lípida utilizada contó con esta certificación, lo que representa el

9%

de la palma y sus derivados. La trazabilidad en la compra de esta materia prima es clave para poder analizar su impacto en el entorno y gestionar alertas tempranas, por lo que contamos con unos niveles hasta extractora de 97% para palma y 96% para palmiste. Esto nos permite compartir con nuestros clientes la información necesaria para mayor seguridad en sus cadenas. Estamos trabajando para lograr aumentar esta trazabilidad hasta la plantación, pero por las características del sector palmero colombiano, que cuenta con más de

proveedores independientes de palma, es una labor compleja.



Mantenemos nuestro compromiso corporativo con la NO deforestación en la cadena de palma

Avanzamos en el diagnóstico completo de nuestra cadena de suministro de palma, nacional e internacional, en línea con nuestro compromiso de asegurar cero deforestación en toda nuestra cadena al 2030, tal como se planteó en el acuerdo de voluntades que firmamos a finales del 2017. En este aspecto estamos trabajando con dos organizaciones internacionales sin ánimo de lucro que nos acompañan en estos procesos para identificar brechas y establecer planes de acción para cerrarlas oportunamente. Contamos a su vez con el compromiso firmado de no deforestación del 88% de nuestros proveedores, reafirmando el buen nombre y compromiso del sector palmero nacional y los esfuerzos que se están liderando por distintos frentes para diferenciar la materia prima colombiana por su respeto con el medio ambiente y la sostenibilidad del sector mismo.

Desafíos 2019-2021





- Fortalecer las capacidades de investigación y desarrollo.
- Reformulación del 100% del portafolio de GEN Consumo en Colombia de acuerdo al consenso científico en ingredientes que se consideran no contribuyen con el propósito corporativo.
- Integración de los canales de atención de quejas y reclamos de nuestros consumidores para homologar buenas prácticas en la gestión de calidad en todas nuestras operaciones.
- Fortalecer los controles, formatos y procesos para mayor seguridad, flexibilidad, calidad y cumplimiento de especificaciones en la cadena de suministro de acuerdo con los cambios del mercado y necesidades de nuestros clientes y consumidores.
- Continuar con la inclusión de GDAs en el etiquetado frontal de los productos de los negocios B2C.



Nuestra gente

- ²⁷ Selección y contratación.
- ²⁸ Desarrollo del talento.
- ²⁹ Formación y capacitación.
- 30 Sucesión.
- 31 Beneficios y bienestar.
- 33 Compensación y remuneración.
- Cultura, ambiente y condiciones laborales.
- ³⁶ Seguridad y salud en el trabajo.
- 38 Desafíos 2019-2021.



Como prioridad en todas las operaciones a lo largo del año con miras a hacer de nuestra operación una más humana con equipos más comprometidos y felices, la Gente Team es una de las ventajas competitivas más fuertes de la organización y uno de los principales aliados para su crecimiento rentable. Desde los procesos de selección y contratación hasta la gestión en clima y relaciones laborales, el equipo de talento trabaja con dedicación para hacer de Alianza Team® un gran lugar para trabajar.

Selección y contratación

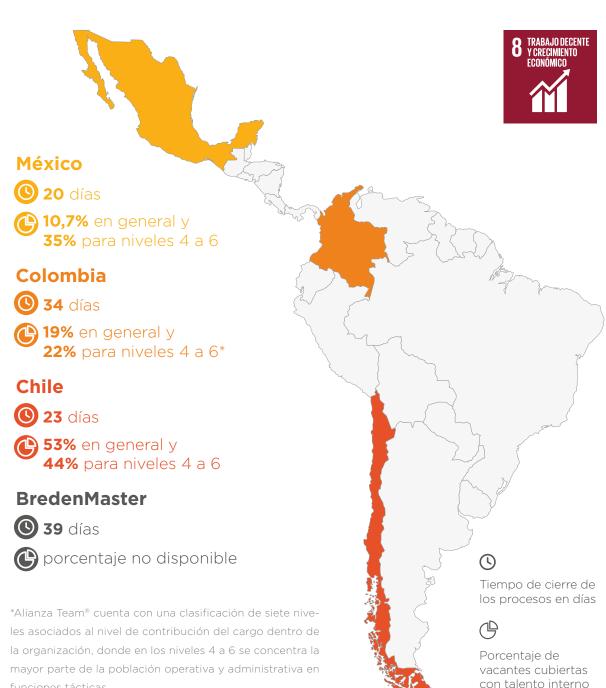
[T6; T7]

I proceso de selección propone Luna valoración integral de los candidatos, lo que permite asegurar la calidad y potencial del talento atraído para cumplir con las exigencias y expectativas presentes y futuras del negocio. Es con la gente

que logramos los resultados y la sostenibilidad del negocio, por lo que los indicadores de éxito planteados fueron definidos en términos de eficiencia (tiempo de cierre de los procesos en días y porcentaje de vacantes cubiertas con talento interno). Así se obtuvieron los resultados representados en la gráfica de la derecha.

En Colombia, donde se manejan las vacantes a través de la plataforma Soy Talento, se publicaron un 42.25% de las vacantes internamente: un aumento importante frente al 2017, cuando se publicaron a nivel interno el 14% de las vacantes.

funciones tácticas



Desarrollo del talento

INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO

[T6; T7]

rofundizar en el conocimiento de nuestros colaboradores. acompañándolos en su desarrollo integral, es como la organización podrá contar con el talento que requiere y hacer sostenible el negocio a futuro. Desde la Agenda de Talento, movilizamos la organización y apoyamos a los colaboradores en la identificación de las fortalezas/ talentos y áreas de oportunidad, propiciando espacios para la retroalimentación con miras a reforzar el autoconocimiento y brindar recursos adicionales que les permita ser exitosos ante nuevos retos. En las dos fases de la agenda, Balance y Planeación, y Seguimiento, se obtuvo un resultado de avance del 93% y 59% respectivamente. A través de pruebas psicotécnicas como DISC, Gallup, CRM, 360° y Korn Ferry, evaluamos las competencias de los equipos y establecimos planes de acción para fortalecer los grupos de trabajo.

Se obtuvo una mejora importante en las evaluaciones individuales de desempeño, alcanzando el 94% de los colaboradores objetivo frente al 89% obtenido el año anterior. Igualmente, el 76% de los colaboradores objetivo fueron evaluados bajo un esquema multidimensional de desempeño. Los resultados se representan en la gráfica de la derecha.

En el 2019 se trabajará en reforzar la conciencia de los colaboradores de la organización en su desarrollo. Se hará un lanzamiento de manera oficial la Agenda de Talento y se acompañará cada fase con espacios de aprendizaje que les permitan contar con herramientas y nueva información para aprovechar de la mejor manera los beneficios de esta iniciativa.



Formación y capacitación

[404-1; 404-2; 205-2]

Profundizamos en el impacto de la formación desde la definición de planes enfocados en grupos objetivos de acuerdo con las necesidades identificadas de organización y a nivel de colaboradores, dando apoyo a las diferentes áreas para dar respuesta a las necesidades de formación e implementación de soluciones a través de las siguientes iniciativas:



Somos ejemplo: A cierre de 2018, llegamos a una cobertura del 94% de la certificación en las políticas de Alcohol y uso de sustancias, Antifraude, Conflicto de intereses V2, Datos personales, Derechos humanos V2, Ética empresarial, Gestión del riesgo, Ges-

tión integral V2, Manual de conducta Team, SAGRLAFT, Gastos de viaje, Seguridad informática y Vacaciones.



Formaciones de cumplimiento en plantas: Se llevaron a cabo diferentes formaciones de cumplimiento para las áreas de Calidad, Seguridad y Salud en el trabajo, Sistemas Integrados de Gestión y TPM como:

BPM participación de
187 colaboradores
LUP participación de
390 colaboradores
ISO 28000, 17024, 45001, 22000,
9001 y 14001, participación de 190
colaboradores.



Formación en liderazgo: Para fortalecer habilidades de liderazgo, se llevaron a cabo formaciones como La Escuela de Liderazgo de seis módulos en la planta de Buga, dirigida a 39 colaboradores, y Liderazgo Transformador en la planta Barranquilla, dirigida a 18 colaboradores.



Saber Team: Es una nueva iniciativa con la que se enmarcan temas de formación transversales y transmisión del conocimiento interno de Team. Los programas desarrollados a nivel de experiencias de aprendizaje fueron: Charla de Liderazgo, a cargo del presidente, con participación de 101 colaboradores; ¿Por qué nuestros microorganismos nos hacen lo que somos? - Microbiota. con participación de 35 colaboradores; Transformación Digital, con participación de 53 colaboradores; Gestión Sostenible, con participación de 23 colaboradores; y Digital Soup 1 y 2, con participación de 17 colaboradores.



Piloto aula virtual: Se dio inicio al piloto para 96 colaboradores de la plataforma My Mentor de GetAbstract con el objetivo de acompañar los procesos de transmisión, gestión y actualización de nuestros conocimientos.

Se aumentaron las horas promedio de capacitación por colaborador frente al 2017, pasando de 17 a 20,9 y, en la misma tendencia, la inversión promedio en capacitación y desarrollo por colaborador. Es así como el retorno a la inversión en capital humano ha venido aumentando año a año en los últimos cinco años, empezando con un 1,52 en el 2014, pasando a 1,73 en el 2017 y llegando a 1,99 en el 2018.



Juan Manuel Solórzano, Vicepresidente Desarrollo de Talento Alianza Team®

Sucesión

S e revisó y actualizó el mapa de talento en función de los cambios en estructuras generados durante el 2018. Así contamos con 52 posiciones claves identificadas a nivel corporativo (6,9% frente al 100% de las posiciones con que hoy cuenta la organización, 759), y 51 talentos claves asociados a esas posiciones (2% de una población total de 2.434 personas).

Una posición clave en la organización se define como aquella en la que es vital que el cargo esté cubierto para la continuidad del negocio. Son, en definitiva, aquellas posiciones en las que se requieren empleados confiables con altos niveles de competencias técnicas y de liderazgo debido al nivel de responsabilidad e impacto y/o que re-

quieren de talento especializado de difícil consecución en el mercado. La meta en sucesión está orientada a contar con mínimo dos sucesores por posición, con un resultado del

35% en este indicador para el 2018.

Para el 2019, si bien se sigue en el ejercicio de hacer seguimiento, revisión y actualización del mapa de talento, el enfoque propuesto estaría en fortalecer los planes de desarrollo para trabajar en la variable de alistamiento (tiempo en el que las personas propuestas como sucesores estarán listas para asumir las posiciones) y continuar cubriendo las posiciones que requieren de sucesor.



Colaboradores Planta Alianza Team® México

31

Beneficios y bienestar

[401-2; T8]

urante 2018 se dio continuidad al programa Estar bien es estar Team, reforzando de manera continua sus cuatro pilares, así como a los temas de celebración de fechas especiales y reconocimiento a los colaboradores. Dentro de las actividades más relevantes durante el 2018 tuvimos:



Bienestar social

 Celebración de fechas especiales: Al igual que en 2017, se celebraron todas las fechas especiales tales como Día de la Mujer, Día de la Madre, Día del Padre, Día de la Familia. Halloween, fiestas de fin de año, etc.

- Entrega de kit de la felicidad: Se entregó a todos los colaboradores un kit compuesto por calendario, cuaderno, esfero y esfera desestresante.
- Celebración de quinquenios: Continuamos celebrando con los colaboradores que cumplieron de 5 hasta 35 años de laborar en Team con un evento en cada zona. A estos encuentros asistieron el presidente, el vicepresidente de operaciones y cada homenajeado con un acompañante.
- Celebración de cumpleaños y aniversarios: Se implementó el envío a todas las personas con cuenta de correo (personal y laboral) un mensaje y video personalizado el día de su cumpleaños, así como durante el día de aniversario de ingreso a Team.



Colaboradores BrendeMaster®



Erika Muñoz Riaño, Operario Planta Alianza Team® Bogotá

Inversión en

Total

beneficios 2018

COP 10.277.346.977



Bienestar físico

• Viernes sorpresa: Durante el segundo semestre de 2018, un viernes al mes en las locaciones de Bogotá, se sorprendió a los colaboradores con un detalle.



Bienestar financiero

- Lonchera Team: Durante 2018, dos veces al mes nos visitaron de Ramo y PyG, quienes ofrecieron sus productos con descuento a los colaboradores de Team.
- **Tienda Team:** Se hizo el lanzamiento del e-commerce de la Tienda Team para todo Colombia, a través de la cual los empleados podrán acceder a los productos con un descuento del 25%.



Bienestar emocional

- Caminatas ecológicas, Día de la Familia Team, visita de los niños a las plantas, taller de decoración navideña para esposas, encuentro de parejas, jornada de panificación con esposas, curso de trenzas y peinados, torneo de pesca, entre otras.
- Para 2019 continuaremos reforzando la campaña Soy Feliz Trabajando en Team, enmarcando sus acciones dentro de los pilares del programa de bienestar.



Compensación y remuneración



[405-2]

Durante el 2018 se enfocó el proceso de compensación y remuneración utilizando metodologías que nos permiten tener parámetros comparativos que facilitan el análisis y una evaluación de cómo estamos competitivamente en el mercado salarial. Trabajamos continuamente para ser más competitivos y equitativos, ya que nos enfrentamos a un mercado laboral que exige un sistema de compensación atractivo tanto para colaboradores actuales como aspirantes, por lo que se implementaron las siguientes acciones:



Actualización de valoraciones de cargos de la empresa en los 3 países y 4 operaciones, siguiendo la metodología de la firma Hay Group y acorde al nuevo ordenamiento por Grupo Estratégico de Negocio (GEN): Consumo, BredenMaster, Team Solutions, Operaciones y áreas corporativas.



Con base en el punto anterior, en enero de 2019 se actualizarán las encuestas salariales de mercado de cada país.



Diseño de un nuevo programa de bono anual por resultados, incorporando matrices tipo de acuerdo al impacto del cargo: matrices corporativas, matrices de GEN y matrices de unidad de negocio/área.



Consolidación del comité de compensación, con la participación de Presidencia, VP financiera, VP Talento y equipo de gestión organizacional, para abordar oportunamente cambios en la estrategia de compensación de la empresa.



Aprobación de la implementación del programa de beneficios flexibles para un porcentaje de la población a partir de abril de 2019.

En aspectos de **equidad de género**, se mantuvo la paridad salarial entre hombres y mujeres en todos los rangos y en remuneración promedio, reafirmando el compromiso de la organización por brindar igualdad de condiciones laborales según las políticas

y lineamientos internos. En cuanto a la participación, se mantuvo constante el porcentaje de mujeres en la fuerza laboral en 30,69%, con 36,10% en cargos directivos intermedios, 29,27% en cargos de alta dirección y 37,50% en cargos generadores de ingresos.







Cultura, ambiente y condiciones laborales

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO

[T9; 401-1]

Luestra gente hace parte de lo **V** que nos importa, y trabajamos día a día para hacer de Alianza Team® un gran lugar para trabajar. Contamos con un proceso estructurado para la medición de ambiente laboral que nos permite identificar las fortalezas y oportunidades de mejora. el compromiso, la credibilidad, la camaradería y la imparcialidad. Durante 2018 realizamos mediciones de ambiente laboral con Great Place to Work Institute (GPTW), que nos brinda información detallada y relevante para definir planes de acción a partir de las necesidades transversales de la organización.

Colombia

Contamos con una participación del 98% (952 encuestas recibidas de 971 invitados a participar), lo cual nos da un margen de error del 0,1%. Tuvimos 22 variables que presentaron una tendencia estable con calificación media (+), y 3 variables con calificación alta.

Obtuvimos un resultado de que significa muv satisfactorio

logrando mantenernos en el nivel de valoración anterior. Actualmente nos encontramos trabajando en la definición de un plan de acción para mejorar este indicador. La meta para el 2019 es 81,2.

México

Se logró una participación del 97,1% y, como resultado,

una calificación de

Actualmente nos encontramos trabajando en la definición de un plan de acción para mejorar este indicador. La meta para el 2019 es 76,8.

Chile

Se logró la participación del 91,7% de la población, y

se obtuvo una calificación de

58,3

superando el resultado obtenido en el 2017 (39%). Los planes de acción ya se construyeron y se implementarán en el 2019. Se fijó una meta de 69,3% para el 2019.

BredenMaster® Chile

Se midió en diciembre 2018, con una participación del 98,2% de la población, v

obtuvo un resultado de

una mejora frente al resultado del 2017, que fue del 26,1. La meta establecida para el 2019 es de 46,8.

BredenMaster® Colombia

El resultado fue de

con una participación del 100% de la población, mejorando frente a la evaluación del 2017, en la cual obtuvieron un resultado de 60.6.



Certificación Icontec GPTW

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación medición de ambiente laboral de nosotros no solo nos reconoció la organización de GPTW como trabajar en Colombia en nuestra también el Icontec por nuestros procesos destacables de gestión del talento en la organización. Nos sentimos muy orgullosos de estos reconocimientos y reafirmamos el compromiso que tenemos con nuestra gente para hacer de Alianza Team® un gran lugar para trabajar y entre todos alimentar un mejor mañana.



Soy Feliz trabajando en Team

Esta campaña de comunicación se lanzó en el 2017 para promover un ambiente de trabajo feliz y apalancar los objetivos del provecto de felicidad liderado en las plantas, con el fin de promover un ambiente positivo de trabajo y enfocar las acciones hasta descubrir las razones por las cuales la gente se siente feliz de trabajar en Team. El objetivo de este provecto es fortalecer el sentido de pertenencia con los temas asociados a la cultura de la compañía en términos de alegría y felicidad laboral de los colaboradores de Colombia.

Hemos obtenido resultados favorables en la disminución de las tasas de rotación de personal tanto general como voluntaria, reflejando el impacto positivo que se está consiguiendo con las estrategias implementadas para estabilizar la rotación. La meta que nos hemos fijado como organización es conservar un rango de rotación saludable entre el 10% y 18%, de manera que nos permita gestionar el desempeño organi-

zacional, cultivar los mejores talentos y controlar también los costos de reemplazo. Para la rotación voluntaria, nuestra meta es mantener un nivel controlado ya que esta representa personas que voluntariamente deciden retirarse de la organización.

Rotación voluntaria / No deseada (%)	2015	2016	2017	2018
Total Alianza Team®	9,91	24,45	15,69	9,96
Colombia	6,15	8,44	8,55	6,75
México	23,02	9,10	13,07	16,87
Chile	21,18	23,52	15,65	14,23
BredenMaster	ND	43,40	22,49	11,67

Seguridad y salud en el trabajo

[T11; T12; T13]

segurar la seguridad y salud de nuestra gente en todo momento es una gestión constante que nos ocupa y nos garantiza el cumplimiento de nuestros objetivos estratégicos. En todas las operaciones se realizan diversas campañas, actividades y acciones que refuerzan la cultura de seguridad y salud en el trabajo como un compromiso de todos. Desde la entrega y uso de elementos de protección personal hasta la toma de exámenes médicos de ingreso y sequimiento, y las inversiones en las instalaciones para efectos de mantenimiento y adecuaciones locativas, entre otras, se invirtieron más de COP 1.000.000.000 en el año. Las iniciativas más representativas en las diferentes operaciones, adicionales a los exámenes médicos de los colaboradores, fueron las siguientes:



Campañas de vacunación y prevención de lesiones músculo-esqueléticas en Chile y actualización del sistema para la detección de incendios en la nueva bodega de la planta en Colombia para BredenMaster.



Análisis para el mapeo de los riesgos de salud en México.



Mantenimiento de equipos y reparaciones locativas en Chile.



Participación en el programa musculo-esquelético de la Universidad Simón Bolivar en Barranquilla, la actualización de los extintores y equipos de emergencia en Bogotá y las actividades de promoción y prevención de enfermedades y seguimiento a pacientes con recomendación por médico general en Buga para Team Colombia.



Wilmer Cordero, Operario Alianza Team® Planta Buga

INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018 CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO







Indice de Fr Accidentali	recuencia de dad (IFA)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Casos /milló	n de HHT	13,7	13,1	16,5	12,4	14,5	11,3	
% produccić	n ponderada	90	88	95	95	96	99	

4	0	_0		Ĺ
	li	1	•	١
Ċ	3	$f_{\rm c}$		
7	<u> </u>	٧.		

Índice de Severidad de Accidentalidad (ISA)	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Días / millón de HHT	100,96	75,59	77,67	47,79	69,6	60,87
% producción ponderada	94	92	100	100	100	100



Ausentismo	2013	2014	2015	2016	2017	2018
% tiempo perdido del total de días programados de trabajo / accidente de trabajo y enfermedad común	7	7	8	8	7	7,6
% producción ponderada	73	73	95	95	96	96

Desafíos 2019-2021





- Llevar a la organización a la toma de decisiones basadas en datos, iniciando con el proceso de recolección de información en un sistema confiable para poderle proveer a la organización los insumos necesarios.
- Reforzar la conciencia de los colaboradores de la organización en su desarrollo, favoreciendo la variable de alistamiento para avanzar en la meta de contar con mínimo dos sucesores por posición.

Mantener las excelentes relaciones laborales en las diferentes operaciones que aseguren que Alianza Team® siga siendo un gran lugar para trabajar.



Sostenibilidad

- Uso eficiente de recursos y cultura ambiental.
- Estrategia de gestión social.
- ⁴⁹ Desafíos 2019-2021.











[102-12]

La sostenibilidad como una de las cuatro prioridades estratégicas de Alianza Team® nos lleva a pensar más allá de lo esperado de nosotros, a superar las expectativas en todo momento y así asegurar un mejor futuro para las siguientes generaciones, dándole sentido a nuestro propósito de alimentar un mejor mañana. Buscamos a través de nuestra gestión interna y a lo largo de la cadena propiciar una gestión responsable con el planeta y amigable con las comunidades que nos rodean, fortaleciendo los canales de comunicación con nuestros grupos de interés y siendo un aliado para el desarrollo local.

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO



Comprometidos con el avance de la agenda de desarrollo internacional y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), fomentamos internamente la vinculación de nuestros colaboradores a la campaña de los *Objetivos Goodlife,* para que desde acciones pequeñas en su día a día puedan aportar a estas metas globales reconociendo la importancia que tienen las acciones individuales en los 17 Objetivos. Conoce más acerca de esta campaña en:

https://sdghub.com/goodlifegoals/

Comentarios de la Gente Team frente a cómo podemos en el día a día contribuir a los ODS:





"La igualdad de género comienza por nosotras mismas".



"Almacenar y utilizar el agua lluvia, reciclar los productos plásticos y darles buena disposición".



"Desde el ejemplo de enseñar a nuestros grupos de trabajo y familia sobre el autocuidado y consciencia de la seguridad e integridad como individuos".



"No dejar aparatos electrónicos conectados todo el día".



"Apoyar y contribuir para que los niños tengan alimentación y salud".



"Disminuir el uso de vehículos a gasolina".











Uso eficiente de recursos y cultura ambiental

[T15; 303-3; 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 302-3; T17]





a ecoeficiencia operacional v el compromiso con la reducción y uso eficiente de los recursos naturales en la organización permanecen como una de nuestras prioridades para poder contribuir con el entorno y trabajar para un mejor mañana. Los riesgos relacionados con el cambio climático. la disponibilidad y seguridad del agua y el creciente impacto que tienen los residuos no aprovechables sobre los ecosistemas terrestres y marinos, entre otros, nos ocupan a diario, y estamos tomando medidas para mitigar el impacto de nuestra operación.



Intensidad de consumo de agua	2013	2014	2015	2016	2017	2018
m³/tonelada empacada	1,26	1,23	1,26	1,21	1,23	1,64
% producción ponderada	73	73	95	95	96	79



Agua reciclada y reutilizada	2013	2014	2015	2016	2017	2018
% total agua reciclada y reutilizada	27	27	34	24	29	30
% producción ponderada	73	73	95	95	96	98



Ecoindicador intensidad de emisiones	2013	2014	2015	2016	2017	2018
kg CO ₂ e / tonelada empacada	196	178	184	182	156	166
% producción ponderada	73	73	85	86	88	88





Huella de carbono (Ton CO ₂ e)	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Alcance 1 (emisiones directas GEI)	39.901	46.037,4	45.059,08	46.717,37	51.675,83	59.218,5
Alcance 2 (emisiones indirectas GEI)	4.949,2	6.117,1	6.770,09	9.327,65	8.806,96	8.651,56
Huella total	44.848,6	51.771	51.829,17	56.040,02	60.483,79	68.064,81
% producción ponderada	73	73	80	81	84	84
Alcance 3 (emisiones indirectas de terceros)	7.966,5	6.617,2	2.536,5	3.806,6	4.591,1	8.661,56
% producción ponderada	73	73	75	76	78	78

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO



Intensidad de consumo energético	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
MWh / tonelada empacada	0,81	0,74	2,03	2,18	1,84	4,15	
% producción ponderada	73	73	95	96	96	84	



Aprovechamiento residuos ordinarios	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
% residuos aprovechados	69	77	72	69	71	63	
% producción ponderada	73	77	85	100	100	100	

e evidencia un comportamiento fa-Ovorable en el uso de recursos naturales en la operación en los últimos años, aumentando de manera importante el alcance en el ponderado de producción de nuestras mediciones, especialmente para los registros de uso de agua y energía y el aprovechamiento de residuos ordinarios. Sin embargo, vale la pena mencionar que hubo algunos eventos que afectaron negativamente el comportamiento de los indicadores; específicamente: la generación de más emisiones y un consumo de energía total mayor a causa de la guema de carbón en Barranquilla y diesel en la planta de Bogotá por interrupción de los servicios de la empresa prestadora del servicio de gas natural, evidenciado en el resultado del ecoindicador de intensidad de emisiones. la huella de carbono y la intensidad de consumo energético. Tanto el carbón como el diesel tienen un factor de emisión mucho más alto que el gas natural que es nuestra fuente habitual de combustible para energía calórica. En México se presentó una reducción importante en la tasa de aprovechamiento de residuos ordinarios. afectando los resultados corporativos.



CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO

Equipo de Operadores, Alianza Team[®] Barranquilla

Desde el área de ingeniería de empaques, se ejecutaron proyectos de aligeramiento en el portafolio de envases PET para las unidades de marcas y marcas de canal que nos han permitido reducir el uso de esta materia prima entre el 12% y el 27%, y también consumir menos polietileno por reducción de diámetros en bocas. Esto significa unos ahorros de aproximadamente 30% de consumo de agua, energía y emisiones de CO₂ en la producción de los envases. Una de las marcas que está liderando esta transformación es Gourmet®. que ha alcanzado una reducción promedio del 25% en uso de plástico en sus envases. Esto es un avance significativo teniendo en cuenta que estas unidades de negocio en Colombia son las que mayor cantidad de envases y empagues ponen en el mercado, anticipándonos a los cambios regulatorios que se introdujeron en el año para fomentar el aprovechamiento de materiales. La meta es expandir esta iniciativa a otros productos del portafolio. Igualmente, se rediseñó el envase de la marca Vidalia® eliminando el uso del PET y reemplazándolo por vidrio para las tres presentaciones: Mental, Vital y Active. Finalmente, destacamos el inicio del proceso de validación de película antigrasa coextruida de polietileno para envolturas de margarinas de 2,5 kg, buscando mejorar la barrera a la transmisión de grasa y obteniendo un material con características de biodegradabilidad. Este proceso de homologación se continúa en el año 2019 y se proyecta para presentaciones de 2 kg y 500 g.

Para fortalecer la gestión y la generación de conciencia tanto corporativa como individual de nuestra gente, desde el 2015 se viene trabajando con la campaña de cultura ambiental Team Verde de Corazón. De este modo alcanzamos a más de mil colaboradores en Colombia en el 2018 con las estrategias desarrolladas para la sensibilización y educación de la Gente Team a través de experiencias diseñadas para cambiar comportamientos. Con la creación de Green Teams en cada una de las plantas, contamos con actividades continuas v dinámicas entre los colaboradores que fomentaban la comunicación y participación de ellos como embajadores y agentes del cambio, multiplicando el mensaje de lo que significa

ser verde de corazón en sus comunidades y a través de las redes sociales. Se trabajaron conceptos de las 3R's, programas de posconsumo, y la conmemoración de fechas especiales como por ejemplo el Día Mundial del Agua, que fue el 22 de marzo.

Tenemos claras nuestras oportunidades, especialmente en la homologación de prácticas y estándares de medición de los indicadores clave para la ecoeficiencia para alcanzar un cien por ciento de cobertura. La filación de metas a mediano y largo plazo también es un desafío en el cual se trabajará a lo largo del 2019 para alinear esfuerzos tanto internos como externos para continuar con la reducción de nuestros impactos ambientales desde el desempeño de nuestras responsabilidades individuales hasta los resultados de la organización globales.





Campaña de impacto Día mundial del Agua

En las instalaciones corporativas de la calle 85 en Bogotá se suspendió temporalmente el servicio de agua, buscando sensibilizar a los colaboradores sobre la necesidad y dependencia que tenemos con este recurso viviendo de primera mano los impactos que se sufren al no contar con este en el día a día. Con apoyo del presidente y CEO, se generó un impacto en toda la oficina a través de un mensaje de video en el que él les comunicó directamente a todos los colaboradores lo que estaba sucediendo y la importancia

de valorar el agua en

todo momento.



Manos Verdes

El programa de recolección de aceite vegetal usado (AVU) Manos Verdes inició en 2012 como parte de la propuesta de valor de Team en la operación de abastecimiento y seguimiento a la operación de freído de los restaurantes, hoteles y casinos (HORECA) atendidos por nuestros negocios. El programa garantiza la recolección del AVU de las cocinas de los restaurantes, asegurando que la disposición final de este producto sea la adecuada, para evitar de esta forma que se contaminen fuentes hídricas (1 litro de aceite contamina 1.000 litros de agua) y se taponen las tuberías, cerrando el ciclo del producto y generando valor a todos los participantes de la cadena. Al transformar el AVU en biocombustible se beneficia al medio ambiente dado que cada kilogramo transformado reduce la emisión de 2,3 kg de CO, comparado con el combustible fósil.

Nuestro compromiso de recolección es a nivel nacional, inclusive recolectando el AVU de la isla San Andrés, y va más allá de ser una iniciativa medioambiental Es una promesa que como marca tenemos, es un compromiso con nuestros grupos de interés y clientes, alineado con el propósito corporativo de alimentar un mejor mañana. Adicionalmente, aseguramos que todos nuestros operadores cumplan con los requisitos de ley establecidos en el acuerdo 634, que regula la recolección del AVU.

Durante el 2018 se recogieron 923,404 kg de AVU en 75 ciudades en Colombia, evitando con esto la posible contaminación de más de mil millones de litros de

agua, así como la emisión de más de **2.200.000 kg de CO**, a la atmósfera, equivalentes a conducir un vehículo con gasolina tradicional desde Nueva York hasta Los Ángeles imás de 1000 veces! Hemos contado con más de 216 marcas participantes, más de 1.500 puntos de venta atendidos, más de **2.000** toneladas de AVU y más de 406 millones de pesos colombianos en beneficios adicionales generados. Se han capacitado más de 2.000 personas en la correcta disposición del AVU, y nuestra meta para los siguientes años es llegar a más personas.



Estrategia de gestión social

[T14]

Mantenemos nuestro compromiso con el desarrollo local, priorizando las áreas de influencia de nuestras operaciones con actividades alineadas con la estrategia de gestión social de la organización.





Rómulo Barrios, Operario Planta Alianza Team® Barranquilla



Salud, nutrición y bienestar:

Buscamos impactar nuestro entorno fomentando hábitos de alimentación y estilos de vida activos, seguros y saludables, y aportar al desarrollo nutricional del país a través de nuestro conocimiento.



Medio ambiente:

Promovemos la protección y el uso responsable de los recursos naturales y estrategias que contemplen la reutilización y disposición adecuada de residuos. Dimos inicio al 2018 con la formalización de dos nuevas alianzas para la organización: la primera con la **Asociación de Bancos** de Alimentos de Colombia (ABACO), con el fin de unir esfuerzos y trabajar juntos por la disminución de desperdicios y la seguridad alimentaria, y la segunda con el World Wildlife Fund (WWF) para trabajar por el medio ambiente. El foco de los próximos años será expandir el alcance de estas alianzas a México y Chile para incluir todas las operaciones de Alianza Team®

Voluntariados corporativos



Se logró impactar indirectamente a más de

40.000

personas con los alimentos

A través de ABACO, ofrecimos a nuestros colaboradores espacios para trabajar por los más necesitados en sus instalaciones con apoyo logístico como por ejemplo la reclasificación, la recolección y el alistamiento de productos para luego ser distribuidos a fundaciones y comunidades en condición de vulnerabilidad. En total se realizaron tres jornadas de medio día, en las que se contó con la participación de 30 colaboradores y se logró impactar indirectamente a más de 40.000 personas con los alimentos alistados.

Alimentatón ABACO



Se recolectaron

560

toneladas de alimentos

Participamos como organización y como individuos de manera voluntaria en la Alimentatón 2018, campaña nacional de ABACO que buscaba sensibilizar a la sociedad frente a las altas tasas de desperdicios de alimentos en el mundo y cómo entre todos podemos trabajar para reducirlas. La campaña buscaba con este mensaje recolectar alimentos para poder mejorar las condiciones nutricionales de las poblaciones vulnerables, contribuyendo con la lucha contra el hambre en el país. La Gente Team

recogió más de 70 kg de alimentos no perecederos para contribuir con esta causa. Con la participación de 13 bancos de alimentos y 168 centros de recolección en Colombia, la campaña logró importantes resultados, entre ellos la recolección de 560 toneladas de alimentos, 15 millones de pesos colombianos en dinero y más de 1.554 donantes vinculados. Nos llena de orgullo participar en estos esfuerzos colectivos donde juntos hacemos más.

La Hora del Planeta 2018



Como campaña global, más de

18.000

monumentos y lugares emblemáticos apagaron la luz durante 1h

El motivo de esta campaña global en el 2018, liderada por WWF, fue la lucha contra la deforestación, causa con la cual Alianza Team[®] está activamente comprometida. Realizamos campañas de comunicación a través de diferentes canales internos y externos invitando a nuestros colaboradores, sus amigos y familiares a unirse a La Hora del Planeta en un ciclopaseo nocturno en las diferentes ciudades de Colombia. Como campaña global. más de 18.000 monumentos y lugares emblemáticos en más de 188 países apagaron la luz durante una hora, dentro de ellos todas nuestras sedes administrativas en Colombia.



Equipo de Operadores, Alianza Team® Barranquilla













Comentarios de la Gente Team al responder lo que los motivó a participar en este evento



"Compartir con mi familia y amigos y sobre todo hacer de nuestro planeta un lugar digno y más agradable para vivir". Javier Saavedra, planta Bogotá.



"Apoyar en la transformación del mundo". Juan Sebastián Alvarado, calle 85.



"Ayudar a promover un mejor entorno en nuestro planeta para cada una de las personas". Shirly Villalobos, planta Barranquilla.



"Podemos contribuir a mejorar los bosques de Colombia para nuestras generaciones". Leidy Picón, planta Buga.

Formación ambiental Juntos es Posible



88 colaboradores inscritos

Más de 100

módulos de formación terminados

Esta campaña buscó promover la cultura ambiental al educar en consumo responsable a los colaboradores de la organización que voluntariamente se quisieran inscribir en la plataforma, donde encontraron módulos en diferentes temas como por ejemplo agua, bosques, océanos, clima y energía, alimentos y especies. 88 colaboradores se inscribieron y se terminaron en total más de 100 módulos de formación. Igualmente, se vincularon más de 25 voluntarios a los esfuerzos de WWF, donando entre ellos más de COP 5.000.000 en aportes. iGracias por su compromiso!

Team Verde de Corazón Colombia



Un alcance de

Más de 500

personas en el Instituto Técnico Agropecuario de Buga

Esta campaña de educación ambiental se viene trabajando a nivel interno desde el 2015 con nuestro aliado Sentido Verde, y en el 2018 la llevamos a los colegios cercanos a nuestra operación, expandiendo su alcance e impacto con el fin de cambiar los comportamientos que tenemos hacia el uso de los recursos naturales. Se diseñaron actividades lúdicas tratando temas relacionados con el agua, la energía y los residuos, alcanzando a más de 550 personas en el Instituto Técnico Agropecuario de Buga, la comunidad de Barrio Abajo en Barranquilla y el Instituto Educativo Distrital en el barrio Venecia de Bogotá.

Actualmente continuamos trabajando con las de 15 organizaciones por medio de donaciones directas, actividades de voluntariado y alianzas para profundizar interna y externamente nuestras acciones de gestión social.

Donaciones	(COP)
2014	300.465.000
2015	372.455.511
 2016	181.487.110
 2017	366.111.971
 2018	301.785.074

[Dinero: 86.600.000; Producto: 22.603.622; Otros: 173.131.452; Esporádicos: 19.450.000]

En BredenMaster Chile destacamos la alianza con dos fundaciones con altos impactos en el bienestar de nuestra gente. Desde el 2014 se trabaja con la Fundación Sonrisas. institución que permite que 10 de nuestros colaboradores cada año puedan recuperar su dentadura de manera gratuita. Adicionalmente, a través de esta misma donación, otras 10 personas en situación de vulnerabilidad (ajenas a BredenMaster) pueden acceder a dicho beneficio. La Fundación Chile Unido, por su lado, ofrece un programa de apoyo psicosocial y legal que entrega atención telefónica y gratuita a nuestros colaboradores y su familia (padres, pareja o cónyuge e hijos mayores de 18 años). Al término de 2018, 13% de nuestros colaboradores se mantienen activos en el programa.



Donaciones de la Gente Team

En actividades locales, se realizaron campañas para promover la donación por parte de nuestros colaboradores de alimentos, ropa. libros y juguetes entre otros para compartir con los más necesitados. Para estos fines, en Colombia se trabajó con la Fundación Fiambre en Bogotá, el Hogar Madre Helena en Barranquilla y el Hogar del Mendigo en Buga en una jornada que buscaba promover el reciclaje, la reutilización y la donación de artículos que ya no se usaran y se encontraran en buen estado como parte de la contribución individual al **ODS12-Producción y consumo responsable.** Así se recogieron más de **350 artículos** a nivel nacional

En México se trabajó con el Hogar para Niños Morelia A.C. con la entrega de juguetes, ropa y artículos de aseo en un kit individual a **50 niñas.** Se realizó también la campaña TapaTeam para el apoyo de niños en necesidad de cuidados especiales, y se entregaron al final del año cinco tambos de 200 litros llenos de tapas. En Chile se trabajó en la época de diciembre con la Fundación Koinomadelfia, recogiendo juguetes por parte de los colaboradores para ser entregados en una cena navideña a los 67 beneficiarios.

iGracias a la Gente Team por sus generosos aportes y por contribuir con el propósito de Alimentar un mejor mañana desde sus acciones individuales!

Desafíos 2019-2021





- Mantener la excelencia operacional, afianzando la cultura de medición y seguimiento con un conjunto integral de indicadores y fijación de metas de mediano y largo plazo en aspectos de ecoeficiencia.
- 2 Identificar desde la ingeniería de empaques las oportunidades en la optimización de recursos de toda la cadena productiva para el desarrollo de proyectos que incorporen criterios de sostenibilidad.
- Expandir el alcance de Manos Verdes desarrollando estrategias para llegar de manera efectiva a los consumidores finales y fortaleciendo el alcance en el sector HORECA.
- Ampliar el alcance de la estrategia de gestión social en México y Chile, estableciendo alianzas para el desarrollo local con actores relevantes y espacios para jornadas de voluntariado corporativo.



Nuestros accionistas

- Integridad corporativa.
- Gobierno corporativo, rendición de cuentas y toma de decisiones.
- Gestión corporativa de riesgos.
- Desempeño de los negocios.
- Desafíos 2019-2021.









Colaboradores Alianza Team® Chile

Por último pero no menos importante, nos importan nuestros accionistas y nos hemos comprometido a ser la mejor inversión para ellos, garantizándoles un crecimiento rentable y sostenido en el tiempo, protegiendo y fortaleciendo la reputación corporativa y gestionando proactivamente los riesgos presentes y futuros como respaldo.

Integridad corporativa

[102-17]

ce implementó el manual de Ocumplimiento para la organización, integrando a la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos el área de Gestión de riesgos, fortaleciendo la gestión de la vicepresidencia en la protección y aseguramiento de la integridad y reputación corporativa y de soporte transversal a nivel corporativo. Igualmente, se mantuvieron las capacitaciones y espacios de formación en el Programa de Ética y Cumplimiento en todos los países, reforzando nuestros principios y valores con sus 12 documentos. Se introdujo la nueva política de debida diligencia a terceras partes, que establece los lineamientos que debe surtir el proceso para todos los terceros con quien Alianza Team® realiza transacciones comerciales, y se dio inicio al ciclo de capacitación presencial en esta política y en SAR-GLAFT, Política de Contratación, y Política de Anticorrupción.



Línea de integridad

Contamos con un canal disponible las 24 horas del día, 7 días de la semana, para que cualquier individuo, persona o empresa pueda reportar y/o consultar cualquier violación de los principios, políticas y leyes aplicables en cualquier circunstancia por parte de la organización o de un individuo particular. Este canal es operado por un tercero para garantizar absoluta confidencialidad y anonimidad con quienes reportan, y reiteramos el compromiso con darlo a conocer públicamente y hacer uso de él cuando se considere necesario. El sistema asegura un seguimiento y cierre final de cada caso reportado.



Página web

https://teamfoods.alertline.com/



Línea telefónica



Colombia: 01800 911 0011



México: 01800 288 2872



Chile: 800 360 312

Una vez comunicado, se digita **888-265-9894** y se selecciona el lenguaje. Cada denunciante obtendrá un PIN para regresar al sistema y recibir retroalimentación de su caso reportado.



Juan Sebastián Niño, Vicepresidente de Asuntos Corporativos, Alianza Team®

En esta misma línea, mantenemos una comunicación activa frente a nuestro compromiso con el respeto, promoción y cumplimiento más estricto con los derechos humanos, no solo a nivel interno sino a lo largo de toda nuestra cadena. Controlamos que todos quienes trabajan en

nuestra cadena de suministro hayan leído y se comprometan con nuestra Política de Derechos Humanos, aplicable a todas nuestras operaciones, y a su vez aseguramos el cumplimiento de los lineamientos exigidos por pertenecer a cadenas de suministro de nuestros clientes globales.

Gobierno corporativo, rendición de cuentas y toma de decisiones



segurar la confiabilidad, oportunidad y calidad en las decisiones a lo largo de la organización es fundamental para mantener la competitividad en el tiempo. Seguimos comprometidos con contar con los espacios necesarios para que la información llegue a las personas indicadas en el momento oportuno, fortaleciendo las herramientas existentes para la rendición de cuentas y así mismo nuestros esquemas de gobierno internos.

Al igual que en los años anteriores, no hemos incurrido en multa alguna o sanción por prácticas de competencia desleal, corrupción o soborno, evidenciando nuestro compromiso con la transparencia, integridad y rendición de cuentas.



Alejandra Sambrano, Planta Alianza Team® Bogotá



Colaboradores Alianza Team® Chile

Gestión corporativa de riesgos

[T18]

e continuó trabajando en el desarrollo de la prevención y mitigación de los riesgos, reforzando la metodología y el monitoreo a los riesgos va identificados con el fin de brindar una mayor confianza sobre los procesos y a los grupos de interés. Se incluyó el proceso de debida diligencia en derechos humanos como un componente adicional al proceso y en la política corporativa de gestión de riesgos, ampliando el alcance de la gestión, reafirmando nuestro compromiso con el respeto y promoción de los DD. HH. Se mantuvo el nivel de riesgo residual para la organización en moderado.

En este punto cabe destacar las siguientes acciones:

- Se alineó la metodología de gestión de riesgos con la norma ISO 31000/2018.
- Se recalificaron aquellos riesgos más relevantes a nivel planta.
- Se realizó diagnóstico del riesgo de fraude a los procesos más críticos en las operaciones de Colombia, Chile y México.
- Se identificaron nuevos riesgos (procesos no cubiertos y procesos y actuales) y se generaron nuevos planes de acción para tratar los riesgos y fortalecer los controles.
- Se creó el programa de cumplimiento y se fortalecieron varias de las políticas que lo conforman.
- Se trabajó de la mano con el área de seguros y con el corredor de seguros con el fin de fortalecer la gestión de riesgos.
- Se divulgó el procedimiento de reporte de eventos de riesgo (Buga, Barranguilla, TF México, BredenMaster) con el fin fortalecer el monitoreo de los riesgos.
- Se realizó la identificación de riesgos en algunos proyectos (Colombia y BredenMaster®).





[T19; T20; T21; T22; 201-1]

a economía mundial mantuvo es-_table su crecimiento a pesar de la incertidumbre generada por las tensiones entre EE. UU. y sus principales socios comerciales, especialmente China, y por la alta volatilidad a nivel global, con especial relevancia en países emergentes como Turquía, Argentina, Brasil y México. Para Colombia, sin embargo, mejoró la perspectiva de crecimiento. Aunque este crecimiento es menor a la tendencia histórica, es una recuperación frente a los dos últimos años impulsado por un mayor consumo debido a la recuperación en la confianza de los hogares.

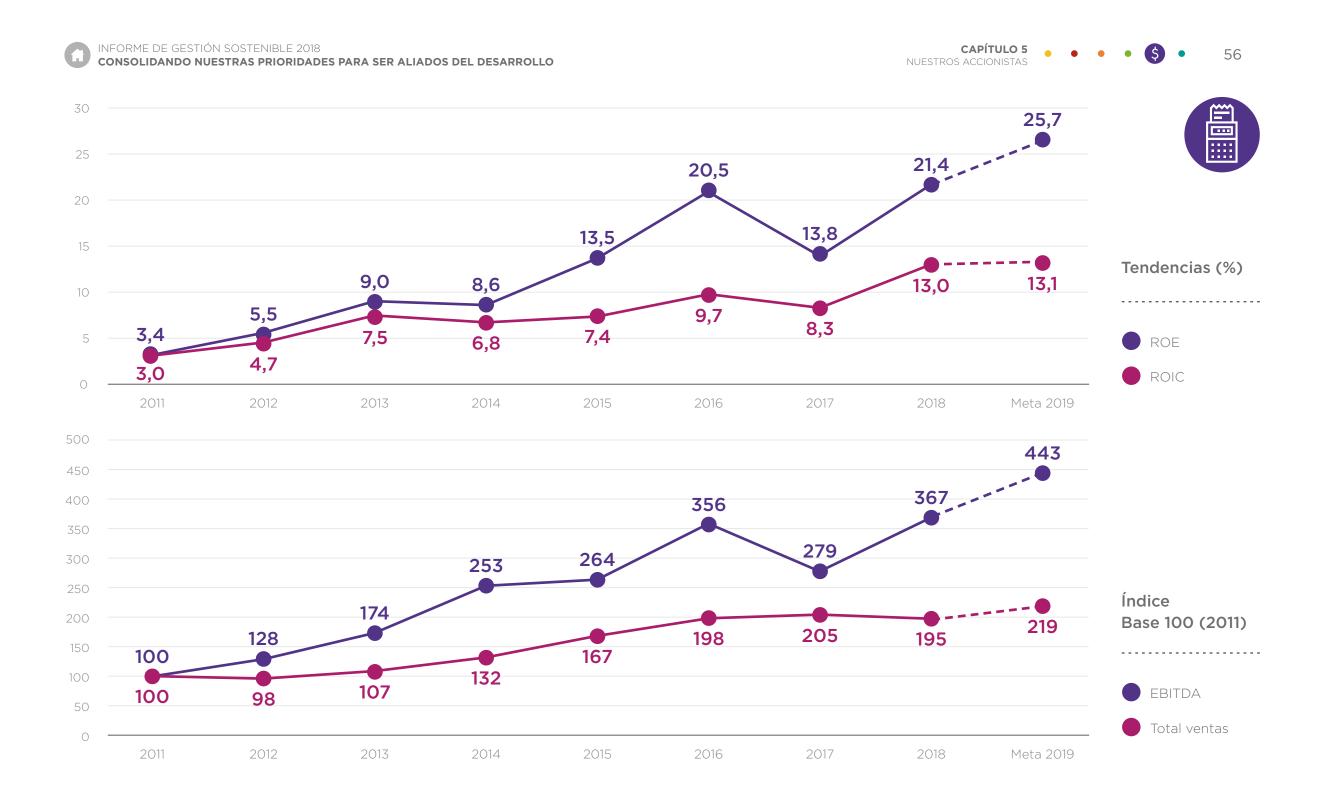
En medio de este ambiente de recuperación e incremento de la confianza del consumidor, logramos crecer en rentabilidad, recuperando cuatro puntos porcentuales en relación con la venta para continuar consolidándonos en el mercado de lípidos. Se requirió igualmente un fuerte control de gastos, de capital de trabajo y optimización de caja, gestión que se evidencia en los indicadores de rentabilidad (ROE y ROIC). Adicionalmente, fue necesario un cuidadoso manejo en las compras de las materias primas para soportar las volatilidades en sus precios.



Oscar Falla, Director General Alianza Team® Chile



Alianza Team[®] México



rá siendo indispensable el monitoreo permanente del comportamiento de nuestras materias primas, el control y nuestros accionistas.

En este contexto, para el 2019 segui- racionalización del gasto y la continuidad de nuestra propuesta de valor enfocada en un crecimiento rentable para

Valor económico creado y distribuido (millones de pesos)	2018
● Total ingresos: ventas netas más ingresos procedentes de inversiones financieras y venta de activos. (VEC)	1.522.688
 Costos operativos: pagos a proveedores, royalties y pagos de facilitación. (VED) 	1.235.291
Total salarios y beneficios sociales para los colaboradores: pagos totales realizados a los empleados y contribuciones sociales. No incluye compromisos de pagos futuros. (VED)	156.268
 Pagos a proveedores de capital: dividendos abonados a todo tipo de accionistas. (VED) 	44.784
 Pagos a Gobiernos: todos los impuestos de la empresa, contribuciones y sanciones. Incluye pagos a entes reguladores. (VED) 	18.489
 Inversiones en la comunidad: aportaciones voluntarias e inversión de fondos en la comunidad. (VED) 	209
● Total VED (no incluye ingresos)	1.455.041
● Valor económico retenido (VER) = VEC - VED	67.647



Elisa Sotomonte, Vicepresidente de Finanzas y Abastecimiento Alianza Team®

Desafíos 2019-2021





- Continuar en la consolidación de los procesos críticos buscando la automatización y eficiencia de los procesos, para generar reportes con análisis profundos que generen valor y contribuyan a una adecuada toma de decisiones.
- Expandir los negocios de soluciones al consumidor, a la industria y al retail.
- Fortalecer la cultura de gestión del riesgo desde una perspectiva integral que profundice el control interno y cumplimiento, enfatizando la importancia de los tres anillos de seguridad, acompañada de un monitoreo, seguimiento y divulgación de la información relacionada continua a lo largo de toda la operación.



Anexos

Tabla GRI.

Memorando verificación Deloitte.

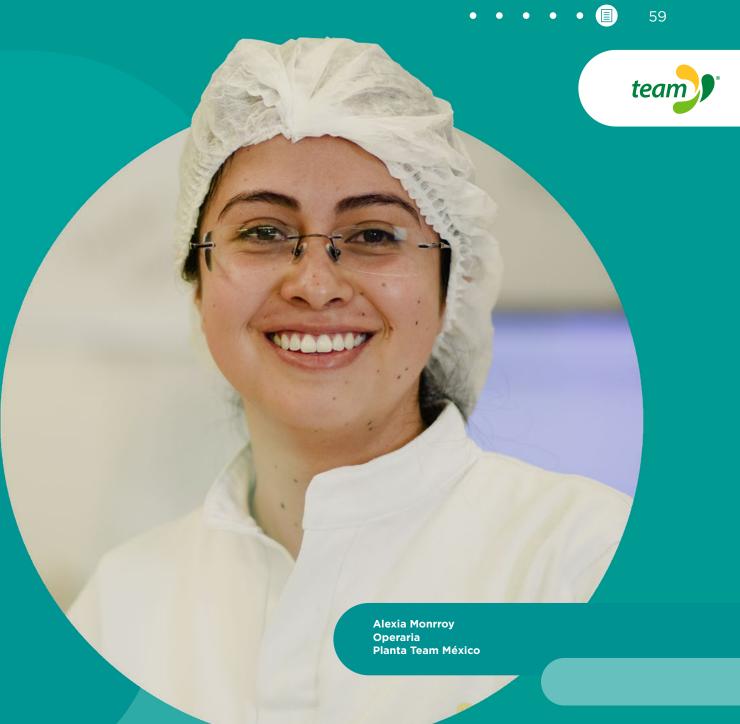








Tabla GRI

Contenidos generales

INDICADOR	RESPUESTA 2018	PÁGINA	AUDITORÍA EXTERNA	OMISIONES	OBSERVACIONES
Estrategia y análisis					
102-14. Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización.	Alimentamos un mejor mañana; Carta del Presidente	5	X		
102-15. Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Alimentamos un mejor mañana; Carta del Presidente	5	X		
Perfil de la organización					
102-1. Reporte el nombre de la organización.	Alianza Team	60	×		
102-2. Reporte las principales marcas, productos y servicios.	Alimentamos un mejor mañana; Cómo nos gestionamos	10	X		Ver Informe de Gestión Sostenible 2016 para mayor información: www.team.co/ sostenibilidad
102-3. Reporte la localización de la casa matriz.	Alimentamos un mejor mañana; Quiénes somos	7	×		
102-4. Reporte el número de paises donde opera la empresa y el nombre de los paises donde la empresa tiene operaciones significativas o que son relevantes para los temas de sostenibilidad tratados en el informe.	Alimentamos un mejor mañana; Quiénes somos	7	X		
102-5. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Privada	60	×		









INDICADOR	RESPUESTA 2018	PÁGINA	AUDITORÍA EXTERNA	OMISIONES	OBSERVACIONES
102-6. Mercados servidos (Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes).	Alimentamos un mejor mañana; Quiénes somos	10	X		
 102-7. Reporte la escala de la organización, incluyendo: Número de empleados. Número total de operaciones. Ventas netas o ingresos. 	Alimentamos un mejor mañana; Quiénes somos	8	X		
102-8. Reportar la siguiente información laboral: - Reporte el número total de empleados por contrato y genero Reporte el número total de empleados por región y genero.	Alimentamos un mejor mañana; Quiénes somos	8	X	No se repor- ta por tipo de contrato	
102-41. Reporte el porcentaje de empleados cubiertos por una convención colectiva.	Alimentamos un mejor mañana; Quiénes somos	8	X		
102 -9. Describa la cadena de proveedores de la organización.	Nuestros clientes y consumidores; Compras responsables	23	X		
102-10. Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura, propiedad o en la cadena de proveedores de la organización.	Alimentamos un mejor mañana; Avances organizacionales	12	X		
102-11. Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Alimentamos un mejor mañana; Cómo nos gestionamos	10	X		
102- 12. Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apoye.	Sostenibilidad; Estrategia de gestión social	45	X		
102-13. Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	 Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) Consejo Privado de Competitividad Asograsas Cecodes Asociación Nacional de Comercio Exterior (ANALDEX) Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) Corporación Calidad Chileoliva Defencarga Aniame 	61	X		







INDICADOR	RESPUESTA 2018	PÁGINA	AUDITORÍA EXTERNA	OMISIONES	OBSERVACIONES
Identificación de aspectos materiales y limites					
102-45. Listar las entidades incluidas en los estados financieros consolidados y reportar si hay alguna de estas entidades que no haya sido incluida en el informe de sostenibilidad.	No disponible	62	X	Por motivos de confidenciali- dad esta informa- ción no se divulga publicamente.	
102-46. Explicar el proceso para definir el contenido del reporte y los aspectos a reportar.	Alimentamos un mejor mañana; Carta del Presidente	5	×		Ver Informe de Gestión Sostenible 2016 para mayor información: www.team.co/sostenibilidad
102-47. Listar todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido del reporte.	1. Nutrición y estilos de vida saludables 2. Integridad, cumplimiento y transparencia 3. Calidad y satisfacción de clientes y consumidores 4. Abastecimiento responsable 5. Desarrollo estratégico del talento 6. Contribución al desarrollo de las comunidades 7. Responsabilidad ambiental y conservación de los recursos naturales 8. Viabilidad económica y financiera de largo plazo	62	X		Ver Informe de Ges- tión Sostenible 2016 para mayor infor- mación (pg 13-16)
103-1. Para cada tema material reportar si lo es para toda la organización. En caso contrario, indicar qué aspecto no es material para alguna de las entidades que hacen parte de la organización.	Los temas reportados como materiales son considerados así para toda la organización, dentro y fuera.	62	X		
103-1. Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización.	Los temas reportados como materiales son considerados así para toda la organización, dentro y fuera.	62	X		
102-48. Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	Se reexpresan los resultados de las evaluaciones de desarrollo multidimensional ya que no se había he- cho la claridad en años anteirores que los resulta- dos son año vencido, es decir, corresponden al 2017.	62	X		
102-49. Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados del informe.con las razones que han motivado dicha reexpresión.	No se presentan cambios relativos en el alcance y cobertura de los datos.	62	X		







INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018 CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO

INDICADOR	RESPUESTA 2018	PÁGINA	AUDITORÍA EXTERNA	OMISIONES	OBSERVACIONES
Grupos de interés					
102-40. Listar los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	www.team.co/sostenibilidad	63	X		
102-42. Reporte la base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se relaciona.	www.team.co/sostenibilidad	63	X		
102-43. Enfoques adoptados para el diálogo con grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipo de grupos de interés, indicar si alguno de los diálogos se realizó como parte del proceso de elaboración del informe.	Se cuenta con diversos escenarios de involucramiento con los diferentes grupos de interés, liderados por quienes tienen una relación más cercano con los mismos. En el contenido del Informe se exponen los ejemplos más representativos de estos diálogos que nos permiten como empresa mantener vigente nuestra materialidad.	63	X		
102-44. Principales preocupaciones y temas de interés que hayan surgido a través de los diálogos con los grupos de interés y la forma en la que la organización ha respondido a estos temas en la elaboración del informe. Reportar los grupos de interés y los temas que identificaron como relevantes.	Este año se cuenta con informes para cada uno de los países, atendiendo las preocupaciones y necesidades expresadas por diferentes grupos de interés, fomentando la comunicación ajustada al contexto de las operaciones y ampliando el alcance de la información reportada en el Informe corporativo de gestión sostenible 2018.	63	X		Ver Informe de Gestión Sosteni- ble 2016 (pg 13-16) para mayor infor- mación del proce- so de materialidad y objetivos de in- volucramiento con cada uno de los grupos de interés.
Perfil del reporte					
102-50 . Periodo cubierto por la información incluida en el informe.	2018	63	X		
102-51. Fecha mas reciente del informe anterior.	2017	63	X		
102-52. Ciclo de reporte (Anual-Bianual).	Anual	63	X		
102-53. Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	lsabel Giraldo - isabel.giraldo@team.co	63	×		







INDICADOR	RESPUESTA 2018	PÁGINA	AUDITORÍA EXTERNA	OMISIONES	OBSERVACIONES
102-54. Reporte la opción "De acuerdo" con la metodología GRI seleccionada por la organización (Core-Comprehensive). Reporte la tabla de contenido GRI.	Este informe ha sido elaborado bajo el Estándar GRI de conformidad con la opción esencial, cubriendo el periodo del año calendario 2017. Se incluyen todas las operaciones de Team Foods en Colombia, México, Chile y BredenMaster, que aún se encuentra en fase de alineación y estandarización de procesos. La operación de BredenMaster Colombia aún no se tiene en cuenta para el frente ambiental.	64	X		
102-55. Índice contenidos GRI.	Anexos; Tabla GRI	60	X		
102-56. Reportar la política o enfoque de la empresa para buscar auditoría externa del reporte.	Este informe ha sido verificado por Deloitte & Tou- che con el fin de asegurar la transparencia, ca- lidad y alcance de la información reportada.	64	X		
Gobierno					
102-18. La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno. Identificar si existe algun comite responsable de la supervisión de temas económicos, sociales y ambientales.	Comités corporativos: Junta Directiva; Comité de Grupo; Comité Corporativo; Comité Negocios; Riesgo Financiero y Materia Prima; Riesgo Laboral; Finanzas Corporativas; Talento; Excelencia Operacional; Excelencia Operacional de Negocio; Crisis; Estrategia y Presupuesto	64	X		Ver Informe de Gestión Soste- nible 2016 para mayor informa- ción: www.team. co/sostenibilidad
102-20. Reportar si la organización ha seleccionado una posición o posiciones ejecutivas con responsabilidad de temas económicos, ambientales y sociales, y si esta posición reporta directamente a la alta dirección.	Si, la organización cuenta con una posición encargada de temas económicos, ambientales y sociales que reporta directamente a la alta dirección.	64	X		
102-21. Reportar los procesos de consulta que existen entre los grupos de interés y la alta dirección en temas económicos, ambientales y sociales. Si las consultas son delegadas, describir a quién se delega y cómo es el proceso de retroalimentación con la alta dirección.	Los procesos de consulta son delegados a través del Comité de Grupo y luego la Junta Directiva.	64	×		
102-23. Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (de ser así explicar su función dentro de la organización y las razones que lo justifican).	El presidente del máximo órgano de gobierno no ocupa un cargo ejecutivo dentro de la organización.	64	X		

INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO







INDICADOR	RESPUESTA 2018	PÁGINA	AUDITORÍA EXTERNA	OMISIONES	OBSERVACIONES
102-32. Reportar el más alto comité o cargo responsable de revisar y aprobar el informe de sostenibilidad y el asegurar que todos los temas materiales estén cubiertos.	Presidente	65	X		
102-33. Reportar el proceso para comunicar temas críticos al máximo órgano de gobierno.	A través del Comité de Grupo se determina qué se llevará a la siguiente Junta Directiva.	65	X		
Ética e integridad					
102-16. Describir los valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.	https://team.co/acerca-de-team/	65	X		Ver Informe de Gestión Soste- nible 2016 para mayor informa- ción: www.team. co/sostenibilidad
102-17. Reportar los mecanismos internos y externos para solicitar ayuda en temas sobre comportamiento ético e integridad organizacional, cómo pueden ser líneas de ayuda o de consejería.	Nuestros accionistas; Integridad corporativa	51	X		







Contenidos específicos 2018

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO

INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018

PRIORIDAD ESTRATÉGICA	FRENTE DE GESTIÓN (ASUNTO MATERIAL)	ASPECTO GRI	ENFOQUE DE GESTIÓN DEL ASUNTO MATERIAL (SECCIÓN, PÁGINA DONDE SE ENCUENTRA DICHO ENFOQUE)	INDICADOR GRI Y/O PROPIO	RESPUESTA AL INDICADOR (SECCIÓN, PÁGINA EN LA CUAL SE ENCUENTRA DICHA RESPUESTA)	VERIFICACIÓN 2018	OMISIÓN
Clientes y consumidores	Producción de alimen- tos sanos a través de la investigación, desa- rrollo e innovación	N/A	17	T1. Inversión en I&D+i como % de ingresos	Alimentamos un mejor mañana; Carta del presidente Nuestros clientes y consumido- res; Producción de alimentos sa- nos a través de la investigación, desarrollo e innovación	×	Se reporta una cifra redondeada al entero más cercano, que en los últimos años se ha mantenido constante en 1%. Puede haber variaciones a nivel de decimales año a año, estando la inversión del 2018 en 0,6% de los ingresos.
Clientes y consumidores	Comunicación y mer- cadeo responsable	Marketing y etiquetado	20	417-1. Tipo de información requerida por procedimiento relativos a la información y el etiquetadode sus productos y servicios, y % de categorías de producto y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	Nuestros clientes y consumido- res; Comunicación y mercadeo responsable	×	
Clientes y consumidores	Comunicación y mer- cadeo responsable	Marketing y etiquetado	20	417-2. # de incumplimiento de la regulación de los codigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	Contamos con un proceso en curso por supuesto incumplimiento de un requerimiento de etiquetado en uno de nuestros productos.		
Clientes y consumidores	Comunicación y mer- cadeo responsable	Marketing y etiquetado	20	417-3. # de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	No hemos sido notificados por incumplimientos a los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones comerciales.		





ENFOQUE DE GESTIÓN RESPUESTA AL INDICADOR VERIFICACIÓN **PRIORIDAD** FRENTE DE GESTIÓN **DEL ASUNTO MATERIAL ASPECTO GRI INDICADOR GRI Y/O PROPIO** (SECCIÓN, PÁGINA EN LA CUAL SE **OMISIÓN ESTRATÉGICA** (ASUNTO MATERIAL) (SECCIÓN, PÁGINA DONDE SE 2018 **ENCUENTRA DICHA RESPUESTA) ENCUENTRA DICHO ENFOQUE)** Nuestros clientes y consumido-Satisfacción de clien-**T2.** Encuesta de satisfacción Clientes y N/A 21 res; Calidad y satisfacción de consumidores tes y consumidores de clientes clientes y consumidores Nuestros clientes y consumido-Satisfacción de clien-T3. Quejas por producto recibidas Clientes y N/A 21 res; Calidad y satisfacción de X consumidores tes y consumidores y resueltas de consumidores clientes y consumidores El 100% del volúmen comprado FP1. % volúmen comprado a a nuestros proveedores es en Clientes y Abastecimiento Prácticas de 23 proveedores que cumplen Política cumplimiento con la Política de consumidores responsable abastecimiento de Abastecimiento de la empresa Abastecimiento v los procedimientos relacionados. Solo se reporta para proveedores de Materiales de empague, Identificación, evalua-**T5.** Proveedores nuevos críticos Nuestros clientes y consumido-Insumos e Ingredientes Clientes y ción y selección de N/A 23 evaluados con criterios ambientales. res; Identificación, evaluación y X (MEII's) y elementos no consumidores DDHH, laborales y de sociedad selección de proveedores productivos (NPI's) en proveedores Colombia y Materia Prima Lípida (MPL) a nivel coporativo. FP2. % volúmen comprado que es verificado por algún estándar **Clientes y** Compras Prácticas de Nuestros clientes y consumido-24 de producción responsable consumidores responsables abastecimiento res; Compras responsables reconocido internacionalmente, desglosado por estándar Clientes y Compras Nuestros clientes y consumido-N/A 24 **T4.** Trazabilidad de la palma res: Compras responsables consumidores responsables

INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO





	PRIORIDAD ESTRATÉGICA	FRENTE DE GESTIÓN (ASUNTO MATERIAL)	ASPECTO GRI	ENFOQUE DE GESTIÓN DEL ASUNTO MATERIAL (SECCIÓN, PÁGINA DONDE SE ENCUENTRA DICHO ENFOQUE)	INDICADOR GRI Y/O PROPIO	RESPUESTA AL INDICADOR (SECCIÓN, PÁGINA EN LA CUAL SE ENCUENTRA DICHA RESPUESTA)	VERIFICACIÓN 2018	OMISIÓN
	Clientes y consumidores	Compras responsables	Prácticas de adquisición	24	204-1. % del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	Nuestros clientes y consumido- res; Compras responsables		Solo se reportan las compras locales para MEII's y NPI's en Colom- bia; Materia prima lípida a nivel corporativo
_	Gente	Selección y contratación	N/A	27	T6. Cobertura de vacantes con talento interno para niveles 4-6	Nuestra gente; Selección y contratación		No se cuenta con la información disponible para la operación de BredenMaster.
	Gente	Selección y contratación	N/A	27	T7. Porcentaje de publicación de vacantes como convocatorias internas	Nuestra gente; Selección y contratación		No se reporta para México y Chile ya que la plataforma de Soy Talento donde se hacen las convocatorias a nivel interno solo está disponible en Colombia por el momento.
_	Gente	Desarrollo del talento	Formación y educación	28	404-3. % de empleados cuyo desempeño y desarrollo profesional se evalúa con regularidad, desglosado por sexo y por categoría profesional	Nuestra gente; Desarrollo del talento	X	No se desglosa por género ni categoría profesional.
	Gente	Formación y capacitación	Formación y educación	29	404-1. Promedio horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por género y por categoría laboral	Nuestra gente, Formación y capacitación		No se desglosa por género ni categoría profesional.
	Gente	Formación y capacitación	Formación y educación	29	404-2. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	Nuestra gente, Formación y capacitación		









PRIORIDAD ESTRATÉGICA	FRENTE DE GESTIÓN (ASUNTO MATERIAL)	ASPECTO GRI	ENFOQUE DE GESTIÓN DEL ASUNTO MATERIAL (SECCIÓN, PÁGINA DONDE SE ENCUENTRA DICHO ENFOQUE)	INDICADOR GRI Y/O PROPIO	RESPUESTA AL INDICADOR (SECCIÓN, PÁGINA EN LA CUAL SE ENCUENTRA DICHA RESPUESTA)	VERIFICACIÓN 2018	OMISIÓN
Gente	Formación y capacitación	Lucha contra la corrupción	69	205-2. Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	Contamos con módulos de for- mación virtual para todos los colaboradores en las diferentes políticas (Somos Ejemplo) y capacitaciones presenciales lideradas por el equipo de la Gerencia Legal que cubren te- mas relacionados con la lucha contra la corrupción.		Se menciona el porcentaje capacitado, no el número total.
Gente	Beneficios y bienestar	Empleo	31	401-2. Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	Nuestra gente; Beneficios y bienestar		No se reporta por zona.
Gente	Beneficios y bienestar	N/A	31	T8. Inversión en beneficios (COP)	Nuestra gente; Beneficios y bienestar		Se reporta el valor con- solidado para la organi- zación y por país.
Gente	Compensación y remuneración	Presencia en el mercado	69	202-1. Relación entre salario inicial desglosado por género y el salaro mínimo local en lugares donde se desarollan operaciones significativas	Todos nuestros colaboradores se contratan por encima del salario mínimo legal vigente en las respectivas zonas de operación, con una tasa corporativa de 1,12. La relación en cada uno de los países es la siguiente: - Colombia: 1,35 - México: 1,43 - Chile: 1 - BredenMaster: 1		





PRIORIDAD ESTRATÉGICA	FRENTE DE GESTIÓN (ASUNTO MATERIAL)	ASPECTO GRI	ENFOQUE DE GESTIÓN DEL ASUNTO MATERIAL (SECCIÓN, PÁGINA DONDE SE ENCUENTRA DICHO ENFOQUE)	INDICADOR GRI Y/O PROPIO	RESPUESTA AL INDICADOR (SECCIÓN, PÁGINA EN LA CUAL SE ENCUENTRA DICHA RESPUESTA)	VERIFICACIÓN 2018	OMISIÓN
Gente	Compensación y remuneración	Diversidad e igualdad de oportunidades	34	405-2. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	Nuestra gente; Compensación y remuneración		No se reporta por ubicación sino a nivel corporativo.
Gente	Cultura, ambiente y condiciones laborales	N/A	34	T9. Puntaje clima laboral - GPTW	Nuestra gente; Cultura, ambiente y condiciones laborales	X	
Gente	Cultura, ambiente y condiciones laborales	Empleo	35	401-1. # y tasa de rotación y contratación promedio de empleados, desglosados por edad, sexo y región	Nuestra gente; Cultura, ambien- te y condiciones laborales	X	Solo se reporta la rotación, no la tasa de contratación. Tampoco se reporta por grupo de edad ni por género.
Gente	Cultura, ambiente y condiciones laborales	N/A	70	T10. # de quejas y reclamos formales recibidos y resueltos por prácticas laborales	En el año 2018 se trataron 59 casos formales, algunos de los cuales se vienen gestionando desde años anteriores, dato que incluye todas las operaciones. En Colombia se trataron 27 casos y se resolvieron 3; en BredenMaster se trataron 22 y se resolvieron 2; en México se gestionaron 5 casos y de ellos se resolvió 1 y así mismo, en Team Chile se trataron 5 casos de los cuales 1 se resolvió.	X	Se reportan únicamente las reclamaciones labo- rales con implicaciones legales.
Gente	Cultura, ambiente y condiciones laborales	Gestión de rela- ciones laborales	70	FP3 . % tiempo operacional perdido por país debido a huelgas, disputas laborales, cerramientos	No se ha tenido tiempo perdido en los últimos cinco años debido a cerramientos, huelgas o disputas laborales.		
Gente	Seguridad y salud en el trabajo	N/A	37	T11. IFA - Indice de Frecuencia de Accidentalidad	Nuestra gente; Seguridad y salud en el trabajo	X	





PRIORIDAD ESTRATÉGICA	FRENTE DE GESTIÓN (ASUNTO MATERIAL)	ASPECTO GRI	ENFOQUE DE GESTIÓN DEL ASUNTO MATERIAL (SECCIÓN, PÁGINA DONDE SE ENCUENTRA DICHO ENFOQUE)	INDICADOR GRI Y/O PROPIO	RESPUESTA AL INDICADOR (SECCIÓN, PÁGINA EN LA CUAL SE ENCUENTRA DICHA RESPUESTA)	VERIFICACIÓN 2018	OMISIÓN
Gente	Seguridad y salud en el trabajo	N/A	37	T12. ISA - Indice de Severidad de Accidentalidad	Nuestra gente; Seguridad y salud en el trabajo	X	
Gente	Seguridad y salud en el trabajo	N/A	37	T13. Ausentismo	Nuestra gente; Seguridad y salud en el trabajo	X	
Entorno	Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	N/A	41	T15. Intensidad de consumo de agua	Sostenibilidad; Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	X	
Entorno	Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	Agua	41	303-3 . % y volúmen total de agua reciclada y reutilizada	Sostenibilidad; Uso eficiente de recursos y cultura ambiental		
Entorno	Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	Emisiones	42	305-1. Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Sostenibilidad; Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	X	
Entorno	Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	Emisiones	42	305-2. Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	Sostenibilidad; Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	X	
Entorno	Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	Emisiones	42	305-3. Otras emsiones indirectas de GEI (alcance 3)	Sostenibilidad; Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	X	
Entorno	Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	Emisiones	42	305-4. Intensidad emisiones de gases efecto invernadero	Sostenibilidad; Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	X	
Entorno	Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	Energía	42	302-3. Intensidad energética	Sostenibilidad; Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	X	
Entorno	Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	N/A	42	T17. Porcentaje de aprovechamiento de residuos ordinarios	Sostenibilidad; Uso eficiente de recursos y cultura ambiental	X	
Entorno	Estrategia de gestión social	N/A	48	T14. Donaciones realizadas (COP)	Sostenibilidad; Estrategia de gestión social	X	Solo se reporta Colombia.





PRIORIDAD ESTRATÉGICA	FRENTE DE GESTIÓN (ASUNTO MATERIAL)	ASPECTO GRI	ENFOQUE DE GESTIÓN DEL ASUNTO MATERIAL (SECCIÓN, PÁGINA DONDE SE ENCUENTRA DICHO ENFOQUE)	INDICADOR GRI Y/O PROPIO	RESPUESTA AL INDICADOR (SECCIÓN, PÁGINA EN LA CUAL SE ENCUENTRA DICHA RESPUESTA)	VERIFICACIÓN 2018	OMISIÓN
Accionistas	Integridad, cumplimiento y transparencia	Lucha contra la corrupción	72	205-1. # y % de operaciones evaluadas en riesgos relacionados con corrupción y riesgos identificados	El 100% de nuestras operacio- nes se encuentran evaluadas en riesgos relacionados con corrupción, y se tienen identifi- cados 79 riesgos significativos		
Accionistas	Gobierno corporativo, rendición de cuentas y toma de decisiones	Lucha contra la corrupción	53	205-3. Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Nuestros accionistas; Gobierno corporativo, rendición de cuen- tas y toma de decisiones		
Accionistas	Gobierno corporativo, rendición de cuentas y toma de decisiones	Competencia desleal	53	206-1. # de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	Nuestros accionistas; Gobierno corporativo, rendición de cuen- tas y toma de decisiones	X	
Accionistas	Gobierno corporativo, rendición de cuentas y toma de decisiones	Cumplimiento socioecnonó- mico	72	419-1. Valor monetario de multas y sanciones y # de multas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa	En el 2018 no tuvimos multas o sanciones significativas por incumplimiento de la legislación y/o normativa.		
Accionistas	Gesitón corporativa de riesgos	N/A	54	T18. Nivel de riesgo residual	Nuestros accionistas; Gestión corporativa de riesgos		
Accionistas	Gesitón corporativa de riesgos		72	412-1. Operaciones que han sido evaluadas bajo impactos en Derechos Humanos (DDHH)	Tods nuestros contratos co- merciales incluyen claúsulas de cumplimiento en DDHH. Como buena práctica, tenemos estipulado un análsis de riesgo / debida diligencia en DDHH cada dos años, por lo que en el 2019 realizaremos nuevamente el ejercicio dando alcance a opera- ciones de terceros para ampliar el alcance del ejercicio 2017.		





PRIORIDAD ESTRATÉGICA	FRENTE DE GESTIÓN (ASUNTO MATERIAL)	ASPECTO GRI	ENFOQUE DE GESTIÓN DEL ASUNTO MATERIAL (SECCIÓN, PÁGINA DONDE SE ENCUENTRA DICHO ENFOQUE)	INDICADOR GRI Y/O PROPIO	RESPUESTA AL INDICADOR (SECCIÓN, PÁGINA EN LA CUAL SE ENCUENTRA DICHA RESPUESTA)	VERIFICACIÓN 2018	OMISIÓN
Accionistas	Desempeño de los negocios	N/A	56	T19. Ingresos base 100 (2011)	Nuestros accionistas; Desempeño de los negocios		
Accionistas	Desempeño de los negocios	N/A	56	T20. EBITDA base 100 (2011)	Nuestros accionistas; Desempeño de los negocios		
Accionistas	Desempeño de los negocios	N/A	56	T21. ROE (tendencia %)	Nuestros accionistas; Desempeño de los negocios		
Accionistas	Desempeño de los negocios	N/A	56	T22. ROIC (tendencia %)	Nuestros accionistas; Desempeño de los negocios		
Accionistas	Desempeño de los negocios	Desempeño económico	57	201-1. Valor económico directo generado y distribuido	Nuestros accionistas; Desempeño de los negocios		Se reporta a nivel corporativo.



Memorando de revisión independiente

Verificación Independiente del Informe de Gestión Sostenible 2018 - Alianza Team

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Gestión Sostenible del año 2018 de Alianza Team al Conjunto Consolidado de Estándares GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad, en adelante "Estándares GRI".

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAF 3000 -International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accounts (IFAC).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así

como a las diversas áreas de Alianza Team que han participado en la elaboración del Informe de Gestión Sostenible 2018 y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con los colaboradores de Alianza Team para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el Informe.
- · Análisis de cómo, a partir del ejercicio de materialidad, se definen los contenidos, la estructura v los contenidos del reporte, de acuerdo a lo sugerido por los Estándares GRI.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el informe.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los contenidos GRI y propios incluidos en el Informe de Sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Alianza Team.

Responsabilidades de la Dirección de Alianza Team y de Deloitte

• La preparación del Informe de Gestión Sostenible 2018 de Alianza Team, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.

- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
- · Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Reporte Integrado.

DELOITTE & TOUCHE LTDA. Jorge Enrique Múnera D.

Socio



INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018 CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO

Se confirma que el Informe de Gestión Soste- nible 2018 de Alianza Team es elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Es-
tándares GDI

Contenidos básicos generales:

tándares GRI

Se confirmó que el informe se ajusta a los requisitos de la opción esencial "de conformidad" con los Estándares GRI en cuanto a los contenidos básicos generales.

Contenidos básicos específicos:

Revisamos el enfoque de gestión y contenidos GRI de los siguientes asuntos materiales:

ASUNTOS MATERIALES	CONTENIDOS GRI E INDICADORES	ALCANCE DE LA VERIFICACIÓN
Producción de alimentos sanos a través de la investigación, desarrollo e innovación	T1. Inversión en I&D+i como % de ingresos	Corporativo
Comunicación y mercadeo responsable	417-1. Tipo de información requerida por procedimiento relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y % de categorías de produ	Corporativo
Satisfacción de clientes y consumidores	T3. Quejas por producto recibidas y resueltas de consumidores	Corporativo (se excluye BredenMaster Chile)
Identificación, evaluación y selección de proveedores	T5. Proveedores nuevos críticos evaluados con criterios ambientales, DDHH, laborales y de sociedad	Colombia
Desarrollo del talento	404-3 . % de empleados cuyo desempeño y desarrollo profesional se evalúa con regularidad, desglosado por sexo y por categoría profesional	Corporativo
	T9. Puntaje clima laboral - GPTW	Corporativo
Cultura, ambiente y condiciones laborales	401-1. # y tasa de rotación y contratación promedio de empleados, desglosados por edad, sexo y región	Corporativo
	T10. # de quejas y reclamos formales recibidos y resueltos por prácticas laborales	Corporativo
	T11. IFA - Índice de Frecuencia de Accidentalidad	Colombia
Seguridad y salud en el trabajo	T12. ISA - Índice de Severidad de Accidentalidad	Colombia
	T13. Ausentismo	Colombia





Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Gestión Sostenible 2018 de Alianza Team contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con del Conjunto Consolidado de Estándares GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad, opción Esencial "de conformidad".

INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2018

CONSOLIDANDO NUESTRAS PRIORIDADES PARA SER ALIADOS DEL DESARROLLO

Observaciones principales & recomendaciones frente a principios GRI y WBCSD1

Exhaustividad y Confiabilidad

Observaciones Generales

Se resalta el compromiso de la compañía con reportar, de manera detallada y específica, los resultados de la gestión de cada uno de los países en donde tienen operaciones, permitiendo a los grupos de interés conocer en detalle los avances de la gestión y los compromisos y metas que se tienen no solo a nivel corporativo sino a nivel país.

Recomendaciones

Deloitte recomienda seguir con los esfuerzos de consolidación y estandarización de los procesos y medición de los indicadores estratégicos en todos los países, para así poder evaluar de manera oportuna la eficiencia de los controles y el desempeño de cada uno de los indicadores para la toma de decisiones.

Equilibrio

Observaciones generales

Se destaca que la organización informa de manera detallada sus logros y la gestión realizada durante el año a través de informes específicos para cada operación y a nivel corporativo.

Recomendaciones

Se recomienda incluir testimonios, comentarios o entrevistas de diferentes grupos de interés para contar con varias perspectivas sobre la gestión de Alianza Team y darle un aire diferente al informe. Así mismo, se recomienda seguir profundizando en la comunicación sobre los desafíos encontrados durante el año.

Del inglés: "World Business Council for Sustainable Development" (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible).

ANEXO 1 Declaración de independencia

Deloitte es líder global en Servicios de auditoría y aseguramiento, consultoría, asesoramiento financiero, asesoramiento en riesgos, impuestos y servicios relacionados. Nuestra red de firmas miembro presente en más de 150 países y territorios atiende a cuatro de cada cinco compañías listadas en Fortune Global 500[®]. Conoce cómo aproximadamente 286.000 profesionales de Deloitte generan un impacto que trasciende en www.deloitte.com.

Confirmamos nuestra independencia de Alianza Team Todos nuestros empleados realizan actualizaciones anuales a la Política de Ética donde puntualmente declaramos que no tenemos conflictos de interés con Alianza Team, sus subsidiarias y sus grupos de interés.

Deloitte se refiere a una o más firmas de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), y su red global de firmas miembro y de entidades relacionadas. DTTL (también denominada "Deloitte Global") y cada una de sus firmas miembro son entidades legalmente separadas e independientes. DTTL no presta servicios a clientes. Por favor revise www.deloitte.com/about para conocer más.

Deloitte es líder global en Servicios de auditoría y aseguramiento, consultoría, asesoramiento financiero, asesoramiento en riesgos, impuestos y servicios relacionados. Nuestra red de firmas miembro presente en más de 150 países y territorios atiende a cuatro de cada cinco compañías listadas en Fortune Global 500[®]. Conoce cómo aproximadamente 286.000 profesionales de Deloitte generan un impacto que trasciende en www.deloitte.com.

Esta comunicación contiene únicamente información general, ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro o sus entidades relacionadas (colectivamente, la "Red Deloitte") están, por medio de la presente comunicación, prestando asesoría o servicios profesionales. Previo a la toma de cualquier decisión o ejecución de acciones que puedan afectar sus finanzas o negocios, usted deberá consultar un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte se hace responsable por pérdidas que pueda sufrir cualquier persona que tome como base el contenido de esta comunicación. © 2019. Para información, contacte a Deloitte Touche Tohmatsu Limited.

Deloitte.

Deloitte & Touche Ltda. Edificio Corficolombiana

Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10

Nit 860.005.813-4

Medellín

Colombia

Tel: 57(4) 313 88 99 Fax: 57(4) 313 32 25 www.deloitte.com.co





Consolidando nuestras prioridades para ser aliados del desarrollo

www.team.co

Diagramación: .Puntoaparte / Dirección del Informe: Isabel Giraldo