

2024

Informe de Sostenibilidad
Pensamos en
todos

Levapan



El pan que crece
con la fe de
los colombianos
Campaña insignia del año.

Levapan



**Está melo
y tiene
melao**

Contenido

- 4 ● Levapan, más de 70 años construyendo país.
- 6 ● El pan que crece con la fe de los colombianos.
- 8 ● Elevamos nuestra capacidad de innovación.
- 11 ● Llegamos a la cocina más famosa de Colombia.
- 12 ● Nuestras marcas rompieron las redes sociales.
- 14 ● Salimos a contar nuestras historias de contribución al país.
- 17 ● El “Toque Divino” de San Jorge.
- 19 ● ¡A mi Gel'Hada o nada!
- 20 ● Incursionamos en nuevos mercados de bioingredientes.
- 23 ● Una nueva planta de alimentos concentrados.
- 24 ● Pensando en grande, pensando en todos.
- 26 ● Cuidamos nuestro planeta.
- 29 ● Identificamos nuestras huellas de carbono e hídrica como grupo empresarial.
- 31 ● El bienestar de todos es nuestra prioridad.
- 32 ● Transformando vidas a través de la educación
- 34 ● Pensar en todos está en nuestro ADN.
- 37 ● Negocios transparentes y sostenibles que traspasaron fronteras.
- 38 ● Escalamos una cumbre y nos preparamos para otra.
- 41 ● Nuestra cadena de suministro, nuestros aliados estratégicos.
- 44 ● Contenido GRI.



Apreciados todos

Durante los últimos dos años hemos vivido en Levapan una enorme transformación de nuestra organización. Ejecutamos más de 300 iniciativas de transformación en las que estuvimos involucrados los más de 2,000 colaboradores que hoy conformamos el equipo de Levapan. Renovamos nuestro propósito, renovamos nuestro logo, renovamos nuestros empaques, lanzamos más de 100 nuevos productos entre innovaciones y reformulaciones, desarrollamos la tecnología de núcleos propios para premezclas, diversificamos nuestro portafolio de bioingredientes, doblamos el tamaño de nuestras exportaciones y crecimos nuestras utilidades (EBITDA) de forma significativa.

Así mismo, comprometidos con pensar en todos, transformamos la vida de miles de estudiantes a través de los programas de habilidades socio-emocionales de la Fundación Levapan. Nuestra medición de bienestar interno (Pulso) mejoró. Hoy somos un lugar excepcional para trabajar, somos más ágiles, más innovadores, más digitales, más sostenibles y más orientados a nuestros clientes y consumidores.

En nombre de todos los que hacemos parte de este equipo, un profundo agradecimiento a todos nuestros clientes y consumidores, cuya lealtad a nuestras marcas refuerza nuestro propósito; a nuestros proveedores, a nuestros distribuidores, a nuestros proveedores de capital y a nuestros accionistas que respaldan todos los días nuestra labor.

Me complace presentar este informe de sostenibilidad de Levapan del 2024 en un nuevo formato, ágil, innovador y refrescante; un informe que presenta los logros y avances más destacables del 2024. Estos avances reflejan nuestro compromiso con nuestro propósito de entregar todos los días “Nutrición sostenible para un mundo mejor. Pensamos en grande, pensamos en todos”.

Carlos Mejía Bonilla
Presidente Grupo Levapan

Levapan, más de 70 años construyendo país

Fundada en 1953 por Guillermo Ponce de León, Levapan es una empresa multilatina, orgullosamente colombiana con más de 71 años contribuyendo con la nutrición, la educación y el desarrollo de la industria de alimentos.

Nos especializamos en la producción de productos de panadería, productos de consumo masivo, en siete categorías bajo las marcas San Jorge, Gel´Hada, Respin y Levapan; y Bio-ingredientes derivados de la levadura para la nutrición humana bajo la marca Biolev, para nutrición animal bajo la marca Nutritec y para nutrición vegetal bajo la marca Terramía.

Nuestro propósito inspira nuestras acciones de todos los días, llevar nutrición sostenible para un mundo mejor, pensando en grande, pensando en todos. Buscamos ser una organización reconocida por nuestra contribución a clientes y consumidores, la agilidad de nuestras acciones, la innovación en productos y procesos, el compromiso con la sostenibilidad y un sello de liderazgo único de cercanía. En Levapan nos interesa, sobre todo, contribuir de forma positiva a clientes, comunidades, país y planeta.

Contamos con 8 plantas de producción, 5 en Colombia, 3 en el exterior (Venezuela, Ecuador y República Dominicana). Operamos de forma local en cinco geografías de la región y hacemos presencia vía exportaciones en Estados Unidos, Europa y el Sudeste Asiático. Somos más de dos mil colaboradores en la región, comprometidos con ser una organización diversa, equitativa e incluyente. Trabajamos bajo un esquema de gobierno corporativo profesional, ético y transparente.

Nuestras certificaciones



“Servimos a clientes en los mercados de panadería, consumo masivo y bioingredientes”



Verónica Jaramillo Investigador I+D
Jhon Guzmán Analista de Mercadeo
Ligia Carreño Asistente Panadería

El pan que crece con la fe de los colombianos

Una campaña pensada para nuestros panaderos, a través de un pan 100% colombiano, que simboliza la fe en nuestro trabajo, fe en nuestro futuro, fe en nuestro país.

Pan con Fe fue nuestra primera campaña de marca blanca (con el apoyo de grandes aliados de la industria) creada para apoyar las ventas de panaderos e incentivar el consumo del pan.

Estuvo presente a nivel nacional como el primer pan de temporada, una receta propia de Levapan con ingredientes autóctonos colombianos. Una mezcla de cuajada, arequipe, panela y galleta cuca brindó a los colombianos un pan que lleva a la unidad y al compartir.



Fernando Antonio
Ospina Hernández
Panadería Le Biscuit

20.000
panaderos
beneficiados.

33.000
personas
impactadas en
redes sociales.



Crecimiento del 22%
en volumen de pan
ofrecido en establecimientos.

“Una receta propia con ingredientes autóctonos colombianos”



Tercer puesto “Campaña del año”
Premios Top 10 - 2024 P&M

Elevamos nuestra capacidad de innovación

Durante 2024 lanzamos más de 143 nuevos productos al mercado entre innovaciones, reformulaciones y mejoras de producto en las tres verticales de negocio.

El trabajo conjunto de los equipos de mercadeo, investigación y desarrollo y las plantas de producción nos permitió llevar al mercado nuevas propuestas de productos en las tres verticales de negocio: Panadería, Consumo Masivo y Bioingredientes.

En Panadería ejecutamos lanzamientos de nuevas premezclas con tecnología de núcleos propios mejorando la competitividad para nuestros panaderos, ampliamos el portafolio de cremas vegetales bajo la marca Honora, introdujimos nuevas referencias de chocolates en alianza con Barry Callebaut.

En Consumo Masivo ejecutamos lanzamientos en todas las categorías en las que competimos. En gelatinas llevamos nuevas propuestas en el segmento de Gel Hada Flow, en mermeladas introdujimos nuevos sabores colombianos, en conservas reformulamos nuestros productos eliminando sellos de advertencia, en salsas introdujimos nuevas propuestas como Mostamiel, Chimichurri, Salsas Cerveceras, Cebolla Lista, así como nuevas referencias para Soya en sachet. Entramos a la categoría de

premezclas listas para hogar con las referencias de pandebono, pandeyuca, torta casera, torta de vainilla y cupcakes.

En bioingredientes ejecutamos lanzamientos del nuevo portafolio de extractos orgánicos de Biolev, ampliamos el portafolio de preiniciadores de porcinos bajo la marca Piggy Fast así como la línea de suplementos de nutrición vegetal Energy bajo la marca Terramía.

Inauguramos la nueva planta de investigación y desarrollo de levaduras y extractos de levadura completando una inversión de más de USD 2 millones con equipos de alta tecnología elevando de manera significativa nuestra capacidad de innovación y respuesta al mercado.



Carlos Peláez Director Calidad e I+D Grupo Levapan



Jhon Fredy Rueda Asesor Técnico Levapan

Llegamos a la cocina más famosa de Colombia

Participamos en Master Chef Celebrity conectando la marca con la audiencia, destacando su compromiso con la gastronomía nacional.

Por segundo año consecutivo llegamos a las pantallas de los hogares colombianos elevando el arte de la panadería y pastelería con nuestros técnicos expertos y los ingredientes únicos de Levapan; los ingredientes con los que trabajan más de veinte mil familias panaderas en Colombia. En el reto de panadería los participantes se inspiraron en la receta de nuestro Pan con Fe impulsando la propuesta de pan de temporada en el país.

Adicionalmente hicimos presencia en múltiples eventos de la industria de panadería y pastelería. Uno de ellos Alimentec (La feria más importante de la industria de alimentos) reafirmando nuestro compromiso con la innovación y la sostenibilidad.

También llevamos a cabo la Feria Deleitarse, un espacio diseñado por Levapan con el fin de fortalecer los conocimientos de panaderos, chocolateros, pasteleros y chefs colombianos, brindando herramientas para el desarrollo de sus negocios.

Todas estas iniciativas fueron posibles gracias a nuestro equipo técnico, compuesto por expertos que trabajan

todos los días para mejorar la capacidad de nuestros clientes panaderos y pasteleros del país.

Este equipo proporciona capacitaciones personalizadas, demostraciones en sitio y asesoramiento continuo, garantizando que los clientes no solo adquieran productos de alta calidad, sino también el conocimiento necesario para maximizar su rendimiento y atender las exigencias del mercado.

Nuestras marcas rompieron las redes sociales

Acciones en mercadeo digital alcanzaron 97 millones de interacciones con clientes y consumidores de nuestras distintas marcas a través de campañas en redes sociales.

Con la campaña El Toque Divino de San Jorge destacamos cómo pequeños detalles pueden transformar cada preparación en una experiencia especial. Esta campaña alcanzó 35 millones de personas, posicionando en un 73% la marca en canales digitales, logrando un incremento de 5 puntos en conocimiento de marca (awareness). Adicionalmente durante el 2024, recibimos reconocimientos de campañas que lanzamos durante el 2023. Con las campañas Sazonadoras Tunqui Taca Tú y Mermelada de la Buena obtuvimos: el segundo puesto a Mejor Campaña de Influencers Premios IAB, el tercer puesto Mejor Campaña en Pantalla Grande en Youtube Awards y tercer puesto en el Uso de medios en Premios Top 10 P&M.

Bajo la campaña Pensar en Grande es lo Mío - A Mi Gel'hada o Nada, la marca desarrolló una estrategia enfocada en resaltar los atributos de la marca más querida en gelatinas de Colombia. Esta campaña alcanzó 29 millones de personas logrando

108 millones de impresiones.

La campaña más icónica del año, Pan con Fe, también brilló en redes sociales. Esta campaña alcanzó 33 millones de personas y 64 millones de impresiones, impulsando el consumo de pan en las panaderías de barrio a través de la compra de un producto de temporada.

Nuestro equipo de "cracks" de mercadeo digital renovó completamente el ecosistema digital de Levapan incluyendo páginas web, redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn), portales de e-commerce y la introducción del nuevo canal de ventas directo vía Whatsapp.



Carolina Franco
Gerente Mercadeo & Trade
del Grupo Levapan

Salimos a contar nuestras historias de contribución al país

Promovimos más de 150 espacios de conversación y comunicación en los que contamos nuestras historias de contribución en nutrición y bienestar, generación empleo, educación, sostenibilidad y aporte al país.

En universidades estuvimos presentes en 12 espacios compartiendo nuestras historias de liderazgo, transformación organizacional y casos prácticos de negocios, en programas de pregrado y posgrado llegando a más de 400 estudiantes, fortaleciendo nuestra marca empleadora.

En medios tradicionales de alta circulación en el país (radio, televisión, prensa escrita y digital) obtuvimos 140 publicaciones en donde tuvimos la oportunidad de compartir lanzamientos de nuestros productos, campañas (Ejemplo: Pan con Fe), iniciativas de sostenibilidad, acciones de compromiso con la comunidad (hacemos pan, hacemos paz), educación transformacional en el municipio de Tuluá con nuestra Fundación Levapan e iniciativas de mejora de nuestra matriz energética renovable en plantas de producción. Logramos un retorno de inversión cercano a los COP 2 mil millones.

En colectivos empresariales como La Andi, Propacífico, CEO (Corporación de Empresarios del Oriente Antioqueño), hicimos presencia buscando respaldar iniciativas que contribuyen a la generación de oportunidades de empleo y construcción de país.

En comunidades cercanas a Levapan hablamos con autoridades locales y líderes sociales buscando respaldar iniciativas de mejora vía programas como Compromiso Valle, Opción de Vida y Levapan a tu lado.

Maria Andrea Hernández
Jefe Asuntos Corporativos



Presentamos nuestra
NUEVA contratación



Mostamiel

Producto con mayor recompra del portafolio de consumo masivo

El “Toque Divino” de San Jorge

Pusimos en la mesa de los colombianos, productos orientados a satisfacer las necesidades y gustos de nuestros consumidores, llevando innovación a sus recetas del día a día.

Con la marca San Jorge hemos hecho presencia en las categorías de salsas, sazonadoras, alimentos infantiles y mermeladas.

Nuestra dedicación en la satisfacción de clientes nos ha permitido ubicarnos en la 4ta posición en la categoría de salsas y primeros en el segmento de Salsa de Ajo, bajo la línea San Jorge Maestro con el 68% de participación.

En la línea de Conservas realizamos los siguientes lanzamientos: Frijoles con plátano maduro y Garbanzos, aportando el 4% de crecimiento en las ventas de la categoría.

Resaltando la riqueza de los sabores típicos de nuestro país, lanzamos Mermeladas con Sabores de Colombia, Maracuyá y Guayaba, dinamizando la categoría.

Para resaltar los sabores de los platos y recetas de nuestros clientes y consumidores, incorporamos el Chimichurri y Salsa de Cebolla Lista a nuestro

portafolio de Sazonadoras, aportando al crecimiento del segmento un 3%.

Fortalecimos nuestra presencia en la categoría de Salsas lanzando al mercado Mostamiel, un producto de consumo masivo con mayor recompra, impactando 4.159 puntos de venta a nivel nacional.

Adicionalmente incorporamos sabores cerveceros en salsas emblemáticas que sorprendieron a nuestros consumidores al momento de acompañar asados y preparaciones variadas. Estas fueron: BBQ Cervecera, Teriyaky y Salsa Cervecera para marinar carnes.



María Paula Echeverry
Gerente Categoría
Mercadeo & Consumo

¡A mi Gel'Hada o nada!

Durante el 2024 nuestra icónica gelatina cautivó a grandes y chicos gracias a sus innovaciones disruptivas, acompañando los momentos más felices de las familias colombianas.

Gel'hada es la segunda marca comercial en la categoría de gelatinas y postres en polvo, con una participación del 26.6%, siendo líder del segmento de postres con una participación del 86.5%.

Gel'hada Flow se ha convertido en una plataforma de innovación llegando a un público adolescente. Somos pioneros en lanzamiento de sabores novedosos con experiencias sensoriales disruptivas que involucran colores, sabores y texturas.

A través de la campaña “Me importa un lulo”, la cual se realizó para el lanzamiento de la edición limitada de Gel'hada Flow Lulo Hiper Ácido, se logró un alcance de 10,4 millones de personas que interactuaron con este contenido.

Continuando con la línea Flow, durante la temporada de Halloween, lanzamos la primera gelatina negra, Gel'hada Flow sabor Misterioso, una propuesta sin antecedentes en la categoría que invitaba al consumidor a vivir experiencias diferentes.



“Somos pioneros en lanzamientos de sabores novedosos que invitan a vivir experiencias sensoriales”

Incursionamos en nuevos mercados de bioingredientes

Somos pioneros en el mercado de bioingredientes, a partir de la levadura. Con esta vertical de negocio hemos logrado traspasar fronteras, llegando a Estados Unidos, Europa y el Sudeste Asiático

Con nuestra marca Biolev desarrollamos productos como extractos de levadura, extractos orgánicos, proteína vegetal hidrolizada y sabores de reacción diseñados para aplicaciones saladas, dulces y fermentación.

Durante el 2024 llevamos a nuestros clientes increíbles soluciones que facilitan sus procesos productivos.

Con Plus Wall, ofrecemos un producto que reduce los aditivos en formulaciones, con Flavor Dark SW, logramos reducir el uso de Cocoa, potencializando el sabor del chocolate, adicional a su función en las preparaciones, es un producto que aporta positivamente al cambio climático y a la deforestación. Por último, nuestro Core Relax brinda propiedades de mejoras en texturas a las masas.

Fortalecimos nuestra presencia en la región con nuevos distribuidores y con casos de éxito en aplicaciones de skin y hair care en productos locales y de exportación a través de la marca Innovanze.

Con Terramía, nuestra marca destinada para la nutrición vegetal y bioestimulación, recuperamos una participación importante en el mercado B2B y generamos nuevas oportunidades para los mercados B2C.

A través de estrategias innovadoras permanecemos en el mercado en regiones claves fortaleciendo el desarrollo de nuevos productos diseñados para satisfacer las necesidades de cultivos de alto valor como arroz, frutas y hortalizas. Trabajamos activamente para promover prácticas agrícolas responsables que mejoran la productividad de los cultivos y respetan el medio ambiente.



Jose Villareal
Director Biotech



Productos destacados del 2024

Una nueva planta de alimentos concentrados

Inauguramos una nueva planta de producción en Palmira Valle, dedicada a prestar servicios de maquila en alimentos concentrados para nutrición animal.

Como consecuencia de las campañas realizadas promoviendo el no uso de antibióticos como promotores de crecimiento en la industria pecuaria e incentivando el uso de los Bio-ingredientes derivados de la levadura, tuvimos un crecimiento en la categoría de especialidades con el producto DL-Shield.

Adicionalmente, la campaña Aliméntalos bien hoy, para verlos grandes mañana, que buscaba enfocar la nutrición porcícola en etapas iniciales, logramos mayores parámetros productivos en relación de ganancia de peso, conversión y productividad para el sector con el producto Piggy Fast.

Lo más importante durante 2024 fue el lanzamiento y puesta en marcha de la planta Nutritec Feed Services, lugar especializado en la elaboración de alimento balanceado para lechones Línea Piggys en etapas de pre-inicio. Esta planta cuenta con una alta calidad y tecnología que permite mantener alianzas estratégicas con grandes empresas del sector.

“Expandimos nuestras capacidades industriales para la prestación de servicios de maquila y la producción de nuestra nueva línea Piggy Fast”

Pensando en grande, pensando en todos

Redefinimos nuestra estrategia de sostenibilidad orientando nuestras acciones bajo las dimensiones ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) contribuyendo al cuidado del medio ambiente, las personas y el planeta.

Trazamos una hoja de ruta perdurable en el tiempo desarrollada de forma transversal en todas las áreas de la compañía alineada con los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU, impactado directamente 6 de ellos: 2 Hambre Cero, 4 Educación de Calidad, 6 Agua Limpia y Saneamiento, 8 Trabajo decente y crecimiento económico, 12 Producción y Consumo Responsable 13 Acción por el clima.

Buscamos que nuestras operaciones y procesos sean responsables con el medio ambiente a través del buen manejo de recursos naturales y biodiversidad. Adicional, creemos firmemente en la investigación e implementación de acciones en circularidad, aprovechamiento de residuos, envases y empaques sostenibles, entre otros los cuales trabajamos de la mano del colectivo Visión Circular de la ANDI.

Nuestro compromiso con el desarrollo y bienestar de las personas cubre todos nuestros públicos, desde colaboradores hasta comunidades vecinas con quienes construimos y desarrollamos proyectos

que contribuyen a su formación y crecimiento. Espacios que permiten convertirnos en actores sociales en las ciudades en las que operamos. Somos una empresa que cumple a cabalidad con todos los procesos y requerimientos normativos para liderar de forma rentable y sostenible, asegurando la permanencia responsable del negocio.

En el 2024 realizamos nuestra doble materialidad la cual se midió de acuerdo con el nivel de impacto y riesgo en materia ambiental, social y financiera. De acuerdo con los resultados se evidenciaron 13 asuntos materiales de los cuales 6 se identificaron como altamente materiales: Descarbonización y resiliencia climática, circularidad, preservación del agua y los ecosistemas, nutrición salud y bienestar, sostenibilidad financiera e innovación continua y transformación digital. Estos asuntos construyen nuestra ruta de trabajo a corto, mediano y largo plazo logrando desarrollar metas como grupo en sostenibilidad.



“Trazamos una hoja de ruta que permite a la empresa perdurar en el tiempo”

Jenny Hernández
Desarrollador de abastecimiento

Cuidamos nuestro planeta

Todas nuestras plantas de producción lograron grandes aportes e hitos que evidencian la importancia del cuidado de los recursos naturales, la economía circular y prevención de los ecosistemas para la compañía.

En nuestra planta Panal, ubicada en Rionegro, aprovechamos el 83% de los residuos generados en los procesos productivos y recolectamos alrededor de 1.500 toneladas de residuos de los cuales 700 se convirtieron en abono orgánico. Adicional a esta excelente gestión y gracias a las buenas prácticas ambientales adoptadas por la planta solo utilizamos el 48% del caudal permitido por la corporación (menos de la mitad del caudal autorizado).

En 2024, en la planta Levacol, se llevó a cabo la gestión de residuos reciclables, logrando un importante ahorro de recursos naturales. Se aprovecharon 43 toneladas de papel y cartón (archivo, cares o tubos, cartón, papel kraft, plegadiza, tambor de cartón), evitando la tala de 733 árboles. Además, se recuperaron 26,7 toneladas de plástico (PET, plástico mezclado suelto, rígidos, lona de polipropileno), lo que evitó el consumo de 320 galones de petróleo.

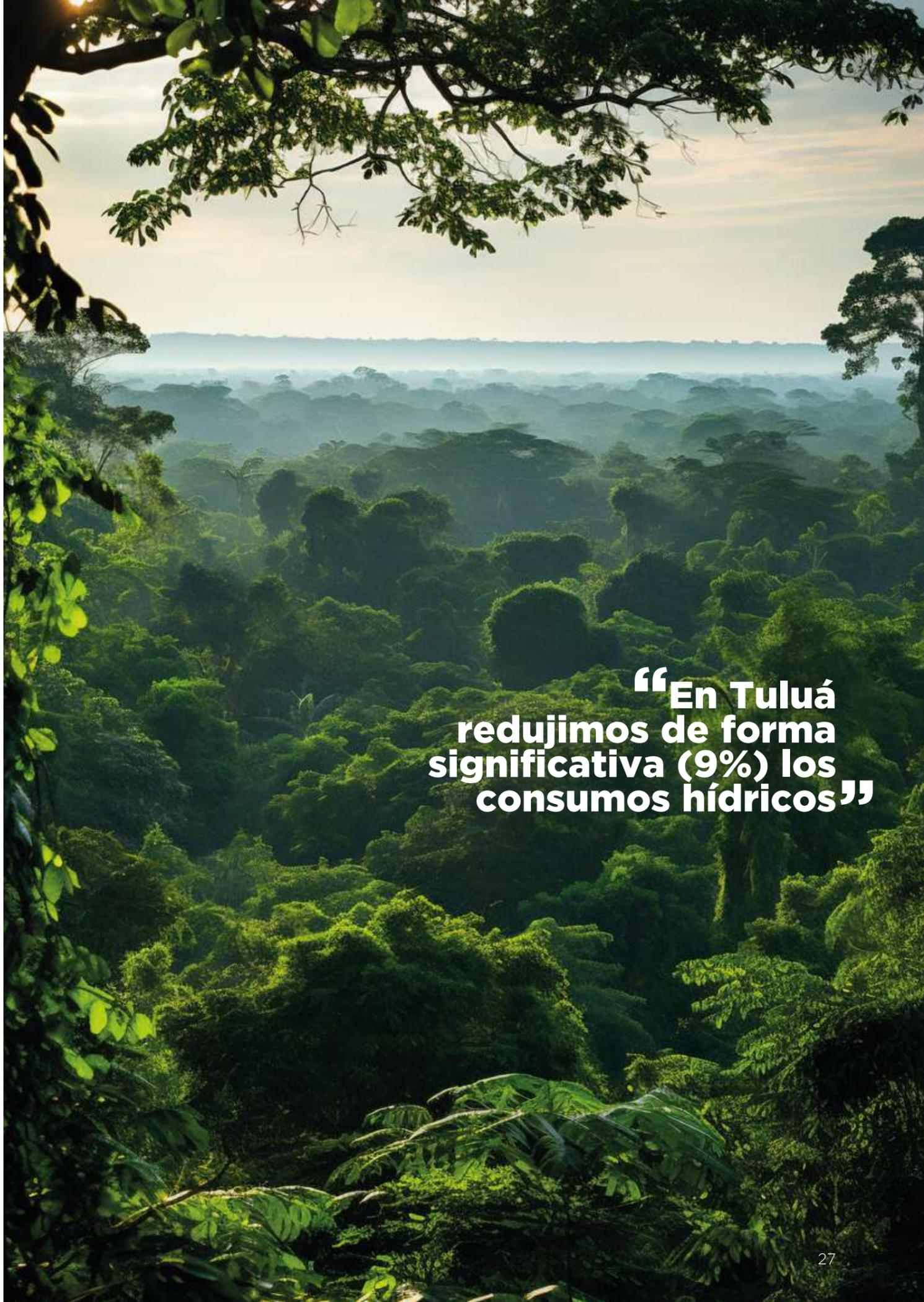
En Tuluá, el consumo de agua disminuyó en un 9% en comparación con 2023, pasando de 860.240 m³/año a 783.267

m³/año. El 37% de la energía eléctrica consumida en la planta fue generada a partir de fuentes renovables, específicamente energía solar.

Alcanzamos un 99,6% de aprovechamiento de los principales subproductos sólidos generados en las plantas, como el betún y la levadura residual, representando un incremento del 5,3% respecto a 2023.

El promedio de aprovechamiento de residuos reciclables fue del 82%, lo que implica un aumento del 4,3 % en comparación con el año anterior.

Nuestra planta Nutritec se recertificó como Carbono Neutro. El 67% del total nuestros residuos están siendo gestionados de manera responsable entregándose a gestores para transformación y generación de compost.



**“En Tuluá
redujimos de forma
significativa (9%) los
consumos hídricos”**



Identificamos nuestras huellas de carbono e hídrica como grupo empresarial

Por primera vez realizamos la medición de las huellas de carbono e hídrica de manera unificada como grupo empresarial para identificar consumos y mapear acciones que nos permitan seguir cuidando el medio ambiente.

El inventario de gases de efecto invernadero (GEI) se calculó con base en la metodología ISO 14064-1. Para 2024, entre categoría 1 y 2, la quema de combustibles fósiles (carbón) fue nuestra principal fuente de emisión de GEI, por tal motivo, enfocamos nuestros esfuerzos en la optimización de estos procesos, logrando mejorar la eficiencia de calderas y disminuyendo el consumo de carbón. El total de nuestra huella de carbono en categoría 1 relacionada con nuestro consumo directo fue de 17 mil toneladas de co_2e .

En cuanto al recurso hídrico, estamos comprometidos con el uso responsable del agua. Nuestro consumo como grupo empresarial de huella azul directa se concentra en la planta de Levapan, esto relacionado con su volumen de producción anual. Se estima un valor total de 756.186,00 $m^3/año$, reflejando el volumen de agua utilizado en todas nuestras operaciones. Es importante destacar que la

cantidad de agua azul incorporada en el producto final es 0,00 $m^3/año$, esto indica que no hay integración directa de agua en los productos terminados.

Adicionalmente, contribuimos de manera positiva a cuencas hidrográficas retornando el recurso, resultado de los vertimientos tratados y nuestros procesos administrativos y productivos.



Sara Ramírez Business partner
Gente & Cultura

El bienestar de todos es nuestra prioridad

Nos centramos en gestionar y realizar acciones que nos permitan brindar bienestar, seguridad y desarrollo a todos nuestros colaboradores.

Buscamos crear un entorno de trabajo que impulse el desarrollo profesional y promueva el bienestar personal de nuestros colaboradores.

Hemos disminuido la rotación de 17,5% en 2022, a 14,3% en 2023 y a 12,6% en 2024 reafirmando el sentido de pertenencia por la organización lo cual logramos evidenciar en nuestra encuesta de medición interna (Pulso) donde 85% de nuestros colaboradores nos recomiendan como un gran lugar para trabajar.

Actualmente contamos con vinculación de colaboradores a tiempo completo en cada una de nuestras operaciones siendo Levapan la más alta con 1.150 personas que se dedican a dar lo mejor en sus labores diarias para el funcionamiento óptimo de nuestra organización.

Trabajamos para tener el mejor talento, enfocándonos en la vinculación de personas con gran calidad humana y técnica, dando prioridad a la diversidad, equidad e inclusión, garantizando las mismas oportunidades de participación

y desarrollo independientemente de género, raza, edad, nacionalidad u orientación sexual.

Valoramos el desarrollo profesional y la capacitación. En 2024, tuvimos 68.025 horas de formación, un incremento del 16% en comparación con el año anterior.

Con el programa Impulsa tu desempeño logramos identificar aptitudes y áreas de mejora, así como herramientas que potencien el talento. Logramos un 80% colaboradores evaluados, 68% hombres y 32% mujeres.

Nuestro sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo cubre al 100% de los colaboradores, independientemente de su modalidad contractual, y abarca todas las actividades y lugares de trabajo. Logramos un 15% de reducción de accidentalidad y realizamos jornadas como la Semana de la Salud y ofrecemos apoyo psicológico y emocional a través de la plataforma Selia. Nuestro compromiso es proporcionar un entorno laboral seguro y saludable.

Transformando vidas a través de la educación

Creemos en el poder de la educación para transformar la sociedad. Desde hace 65 años contribuimos a la formación de grandes seres humanos a través de los programas educativos de nuestra Fundación Levapan.

Hemos trabajado incasablemente por brindar educación a niños, niñas y jóvenes. Un sueño de nuestro fundador Guillermo Ponce de León que durante 65 años, ha logrado transformar la educación de Tuluá a través del Colegio Bilingüe Guillermo Ponce de León, que hoy en día cuenta con 315 niños, 77% de ellos pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3. Un colegio que se ha dedicado no solo a formar grandes estudiantes sino grandes seres humanos.

Nuestra Fundación Levapan cuenta con otros programas educativos que han impulsado el desarrollo del municipio al implementar el curriculum de habilidades socio emocionales SEE Learning (Aprendizaje Social, Emocional y Ético) en 105 instituciones educativas oficiales, beneficiando a más de 22.000 niños. Creemos que el aprendizaje de una segunda lengua es fundamental para impulsar el crecimiento profesional de los estudiantes. Por esto, desarrollamos el programa English for life, donde contribuimos al bilingüismo

en la región llevando el idioma inglés con el apoyo de diferentes aliados a 6 instituciones educativas logrando que más de 1.000 niños puedan acceder al idioma.

A través de Kiwi, brindamos educación socioemocional a los más pequeños entendiendo la importancia del manejo de emociones desde temprana edad. Por lo anterior hemos capacitado a madres comunitarias y agentes educativos, logrando beneficiar a más de 1.058 niños y niñas. Coadministramos con el municipio de Tuluá el Parque de la Guadua, 52.000 mts de fauna y flora que transforman. Un espacio de recreación, formación y deporte al que accedieron más de 20.000 asistentes.

Todos nuestros programas son una realidad gracias a las alianzas públicas y privadas, que como nosotros, creen en el poder transformador de la educación.



Laura Valentina Jiménez
Dylan Giraldo
4° Grado
Colegio Bilingüe
Guillermo Ponce de León

Pensar en todos está en nuestro ADN

Antes de que se hablara de Responsabilidad Social Corporativa, Guillermo Ponce de León brindó educación a los hijos de sus colaboradores, después de más de 70 años de permanencia en el tiempo, en Levapan brindamos aparte de educación: bienestar, oportunidades y nutrición.

A través del programa Hacemos Pan, Hacemos Paz, capacitamos en panadería y pastelería a víctimas del conflicto armado, privados de la libertad, excombatientes, pospensionados y sus familias, lo anterior con el fin de generar segundas oportunidades y fuentes de ingreso. Volvimos una habilidad en la que somos expertos como una herramienta de transformación. Nos desplazamos por diferentes departamentos del país dictando 6 talleres y capacitando a 54 personas. A finales del 2024 logramos una alianza estratégica con Fundación Acción Interna.

Con Levapan a Tu Lado, trabajamos con comunidades cercanas a nuestras plantas a través de herramientas formativas que impulsen el desarrollo y la economía local. Realizamos 60 talleres en los que se beneficiaron 1.469 vecinos.

Trabajamos de la mano con el banco de alimentos más importante del país, ABACO (Banco de Alimentos de Colombia) con el objetivo de

mitigar el hambre. Entregamos un total de 56 mil kilogramos de alimentos a 83 mil familias.

Nuestros colaboradores hacen parte directamente del aporte al planeta y a la sociedad, realizamos dos jornadas de voluntariado corporativo a nivel Grupo Levapan, que contaron con la participación de 188 colaboradores. Sembramos más de 250 árboles y plántulas. Empacamos más de 1.500 mercados y recolectamos alrededor de 2.200 kg de alimento.

Hemos sido parte fundamental del gran aporte que ha brindado la industria de alimentos a la seguridad alimentaria. Lo anterior lo hacemos a través de los más altos estándares de calidad y al cumplimiento riguroso de la normatividad aplicable en cuanto al uso de ingredientes y formulaciones.

Trabajamos en la reformulación de nuestros bioingredientes para reducir el contenido de sodio en producto final con un objetivo de reducción cercano al 80% del contenido inicial.



Kelmer Zamora
Jefe de Producción

Negocios transparentes y sostenibles que traspasaron fronteras

Fomentamos una cultura basada en la integridad, transparencia y responsabilidad, reduciendo la materialización de riesgos legales, reputacionales. De esta manera contribuimos a tener un negocio positivo y confiable.

Contamos con una serie de políticas internas que se actualizan periódicamente conforme las necesidades. Capacitamos a colaboradores en procesos regulados y realizamos auditorías internas y externas para verificar cumplimiento normativo. Tenemos un exhaustivo monitoreo de cambios legislativos, asegurando la alineación de nuestras prácticas legales.

Vivimos una transformación digital, que contó con estrategias que garantizan la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. Los hitos digitales fueron la implementación de autenticación multifactor (MFA), sistemas de respaldo periódico y pruebas de vulnerabilidad anuales, para identificar y mitigar riesgos. Por último, gestionamos la seguridad a través de controles de acceso, clasificación de datos sensibles y monitoreo continuo de actividades.

Mediante el uso de herramientas de Big Data e inteligencia artificial, se

analizaron datos de comportamiento de consumidores en tiempo real, permitiendo segmentaciones más precisas y la creación de campañas de marketing personalizadas. Migramos de Excel a información en tiempo real a través de tableros de Power BI.

Desarrollamos, El Pana una plataforma de ventas de WhatsApp que redefinió la forma en que las panaderías adquirieron sus insumos. Este canal ha permitido realizar pedidos de manera sencilla y personalizada.

Logramos exportar más de 1.000 toneladas de producto a diferentes países como España, Chile, Venezuela, Panamá, Estados Unidos, entre otros, con nuestras marcas San Jorge y Gel'hada. Conquistamos mercados nostálgicos con bocadillo marca Levapan, hemos exportado más de 100 toneladas de este producto. Desarrollamos mermeladas de sabores tropicales posicionándonos en el exterior con sabores exóticos y atractivos.

Laura Angulo
Jefe de Asuntos Legales
y Oficial de Cumplimiento

Escalamos una cumbre y nos preparamos para otra

Cumbre fue un proceso de transformación que inició la compañía en el 2023 y culminó en el 2024. Adquirimos rentabilidad y agilidad en la compañía, dos elementos esenciales para los resultados positivos que obtuvimos como organización.

Más allá de mantener una operación rentable, la sostenibilidad financiera permite planificar estratégicamente a largo plazo, invertir en iniciativas de transformación y cumplir con el compromiso de generar valor compartido para los grupos de interés. En el Proyecto Cumbre ejecutamos 105 iniciativas estratégicas que generaron ahorros y eficiencias operativas por COP 31 mil millones. Expandimos el portafolio en nuestras verticales de negocio fortaleciendo la presencia en el mercado. Gracias a la transformación que vivimos bajo el nombre Cumbre, tuvimos un crecimiento del EBITDA en todas las unidades de negocio siendo panadería el de mayor crecimiento con un 31%. Nuestra vertical del negocio de Consumo Masivo logró un crecimiento en sus ventas del 4.9% a pesar de los resultados desfavorables para otras empresas del mismo sector.

Implementamos WMS (Warehouse Management System) para optimizar el uso de recursos y flujo de materiales, aprovechamiento de espacios físicos y eficiencia.

Implementamos la herramienta Levadesk, una herramienta de gestión de casos de TI. En la herramienta se gestionaron el 95% de los requerimientos y se atendieron 1393 solicitudes.

Optimizamos las rutas de distribución con 75 vehículos al mes, impactando positivamente la huella de carbono. Tuvimos una reducción del 20% en el consumo de papel en la operación logística. Redujimos los tiempos de entrega del canal directo pasando de 48 horas a 24 horas como promesa de servicio. Incrementamos en un 10% el indicador de nivel de servicio a nuestros clientes y redujimos en un 10% el promedio de los inventarios necesarios para atender la operación del grupo, lo que implicó menos recursos de capital.

Martha Mendoza
Directora de Finanzas
y Transformación





Nuestra cadena de suministro, nuestros aliados estratégicos.

Impulsamos el desarrollo de economías locales a través de la compra de materias primas a micro, pequeñas y medianas empresas.

La relación con nuestros proveedores es prioridad para el funcionamiento de todas las operaciones del grupo. Del 100% de nuestros proveedores el 90% son nacionales y el 10% internacionales.

Compramos más de COP1.000 millones a pequeños cultivadores de productos agrícolas como guayaba, fresa, pimentón y zanahoria. El 80% de nuestras compras indirectas son a micro, pequeñas y medianas empresas.

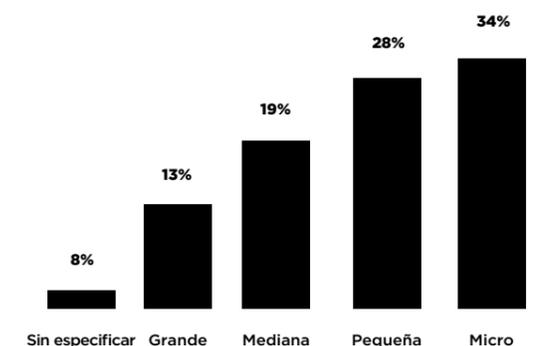
Somos una organización altamente vinculada con el sector agrícola del país, especialmente con el sector cañicultor. Hemos estrechado lazos de colaboración empresarial con ingenios azucareros en el Valle del Cauca.

Iniciamos el proceso de certificación como Operador Económico Autorizado (OEA), incrementando la competitividad de la compañía en mercados internacionales, generando confianza de socios

comerciales y el acceso a beneficios logísticos.

Durante el 2024 elevamos nuestras prácticas de compras a través de procesos que aseguran altos estándares éticos como compras transparentes, ausentes de prácticas de lavado de activos, trabajo infantil y/o forzado, sobornos, corrupción, entre otros.

Porcentaje de compras indirectas





**Nutrición
sostenible para
un mundo mejor.
Pensamos en grande,
pensamos en todos.**



Mathias Moreno
Estudiante - grado 5°
Colegio Bilingüe
Guillermo Ponce de León



Escanea el QR y encuentra
contenido adicional bajo estándares GRI.