

Dulce por fuera, verde por dentro

COLOMBINA, UNA DE LAS EMPRESAS MÁS IMPORTANTES DEL PAÍS EN EL SECTOR DE LOS DULCES Y LOS ALIMENTOS, ES TODO UN EJEMPLO DE BUENAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES.

Hablar de esta compañía es hacer agua la boca; una tentación al sentido del gusto y una manera de activar nuestros deseos más apasionados hacia el mundo de los alimentos.

Un Bon Bon Bum, una Nucita, un Chocobreak, una salsa La Constancia, un helado o una galleta Crakeña hacen parte del inconfundible inventario de más de 20 marcas con las que este conglomerado cautiva el paladar de millones de personas que viven en los 49 países a los que exporta.

Pero más allá del músculo empresarial que significa esta compañía que tiene cerca de 7.200 empleados, hoy es todo un ejemplo en materia de sostenibilidad no solo en Colombia sino en la Comunidad Andina. Más elocuente es que ese reconocimiento lo haya logrado con apenas tres años de experiencia en la aplicación de esos retos.

En efecto, solo a partir de 2007 Colombina puso en marcha todo un plan estratégico alrededor de las buenas prácticas sociales, económicas y ambientales que básicamente giran en torno a tres ejes temáticos: Desarrollo Social, Balance Ecológico y Estilos de Vida Sana.

“Producir y comercializar eficientemente son necesidades fundamentales de supervivencia, sin embargo esta realidad también se debe enmarcar en un ámbito de responsabilidad con todo el entorno”, explicó César Caicedo, presidente ejecutivo del Grupo Empresarial Colombina.

Esa sombrilla de propósitos con términos gerenciales es la Biblia con la que esta compañía pretende romper paradigmas. Y todo parece indicar que va por buen camino.

La primera señal ocurrió a finales de 2009 cuando el Grupo Empresarial ingresó a la Bolsa de Cambio Climático de Chicago (CCX por su sigla en inglés) al obtener bonos verdes. De esa manera se convirtió en la primera empresa en la región andina que participa en el mayor mercado de reducciones de dióxido de carbono de Estados Unidos.

Dicho en términos simples, Colombina se hizo acreedora de 443 bonos de carbono (negociables y redimibles en la CCX) producto de la compensación de emisiones de metano en plantas de tratamiento de afluentes. Esto quiere decir que se esforzó por capturar las emisiones contaminantes a través de sus plantas de tratamiento de aguas residuales instaladas en las fábricas de Valle y Cauca.

Al respecto, Caicedo explicó que la compañía invertirá esos bonos verdes en los programas de Responsabilidad Social Corporativa para generar acciones enfocadas a mejorar el medio ambiente.





SECTOR

ALIMENTOS

RETOS

• Que el 35 por ciento de las ventas sean generadas por un portafolio alineado con una alimentación sana, y se promuevan nuevos desarrollos mediante la entrada a nuevas categorías, la modificación de productos existentes y el desarrollo de empaques amigables con el medio ambiente.

• Reducir el consumo de recursos como energía, agua, gas y carbón en un 15 por ciento. De igual manera, sus emisiones y residuos sólidos en un 10 por ciento.

• Así mismo, el 10 por ciento en envolturas, envases y empaques. Y se trabaje con los proveedores, para incrementar el uso de materiales de empaque biodegradables, en todo el ciclo de vida del producto. Continuarán también con la inversión en proyectos de educación, protección e investigación ambiental.

• Desarrollar actividades, productos y servicios que incentiven el consumo y la producción sostenible a través de acciones como el uso de tecnologías limpias y la estructuración del Sistema de Gestión Ambiental, homologando las plantas con la norma NTC ISO 14001.

"NUESTRA META ES QUE A 2014 EL 35 POR CIENTO DE NUESTROS PRODUCTOS TENGAN BENEFICIOS NUTRICIONALES",

CÉSAR CAICEDO, PRESIDENTE EJECUTIVO DEL GRUPO COLOMBINA.

No contenta con ello, ese mismo año esa compañía ya había adoptado las metodologías y directrices del Global Reporting Initiative (GRI), guía global de reporte de la gestión sostenible "... en la medida que nos midamos y comparemos... nos convertiremos cada vez más en una empresa líder en temas de sostenibilidad", explicó el presidente de Colombina.

DEL DICHO AL HECHO

El gran interrogante que surge es de qué forma una empresa focalizada en producir y comercializar confitería y alimentos puede contribuir de manera efectiva a conservar el medio ambiente.

Hay infinidad de posibilidades. En Colombina lo llaman Balance Ecológico y lo focalizan en las dos puntas: Producción Sostenible y Consumo Sostenible.

José Fernando Ochoa, vicepresidente de Mercadeo Corporativo, lo resume en ejemplos muy simples: "Continuamente estamos buscando formas de usar nuevas fuentes energéticas, usar menos agua y producir menos gases o residuos en todos nuestros procesos. Ese esfuerzo para optimizar los recursos tiene un valor agregado para la compañía y es que eventualmente puede reducir los costos de producción", anotó.

El Grupo Empresarial desarrolla diferentes programas de gestión ambiental que ayudan al compromiso corporativo para prevenir la contaminación y conservar el entorno.

DATOS

LA FUNDACIÓN COLOMBINA contribuye con el 50 por ciento de la matrícula semestral a 8 empleados en la planta de producción de La

Paila. En su programa de becas Jaime H. Caicedo otorgó en 2009 7 becas a hijos de colaboradores para estudiar en la universidad ICESI de Cali.

EN JUNIO DE 2009 la Fundación Colombina, junto con la Fundación Operación Sonrisa, realizó una jornada en Popayán. Intervinieron quirúrgicamente a 43 niños.

EN SANTANDER DE QUILICHAO, 65 niños integran la Escuela de Músicas Caucanas Timca. El compromiso de la Fundación es continuar y crecer con el taller de música.



COLOMBINA CUENTA CON 36 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN ALREDEDOR DEL MUNDO.

INFORME

Según el Informe de Sostenibilidad de 2009, el Grupo Empresarial Colombina facturó ventas por cerca de 523 millones de dólares e invirtió 5,6 millones de dólares en programas de RSE para sus empleados.

Basado en ello puso en práctica auditorías internas de los sistemas de gestión y visitas técnicas a las cinco plantas de producción ubicadas en Valle, Cauca, Antioquia y Bogotá. Prueba de ese esfuerzo es que su principal planta ubicada en el corregimiento de La Paila, en el municipio de Zarzal, Valle, fue certificada con la norma internacional ISO 14001: 2004.

Así mismo, mantiene activos los programas de manejo integral de residuos sólidos, control de vertimientos de líquidos, planes de emergencia, control de emisiones atmosféricas, proyectos de mecanismos limpios, manejos de sustancias químicas, control de agua potable y procedimientos de documentación, capacitación y comunicación.

Pero ahí no se detiene el esfuerzo. Con sus productos en el mercado la compañía extendió su responsabilidad más allá del consumidor y se preocupó por el destino de sus empaques y envolturas.

Fue así como nació la marca Bon Bon Bum Ecoplanet, un producto cuya bolsa, envoltura y palito contienen una propiedad oxibiodegradable. “Es un material que sufre una degradación en dos etapas; inicialmente por un proceso el plástico se transforma en un polvo diminuto. Después este polvo es digerido por hongos y bacterias”, explicó el vicepresidente de Mercadeo.

DULCE NUTRIENTE

Los consumidores son cada vez más conscientes y buscan productos no solo amigables con el medio ambiente sino también con su salud. Se trata de la tendencia conocida como Estilos de Vida Sana.

En Colombina saben que el desafío fundamental del mercado en las próximas décadas es llegar al nicho de aquellos Individuos Responsables Socialmente (IRS), y ganarse su lealtad como consumidores.

“Es por ello que hemos desarrollado una serie de Sellos Verdes que se incluyen en todos los productos que contienen alguna propiedad nutricional o beneficio para la salud”, explicó Ochoa.

De hecho, hoy el 25 por ciento de las ventas nacionales de productos

LA CIFRA

842

millones de pesos aportó la Fundación Colombina para el desarrollo social en su zona de influencia operativa, en 2009.



POR UNA INFANCIA SEGURA

Cerca de 101 niños de los empleados de Colombina son atendidos en tres jardines infantiles a cargo de la Fundación, donde además de recibir nutrición adecuada les brindan espacios para la recreación y la estimulación temprana.

propios de Colombina contienen beneficios nutricionales. “*Nuestra meta es que a 2014 ese beneficio nutricional se haya extendido al 35 por ciento de nuestros productos*”, argumentó, tras precisar que esa meta debe ir paralela al desarrollo de empaques amigables con el medio ambiente.

En esa línea se encuentran la nueva mayonesa con aceite de canola, libre de colesterol y con omega 3 y 6. Cabe recordar que el omega contiene ácidos esenciales para el desarrollo y correcto funcionamiento del cerebro y no es producido por el organismo; por lo tanto se debe consumir a través de alimentos.

Pese a que la nueva mayonesa salió a la venta en septiembre de 2009, hoy ya tiene una participación de mercado del 2,5 por ciento. Similar acogida tuvo la gama de galletas Crakeñas. Su participación actual es del 5 por ciento del mercado. También llaman la atención los Tostaditos Crakeñas, galletas de sémola de trigo, libres de grasas trans y cero colesterol.

En conclusión, la estrategia de sostenibilidad del Grupo Empresarial Colombina en los últimos tres años se ha basado en responder a dos temas de gran relevancia en su sector: la innovación de nuevas marcas con beneficios nutricionales para sus clientes y la conservación del medio ambiente; un esquema que sin duda la convierte en una empresa dulce por fuera y verde por dentro. ●



Eudoro Román hace parte del programa Big Brother y es hoy el gerente general de Polietilenos del Valle.

SECTOR

ALIMENTOS

EL GRAN HERMANO

A TRAVÉS DE UN PROGRAMA PADRINO COLOMBINA APOYA A MICRO EMPRESARIOS CON SED DE PROGRESO.

EUDORO MARÍN es un exitoso microempresario. Tiene 53 años y hace 16 es el gerente de Polietilenos del Valle, una mediana empresa fundada hace tres décadas y especializada en producir empaques y envolturas plásticas a base de polietileno y polipropileno.

Pese a su edad y su bagaje en el campo empresarial desea incursionar en las grandes ligas de los exportadores. Es por ello que desde finales de 2008 hace parte del programa de Desarrollo Social del Grupo Empresarial Colombina, conocido como Big Brother (Gran Hermano).

La tarea es simple. Colombina pone a disposición todo su conocimiento y experiencia en el desarrollo operativo, administrativo y comercial, mientras que Polietilenos del Valle lo asimila a través de talleres, capacitaciones y asistencias técnicas. “*Es trasladar la experiencia que tiene una gran empresa a una mediana*”, resume José Fernando Ochoa, vicepresidente de Mercadeo de Colombina.

Para tener una idea de la magnitud de las cifras, basta recordar que Colombina tiene aproximadamente 7.200 empleados y factura ventas anuales por cerca de 523 millones de dólares; Polietilenos del Valle en cambio tiene 93 empleados y sus ventas anuales son de 10.000 millones de pesos.

“*La experiencia ha sido de tal magnitud, que incluso estamos buscando establecer una alianza entre la Andi y Acopi para que cada empresa grande apadrine a una pequeña*”, confesó don Eudoro.

El entusiasmo del gerente no es una pantomima. Un ejemplo de los buenos resultados del Gran Hermano es que su pequeña empresa en los próximos meses empezará a exportar envolturas hacia maquiladores de Colombina ubicados en Estados Unidos. “*Estimamos que ese nuevo mercado representará un incremento promedio del 5 por ciento en nuestras ventas anuales*”, precisó.

Ellos se sumarán a los 55 clientes de grandes marcas que hoy atienden en Colombia. Clientes a quienes satisfacen con sus líneas amigables de envolturas a las que aplican toda clase de procesos de sostenibilidad en busca de la excelencia y reducción de impactos ambientales.

“*Desde marzo de 2005 tenemos instalada una máquina Co-extrusora de tres capas extensible a cinco, que importamos de Argentina y que nos permite ofrecer a nuestros clientes nuevas alternativas de empaque*”, explicó.

En Colombina saben que el esfuerzo que hacen con Polietilenos del Valle no es en vano y muy seguramente dentro de pocos años el alumno superará al maestro.