

Levapan

Informe de **sostenibilidad** Pensamos en TODOS 2025



Rubén Sánchez
Rector Colegio
Guillermo Ponce de León

Miguel Ángel Colón
Estudiante Colegio
Guillermo Ponce de León

Nanook Smildiger
Directora
Fundación Levapan

De Tuluá al Valle:
educación
socioemocional
que se expande

Mi PANA:
crecimiento
digital en
WhatsApp

Liderazgo
que inspira y
transforma

Contenido

Editorial	1
Mi PANA: crecimiento digital en WhatsApp	3
De la escucha al antojo: nuevas vinagretas y salsas picantes	5
De Tuluá al Valle: educación socioemocional que se expande	7
Liderazgo que inspira y transforma	9
Levapan vuelve a la cocina más famosa de la TV colombiana	11
¡Somos OEA!	13
Guiando desde la experiencia; inspirando desde el corazón	15
De la iniciativa al resultado: así avanza nuestra transformación	17
Textura, sabor y consistencia: la nueva apuesta en premezclas	19
Del legado a la innovación: un nuevo impulso desde el cepario	21
Pan con Fe: la receta que unió el gremio panadero	23
Tecnología con propósito. Cuando lo digital se vuelve ventaja	25
Amasamos desafíos para hornear oportunidades	27
Crecimiento con sabor local y velocidad global	29
Del "así se hace" al "sí se puede". Transformación energética en Tuluá	31
Innovación aplicada: Biolev y el poder de nuevas aplicaciones	33
Transformar es posible cuando lo hacemos juntos	35
NFS en Palmira: de planta obsoleta a operación referente	37
Informe de Sostenibilidad 2025 bajo estándares GRI	39



GRUPO

Levaplan

Sister

Liderazgo

Sostenibilidad

Digitalización

Momento

1

S

Apreciados todos,

Cerramos 2025 con un profundo sentimiento de gratitud. Agradecemos la oportunidad de servir a nuestros clientes, a los más de 40 mil panaderos que acompañamos en la región y a los millones de consumidores para quienes las marcas San Jorge, Gel'hada, Respin y Levapan representan nutrición, calidad e indulgencia sostenible. También agradecemos el compromiso de nuestro equipo, *que hizo posible avanzar en más de 300 iniciativas de transformación*, orientadas a fortalecer nuestras capacidades como organización: **ser más cercanos a nuestros clientes, más innovadores, más digitales y más sostenibles.**

Gracias a estas acciones, crecimos y mejoramos nuestros indicadores de salud financiera. Mantuvimos el liderazgo en las categorías de levadura, gelatinas y compotas, y ganamos participación en otras categorías. Asimismo, fortalecimos nuestras marcas y llevamos al mercado más de 100 nuevas propuestas entre productos y extensiones de línea. Durante el año también incursionamos exitosamente en nuevas categorías como vinagretas, ajís picantes y grasas de panadería de bajo desembolso bajo la marca Honora. Avanzamos además en el fortalecimiento de nuestra cultura organizacional alcanzando un índice de clima superior al 85% y logramos progresos importantes en nuestras iniciativas de impacto social y ambiental.

Este informe de sostenibilidad ha sido construido alrededor de *historias*; historias que reflejan nuestra contribución real y auténtica. En estas páginas encontrarán 18 relatos que no solo destacan nuestros logros, sino también el compromiso, la resiliencia y el liderazgo de los miembros de nuestro equipo que los hicieron posibles.

Miramos el nuevo año con optimismo y reafirmamos nuestro propósito de llevar **nutrición sostenible para construir un mundo mejor**. Continuaremos avanzando con nuevas innovaciones, fortaleciendo nuestras capacidades y consolidándonos como una organización cada vez *más ágil, digital y sostenible*.

A nuestros clientes, proveedores, colaboradores, comunidades, socios financieros y accionistas, gracias por su confianza y respaldo permanente.

Espero que disfruten este informe.

Carlos Mejía
Presidente Grupo Levapan



Mi PANA: crecimiento digital en WhatsApp

Comprar por WhatsApp ya es parte de la vida diaria de muchos clientes y en 2025, Mi PANA convirtió ese hábito en un canal propio que impulsó el crecimiento digital de Levapan: más de \$200 millones en ventas, +1.200 compradores activos, operación 24/7 y un 8% incremental, con entregas en 24 – 48 horas y 98.5% de cumplimiento.

Detrás de esos números hay decisiones, aprendizajes y mucho trabajo en equipo. En esta entrevista, **Alejandro López, Jefe de Ecommerce**, nos cuenta cómo nació Mi PANA, qué retos se presentaron y qué viene para seguir creciendo.

1. Implementar e-commerce directo en WhatsApp no es tradicional en alimentos. ¿Qué retos enfrentaron para desarrollarlo y escalarlo?

Los retos se dieron en tres frentes:

- a. **Operativo:** el modelo tradicional dependía de rutas comerciales fijas, pedidos manuales y una logística poco flexible. Migrar a un canal digital exigía garantizar inventarios en tiempo real, entregas en 24–48 horas y una promesa de servicio consistente.
- b. **Tecnológico:** fue clave desarrollar integraciones a la medida entre SAP y el canal para inventarios, pedidos, pagos y facturación, garantizando seguridad y escalabilidad.
- c. **Cultural:** el mayor reto fue que la fuerza de ventas lo viera como un aliado; se integró a metas, se capacitó y se involucró activamente el equipo en el éxito del proyecto.

2. En 2025, Mi PANA duplicó usuarios y superó los \$200 millones en ventas digitales. ¿Qué decisiones aceleraron el crecimiento y la adopción?

Tres decisiones fueron determinantes: una experiencia simple (compra en 5 pasos), confianza operativa con inventarios en tiempo real, botón de pago seguro y una propuesta de valor clara con beneficios como LEVA OFERTAS y disponibilidad 24/7.

Además, el acompañamiento comercial fue clave para “evangelizar” el canal desde el contacto con el cliente y convertir uso en recurrencia.

3. ¿Qué aprendizajes deja Mi PANA como historia de transformación digital en 2025?

Mi PANA confirma que la transformación digital además de tecnología, también es cultura, procesos y personas. Demuestra que los canales propios pueden ser una ventaja competitiva estratégica y que para crecer, la simplicidad y la confianza pesan más que la sofisticación. En síntesis: una compañía tradicional puede reinventarse, competir en tiempo real y construir relación directa con sus clientes, sin perder su esencia.

Mi PANA es un canal propio que crece con el cliente y con el negocio.





Alejandro López
Jefe Ecommerce



Samuel García - Ingeniero de Producto Panal
Jenny Mejía - Gerente de Innovación Panal
Juan Antonio Toro - Ingeniero de Producto Panal

De la escucha al antojo: **nuevas vinagretas y salsas picantes**

En un mundo donde los consumidores ya no solo buscan productos, sino experiencias que despierten los sentidos y cuenten historias, **nació Innovaciones Consumo: Vinagretas y Salsas Picantes**; una iniciativa que a lo largo del 2025, se convirtió en uno de los desafíos más significativos y transformadores de nuestra gestión en innovación.

Todo comenzó con una escucha atenta del mercado: sabores auténticos, ingredientes reconocibles y propuestas que conectaran con las tendencias gastronómicas, sin perder la versatilidad necesaria para el consumo cotidiano. De esa visión surgieron dos nuevas categorías para el portafolio de consumo masivo de Levapan: **Vinagreta César, Vinagreta de aguacate y cilantro, y las salsas picantes Maracuyá Habanero, Mango Chipotle y Chile Dulce (Sweet Chili)**.

El reto fue ambicioso: desarrollar productos diferentes y viables, que entregaran una experiencia sensorial única y al mismo tiempo, se sostuvieran en procesos industriales robustos, alineados con nuestros estándares de calidad, inocuidad y sostenibilidad.

Este camino no se recorrió en solitario; fue posible gracias al trabajo articulado de equipos multidisciplinarios de Investigación y Desarrollo, liderados por **Samuel García** y **Juan Antonio Toro**, junto a **Mercadeo, Operaciones, Control de Calidad y Abastecimiento**. También se sumaron aliados estratégicos y proveedores clave desde etapas tempranas, aportando conocimiento y nuevas miradas que enriquecieron cada decisión.

En el proceso enfrentamos retos técnicos y operativos: estabilidad de formulaciones, equilibrio sensorial, disponibilidad de materias primas, optimización de costos y adaptación de nuevos procesos productivos.

Cada desafío se resolvió con creatividad, disciplina y un foco constante: cumplir y superar las expectativas del consumidor, asegurando desempeño y calidad a lo largo de la vida útil del producto.

Los resultados del 2025 reflejan ese esfuerzo: desarrollamos **7 nuevas referencias** y abrimos **2 categorías**. Fortalecimos capacidades internas de formulación, optimizamos la evaluación sensorial y consolidamos un escalamiento industrial exitoso.



De Tuluá al Valle: **educación socioemocional que se expande**

El 2025 marcó un hito para la Fundación Levapan. Después de más de cinco años de trabajo sostenido en Tuluá —territorio donde nació la Fundación y donde se consolidó el modelo de intervención social y educativa desde 2020— dimos un paso clave: **ampliar el impacto a otros municipios del Valle del Cauca.**

Esa expansión comenzó en Yumbo y Riofrío con la llegada del programa de Aprendizaje Social, Emocional y Ético **SEE Learning**, una iniciativa emblemática que ha generado grandes resultados en Tuluá.

Los resultados hablan por sí solos. En 2025 formamos a más de 70 docentes de las 13 Instituciones Educativas Oficiales de Yumbo y a 45 docentes de las 5 Instituciones Educativas Oficiales de Riofrío, **alcanzando en ambos municipios una cobertura del 100% de los establecimientos oficiales.** Este logro evidencia algo fundamental: la capacidad de la Fundación para movilizar recursos, generar confianza y articular esfuerzos con actores públicos y privados a favor del desarrollo educativo.

Para hacer posible esta primera fase de expansión, **la Fundación gestionó una inversión superior a \$100 millones destinada a la implementación de SEE Learning en Yumbo y Riofrío durante 2025,** sentando bases para la sostenibilidad y continuidad de estos procesos en los próximos años.

Durante el mismo año se concretaron nuevas alianzas para llevar SEE Learning a otros municipios del Valle del Cauca: Candelaria, en alianza con Fundación Terpel y Cali, de la mano de ProPacífico.

Y este impacto se refleja en historias reales. Nos llena de orgullo compartir uno de los logros más significativos: **Miguel Ángel Colón Morales**, estudiante del Colegio Bilingüe Guillermo Ponce de León, obtuvo el mejor puntaje en la prueba Saber 11 en el municipio de Tuluá, con **459 sobre 500.** Este reconocimiento habla de su capacidad académica pero también de la disciplina y constancia. Miguel se destacó en matemáticas, ciencias sociales y ciencias naturales, donde obtuvo un puntaje perfecto de 100 sobre 100, reflejando un compromiso ejemplar con su aprendizaje.

De esta manera la Fundación Levapan reafirma su compromiso con una educación transformadora y con la construcción de territorios más justos, resilientes y humanos.



Levapan



Nanook Smildiger
Directora Fundación Levapan

Liderazgo inspira



Misión Grandeza fue el nombre de nuestro Primer Encuentro de Liderazgo realizado en julio de 2025; un espacio para detenernos, escucharnos y reconectarnos como equipo.

Durante dos días, 145 líderes de Colombia, Ecuador, República Dominicana, Venezuela y Panamá compartimos experiencias, aprendimos juntos y nos retamos a encontrar mejores formas de guiar a nuestros equipos con un objetivo común: *seguir fortaleciendo el Sistema de Ventajas* que hoy nos permite ser una Compañía más grande, más rentable y sobre todo, un mejor lugar para trabajar.

Misión Grandeza fue un encuentro donde la estrategia del negocio se conectó con experiencias reales, bajo un mismo propó-

sito: **nutrición sostenible para un mundo mejor. Pensamos en grande, pensamos en todos.**

Uno de los momentos más valiosos fue la **Rueda de Descubrimiento**, la cual nos permitió intercambiar conocimientos y buenas prácticas, facilitando nuevas conversaciones y sinergias, además de retar nuestras formas habituales de operar.

Los resultados del Encuentro de Liderazgo superaron nuestras expectativas: impulsamos conversaciones más colaborativas,



que y transforma



fortalecimos el orgullo de pertenecer al Grupo Levapan, construimos una visión compartida del liderazgo y estrechamos la conexión entre países y equipos. Confirmamos que la transformación es un proceso continuo y que los grandes retos del entorno requieren líderes comprometidos con soluciones que aseguren la sostenibilidad de la organización.

Lo que comenzó como un evento hoy continúa como un **compromiso vivo**; el de un equipo que piensa, actúa, crece y se transforma en grande.

Y esto continúa...

Para no perder la conexión entre los líderes del Grupo Levapan, hoy contamos con **Journale: Pensamos en Grande**; una plataforma colaborativa en la que se pueden compartir noticias y contenidos estratégicos desde cualquier operación.

Levapan vuelve a la cocina más famosa de la TV colombiana

Participamos nuevamente en **MasterChef Celebrity Colombia** buscando acercar a millones de personas al mundo de la panadería, recordando que el buen pan no es casualidad: es conocimiento, método y pasión.

En esta edición, contamos con la participación de **Abelardo Millán, Asesor Técnico Especialista**, quien acompañó a los participantes en un reto centrado en la elaboración de **Pan con Fe**.



Abelardo guio a los concursantes paso a paso, explicando lo que realmente marca la diferencia: equilibrio de ingredientes, manejo de la fermentación y el respeto por los tiempos de la masa. Así, el público pudo ver que detrás de un gran pan hay oficio, experiencia y aprendizaje constante.

El episodio, emitido el 13 de octubre, logró un rating de 5,8 y un alcance neto cercano a 5,1 millones de personas, amplificando el mensaje y visibilizando el valor del panadero en un escenario de alta audiencia.

Además, el contenido tuvo un impulso importante en plataformas digitales con múltiples publicaciones y miles de interacciones en redes sociales, extendiendo la conversación sobre la panadería y su importancia cultural.

Con esta participación, Levapan reafirmó que detrás de cada pan hay algo más que ingredientes: hay historia, dedicación y el trabajo de miles de panaderos que cada día transforman harina, agua y levadura en alimento para millones de hogares.



Abelardo Millán
Asesor Técnico Especialista



Dora Vásquez
Jefe de Comercio Exterior

¡Somos OEA!

Acreditarnos como un Operador Económico Autorizado fue una iniciativa que nació en el 2024 cuando identificamos la necesidad de fortalecer la seguridad de nuestra cadena de suministro internacional.

El proyecto nos permitió revisar y organizar nuestros procesos internos con la colaboración de los equipos de toda la Compañía, para demostrar altos estándares de seguridad, cumplimiento normativo, gestión de riesgos y confiabilidad en nuestras operaciones de comercio exterior.

¿Cómo lo logramos?

Aunque el proceso fue retador, tuvimos un norte claro: ***Ser reconocidos como un operador seguro y confiable en la cadena de suministro, facilitar el comercio exterior, alcanzar mejores niveles de competitividad y por esta vía, fortalecer los lazos comerciales con otros países.*** Este objetivo marcó nuestra hoja de ruta.

Para alcanzar este reconocimiento, la Gerencia de Supply Chain lideró un trabajo interdisciplinario con el acompañamiento de áreas como Logística, Comercio Exterior, Gente & Cultura, Legal, Auditoría, Tecnología, Servicios Administrativos y el Sistema de Gestión Integral.

Además de la autorización, el proyecto fortaleció una cultura orientada a la seguridad en la cadena de suministro e impulsó la integración de procesos y sedes (Bogotá, Funza, Tuluá y Rionegro), movilizándolo a los equipos hacia un mismo propósito.

Más confianza, menos riesgo

OEA se consolidó como una buena práctica de sostenibilidad al promover una gestión responsable, ética y transparente de comercio exterior, alineada con principios **ambientales, sociales y de gobernanza (ASG)**. En este sentido, OEA no es solo una autorización aduanera: es una herramienta estratégica para la **sostenibilidad, la competitividad y la reputación corporativa**.

Hoy, Levapan hace parte de las 596 empresas acreditadas como Operador Económico Autorizado, fortaleciendo su presencia en mercados internacionales, optimizando procesos logísticos, reduciendo riesgos y generando valor a largo plazo.



Guiando desde la experiencia; **inspirando desde el corazón**

Hay conversaciones que cambian la forma de liderar. ALMA, nuestro Programa de Mentoría, nació para abrir esos espacios: *conversaciones sin jerarquías rígidas* que logran que el liderazgo se vuelva más humano, consciente y formador.



En esta historia, **Nathaly Peralta, Analista de Desarrollo y Formación**, nos cuenta cuáles fueron los retos de ALMA y lo que viene para seguir fortaleciendo el liderazgo en la Compañía.

1. Involucrar al máximo nivel de liderazgo en el programa marca un hito. ¿Qué mensaje quiso transmitir la Compañía?

El mensaje fue directo: el desarrollo de las personas no es un discurso, es una responsabilidad asumida desde el más alto nivel. Además, reafirma que liderar también es formar, escuchar y poner la experiencia al servicio de otros, con coherencia y compromiso.

2. ¿Qué retos dejó ALMA?

El aprendizaje más valioso para los mentores fue redescubrir el poder de la escucha, la pregunta y la vulnerabilidad como herramientas de liderazgo. Para los mentees, ALMA significó confianza, claridad y

una visión más amplia del negocio y de su propio potencial.

3. ALMA se concibe como una mentoría estratégica. ¿Cómo contribuye este programa a alinear el talento con la visión y el modelo de liderazgo de la Compañía?

El programa traduce el modelo de liderazgo en comportamientos concretos, decisiones y formas de relacionarse. De esta manera, no solo desarrolla capacidades individuales, sino que refuerza una forma común de pensar, liderar y actuar alineada con la identidad de la Compañía.

4. Mirando al futuro: ¿cómo se proyecta ALMA y qué legado busca dejar?

ALMA se proyecta como un **ecosistema vivo** de aprendizaje continuo y bidireccional, que evoluciona con el negocio y las personas. Incorporará **mentorías inversas** donde talentos jóvenes aportarán una mirada fresca en tecnología, analítica, inteligencia artificial, nuevas formas de trabajo y tendencias digitales.





Nathaly Peralta
Analista de Desarrollo y Formación



Sabrina Salim
Gerente de Planeación y Desarrollo de Negocio

De la iniciativa al resultado: **así avanza nuestra transformación**

Desde hace tres años, en Levapan vivimos una transformación continua que nos desafía a evolucionar nuestra manera de pensar y hacer las cosas. Este proceso ha sido posible gracias al trabajo articulado de líderes y equipos de diferentes áreas que impulsan y ponen en marcha proyectos en toda la Compañía. En ese camino, la Oficina de Transformación acompaña como habilitador estratégico, apoyando la ejecución de iniciativas de alto impacto orientadas a **maximizar ventas, generar eficiencias en costos y simplificar procesos**.

Con una metodología estándar y un ritmo riguroso de seguimiento, buscamos asegurar que el valor generado por cada iniciativa se consolide y perdure en el tiempo. Este esfuerzo ocupa hoy un lugar prioritario en la agenda de liderazgo y hace parte de nuestras conversaciones semanales de gestión.

El 2025 fue un año clave en nuestro camino hacia una **“Nueva Cumbre”**. Logramos mantener involucrados a más de 600 colaboradores a nivel Grupo Levapan, mapear más de 300 iniciativas, de las cuales ejecutamos 80 con éxito. Además, expandimos esta metodología a nuestras operaciones en Ecuador, República Dominicana y Panamá, aportando más del **10% a la rentabilidad total de la Compañía**.

En Levapan, estamos convencidos de que la sostenibilidad a largo plazo depende de nuestra capacidad para adaptarnos a las realidades cambiantes de cada negocio.

Sabemos que aprender unos de otros acorta caminos y que, *al combinar este aprendizaje colaborativo con el soporte técnico y humano adecuado*, fortalecemos nuestra capacidad de ejecución y nos posicionamos mejor para identificar y capturar las oportunidades que el mercado demanda.

 **+600**
colaboradores movilizados

 **+300**
oportunidades mapeadas

 **80**
iniciativas ejecutadas en 2025

 **+15**
frentes de trabajo

 **+4 países**
enmarcados en Nueva Cumbre

Textura, sabor y consistencia: **la nueva apuesta en premezclas**

En pastelería, el detalle lo es todo — sabor, textura y consistencia —. Y eso nos estaban pidiendo los clientes de Food Service: una premezcla que mantuviera el hecho en casa, pero con la facilidad y el control que exige la operación diaria. De esa escucha nacieron las **Premezclas de Pastelería**, una apuesta por dinamizar la categoría y elevar nuestro portafolio de especialidades.

Con esa meta clara, definimos un estándar diferencial: replicar la experiencia sensorial de una torta tradicional y traducirla a una mezcla lista para usar, confiable y consistente. Así nació uno de los desarrollos más relevantes de 2025.

El resultado fue un portafolio con identidad propia: **Red Velvet, Torta de Zanahoria y Torta de Chocolate Intenso**, desarrolladas con tecnología Levapan para ofrecer alto desempeño, estabilidad y riqueza sensorial.

Mercadeo, Consultoría Técnica e I+D trabajamos como un solo equipo, conectando insight y ejecución. El camino trajo retos importantes: equilibrar necesidades con oportunidades comerciales, asegurar cumplimiento normativo en el uso de aditivos, lograr un costo competitivo y garantizar estandarización en diferentes equipos y condiciones reales de panadería.

Los resultados confirmaron el potencial del proyecto. **Red Velvet y Zanahoria**, *inicialmente concebidas como productos de temporada*, superaron expectativas en sus primeros dos meses y se incorporaron de forma permanente al portafolio. **Chocolate Intenso** completó un trío robusto, alcanzando **15 toneladas de venta** y cerca de **\$200 millones en 3 meses**.

Estas premezclas demuestran que cuando Levapan combina escucha y trabajo en equipo puede construir productos que transforman categorías y elevan la propuesta de valor: innovación para honrar la tradición pastelera con soluciones de alto valor sensorial y técnico.





Verónica Jaramillo - Investigadora I+D+i
Melissa Garzón - Jefe I+D+i Levacol





Paula Giraldo - Investigadora Sénior I+D+i Planta Tuluá
Isabel Valencia - Jefe de Laboratorios Planta Tuluá

Del legado a la innovación: **un nuevo impulso desde el cepario**

Durante más de siete décadas, la Compañía ha conservado un activo clave: **un cepario con cerca de 100 cepas de levadura**. En el 2025, este patrimonio biotecnológico se volvió protagonista por una razón simple: mirarlo con ojos de futuro para fortalecer la conservación y descubrir nuevas oportunidades para el negocio.

El propósito fue directo: mejorar las prácticas de conservación y evaluar el potencial tecnológico de cepas que no se habían probado en proceso. Todo con un foco claro, identificar oportunidades de mejora de desempeño y reducción de costos en Panadería y Bioingredientes, manteniendo estándares de productividad y calidad.

La iniciativa fue liderada por Investigación y Desarrollo Tuluá, integrando las capacidades del laboratorio de microbiología, las validaciones piloto desde ingeniería y los análisis genómicos. Esa articulación, *tan necesaria como exigente*, impuso un desafío doble: modernizar protocolos de conservación e incorporar herramientas de análisis comparativo de genomas completos.

Los resultados mostraron oportunidades concretas:

- Cepas con alto potencial de acumulación de RNA¹, abriendo la puerta a extractos de levadura especializados, con altos nucleótidos² y un perfil sensorial que resalte el umami³.

- Un espécimen con potencial para unificar cepas de panadería y extracto de levadura actualmente en proceso, manteniendo estándares de calidad y productividad.
- Una cepa panadera con posibilidad de servir como respaldo para la cepa actual, fortaleciendo la resiliencia operativa.

Leer el ADN para decidir mejor

En 2025, la genómica⁴ se convirtió en aliada del proceso: se realizó un análisis comparativo de **15 genomas completos**, sumando información genética para priorizar cepas con mayor potencial y orientar decisiones con más precisión.

Este avance marca un punto de inflexión: el cepario deja de ser solo un legado histórico y se consolida como una **plataforma activa de innovación aplicada**, con impacto real sobre el portafolio y la competitividad. Cuando microbiología, ingeniería y genómica trabajan en conjunto, el futuro deja de ser una idea y se convierte en resultados.

¹ Molécula que usa la célula para leer información y ayudar a producir proteínas.

² Bloques que forman el ADN. En alimentos pueden aportar sabor y potenciar perfiles sensoriales.

³ Uno de los cinco sabores básicos (junto al dulce, ácido, amargo y salado), cuyo nombre proviene del japonés y significa "sabor delicioso o sabroso".

⁴ Estudio de toda la información genética para entender y comparar cepas.



Pan con Fe: la receta que unió el gremio panadero

Más allá de una receta, Pan con Fe se convirtió en una plataforma para visibilizar el oficio panadero y generar nuevas conversaciones alrededor del pan como símbolo de tradición y comunidad. La campaña logró una amplia movilización del sector y un fuerte impacto en audiencias digitales y medios de comunicación. Durante su ejecución, el **86% de los comentarios en redes sociales fueron positivos**, evidenciando una alta conexión emocional con el público.

En términos de alcance, la iniciativa multiplicó por cuatro las interacciones digitales frente a 2024 y logró un 60% más de clientes inscritos, alcanzando cerca de 1.600 panaderos participantes. Además, optimizamos recursos: el 51% de la inversión en influencers se gestionó a través de bonificaciones, fortaleciendo el retorno de la campaña.

En medios, la difusión llegó a prensa, plataformas digitales, radio y televisión, con un AD Value¹ cercano a \$1.600 millones y un ROI 34% superior frente al año anterior.

Quién iba a creer que una receta con ingredientes tan nuestros —arequipe, cuajada, melao de panela y galleta cuca— iba a unir y movilizar a todo el gremio panadero.



¹ Cálculo aproximado del valor de una aparición en medios, como si fuera un anuncio pago.



en
cifras:

1.600
panaderos participantes

86%
de comentarios
positivos en
redes

60%
clientes inscritos

+34%
ROI Vs. 2024





César Botero
Director de Tecnología

Tecnología con propósito. **Cuando lo digital se vuelve ventaja**

Ser Digitales es una de las dimensiones de nuestro Sistema de Ventajas y en 2025 la llevamos del discurso a la práctica, convirtiéndola en una forma más simple y efectiva de operar, decidir y servir.

La tecnología se consolidó como un habilitador transversal: nos ayudó a simplificar procesos, modernizar plataformas y construir capacidades digitales para ser una organización más ágil, integrada y cercana.

Procesos más simples, decisiones más rápidas

Consolidamos soluciones empresariales como el ERP y evolucionamos analítica/BI para habilitar una visión más integrada del negocio, con información más oportuna y confiable. Al mismo tiempo, impulsamos automatizaciones para reducir fricción, estandarizar tareas repetitivas y liberar tiempo de los equipos para actividades de mayor valor.

En logística, los avances en WMS y la integración de datos entre áreas mejoraron la visibilidad del flujo de materiales y fortalecieron la ejecución operativa. El resultado: *coordinación más ágil y decisiones más rápidas* en un eslabón crítico para la Compañía.

En lo comercial, seguimos consolidando canales digitales que nos acercan a clientes y compradores. La evolución del e-commerce y las ventas asistidas por WhatsApp integraron mejor la experiencia de pedido

con la operación, logrando una interacción más simple, directa y consistente.

Datos, inteligencia y confianza para sostener el cambio

Fortalecimos el uso estratégico de los datos: maduramos prácticas de gobierno de datos para asegurar calidad, trazabilidad y responsabilidad, y avanzamos en herramientas como el cubo de rentabilidad, que permite análisis más finos por producto, cliente, canal y geografía. Incorporamos analítica avanzada e inteligencia artificial para explorar, aprender y optimizar.

Todo este camino se soportó en una base robusta de ciberseguridad y continuidad: fortalecimos controles, prácticas y cultura para proteger la información y la operación.

El cierre de 2025 refleja una organización más conectada: tecnología, procesos, datos y personas trabajando con un mismo lenguaje de valor. **Ser Digitales no es solo implementar herramientas; es desarrollar una capacidad permanente que fortalece nuestro Sistema de Ventajas y nos prepara para competir, crecer y servir mejor.**



Amasamos **desafíos para hornear oportunidades**

En los últimos años, algunas panaderías han sentido el impacto de los incrementos en materias primas como harina, azúcar y grasas, sumados al aumento de la inflación y a una competencia cada vez más fuerte. En ese contexto, **ajustar costos y mejorar la eficiencia se volvió clave para sostener la operación.**

Esa realidad nos mostró una oportunidad: construir una alternativa accesible que acompañara a quienes necesitaban **hacer más eficiente su inversión** sin comprometer la estabilidad de su producción.

Así nació **Honora**, la marca del Grupo Levapan en el segmento de bajo desembolso, creada para ofrecer soluciones confiables, estables y técnicamente competentes. Honora no busca reemplazar el portafolio de Levapan; llega para complementarlo, atendiendo un segmento que necesita productos funcionales, rendidores y alineados con su realidad económica.

Los desafíos fueron grandes: encontrar precios sostenibles sin sacrificar estabilidad técnica; asegurar consistencia en producción y abastecimiento; ajustar empaques; definir límites claros entre Honora y Levapan para evitar canibalización y sobre todo, comunicar un punto clave: Honora no es "más barato por ser inferior", sino una propuesta optimizada para un segmento distinto, con necesidades y capacidades de inversión diferentes.



El 2025 fue un año extraordinario para Honora: rompimos récord.

El portafolio inicial —crema chantilly, esencias y margarina— superó las proyecciones y cerró el año con más de 1.155 toneladas vendidas y un valor aproximado de \$7.790 millones en su primer año completo de ejecución. La marca impactó a cerca de 3.000 clientes, abrió presencia en territorios donde antes teníamos barreras de entrada y consolidó una recompra del 78,5%.

Más allá de los números, Honora es una historia destacada por lo que representó para los panaderos: una marca que ofrece una alternativa accesible y confiable para seguir creciendo, sin perder de vista el propósito mayor: **acompañar el desarrollo del oficio panadero en Colombia.**





Catalina Santana
Jefe de Marca



Ana Cristina González
Gerente Comercial Exportaciones

Crecimiento con sabor local y velocidad global

En el 2025, el Canal Exportaciones creció con una estrategia basada en cuatro frentes que nos dieron mayor agilidad para competir:

1. **Maquilas para jugadores de marca**, con desarrollos a la medida.
2. **Más portafolio de nostalgia**, para conectar con consumidores que buscan tradición.
3. **Más mercados destino**, abriendo nuevas oportunidades.
4. **Mayor velocidad en desarrollos personalizados**, respondiendo mejor al cliente.

El canal cerró con un **crecimiento del 22%**, impulsado por categorías que se dispararon gracias a la combinación de portafolio, expansión y desarrollo a la medida:

1. **Salsas: +123%**, por desarrollos personalizados y rapidez en respuesta para jugadores de marca.
2. **Esencias: +53% y productos de guayaba: +37%**, por la ampliación del portafolio en mercados de nostalgia.
3. **Gelatinas: +383%** por la apertura de nuevos mercados destino.



Lo que estamos construyendo

Seguimos ganando terreno en el mercado nostálgico, donde la tradición pesa. Hoy nos ven como un jugador confiable, con productos que conectan con la memoria y el gusto de los consumidores. Al mismo tiempo, nos estamos alineando mejor a tendencias internacionales, entendiendo qué busca cada mercado y qué esperan los clientes en cada país.

Para este año, la ruta continúa: mantener la estrategia y seguir conquistando y sembrando nuevos mercados y oportunidades de crecimiento.

Del “así se hace” al “sí se puede”.

Transformación energética en Tuluá

En 2022, nuestra planta Tuluá se trazó una meta ambiciosa: transformar su matriz energética hacia una operación más limpia y eficiente. Lo que comenzó como un proyecto de diversificación se consolidó en el 2025 como un hito de innovación técnica y cambio cultural.

El proyecto buscaba optimizar el aprovechamiento del biogás en la caldera 1 y aumentar el consumo de energía solar. Al inicio, su uso no superaba el 30%, lo que generaba ineficiencias operativas y un impacto ambiental desalineado con nuestro pilar de sostenibilidad.

La transformación no fue solo técnica, fue humana. Un equipo de mejoramiento liderado por **José Mauricio Muñoz, John Jairo Orozco, John Jairo Valencia, Alexander Burbano y Elías Roa**, con el respaldo de la Dirección de Planta, asumió el reto. Su misión principal fue derribar paradigmas como el *“siempre se ha hecho así”* o *“la caldera no está diseñada para este combustible”*.

El equipo identificó cuatro obstáculos críticos: mediciones poco confiables, controles de combustión obsoletos, falta de sincronización entre generación y consumo, y exceso de condensado en el biogás.

Lo que inició con una meta del 70% de aprovechamiento superó todas expectativas gracias a la mejora continua y el monitoreo conjunto entre Gestión Ambiental y Mantenimiento:

- **Biogás:** pasamos del 30% a un promedio actual entre 90% y 100%.
- **Energía Solar:** alcanzamos que el 36% de la energía eléctrica de la planta provenga de fuentes solares.
- **Impacto:** hoy somos una operación más circular, menos dependiente de combustibles fósiles y más coherente con nuestro compromiso ambiental.

Lo que aprendimos

Más que un cambio técnico, fue una lección de equipo: cuando medimos, ajustamos y trabajamos alineados, lo que parecía una limitación del diseño se vuelve una oportunidad de mejora. Hoy el biogás y la energía solar dejaron de ser “un proyecto” para convertirse en una prueba de que la sostenibilidad también se construye desde la operación.





John Jairo Valencia - Operario de Mantenimiento Planta Tuluá
John Jairo Orozco - Operario de Mantenimiento Experto Planta Tuluá
Alexander Burbano - Instrumentista Planta Tuluá
José Mauricio Muñoz - Coordinador de Mantenimiento Planta Tuluá
Elías David Roa - Operario de Mantenimiento Planta Tuluá



Camilo Vega
Gerente Técnico Biolev

Innovación aplicada: **Biolev y el poder de nuevas aplicaciones**

En biotecnología e ingredientes funcionales, la sostenibilidad del negocio se impulsa cuando la innovación se traduce en nuevas funcionalidades valoradas por el mercado y así lo entendió el Equipo de Biolev quien con el apoyo de I+D de la planta de Tuluá y centros de investigación externos, abrió nuevas oportunidades de crecimiento y valor agregado para el portafolio de la Compañía.

Las nuevas aplicaciones se enfocaron en alimentos para consumo humano y en segmentos con alto potencial como snacks, caldos, vinícola, carnes orgánicas y alternativas veganas y salsas.

El resultado comercial fue contundente: +217% en ventas, consolidando este portafolio como uno de los más dinámicos dentro de la unidad de negocio.

Paredes celulares: funcionalidad que se traduce en resultados

El portafolio de paredes celulares también mostró un desempeño destacado: +20% en ventas en los últimos años. Este crecimiento se explica por las múltiples funcionalidades que estos ingredientes ofrecen en aplicaciones alimentarias.



- En horneados, mejoran la textura interna.
- En apanados y fritos, aumentan la crocancia y permiten reducir hasta 5% el consumo de aceite en fritura.
- Estabilizantes naturales en emulsiones agua/aceite, permitiendo reemplazar el huevo como agente emulsificante en diversas salsas; un atributo especialmente relevante para mercados veganos.

Extractos de levadura: un giro hacia lo dulce

Biolev también comprobó beneficios de los extractos de levadura en segmentos donde tradicionalmente no se usaban, como en **productos dulces**. En este campo se demostró su eficacia para reducir el uso de cocoa sin afectar el perfil sensorial y para disminuir el contenido de azúcares en bebidas dulces.



Transformar es posible cuando lo hacemos juntos

Nuestra historia de trabajo social inició en Tuluá. Allí, con el programa **Grupo Levapan A Tu Lado**, confirmamos que el acompañamiento, el diálogo cercano y la formación pueden convertirse en motores reales de transformación social.

Ese aprendizaje nos impulsó a ampliar el alcance y acercarnos a las comunidades vecinas de nuestras plantas en **Rionegro y Bogotá**, entendiendo algo esencial: cada territorio tiene realidades, necesidades y oportunidades únicas.

Durante el 2025 ese relacionamiento se tradujo en acciones concretas. En Rionegro, junto a la Corporación Empresarial del Oriente Antioqueño (CEO), nos adherimos al programa Opción de Vida, enfocado en fortalecer habilidades, generar ingresos y promover la participación comunitaria en las veredas La Playa y La Laja, vecinas de nuestra planta Panal. A través de formación en gastronomía, acompañamiento psicosocial, cuidado ambiental y emprendimiento, se abrieron nuevas oportunidades para familias de la región.

En Bogotá, en alianza con Zona Franca, desarrollamos talleres de panadería y pastelería dirigidos a personas con discapacidad cognitiva de todas las edades. En estos espacios, amasar panes y hornear galletas se convirtió en una alternativa de generación de ingresos y al mismo tiempo, en una herramienta terapéutica de expresión y bienestar: inclusión construida desde oportunidades reales.



Los resultados hablan por sí solos: este año realizamos **76 talleres** con la participación de más de **1.000 personas**. Uno de los momentos más significativos fue la primera graduación del curso de gastronomía en Rionegro, donde 25 participantes recibieron su diploma, reflejando el valor de la formación como camino para el desarrollo.

Nada de esto sería posible sin el trabajo articulado de nuestros equipos: el Departamento de Consultoría Técnica, los líderes ambientales de planta y la Fundación Levapan, que suman conocimiento y experiencia para ofrecer procesos formativos sólidos, cercanos y transformadores.

El reto continúa. Seguiremos fortaleciendo nuestra presencia en los territorios y reafirmando nuestra convicción en el poder de la educación y el trabajo conjunto para transformar vidas y apoyar la construcción de país a través de la generación de empleo y el desarrollo de comunidades.





Carlos Isaza
Gerente General Panal y Levacol



Nutritec

Guillermo Urrea - Gerente General Nutritec
Carolina Vergel - Gerente División Avicultura Nutritec
Niza Ortiz - Gerente División Porcicultura Nutritec
Edith Correa - Gerente Administrativa y Financiera Nutritec

NFS en Palmira: **de planta obsoleta a operación referente**

Nutritec y su equipo asumieron un reto de transformación muy ambicioso: tomar una planta de producción obsoleta y poco funcional —ubicada en Palmira (Valle del Cauca)— y convertirla *mediante reingeniería*, en un centro referente para la fabricación de alimentos balanceados para porcicultura.

El cambio empezó con un diagnóstico a fondo. A partir de allí se rediseñaron las líneas de producción y se incorporaron equipos más modernos con el objetivo de mejorar eficiencia y capacidad. Como resultado, **la planta alcanzó una capacidad instalada cercana a 4.000 toneladas mensuales**.

Un factor clave para acelerar la consolidación fue incorporar el modelo de maquila de terceros para apalancar recursos externos, avanzar más rápido en volúmenes y responder de forma ágil a la demanda del mercado.

El siguiente paso fue fortalecer la propuesta técnica del portafolio. En paralelo, la unidad de negocio **NFS (Nutritec Feed Services)** fortaleció un frente estratégico: los preiniciadores formulados para optimizar la nutrición de los lechones y favorecer su salud y crecimiento. Para lograrlo, se impulsó un trabajo conjunto entre universidades y nuestro equipo de nutrición comercial y técnico, integrando investigación y práctica para llevar ese conocimiento a las fórmulas. Esta apuesta se tradujo en la línea Piggy.

Gracias a la implementación de nuevas tecnologías, mejores prácticas productivas y la estrategia de maquila, NFS no solo aumentó su capacidad: también elevó el estándar del negocio con un compromiso claro con la calidad y la sostenibilidad.



Hoy, la planta produce cerca de **3.000 toneladas mensuales** y su crecimiento ya se refleja en el entorno: en menos de un año se generaron **más de 50 nuevos puestos de trabajo**, aportando al fortalecimiento de productores, comunidad y al desarrollo social de la región.

Informe de Sostenibilidad

2025

bajo estándares GRI

1

Capítulo 1.

Somos Levapan

6

Capítulo 2.

Conservamos nuestro planeta

9

Capítulo 3.

Cuidamos a las personas: el corazón de Levapan

13

Capítulo 4.

Gobernanza responsable y desempeño económico

17

Capítulo 5.

Perspectivas y compromisos 2026

18

Capítulo 6.

Historias que inspiran

20

Índices de contenidos GRI

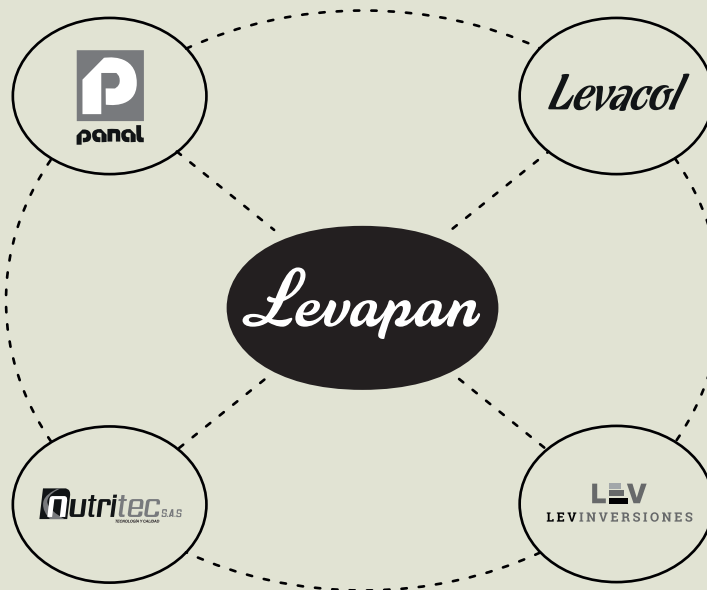


1

Somos Levapan

Datos legales y alcance del Informe

El Grupo Levapan es un conglomerado empresarial conformado por la Compañía Nacional de Levaduras Levapan S.A. como casa matriz y por sus filiales Panal S.A.S., Levacol S.A.S., Nutritec S.A.S. y Levinversiones S.A.S. En este informe se presenta la gestión realizada en materia de sostenibilidad para nuestras operaciones en Colombia.



Este Informe de Sostenibilidad cubre el período del 1º de enero al 31 de diciembre de 2025 y tiene una frecuencia anual.

Nuestro momento:

2024

fue el año del diagnóstico:

Elaboramos nuestra matriz de doble materialidad y medimos nuestra línea base.

2025

es el año de la construcción:

Hemos trabajado en alinear proyectos, definir estrategias y reparar los indicadores que nos permitirán gestionar los temas ASG de manera rigurosa.

2026

será el año de la medición:

Publicaremos datos cuantitativos verificables para cada tema material.

Por lo tanto, este Informe 2025 tiene un carácter de transición estratégica: comunica el norte, los avances en la construcción de capacidades y los compromisos para el futuro.

Este documento ha sido elaborado con referencia a los Estándares GRI 2021, como parte del proceso de fortalecimiento del sistema de reporte de sostenibilidad de la compañía y como preparación para una publicación alineada con dichos estándares en los próximos ciclos de reporte.

Para consultas o comentarios, los grupos de interés pueden contactar a la Coordinación de Sostenibilidad a través del correo: pensandoentodos@levapan.com.

(GRI 2-1, GRI 2-2, GRI 2-3) Información general de la organización: actividades, estructura y relaciones

Nuestro norte estratégico: la materialidad que nos guía **El camino recorrido: de la base a la acción**

2024

Realizamos un ejercicio de doble materialidad que nos permitió entender nuestros impactos y prioridades.

2025

Nos dedicamos a construir la arquitectura ASG: definición de metas, alineación de proyectos internos, diseño de indicadores y fortalecimiento de capacidades en toda la organización.

2026

Este año publicaremos nuestro primer informe con datos cuantitativos completos y metas de mejora para cada tema material.

(GRI 3-1) Proceso de determinación de los temas materiales

En 2024, Levapan realizó su análisis de materialidad bajo un enfoque doble (impacto de la organización en el entorno e impacto del entorno en la organización). El proceso incluyó:

1 Análisis de contexto

Revisión de tendencias del sector alimentario, estándares internacionales y expectativas de la industria.

2 Consulta a grupos de interés

Participación de colaboradores, clientes, proveedores, accionistas, comunidad y aliados estratégicos a través de encuestas y grupos focales.

3 Validación interna

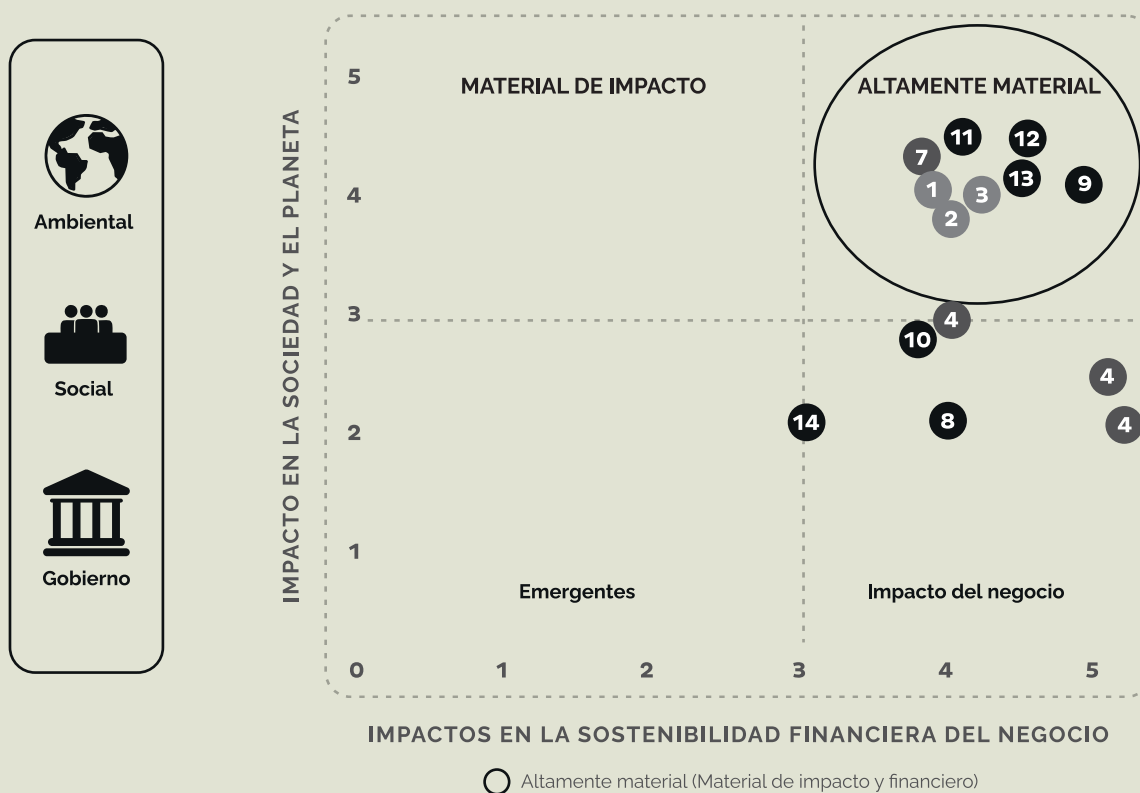
Revisión y aprobación por parte del Comité de Sostenibilidad y la Junta Directiva.

Proceso para determinar los temas materiales

Para nuestro proceso de doble materialidad realizamos 12 sesiones con áreas estratégicas de la compañía y se llevaron a cabo 17 encuestas a públicos objetivos entre ellos: accionistas, órganos de gobierno, clientes, gremios y dos grupos focales a colaboradores y comunidad.

Los resultados se midieron de acuerdo con su nivel de impacto y riesgo en materia ambiental, social y financiero.

De acuerdo con los resultados, se identificaron los asuntos materiales y doblemente materiales arrojando un total de 13 asuntos materiales. Este ejercicio se realizó mediante la disposición de los asuntos según su calificación en un plano cartesiano.



6 temas altamente materiales

Son el eje central de nuestra gestión y los que estructuran este informe.

Estos son los asuntos que guían nuestra hoja de ruta y a los que dedicamos nuestros mayores esfuerzos:

1 Descarbonización y resiliencia climática

3 Preservación del agua y los ecosistemas

5 Innovación continua y transformación digital

2 Circularidad

4 Sostenibilidad financiera

6 Nutrición, salud y bienestar de los consumidores

7 temas de impacto en el negocio

Importantes para la sostenibilidad, se gestionan de manera transversal y serán integrados progresivamente.

Adicionalmente, identificamos otros asuntos fundamentales para la sostenibilidad del negocio:

1

Ética y cumplimiento

2

Bienestar, equidad y desarrollo de nuestra gente

3

Excelencia operacional

4

Bienestar de la comunidad

5

Suministro sostenible

6

Calidad y experiencia en productos

7

Liderazgo sostenible en el sector

En 2024 dimos un paso clave: alineamos nuestros 6 temas materiales con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, gracias a nuestro compromiso con el Pacto Global. Este ejercicio no fue solo un deber: fue nuestra forma de decirle al mundo que la sostenibilidad en Levapan tiene un rumbo claro.

Hoy, en 2025, cada estrategia que construimos, cada proyecto que diseñamos y cada meta que trazamos nace de esa alineación. Porque no se trata solo de reportar, sino de actuar con propósito.

Seguimos adelante, con la mirada puesta en el 2026 y la certeza de que pensar en grande es pensar en todos. **(GRI 2-22) Alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.**

Nuestro compromiso

Este informe 2025 es la declaración de nuestro norte. Encontrarán aquí cómo los 6 temas altamente materiales se traducen en acciones concretas de construcción de capacidades, diagnósticos en curso y compromisos para 2026, cuando comenzaremos a reportar métricas cuantitativas alineadas con estos asuntos prioritarios. **(GRI 3-2) Matriz de materialidad 2024.**

Estrategia corporativa: el impacto de la cumbre Levapan

En 2025, la estrategia se materializó a través de la ejecución. Nuestra hoja de ruta estuvo definida por un ambicioso modelo de transformación interna que nos permitió alcanzar hitos de eficiencia y competitividad en todas nuestras unidades de negocio.

Ejecución y resultados

Llevamos a cabo un portafolio de 173 iniciativas estratégicas, logrando la implementación exitosa de 80 proyectos que generan valor real en la operación diaria.

Captura de valor

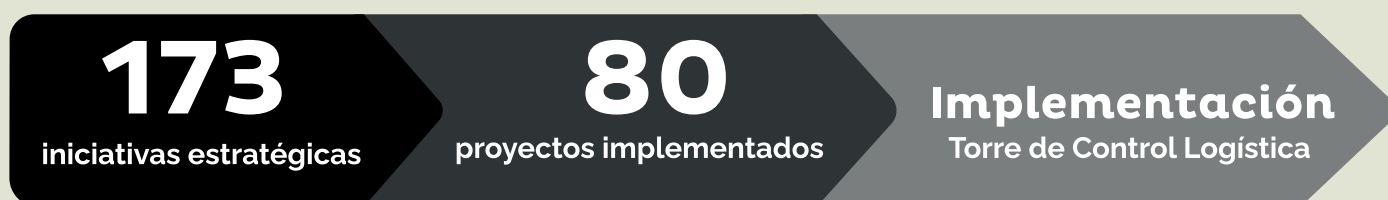
Durante 2025, optimizamos nuestra fuerza en Bogotá para obtener un impacto económico positivo. Además, se implementaron mejoras en la producción de levadura en Tuluá. En Levapan nuestro valor surge de una mirada múltiple, en la que aplicamos distintas estrategias para hacer frente al contexto.

Sinergia regional

Implementamos una mesa de compras para Colombia, Ecuador, Panamá y República Dominicana para impulsar la eficiencia y apalancarnos en la negociación por volumen para productos estratégicos como duraznos y gelatina.

Visibilidad logística

Uno de los mayores avances fue la puesta en marcha de la Torre de Control Logística, una herramienta que hoy nos permite monitorear y optimizar nuestra cadena de suministro en tiempo real.



Ética, cumplimiento y transparencia

Nuestra brújula ética garantiza que cada logro financiero esté respaldado por un comportamiento corporativo íntegro y el respeto por los Derechos Humanos.

Durante 2025, el Programa de Cumplimiento del Grupo Levapan enfocó sus esfuerzos en la cultura preventiva y el fortalecimiento de la confianza con nuestros grupos de interés. De esta manera, y para alcanzar nuestros logros, implementamos distintos mecanismos formales para la identificación de riesgos. Un proceso que es supervisado mensualmente por el Comité Financiero de la Junta Directiva.

Todo lo anterior se traduce en cifras y números que, más que cuantificar, demuestran que hemos logrado niveles sobresalientes de apropiación en nuestras políticas clave. Así, hemos capacitado a miles de colaboradores en distintos temas que son fundamentales para la sostenibilidad del negocio:

Código de
Ética y
Conducta
(2.057)

96%

Derechos
Humanos
(2.030)

96%

Tratamiento
de datos
personales
(1.877)

94%

Prevención
de Riesgos
(SAGRILAF/PTTE)

92%

Nuestras marcas: diversidad y cercanía en cada hogar

Con una trayectoria de más de siete décadas, el portafolio de Levapan ha evolucionado para acompañar los distintos momentos de consumo: desde la panadería artesanal hasta la mesa de las familias. Somos parte fundamental de la industria gastronómica y de la canasta familiar de los hogares.

En 2025, consolidamos nuestra presencia en el mercado a través de marcas que equilibran tradición, calidad técnica y accesibilidad así:

Levapan

Esta es nuestra marca insignia y referente indiscutible en el sector. Con 72 años de historia, se mantiene como el aliado técnico preferido por los panaderos gracias a su portafolio integral y su calidad premium constante.

San Jorge y Del Campo

Marcas que lideran nuestra propuesta en el mundo de la gastronomía y el food service, destacándose por su versatilidad y por llevar el sabor del campo a las cocinas profesionales y hogares colombianos.

Gel'hada

Una marca enfocada en soluciones de repostería y postres, es reconocida por su capacidad de innovación y por facilitar creaciones dulces de alta calidad para nuestros clientes.

Este ecosistema de marcas nos permite cubrir múltiples niveles de necesidad del mercado panadero y del consumo masivo, lo que nos asegura estar presentes tanto en campos donde se nos exige la más alta calidad técnica como en aquellos contextos en los que las soluciones económicas brindan soluciones locales.

Cadena de valor

Levapan se especializa en la producción y comercialización de ingredientes para panadería, pastelería y gastronomía; productos de consumo masivo como salsas, mermeladas y gelatinas (marcas San Jorge y Gel'hada); soluciones biotecnológicas (Biolev) y nutrición animal y vegetal (Nutritec).

Nuestra cadena de valor se abastece de más de [2025; cifra real] [SA1] proveedores, priorizando el desarrollo local. Servimos a clientes en los canales industrial, comercial y de consumo en Colombia, Ecuador, República Dominicana, Venezuela y Panamá.

(GRI 2-6) Nuestra cadena de valor

2 Conseruamos nuestro planeta

Introducción ambiental

Nuestra gestión ambiental se estructura en torno a tres temas materiales prioritarios, identificados en 2024:

1 | Descarbonización y resiliencia climática identificados en 2024:



2 | Circularidad



3 | Preservación del agua y los ecosistemas



Nuestro avance en 2025

- Hemos dedicado el año a diagnosticar nuestras líneas base (energía, residuos, agua).
- Estamos estructurando los planes de acción y los sistemas de medición que desplegaremos en 2026.

Compromiso 2026

Publicar nuestra primera línea base de huella de carbono (Alcances 1 y 2), huella hídrica actualizada y metas de economía circular.

(GRI 3-3) Gestión de los temas materiales ambientales

Acción climática y ecoeficiencia

En Levapan la sostenibilidad ambiental no es un objetivo aislado: es un componente integrado en nuestra eficiencia operacional. Durante 2025, aceleramos nuestra transición hacia modelos de energía limpia y movilidad sostenible.

Optimización de recursos

Gracias a la actualización de sistemas de refrigeración (sustituyendo el freón por amoníaco, un refrigerante natural con menor impacto) y a la implementación de iluminación LED, logramos reducir el consumo de gas natural de 4,3 millones de m³ en 2024 a 4,1 millones de m³ en 2025.

Matriz energética limpia

Consolidamos el uso de energía solar, con lo que cubrimos el 38% del consumo eléctrico de nuestras operaciones principales. Además, incrementamos en 25,94% el aprovechamiento de biogás para la generación de vapor, reduciendo significativamente nuestra dependencia de combustibles fósiles.

Circularidad y suministro sostenible

Entendemos que el ciclo de vida de nuestros productos debe ser responsable desde el origen hasta el empaque final.

Innovación en empaques

Como parte de nuestro compromiso con la economía circular, logramos la eliminación total de foil de aluminio y parafina en los empaques de levadura fresca. Este cambio no solo facilita el reciclaje del material, sino que demuestra que la sostenibilidad ambiental y la rentabilidad financiera son aristas de un mismo objetivo.

Gestión de proveedores

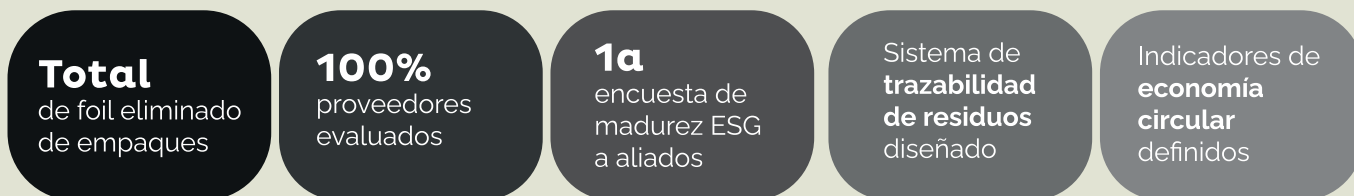
Nuestra responsabilidad se extiende a toda la cadena de valor. En 2025, el 100% de nuestros proveedores fueron evaluados bajo criterios de Cumplimiento Normativo Ambiental y Cumplimiento Normativo SST (Salud y Seguridad en el Trabajo). Además, aplicamos nuestra primera encuesta de madurez ESG a nuestros aliados estratégicos para construir planes de acción conjuntos hacia un futuro más sostenible.

Avances 2025:

- Logramos la eliminación total de foil de aluminio y parafina en los empaques de levadura fresca, un paso concreto hacia la reciclabilidad.
- El 100% de los proveedores fueron evaluados en cumplimiento normativo ambiental y de SST.
- Aplicamos nuestra primera encuesta de madurez ESG a aliados estratégicos para construir conjuntamente planes de acción.

Construcción 2025

- Diseñamos el sistema de trazabilidad de residuos que implementaremos en 2026.
- Definimos los indicadores de economía circular que reportaremos el próximo año.



Compromiso 2026:

Implementar el sistema de trazabilidad de residuos en todas las plantas y publicar nuestra primera línea base de economía circular con metas de aprovechamiento.

(GRI 306-2, GRI 308-1) Gestión de residuos y evaluación de proveedores

Seguridad y prevención ambiental

La protección del entorno también implica la seguridad de nuestra operación y de quienes la ejecutan.

Nuestra estabilidad operativa se fundamenta en la seguridad de nuestro capital humano. Fortalecimos los protocolos de seguridad industrial y el cumplimiento normativo en SST, asegurando que el 100% de nuestros proveedores cumplan con estos estándares. Además, capacitamos a 235 colaboradores en gestión logística y operativa, lo que garantiza una operación más segura y alineada con nuestros objetivos de excelencia.

Preservación del agua y circularidad

La gestión hídrica y la economía circular son pilares de nuestra ecoeficiencia. En 2025, avanzamos hacia una operación que no solo consume menos, sino que aprovecha mejor cada recurso.

Gestión responsable del recurso hídrico

Reconocemos que el agua es un recurso compartido y vital para nuestras comunidades. En 2025, mantuvimos nuestro enfoque en la gestión responsable del recurso hídrico en zonas de influencia como Tuluá y Rionegro, asegurando el cumplimiento estricto de la normativa ambiental vigente en materia de vertimientos (Resolución 0631 de 2015). **(GRI 303-1, GRI 303-2) Interacción con el agua y gestión de vertimientos.**

Construcción 2025

- Hemos trabajado en la actualización de los sistemas de monitoreo de consumo y calidad del agua.
- Durante 2025 la compañía avanzó en la consolidación de los sistemas de monitoreo del consumo hídrico en sus operaciones, estableciendo las bases técnicas para reportar indicadores comparables y metas de reducción a partir del año 2026.

- Establecimos los protocolos para la medición estandarizada en todas las plantas.

Compromiso 2026

Nuestra huella hídrica actualizada es implementar metas de reducción de consumo por tonelada producida, fortaleciendo la protección de las cuencas de los ríos Tuluá y Morales.

Economía circular y gestión de residuos

Nuestra visión de circularidad busca minimizar el desperdicio desde el diseño mismo de la operación mediante:

Circularidad técnica

Avanzamos en el diseño técnico de soluciones de circularidad. Estas iniciativas buscan optimizar nuestro modelo de producción sostenible mediante la integración de asesoría internacional de alto nivel, por parte de organismos internacionales como lo son la ONUDI y la GIZ.

Reducción en la fuente

Esto se materializa en hechos concretos, como la eliminación total del foil de aluminio en tapas doypack y de la parafina en los empaques de levadura. Estas acciones forman parte de un modelo de economía circular que busca mitigar los impactos ambientales y promover un cierre de ciclo responsable tanto para nuestros materiales como para nuestros residuos operativos.

Excelencia operacional

Hemos implementado metodologías de mejora continua que permiten a nuestros equipos en planta identificar y eliminar ineficiencias. Este enfoque no solo optimiza el uso de materias primas, sino que reduce la generación de residuos sólidos, alineando la rentabilidad del negocio con nuestro compromiso de sostenibilidad ambiental.

3 Cuidamos a las personas: el corazón de Levapan.

Nuestra gestión social se estructura en torno a tres temas materiales prioritarios, identificados en 2024.

1 | Bienestar, equidad y desarrollo de nuestra gente.



2 | Bienestar de la comunidad



3

**Nutrición, salud y bienestar
de los consumidores.
Ecosistemas**



Nuestro momento

- Hemos trabajado en la actualización de los sistemas de monitoreo de consumo y calidad del agua.
- En 2025 hemos estado construyendo los programas y métricas que darán forma a nuestra estrategia DEI y de relacionamiento comunitario.
- En 2026 presentaremos indicadores cuantitativos de formación, diversidad, bienestar e impacto social.

(GRI 3-3) Gestión de los temas materiales sociales

Nuestra gente: bienestar, equidad y desarrollo

En 2025, el compromiso de Levapan con su talento humano trascendió la gestión administrativa para enfocarse en el florecimiento integral de cada colaborador. Entendemos que una compañía resiliente solo es posible si su gente se siente segura, valorada y con herramientas para crecer.

Liderazgo y formación continua

Capacitación para la excelencia

Consolidamos el conocimiento técnico de 235 colaboradores. Estos programas se enfocaron en la estandarización de procesos y el dominio de herramientas operativas esenciales para la eficiencia de la cadena de suministro, asegurando una ejecución más precisa y la reducción de los reprocesos.

Gestión del bienestar y clima

Mantuvimos un compromiso firme con la calidad de vida de nuestro capital humano a través de la ejecución de las actividades programadas en el cronograma anual de bienestar. Este esfuerzo se complementa con procesos de medición de clima organizacional, los cuales nos permiten identificar oportunidades de mejora y diseñar planes de acción orientados a fortalecer la satisfacción y el sentido de pertenencia.

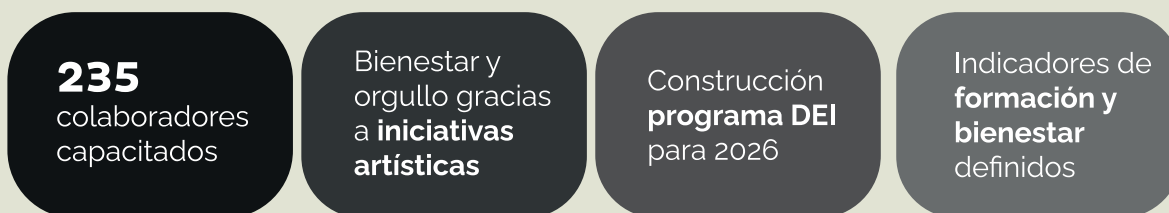
Cultura de mejora continua

Promovimos el liderazgo basado en la metodología de mejora continua para que la cultura de la optimización sea parte del día a día en nuestras plantas. Este enfoque asegura que el

desarrollo profesional de nuestra gente esté alineado con los objetivos de eficiencia y rentabilidad de la organización.

Avances 2025

- Fortalecimos las competencias de 235 colaboradores en gestión logística y operativa (WMS, control de inventarios, logística inversa), preparando a nuestros equipos para los retos de la transformación digital.
- La iniciativa de la Orquesta y Grupo de Baile en Tuluá se consolidó como un vehículo de bienestar y orgullo de pertenencia.
- Hemos trabajado en el diseño del programa formal de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) que lanzaremos en 2026.
- Definimos los indicadores de formación, clima y bienestar que reportaremos el próximo año.



Compromiso 2026

Implementar el plan de acción DEI con métricas y metas claras, partiendo de la encuesta sociodemográfica 2024.

(GRI 404-2) Programas de desarrollo y bienestar

Cultura y pertenencia: la orquesta de Tuluá

La innovación en Levapan no solo ocurre en los laboratorios, también nace de la pasión de nuestra gente.

En la planta de Tuluá vivimos una experiencia que demuestra que el talento de nuestra gente trasciende la operación. Lo que comenzó como una iniciativa para las celebraciones de fin de año, se transformó en la consolidación de un grupo de baile y una orquesta musical integrados totalmente por colaboradores de nuestras diversas áreas.

Esta iniciativa ha sido un motor de orgullo de pertenencia y camaradería. Ver a compañeros de distintas dependencias compartir el escenario ha reafirmado nuestro sentido de familia y ha demostrado que la disciplina y la pasión son valores que compartimos tanto en la línea de producción como en los espacios de integración cultural.

Alianzas con propósito: el caso Distrilevas

Nuestra responsabilidad social y comercial se manifiesta en el acompañamiento a nuestros aliados estratégicos en sus momentos de transición.

El éxito en Villavicencio con nuestro aliado Distrilevas es un ejemplo de cómo el acompañamiento estratégico fortalece nuestra cadena de valor. Ante un proceso de transición generacional en la dirección del aliado, Levapan brindó un soporte basado en la confianza y el respeto mutuo.

Gracias al liderazgo del equipo comercial, logramos estabilizar la operación y asegurar la continuidad del negocio, demostrando que la sostenibilidad se construye desde relaciones humanas sólidas y una visión de corresponsabilidad con nuestros aliados estratégicos.

Desarrollo del talento

En Levapan, reconocemos que el crecimiento de nuestra organización solo puede ser posible gracias a la equidad y al desarrollo de nuestro capital humano. Durante 2025, fortalecimos nuestros procesos de promoción interna para asegurar que las oportunidades de ascenso y desarrollo profesional se basan en el mérito y en el desempeño operativo.

Este enfoque nos ha permitido integrar la experiencia de nuestros colaboradores de larga trayectoria con nuevas visiones en la operación; además, con ello fomentamos un entorno de trabajo donde el conocimiento técnico se comparte para asegurar la sostenibilidad operativa y la continuidad de nuestra cultura organizacional.

Relacionamiento con la comunidad y aliados estratégicos

Nuestra huella social se extiende más allá de nuestras plantas, construyendo relaciones de valor con las comunidades locales y asegurando la prosperidad de nuestra red de aliados.

Compromiso social y local

Levapan se integra en los territorios donde opera, como Tuluá, Rionegro y Bogotá, no solo como generador de empleo, sino como un aliado del desarrollo regional. Nuestro compromiso con la economía del país se refleja en que el 89% de nuestras compras son nacionales, priorizando el fortalecimiento de la cadena de suministro local y el crecimiento de proveedores aliados bajo estándares de sostenibilidad y cumplimiento normativo.

Acompañamiento en la cadena de valor

Entendemos que la sostenibilidad de nuestro negocio depende de la solidez de nuestros aliados. Un ejemplo destacado fue el acompañamiento estratégico al distribuidor Distrilevas en Villavicencio. Ante un proceso crítico de transición generacional, nuestra Gerencia Comercial brindó un respaldo basado en la confianza y el diálogo constante. Este enfoque no solo preservó una relación histórica, sino que garantizó la continuidad y estabilidad de la operación en el territorio, demostrando que el fortalecimiento de nuestros aliados es fundamental para el éxito compartido de Levapan.

89% de nuestras compras son **nacionales**

Fundación Levapan Colegio Bilingüe Guillermo Ponce de León

Lo que comenzó en 1959 como un sueño de apoyar a nuestras familias, al abrir el Colegio Bilingüe Guillermo Ponce de León para los hijos de nuestros colaboradores en Tuluá, trascendió en 2019 para convertirse en la Fundación Levapan: el corazón social de nuestra compañía y el vehículo a través del cual hoy transformamos vidas mediante proyectos educativos sostenibles e inclusivos.

Nuestra labor se enfoca en tres prioridades: la formación en valores, la educación inicial y terciaria, y la construcción de un proyecto colectivo de ciudad, con el objetivo de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social en Tuluá, así como aportar a la educación integral de niños, jóvenes y adultos del municipio. A lo largo de 2025, hemos continuado fortaleciendo las competencias de docentes en programas socioemocionales y bilingüismo, así como articulando alianzas con entidades locales para maximizar el impacto de espacios como el Parque de la Guadua, reafirmando que el progreso de Tuluá es también el progreso de Levapan.

En 2025, la Fundación Levapan estructuró su gestión en torno a programas educativos integrales con enfoque en desarrollo socioemocional, bilingüismo, primera infancia y fortalecimiento comunitario, consolidando su impacto en el suroccidente colombiano.

Nuestros resultados:

SEE Learning

Implementación en **100%** de instituciones oficiales de Tuluá; **102 horas** de formación; **50 horas** de acompañamiento; trabajo con familias; foro internacional.

+300 actores educativos, +100 cuidadores

Inversión +\$248 millones

SEE Learning – Expansión

Formación inicial en **nuevos territorios**; alianzas multisectoriales; **gestión de recursos**.

+120 actores educativos

Inversión +\$173 millones

English for Life

Formación docente (**114 horas**); refuerzo en aula; adecuación de laboratorios de inglés.

55 docentes, 1.039 estudiantes

Inversión +\$111 millones

Parque de la Guadua

Formación en emprendimiento, liderazgo y finanzas; oferta cultural y educativa.

242 beneficiarios directos; +30.000 visitantes

Inversión +\$175 millones

Educación Inicial (Kiwi y familias)

Formación a agentes educativos; fortalecimiento socioemocional; trabajo con familias.

72 actores educativos; 1.859 niños

Inversión **+\$95 millones**

Emprendimiento y empleabilidad

Ferias de emprendimiento; aguinaldo emprendedor; formación técnica.

+70 emprendimientos; 1.500 asistentes; 29 jóvenes formados (19 empleados)

Inversión **Incluido en gestión del parque y alianzas**

Educación superior

Seminario en competencias socioemocionales para estudiantes universitarios.

30 estudiantes

Inversión **Alianzas estratégicas**

Alianzas estratégicas

Articulación con sector público, privado y académico; expansión a nuevos territorios.

Impacto transversal

Inversión **Mobilización de recursos multisectoriales**

4 Gobernanza responsable y desempeño económico

Nuestra gestión de gobernanza se apoya en los siguientes temas (identificados en 2024):

1 | Sostenibilidad financiera



2 | Ética y cumplimiento



3 | Innovación continua y transformación digital



Nuestro momento

- En 2025 hemos trabajado en fortalecer la cultura de cumplimiento y en alinear los proyectos de transformación con la estrategia ASG.
- En 2026 integraremos criterios ASG en la política de remuneración variable y realizaremos la primera evaluación de doble materialidad bajo los nuevos estándares.

(GRI 3-3) Gestión de los temas materiales de gobernanza

Solidez financiera para el crecimiento

En un año de alta complejidad macroeconómica, la disciplina financiera de Levapan fue el pilar que permitió mantener la estabilidad operativa y proyectar el crecimiento.

Resultados y eficiencia

Durante 2025, el grupo enfrentó presiones inflacionarias y una revaluación del peso que impactó el rubro de exportaciones. No obstante, la estrategia de Sostenibilidad Financiera permitió:

Generación de valor **\$5.000 millones capturados**

A través de nuestro modelo de transformación interna, alcanzamos una captura de valor por \$5.000 millones. Este resultado fue impulsado por hitos de eficiencia operativa, entre los que destacan la optimización de la fuerza de ventas en Bogotá y las mejoras en la producción de levadura en nuestra planta de Tuluá, lo que nos permitió tener beneficios superiores a los \$500 millones en cada uno de estos frentes.

Inversión estratégica **Salto tecnológico**

Nuestra política de inversión estuvo enfocada en la excelencia operacional y la modernización tecnológica. Destacamos la actualización de nuestra plataforma SAP S/4HANA de la versión 2020 a la versión 2023, un salto tecnológico que fortalece la visibilidad y el control de nuestra operación, junto con la mejora de infraestructuras críticas en las plantas de Tuluá y Rionegro para optimizar la eficiencia y la capacidad instalada.

Soberanía del proveedor local **\$398.000 millones en compras**

Reforzamos nuestro impacto en la economía nacional al comprarle a los proveedores locales por \$398.000 millones de pesos, lo que representa el 89% del total de nuestras compras. Este compromiso nos permite apoyar directamente a más de 1.100 aliados comerciales, de los cuales el 77% están catalogados como pymes, impulsando así el tejido empresarial y el desarrollo de las regiones donde operamos.

En 2025, la disciplina financiera nos permitió mantener la estabilidad operativa y proyectar el crecimiento. Destacamos:

- **Captura de valor:** a través de nuestro modelo de transformación interna, alcanzamos una captura de valor por \$5.000 millones, impulsada por 80 proyectos de eficiencia.
- **Inversión tecnológica:** actualización de nuestra plataforma SAP S/4HANA a la versión 2023, fortaleciendo la visibilidad y control de nuestra operación.

- **Compromiso local:** realizamos compras a proveedores locales por \$398.000 millones, lo que representa el 89% del total de nuestras compras, apoyando directamente a más de 1.100 aliados comerciales, de los cuales el 77% son pymes.

Este desempeño económico es la base que nos permite reinvertir en nuestra estrategia de sostenibilidad y en el desarrollo de las comunidades donde operamos. **(GRI 201-1, GRI 204-1) Valor económico y compras locales**

Ética y cumplimiento: un compromiso innegociable

Nuestra gobernanza se basa en la transparencia absoluta y en una gestión proactiva de los riesgos legales y reputacionales.

Cultura de integridad

Bajo la supervisión del Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta Directiva, en Levapan realizamos un monitoreo mensual de los estados financieros y de los riesgos asociados a la operación. Este esquema de vigilancia asegura la transparencia y la resiliencia del negocio. Durante 2025, nuestro Programa de Cumplimiento alcanzó hitos de cobertura fundamentales, fortaleciendo la ética corporativa en todos los niveles de la organización así:

Gestión de riesgos

Todos nuestros proveedores se adhieren a nuestro Código de Ética y Conducta de Proveedores, el cual es un requisito fundamental de su vinculación. Además, garantizamos la integridad de nuestra operación evaluando al 100% de nuestros aliados bajo criterios de cumplimiento normativo ambiental y de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST). Todas estas medidas nos aseguran que cada eslabón de la cadena opere bajo principios de legalidad y respeto a los derechos humanos, características que definen a Levapan como compañía.

Transparencia en la cadena de valor

Todos nuestros proveedores se adhieren a nuestro Código de Ética y Conducta de Proveedores, el cual es un requisito fundamental de su vinculación. Además, garantizamos la integridad de nuestra operación evaluando al 100% de nuestros aliados bajo criterios de cumplimiento normativo ambiental y de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST). Todas estas medidas nos aseguran que cada eslabón de la cadena opere bajo principios de legalidad y respeto a los derechos humanos, características que definen a Levapan como compañía.

Línea ética

Mantuvimos activos nuestros canales de denuncia confidenciales, gestionados a través de nuestra Línea Ética. Este mecanismo garantiza el anonimato, el debido proceso y una política de cero retaliación, lo cual nos permite detectar, investigar y mitigar de manera oportuna cualquier conducta contraria a nuestros valores y principios corporativos.

96% Colaboradores **capacitados**

Gestión de riesgos

- Mantuvimos activa nuestra Línea Ética, un canal confidencial y anónimo.
- Fortalecimos la formación en materia de cumplimiento.
- Código de Ética y Conducta: 2.057 colaboradores capacitados (96%).
- Derechos Humanos: 2.030 colaboradores capacitados.
- SAGRILIFT/PTEE: Niveles de cumplimiento superiores al 90%.
- El 100% de nuestros proveedores se adhieren a nuestro Código de Ética y Conducta de Proveedores.

Construcción 2025

Hemos trabajado en la actualización de políticas y en la preparación para la evaluación de doble materialidad 2026.



Compromiso 2026

Realizar la primera evaluación de doble materialidad bajo los nuevos estándares GRI 2021. **(GRI 2-26, GRI 205-2) Mecanismos éticos y formación**

Innovación continua: motor de competitividad

Para Levapan, innovar no es una opción, es nuestra estrategia para mantener la relevancia en un mercado que cambia día a día. Durante 2025, el área de Innovación y Desarrollo se consolidó como un acelerador del negocio, transformando ideas en soluciones tangibles.

Hitos de un portafolio dinámico

Cerramos el año con un desempeño destacado en la ejecución de nuestra hoja de ruta estratégica. A través del modelo de transformación interna, logramos un time-to-market más ágil y efectivo para asegurar que nuestras soluciones estén alineadas con las demandas cambiantes de nuestros clientes y consumidores en toda la región. Este enfoque nos permitió materializar los siguientes logros:

Ejecución de proyectos

Concluimos exitosamente 80 proyectos estratégicos, los cuales se materializaron en 40 innovaciones, 20 mejoras operativas, 12 nuevas ofertas comerciales y 8 reformulaciones de producto orientadas a la optimización de perfiles nutricionales y costos.

Eficiencia en el diseño y recursos

Como parte de nuestra estrategia de optimización, logramos recuperar \$776 millones al optimizar y reaprovechar nuestros procesos relacionados con los inventarios. Este hito, sumado al desarrollo de empaques más eficientes, demuestra que la innovación es una herramienta poderosa no solo para la creación de productos, sino también para la rentabilidad financiera y la sostenibilidad operativa.

Nuevas fronteras nutricionales

Avanzamos con firmeza en el desarrollo de soluciones para nichos especializados, destacando el lanzamiento de portafolios Gluten-Free optimizados mediante procesos enzimáticos. Asimismo, consolidamos nuestro liderazgo en biotecnología alimentaria con el desarrollo de proteínas vegetales hidrolizadas (HVP) que incorporan colorantes naturales, lo cual responde a la demanda global de ingredientes más limpios y funcionales.

Hacia el 2026

El fortalecimiento de nuestro cepario corporativo y la profundización en la caracterización de bioingredientes bajo estándares internacionales nos posicionan como un jugador clave en la biotecnología regional.

Abastecimiento Responsable y Sostenible

Nuestra gobernanza se extiende a la forma en que compramos. En Levapan, el abastecimiento es una herramienta de impacto social y estabilidad operativa.

Compromiso con lo local

Reconocemos nuestra responsabilidad como motores de la economía en los países donde operamos. En 2025, priorizamos la cercanía y la formalidad en nuestra cadena de suministro:

Fuerza local

Destinamos el 89% de nuestras compras totales (equivalentes a \$398.000 millones de pesos) a proveedores nacionales. Esta apuesta por el suministro local no solo fortalece la economía del país, sino que actúa como una ventaja competitiva para mitigar la complejidad logística y los riesgos de la cadena de suministro global.

Apoyo a la pequeña empresa

Nos enorgullece que el 77% de nuestros aliados comerciales sean PYMES. A través de una gestión de suministro responsable y políticas de acompañamiento, impulsamos el crecimiento de cientos de empresas y miles de familias que forman parte de nuestro ecosistema para el tejido empresarial en las regiones donde operamos clave en la biotecnología regional.

5 Perspectivas y compromisos 2026

Construyendo el futuro: nuestra visión 2026

El camino recorrido nos ha permitido consolidar una hoja de ruta clara:

2024 Diagnóstico y materialidad **(la base)**.

2025 Construcción de estrategias, indicadores y alineación ASG **(la preparación)**.

2026 Medición, reporte cuantitativo y consolidación **(la acción)**.

Nuestros compromisos para 2026

Ambiental

- Publicar nuestra primera línea base de huella de carbono (Alcances 1, 2) con meta de reducción basada en ciencia (SBTi).
- Actualizar la huella hídrica e implementar metas de reducción de consumo por tonelada producida.
- Implementar un sistema de trazabilidad de residuos y publicar nuestra primera línea base de economía circular.

Social

- Implementar el plan de acción de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) con métricas y metas claras.
- Establecer indicadores de formación y bienestar para el 100% de los colaboradores.
- Formalizar un programa de relacionamiento con comunidades con indicadores de impacto social.

Gobernanza

- Actualizar el análisis de materialidad conforme a los Estándares GRI 2021 y fortalecer la integración de criterios ASG en la estrategia corporativa.
- Publicar el Informe 2026 con datos cuantitativos verificables para el 100% de los temas materiales.

6 Historias que inspiran

En la planta de Tuluá, la innovación no solo es técnica, sino profundamente cultural. Durante 2025, lo que nació como una iniciativa de bienestar se transformó en nuestra propia Orquesta y Grupo de Baile, un proyecto donde operarios y administrativos cambiaron uniformes por instrumentos. Esta apuesta por el talento propio no fue solo un hito artístico; se tradujo en un índice de favorabilidad del 88% en la encuesta de clima "Pulso", demostrando que el arte fortalece la cohesión operativa.

Al autogestionar nuestros eventos internos, logramos además una optimización del 15% en el presupuesto de entretenimiento. Es la prueba de que en Levapan, cuando nuestra gente armoniza sus talentos, la organización entera suena mejor, consolidando un orgullo de pertenencia que trasciende las líneas de producción.

88%

de favorabilidad
en Tuluá

15%

de optimización
del presupuesto

100%

de inversión
en cultura

Empoderamiento y liderazgo con propósito

Para Levapan, el conocimiento es la base de la competitividad y la ética. En 2025, marcamos un hito en el desarrollo de capacidades al dedicar más de 15.600 horas a la formación de nuestros equipos, logrando un incremento del 12% en la capacitación per cápita. Este esfuerzo no se limitó a habilidades técnicas, ya que priorizamos un liderazgo empático que resultó en una reducción del 20% en la rotación de posiciones críticas.

Además, logramos que el 92% de los colaboradores reportara el cumplimiento (SAGRILAFI), blindando nuestra integridad corporativa. Invertir en el crecimiento de nuestra gente es asegurar que cada decisión se tome con visión de futuro, demostrando que un equipo bien formado es el activo más resiliente ante los desafíos del mercado.

15.683

horas de
formación

100%

Plan de Bienestar
cumplido

20%

menos en índice
de rotación

92%

de apropiación
efectiva

El chiller de la eficiencia: tecnología que respira

En nuestra planta de Tuluá, la innovación no solo busca productividad, sino también el respeto profundo por nuestro entorno. Durante 2025, marcamos un hito ambiental al

sustituir el refrigerante Freón R507 por un avanzado sistema de chiller de amoníaco (NH₃). A diferencia de los químicos tradicionales, el amoníaco es un refrigerante natural con potencial de agotamiento de ozono cero.

Esta transición, sumada a la optimización de nuestras bodegas de levadura, no fue solo un cambio técnico; fue una decisión estratégica que permitió reducir el consumo total de gas natural en más de 259.000 m³ al año. Así, demostramos que la eficiencia energética es el motor que nos permite crecer sin dejar huella en el clima, asegurando una operación más limpia para las futuras generaciones.

Nuestra energía: el ciclo de la autogeneración

La verdadera sostenibilidad ocurre cuando somos capaces de transformar nuestros propios procesos en fuentes de vida. En 2025, Levapan dio un paso gigante en su autonomía energética al incrementar en un 25,94% el aprovechamiento de biogás para la generación de vapor en calderas.

Este avance, sumado a nuestras granjas solares que ya cubren el 38% del consumo eléctrico en los centros industriales más importantes, nos posiciona como referentes en descarbonización. Al convertir residuos en energía térmica y capturar la luz del sol, no solo reducimos costos operativos, sino que blindamos nuestra resiliencia climática.

Todo esto es la prueba de que en nuestra operación nada se desperdicia y todo se transforma.

El valor de crecer juntos

En Levapan, el activo más valioso no reside en las máquinas, sino en las trayectorias de quienes las operan. Durante el último año, fortalecimos nuestro compromiso con el desarrollo humano a través de una estrategia de promoción interna que hoy rinde frutos extraordinarios. Solo en 2025, 114 colaboradores de nuestro Grupo alcanzaron nuevas metas profesionales mediante ascensos. Esto transformó las vacantes en verdaderas oportunidades de evolución para quienes ya conocen nuestra cultura.

Esta cifra, que representa el 8% de nuestra población en la operación principal, premió la lealtad y aseguró que el conocimiento técnico se queda con nosotros. Al priorizar el talento interno, logramos reducir la rotación y aumentar el sentido de pertenencia, lo cual demuestra que cuando un colaborador crece, la compañía entera lo hace con él.

114 Colaboradores **ascendidos**

8% de nuestra **población**

Índices de contenidos GRI

Este informe ha sido elaborado en referencia a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

Dado que 2025 es nuestro año de construcción de estrategias e indicadores, este informe no incluye datos cuantitativos completos para todos los indicadores. Presentamos el enfoque de gestión, los avances en la preparación y los compromisos para 2026, cuando publicaremos datos verificables. **(GRI 1) FUNDAMENTOS 2021**

GRI Estándar

Descripción

Nota u omisión

GRI 2: Contenidos Generales 2021

2-1	Detalles de la organización	
2-2	Entidades incluidas en el informe	Filiales colombianas incluidas.
2-3	Período, frecuencia y contacto	
2-4	Reformulación de información	No hay reformulación. Es un informe de transición estratégica
2-5	Verificación externa	Este informe no cuenta con verificación externa independiente
2-6	Actividades, cadena de valor	
2-7	Empleados No se reporta en 2025 Los datos cuantitativos de empleados 2025 serán reportados en el informe 2026. Durante 2025 trabajamos en la estandarización de métricas.	
2-9	Estructura de gobernanza	
2-12	Función de la junta en supervisión	
2-14	Función de la junta en reporte	
2-22	Declaración sobre desarrollo sostenible Carta del Presidente.	
2-26	Mecanismos de asesoramiento ético	Línea Ética activa.
2-28 ANDI	Afiliación a asociaciones	Propacífico.

GRI 3: Temas Materiales 2021

3-1	Proceso de determinación de temas materiales	Proceso realizado en 2024 (base de nuestra estrategia).
-----	--	---

GRI Estándar	Descripción	Nota u omisión
3-2	Lista de temas materiales	6 temas altamente materiales priorizados
3-3	Gestión de temas materiales Capítulos 2, 3 y 4 Se describe el enfoque de gestión 2025 (construcción de capacidades) y los compromisos 2026 (medición).	

GRI 200: Estándares Económicos

201-1	Valor económico generado y distribuido	Datos financieros 2025
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	89% de compras locales.
205-2	Comunicación y formación anticorrupción	Formación a 2.057 colaboradores

GRI 300: Estándares Ambientales

301-3	Productos reutilizados y Materiales de envasado	Eliminación de foil de aluminio.
302-4	Reducción del consumo energético	Hito chiller de amoníaco en Tuluá
303-1	Interacción con el agua	Enfoque de gestión en Tuluá y Rionegro.
303-2	Impactos del vertido de agua	Cumplimiento normativo.
305-5	Reducción de emisiones GEI	Reducción de 259.000 m ³ de gas natural
306-2	Gestión de impactos relacionados con residuos	Evaluación de proveedores y avances en empaques.
308-1	Evaluación ambiental de proveedores	100% de proveedores evaluados.

GRI Estándar

Descripción

Nota u omisión

GRI 400: Estándares Sociales

203-2

Impactos económicos indirectos

Caso Distrilevas

401-1

Contrataciones y rotación No se reporta en 2025 Durante 2025 trabajamos en la estandarización de estas métricas. Se reportarán en 2026.

6 temas altamente materiales priorizados.

403-1

Sistema de gestión SST No se reporta en 2025 Se reportará en 2026.

403-9

Lesiones por accidente laboral No se reporta en 2025 Se reportará en 2026.

Este informe no cuenta con verificación externa independiente.

404-1

Horas de formación No se reporta en 2025 Se reportará en 2026.

404-2

Programas para desarrollar competencias

Formación a 235 colaboradores en logística.

413-1

Operaciones con participación comunitaria

Iniciativas de Fundación Levapan.

Caso Distrilevas.

Levapan