

INFORME DE GESTIÓN

2023



CONTENIDO

01

NUESTRA COMPAÑÍA

03

1.1 Nosotros	04
1.2 Orígenes	05
1.3 Nuestros productos	06

02

MODELO DE NEGOCIO

07

2.1 Distribución de mercado	10
2.2 Participación de mercado	13
2.3 Producto insignia - Pulpa de fruta	14
2.3.1 Ventas nacionales	14
2.3.2 Ventas exportaciones	16
2.3.2.1 Reconocimiento año 2024	18

03

DESEMPEÑO SOSTENIBLE

19

3.1 Acerca de este informe	21
3.2 Gobernanza de la estrategia de Sostenibilidad	22
3.3 Estructura gerencial	23
3.4 Conexión con los objetivos de Desarrollo Sostenible	24
3.5 Objetivos Estratégicos	26
3.5.1 MEGA 2022-2026	26
3.5.2 Misión	27
3.5.3 Diferenciadores de nuestro modelo de negocio	27

04

PILAR TRANSFORMACIONAL - ECONÓMICO

28

4.1 Visión de compañía	30
4.2 Valores empresariales	31
4.3 ERP - SAP BUSINESS ONE	32

05

PILAR NATURAL - AMBIENTAL

33

5.1 Cambio climático	35
5.1.1 Huella de carbono de proceso	35
5.2 Capital natural	40
5.2.1 Recurso hídrico	40
5.2.2 Gestión de vertimiento	42
5.3 Polución y residuos	43
5.3.1 Material de empaque	43
5.3.2 Residuos	44
5.4 Inversiones ambientales	46

06

PILAR COLABORATIVO - SOCIAL

47

6.1 Gestión del recurso humano	49
6.1.1 Afiliaciones de empleados	49
6.1.2 Diversidad de colaboradores	49
6.1.3 Bienestar y calidad de vida de los colaboradores	50
6.1.4 Capacitaciones a colaboradores	51
6.1.5 Eventos Gestión Humana	52
6.1.6 Oportunidades para todos	53
6.1.7 Beneficios educativos	56
6.1.8 Convenios con entidades	56
6.1.9 Evaluación de desempeño	56
6.2 Sistema de gestión en Seguridad y salud en el trabajo (SGSST)	57
6.3 Seguridad del producto	59
6.3.1 Cadena y suministro de abastecimiento	59
6.4 Calidad de producto	61
6.5 Oportunidades en Nutrición y Salud	64
6.5.1 Pulpa de fruta sin azúcar	64
6.5.2 Programas para reducir el contenido de azúcar	64
6.6 Inversiones sociales	65



Capítulo 01

Nuestra Compañía

agrofrut 
C.I. Agrofrut S.A.S.

01

NUESTRA COMPAÑÍA

1.1 Nosotros

Somos la empresa agroindustrial líder en Colombia en el procesamiento de frutas tropicales y exóticas, con **más de 30 años** de experiencia atendiendo los mercados nacionales e internacionales. Nuestra línea principal son las pulpas de frutas, con nuestras marcas canoa, casa loma y más de 10 marcas privadas.



ORÍGENES

1.2

En el año 1992 nace la marca Canoa en una lluvia de ideas de nombres en un panel de socios, buscando un nombre que fuera corto, fácil de pronunciar en cualquier idioma y además que fuera alusiva al trópico y a las frutas tropicales.

Su objetivo principal fue encontrar una solución para los agricultores colombianos y sus familias para la comercialización y aprovechamiento de las frutas que no eran seleccionadas con calidad de exportación, pero las cuales servían para la fabricación de mermeladas de fruta, frutas deshidratadas y frutas en almíbar, iniciando con uchuva, brevas, mora, entre otras.

En enero de ese mismo año uno de sus fundadores asistió a la feria “semana verde” en Berlín con mermeladas y fruta en almíbar marca Canoa con sabores exóticos como café, tomate de árbol y uchuva, fabricado por terceros. Proexport Colombia le gustó la iniciativa y los invitó a la Feria Alimentaria en Barcelona España en marzo de 1992; fue tal el éxito que en este mismo mes se crea Agrofrut como empresa productora en el Municipio de Itagüí donde en agosto inició la primera producción propia de mermeladas, frutas en almíbar y frutas deshidratadas.

En el año 1994 surge la iniciativa del área comercial de producir pulpas de fruta; fue tal la acogida del producto en el mercado que fueron necesitando ampliar sus instalaciones en el Municipio de Itagüí. Posteriormente, en el año 1995 entra la línea de pulpa pasteurizada (no congelado). Debido al crecimiento de las ventas en el 2004 deciden trasladar la operación al Municipio de la Estrella.

Actualmente, la compañía tiene 32 años en el mercado nacional e internacional **y cuenta con más de 300 empleados directos e indirectos.**



Nuestros

PRODUCTOS

1.3



Pulpa de fruta congelada

- › Bandeja x 10 unidades sin azúcar (porción individual 90 gr)
- › Bolsa por 8 unidades sin azúcar (porción individual 120 gr)
- › Porción familia sin azúcar (barra 250gr)
- › Tableta sin azúcar (397 gr)
- › Bolsa sin azúcar (1 kg)
- › Tarrina con 10% de azúcar (1 kg)
- › Bolsa zipper mezclas saludables sin azúcar (90 gr)
- › Garrafa con azúcar (946 ml)
- › Garrafa con azúcar (1893 ml)
- › Bolsa zipper fruta con azúcar (540 gr)



Pulpa de fruta no refrigerada (casa loma)

- › Pulpa pasteurizada con azúcar (1 kg)
- › Pulpa pasteurizada sin azúcar (1 kg)



Frutas y tubérculos congelados

- › Tomate de árbol entero congelado (454 gr, 906 gr, 1359 gr)
- › Mora entera congelada (454 gr)
- › Lulo – naranjilla congelada (454 gr)
- › Papa criolla congelada (454 gr, 906 gr)
- › Arracacha congelada (454 gr)





Capítulo 02

Modelo de Negocio

agrofrut 
C.I. Agrofrut S.A.S.



02

Modelo

DE NEGOCIO

Nuestra cadena de valor parte desde la fruta que es cultivada en diferentes regiones de Colombia, con variedades de pisos térmicos y con diferentes ciclos de cosecha, de allá llega a nuestras instalaciones donde el personal calificado y alta tecnología la procesan y convierten en productos canoa y casa loma, que a través de nuestros proveedores y aliados locales e internacionales son llevados a nuestros consumidores finales quienes disfrutan de un producto Colombiano de la más alta calidad en su mesa.





› Nuestra fruta

Desde el campo colombiano llega nuestra fruta, la cual es cuidadosamente seleccionada **por más de 3500 campesinos**; con los cuales nuestra empresa ha venido creando acuerdos de compra de cosecha, buscando contribuir a la permanencia de ellos en sus tierras e incentivando la legalidad en el campo.

› Nuestra gente

Promovemos ambientes sanos para nuestro **personal colaborativo** con temas como el crecimiento del ser y el hacer, la participación activa y el fortalecimiento del liderazgo.

› Nuestros proveedores y aliados

Creamos alianzas con **nuestros proveedores de materias primas y servicios**, garantizando una alta disponibilidad de productos, y una red de distribución nacional e internacional.

› Nuestros clientes, consumidores

Nuestras marcas son líderes por su frescura, su variedad, su versatilidad y su aporte al bienestar, por tanto, buscamos fortalecer **relaciones con clientes y consumidores**, priorizando su satisfacción por medio de prácticas sostenibles y de calidad.



Canoa[®]



Casa loma[®]

DISTRIBUCIÓN DE MERCADO

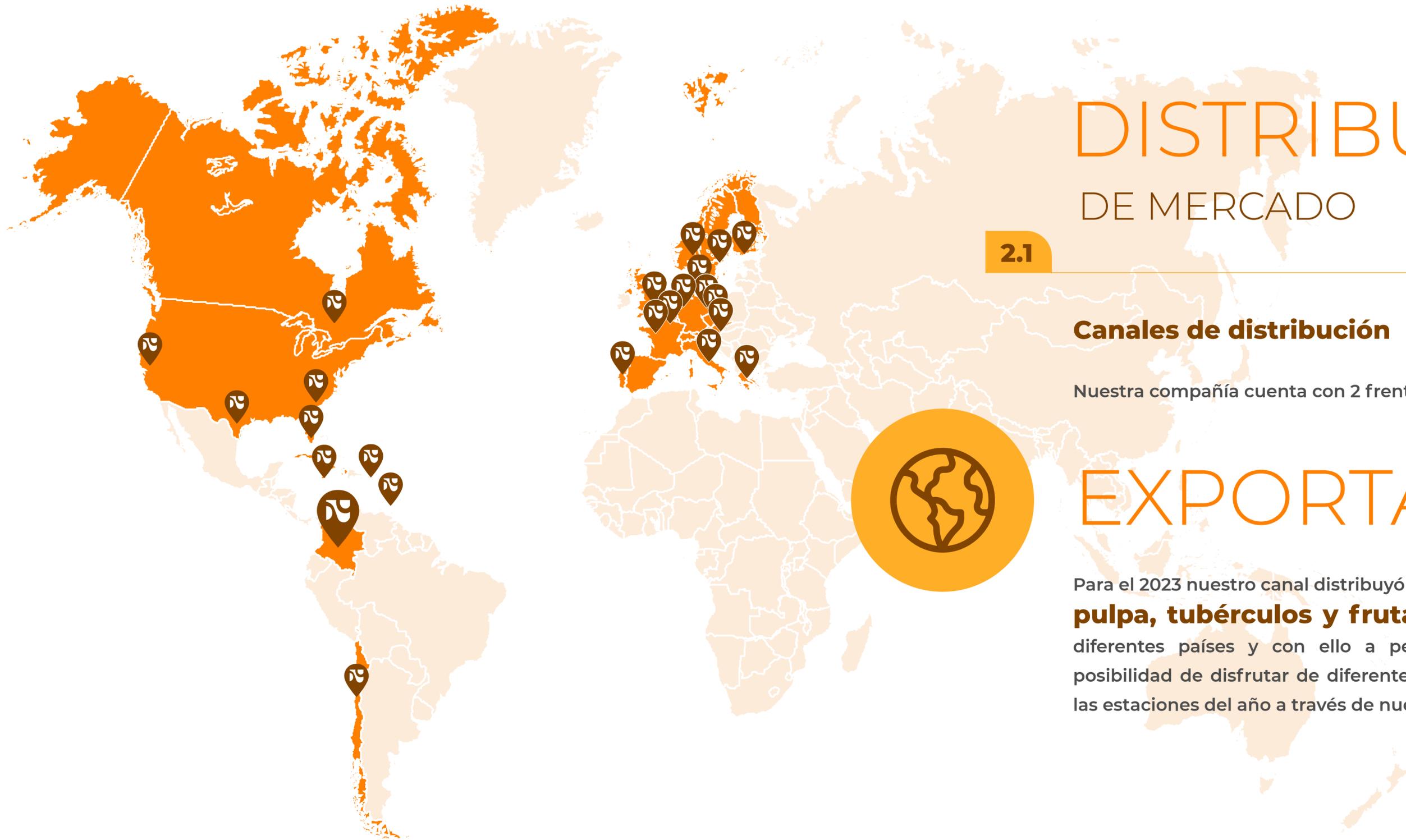
2.1

Canales de distribución

Nuestra compañía cuenta con 2 frentes de distribución:

EXPORTACIÓN

Para el 2023 nuestro canal distribuyó **más de 8000 Ton de pulpa, tubérculos y fruta congelada**, llegando a diferentes países y con ello a personas y familias dando la posibilidad de disfrutar de diferentes sabores tropicales en todas las estaciones del año a través de nuestro producto.



PRESENCIA INTERNACIONAL

Exportamos directamente en:

América del Norte

 **Canadá**

 **Estados Unidos**

Caribe

 **Jamaica**

 **Puerto Rico**

 **Trinidad y Tobago**

Suramérica

 **Chile**

En Europa contamos con un aliado estratégico que distribuye desde España hacia:

 **Portugal**

 **Italia**

 **Francia**

 **Grecia**

 **Alemania**

 **Suiza**

 **Bélgica**

 **Países Bajos**

 **Inglaterra**

 **Austria**

 **República Checa**

 **Dinamarca**

 **Suecia**

 **Noruega**

 **Finlandia**

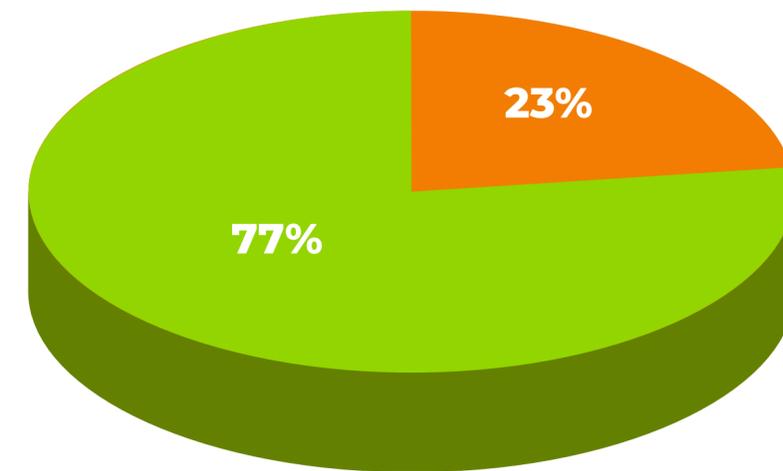


PARTICIPACIÓN DE MERCADO

2.2

Nuestros mercados, el internacional y nacional están distribuidos en porcentaje 77% y 23%, representando el **77% la exportación**, buscando llegar a mercados de nostalgia en el extranjero; y el **23% nuestro mercado nacional** que se enfoca en los HORECA (hoteles, restaurantes y casino) y Retail (almacenes de cadena).

Procentaje de ventas por mercado



77%

Exportaciones

23%

Nacional

PRODUCTO INSIGNIA

PULPA DE FRUTA

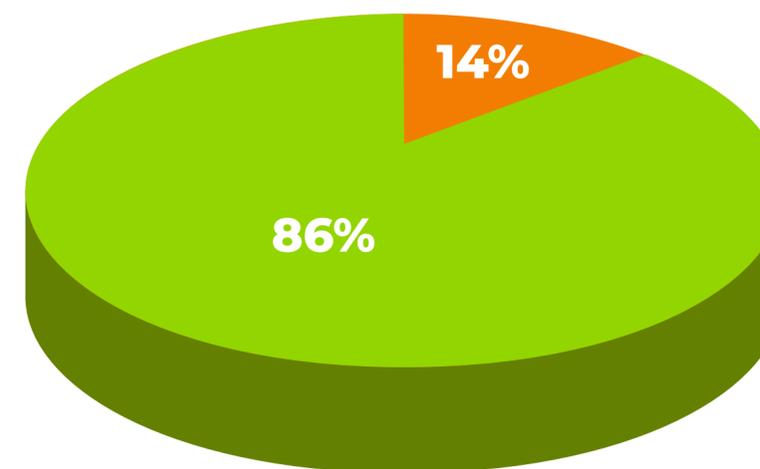
2.3

2.3.1 Ventas nacionales

Nuestras pulpas de fruta son comercializadas a través de dos modelos: Retail en las grandes superficies, e Institucional en servicios de alimentación, hoteles, restaurantes, clínicas y hospitales, entidades estatales como el PAE (**Programas de alimentación escolar**) y colegios, distribuidores minoristas y en el mercado industrial como materia prima para nuevos productos.

En 2023 se vendieron 4.795 Ton de pulpa de fruta en el mercado nacional, discriminados así: 86% institucional y 14% en el canal retail.

Porcentaje de ventas por
CANAL NACIONAL

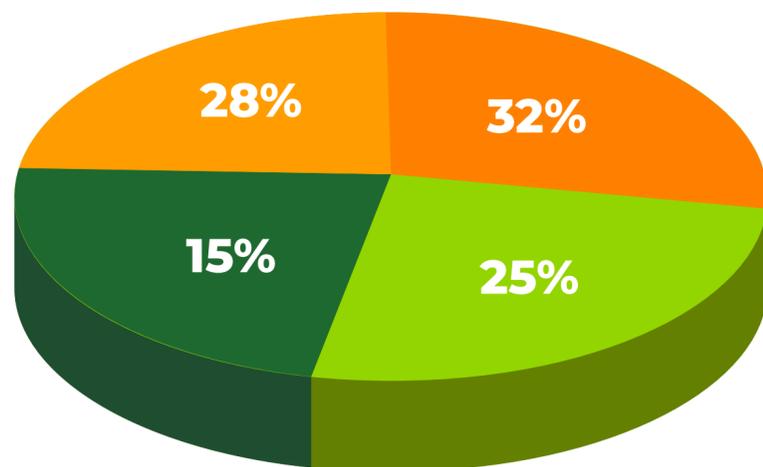


86% Institucional

14% Retail

Porcentaje de ventas por

REGIONES



32% Centro

28% Antioquia + Chocó

25% Costa + Eje Cafetero

15% Pacífico



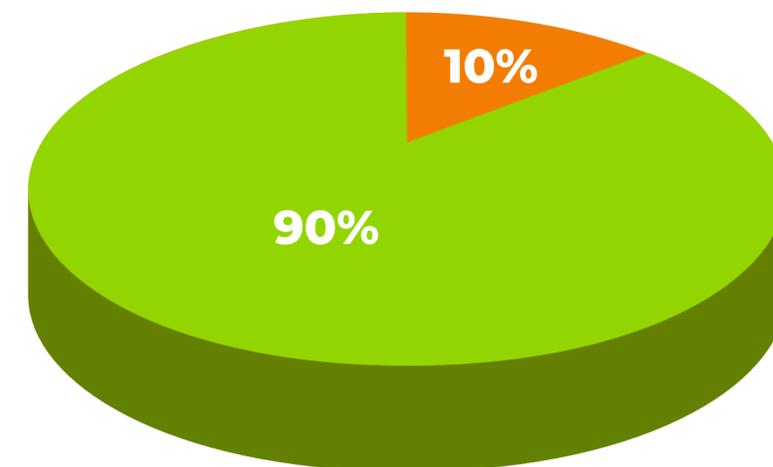
MERCADO

NACIONAL

Para el mercado nacional contamos con 176 clientes activos con 737 puntos de venta en el país, en los cuales el 90% es marcas propias y un 10% son marcas privadas.

Porcentaje de ventas por

MARCA NACIONAL



90% Marcas propias

10% Marcas Privadas

VENTAS EXPORTACIONES

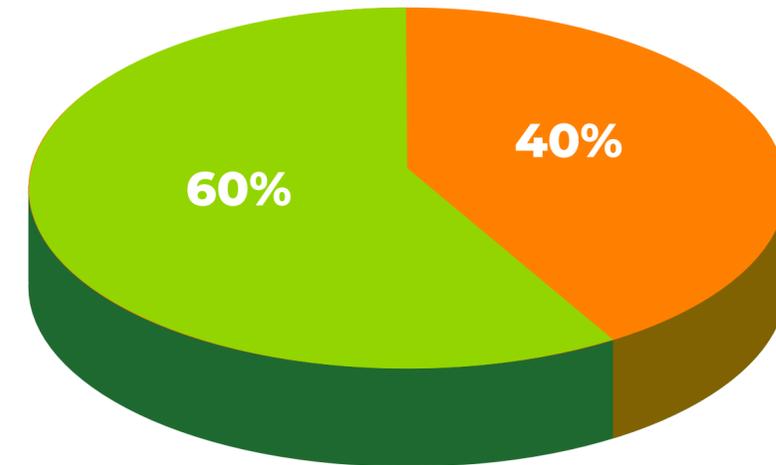
2.3.2

En el 2023 se vendieron **más de 8.000 Ton de Pulpa** para el mercado exportaciones, en **más de 20 países** ubicados en América del norte, caribe, sur y Europa, representando un crecimiento del 7% respecto a los kilos exportados en el año 2022.

El **60% son nuestras marcas** (canao y casa loma) y el **40% son marcas privadas** (terceros o maquilas).

Porcentaje de ventas por

MARCA

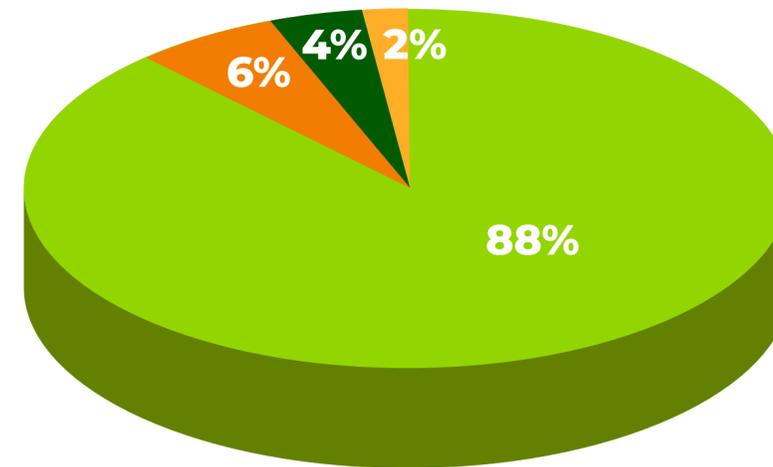


60% **Nuestras Marcas**

40% **Marcas Privadas**



Porcentaje de ventas por PAÍS EXPORTACIONES



88% América del Norte

4% Caribe

6% Europa

2% Suramérica

2.3.2.1

RECONOCIMIENTO AÑO 2024 ★ ★ ★ ★ ★

En el año 2024 recibimos el reconocimiento especial de mérito Exportador realizado por la Cámara de comercio Colombo Americana – AMCHAM, resaltando la trayectoria de 30 años exportando con prácticas de alta calidad e innovación y por el aporte al desarrollo agrícola y la sostenibilidad de la región y el país.





Capítulo 03

Desempeño Sostenible

03

DESEMPEÑO

SOSTENIBLE



ACERCA DE ESTE INFORME

3.1

Agrofrut estructura este informe de gestión para el año 2023 buscando dar a conocer a sus grupos de interés como la organización ha impactado a lo largo del tiempo a su cadena de valor productiva.

Para este año se describe la gestión de los recursos, la gobernanza, el desempeño durante el año en los pilares colaborativos, transformacional y natural, nombrados de acuerdo a la cultura institucional, siendo el pilar transformacional la información de orígenes, información financiera, políticas, visión y valores empresariales; el pilar natural con información acerca del cambio climático, la polución y residuos y por último el pilar colaborativo donde se muestra la gestión del recurso humano, la seguridad y salud en el trabajo, la seguridad de producto y las oportunidades en nutrición y salud.

Este informe corresponde a la primera versión voluntaria, elaborado para el periodo comprendido entre 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023.





GOBERNANZA DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

3.2

Agrofrut ha implementado una estrategia de sostenibilidad que es liderada por la dirección de sostenibilidad quien reporta a las Gerencias de la compañía.

Dicha área es la responsable de articular a las diferentes áreas con el fin de dar cumplimiento a las metas propuestas a través de los diferentes proyectos que se desarrollan durante el año.

Agrofrut cuenta con un marco de políticas que permiten irradiar a lo largo y ancho de la compañía las buenas prácticas de sostenibilidad como son:

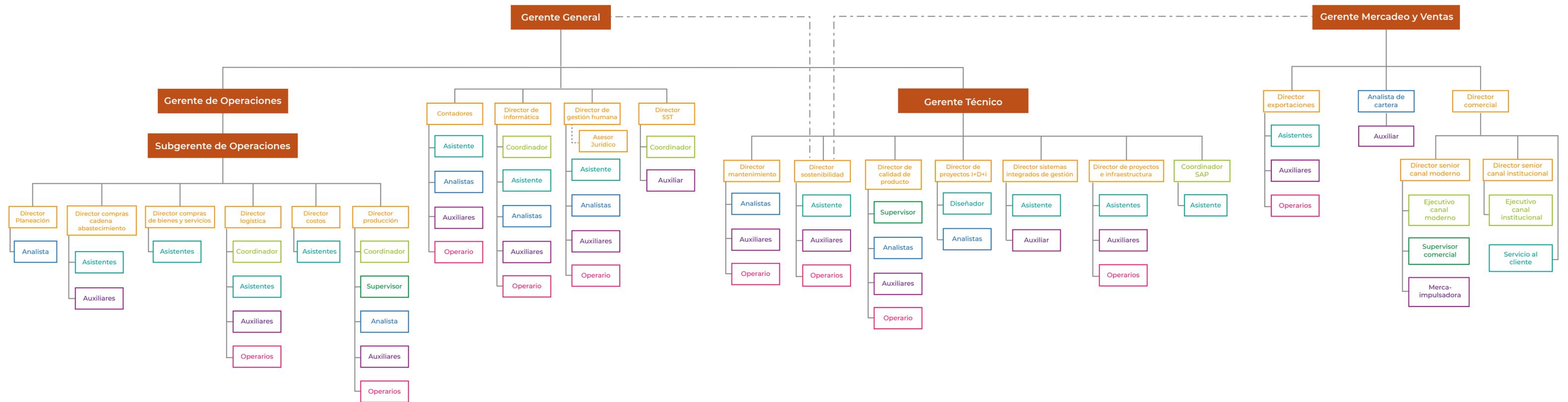
1. Sostenibilidad empresarial
2. DDHH
3. Anticorrupción y soborno
4. Política de contratación
5. Prevención de consumo de sustancias psicoactivas
6. Gestión integral
7. Conflictos de interés
8. Dádivas, obsequios y regalos

ESTRUCTURA GERENCIAL

3.3

Convenciones

- | | | |
|---------------|-------------|-----------------|
| ■ Gerente | ■ Asistente | — Interno |
| ■ Director | ■ Analista | ⋯ Externo |
| ■ Coordinador | ■ Auxiliar | ⋯ Codependencia |
| ■ Supervisor | ■ Operario | |



CONEXIÓN

CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

3.4

Nuestra meta de sostenibilidad empresarial está enfocada en aportar a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) propuestos por la ONU para transformar el mundo para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar el crecimiento a largo plazo de la sociedad.

En el año 2023 se priorizaron los siguientes ODS, enmarcando las acciones internas realizadas en nuestra compañía y el aporte a través de nuestra cadena de valor representada en el apoyo al campo colombiano:

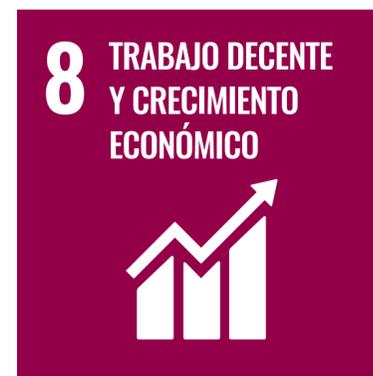
ODS 5: Igualdad de género

ODS 7: Energía asequible y no contaminante

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico

ODS 13: Acción por el clima

ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.



Además, teniendo en cuenta nuestra política de sostenibilidad que se enmarca en los ejes natural, colaborativo y transformacional haciendo referencia a lo ambiental, social y de gobierno, como elementos fundamentales en nuestro desarrollo.

NATURAL



Meta 7.2: Aumentar sustancialmente el porcentaje de la energía renovable en el conjunto de fuentes de energía.

- › **4%** uso de energía eléctrica fotovoltaica
- › **96%** uso de energía eléctrica renovable



Meta 13.1: La gestión del cambio climático como tema primordial en las estrategias, políticas y planes de la organización.

- › **+4%** variación de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) categoría 1. *(año 2021-2022)
- › **4%** uso de energía eléctrica fotovoltaica
- › **96%** uso de energía eléctrica renovable

TRANSFORMACIONAL



Meta 17.11: Fortalecer los medios de implementación de alianzas para promover el desarrollo sostenible.

- › Aumentamos las exportaciones en un **7%** respecto al año 2022

COLABORATIVO



Meta 5.5: Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo en la organización.

- › **37.8%** mujeres en los diferentes roles de la Organización
- › **42.8%** mujeres en cargos directivos



Meta 8.5: Empleo pleno y trabajo decente con igualdad salarial.

- › **337** colaboradores directos, indirectos y aprendices
- › **440** horas de capacitaciones al año
- › **69M** inversión en calidad de vida y auxilios para empleados.

Meta 8.6: Reducción de los jóvenes sin trabajo ni estudios.

- › **69** jóvenes entre los 18 y 25 años vinculados a la empresa

Meta 8.8: Protección de los derechos laborales y trabajo seguro.

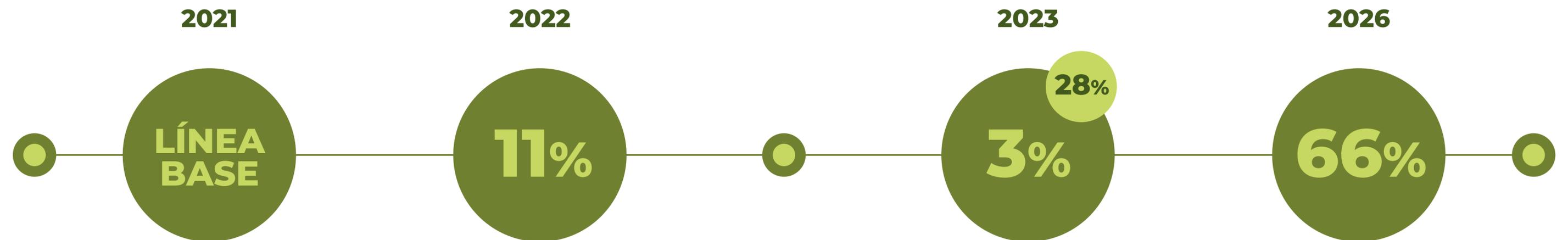
- › **5.3%** índice de frecuencia de accidentalidad para personal directo

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

3.5

3.5.1 Mega 2022-2026

Para la MEGA 2022-2026 la meta se estructuró con el incremento de las ventas en un 66% con respecto al 2021.



En el 2022 alcanzamos nuestra meta de crecimiento del **11%** con respecto al 2021, con una venta total de: **12.797.153 kilos**

En el 2023 alcanzamos un **3%** de un **28%** proyectado respecto al 2021, este resultado se debe al cambio de enfoque, pasando de ser **kilos vendidos a rentabilidad**

En 2023 el enfoque de la compañía fue hacer revisión y seguimiento de margen por la línea de producto y canal de venta, y por lo tanto se realiza redefinición de la estructura de costos, se lanzan listas de precios y se depuran productos, canales de venta y clientes.



3.5.2 Misión

MISIÓN

Dar valor a las frutas y verduras como nuestro recurso natural, ofreciendo al mundo beneficios de salud, practicidad, respaldo e inocuidad, fomentando el desarrollo agrícola del país.

3.5.3 Diferenciadores de nuestro modelo de negocio



Nuestra compañía cuenta con una capacidad instalada de producción para el **procesamiento de fruta de 9.000 ton/mes, y de envasado de pulpa de 2.720 ton/mes.**



Contamos con 1600 racks para almacenamiento de materias primas, logrando suministro continuo a nuestros mercados todo el año.



Para el año 2023, nuestros productos fueron almacenados con **nuestro aliado centro logístico Megafin – Icestar,** el cual cuenta con 8500 posiciones de las cuales nuestra compañía ocupa entre 3500 y 4500 posiciones al año. Como aporte a nuestras estrategias de sostenibilidad, este **se encuentra a menos de 100 metros de distancia, disminuyendo tiempos de transporte, emisiones de gases, mano de obra, mejorando la estabilidad e inocuidad del producto.**





Capítulo 04

Pilar Transformacional
- Económico

agrofrut 
C.I. Agrofrut S.A.S.



04
PILAR
TRANSFORMACIONAL -
ECONÓMICO





4.1 Visión de compañía

VISIÓN

Ser la mejor versión de nosotros mismos, de nuestra empresa y de nuestros productos, para lograr sostenibilidad y mayor cobertura a nivel nacional e internacional.

MAR - VIE



4.2 Valores empresariales

COHERENCIA

Actuamos de acuerdo con nuestros principios y mantenemos una conducta correcta en todo momento, para cumplir con eficacia las tareas que nos han sido encomendadas.

LIDERAZGO

Nos ayudamos mutuamente para avanzar a un nivel motivacional más alto, somos gestores del cambio para alcanzar un objetivo común y un crecimiento personal.

CALIDEZ

Pensamos en los demás y en su manera de sentir para ajustar nuestra conducta y mostrar así amabilidad, comprensión y alta disposición de servicio.

DINAMISMO

Somos flexibles y tenemos mente abierta para lo nuevo, lo que funciona y lo que nos hace diferentes, actuamos con energía y prontitud.

COMPROMISO

Desarrollamos acciones de forma consciente y estamos en la capacidad de responder a tiempo y enfrentar con inteligencia, esfuerzo, interés, creatividad y convencimiento las situaciones que se nos presentan.

4.3 ERP – SAP BUSINESS ONE

En el 2023 iniciamos uno de los proyectos más importantes de nuestra empresa, nuestro ERP – SAP Business One con nombre OFTARO y BEAS MANUFACTURING.

Con este lograremos optimizar, favorecer procesos, tomar las mejores decisiones, aumentar seguridad y reducir costos operacionales.



Para el año 2024 se tiene proyectado la implementación del sistema de gestión de almacenes global Produmex. Una solución para administrar las funciones de logística de entrada y salida de producto.





Capítulo 05

Pilar Natural - Ambiental

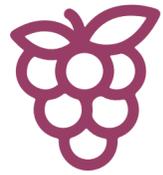
agrofrut 
C.I. Agrofrut S.A.S.



05

PILAR NATURAL -
AMBIENTAL





CAMBIO CLIMÁTICO

(ODS 13)

5.1

5.1.1 Huella de carbono de proceso

5.1.1.1 Programa de reducción de emisiones en operaciones “declaración de GEI”

Agrofrut como estrategia para mitigar el cambio climático, en el año 2022 comenzó la medición de gases de efecto invernadero, tomando como línea base el año 2021 para la categoría 1 y 2, por ser un año representativo en la compañía.

A partir de esta medición y continuando con los datos del 2023, estamos en la identificación de las estrategias de reducción de emisiones atmosféricas de nuestro proceso productivo.

Realizamos el cálculo de nuestro inventario de emisiones para las categorías 1 y 2 mediante un enfoque de control operacional utilizando calculadora propia, en la cual consolidamos la información de los diferentes indicadores ambientales.

Realizamos el cálculo de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero que se generan en nuestro proceso productivo y reportamos todos los valores en CO_{2e} utilizando los factores de emisión para cada tipo de fuente establecidos por el IPCC y el GHG Protocol, con el fin de hacer comparativo entre año base y años siguientes.

5.1.1.2 Emisiones directas, emisiones indirectas

Las emisiones directas asociadas a nuestro proceso productivo para el año 2023 fueron de 1099.91 Ton CO_{2e}, e indirectas de 0, debido a que usamos energía 100% renovable con a la implementación de sistema fotovoltaico y con la compra de energía renovable certificada (I-REC).

Año	Categoría 1 (Ton CO _{2e})	Categoría 2 (Ton CO _{2e})		Categoría 1+2 (Ton CO _{2e})	
		Location base	Market base	Location base	Market base
2023*	1099.91	279.98	0	1379.89	1099.91
2022	1191.09	300.7	0	1491.79	1191.09
2021	1238	287.64	0	1525.64	1238

* Información calculada de manera interna

Las emisiones asociadas a Market base corresponden a la compra de energía renovable para nuestra planta 100% renovable.

5.1.1.3 Emisiones biogénicas

Las emisiones biogénicas corresponden al uso de combustible gasolina en procesos asociados al sistema productivo, el cual usa 6% de etanol para el año 2021, 2022 y 2023.

Año	Emisión (Ton CO _{2e})
2023	0.67
2022	0.88
2021	2.7





5.1.1.4 Emisiones generadas e intensidad de las emisiones

Nuestra huella de carbono está directamente asociada a las toneladas de pulpa de fruta vendidas, las cuales han tenido un incremento continuo año tras año.

Año	Categoría 1 (Ton CO _{2e})	Categoría 2 (Ton CO _{2e})		Categoría otros (Ton CO _{2e}) Transporte	Total (Ton CO _{2e})		Total/ton de pulpa (Ton CO _{2e} /Ton de pulpa)	
		Location base	Market base		Location base	Market base	Location base	Market base
2023	1099.91	279.98	0	N/R*	1379.89	1099.91	0.13	0.10
2022	1191.09	300.7	0	2861.07	4352.86	4052.16	0.340	0.317
2021	1238	287.64	0	N/R*	1525.64	1238	0.12	0.099

*No registra: No se realizó medición para otras categorías en el año 2021 y 2023.

Año	Categoría 1 + 2 (Ton CO _{2e})		Total 1+2/ton de pulpa (Ton CO _{2e} /Ton de pulpa)		Total otros (Ton CO _{2e})	Total otros/ton de pulpa (Ton CO _{2e} /Ton de pulpa)
	Location base	Market base	Location base	Market base		
2023	1379.89	1099.91	0.13	0.10	N/R*	N/R*
2022	1491.79	1191.09	0.117	0.093	2861.07	0.22
2021	1525.64	1238	0.12	0.099	N/R*	N/R*

*No registra: No se realizó medición para otras categorías en el año 2021 y 2023

5.1.1.5 Energía “Eficiencia energética” (ODS 7)

La energía eléctrica asociada a las operaciones de nuestro proceso productivo se compone de energía convencional EPM y energía fotovoltaica.

La energía convencional EPM es certificada verde por I-REC representando un 96% de nuestro consumo y la **energía solar generada con 220 paneles** corresponde al 4% para el año 2023.



7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

Tipo de energía	Unidad	2021	2022	2023	% diferencia año base
Fotovoltaica (evitada)	kW/h-año	91918	96093	100026	Aumentó 9%
EPM verde (comprada I-REC)	kW/h-año	2,190,858	2,386,749	2,362,326	Aumentó 7%
Consumo total de energía	kW/h-año	2,282,776	2,482,842	2,462,352	Aumentó 7%

Debido al uso de estas energías limpias en nuestro proceso de producción, contribuimos a la reducción de los GEI para los años 2021, 2022 y 2023, evitando y compensando:

287.6
Ton CO_{2e}
para el año 2021

349.16
Ton CO_{2e}
para el año 2022

279.98
Ton CO_{2e}
para el año 2023





5.1.1.6 Reducción del uso de energía

El consumo de energía por kg de pulpa producido fue estable respecto al año 2022, conservando **un indicador promedio de 0.107 kW-h/kg de pulpa procesada**, gracias a las inversiones en tecnologías de equipos de procesos productivos y optimización de consumos de energía eléctrica.

5.1.1.7 Emisiones atmosféricas por combustión

La energía térmica no renovable corresponde al uso de combustibles fósiles (carbón mineral) para la generación del vapor de agua requerido en los procesos de producción.

Las emisiones contaminantes del aire sumaron para el año 2023 de 74 kg de MP, 3051 kg de SO₂, y 976 kg de NO_x.

Combustible	Unidad	2021	2022	2023	% diferencia año base
Carbón mineral bituminoso	Ton CO _{2e} /año	868.7	1070.9	971	+11%



CAPITAL NATURAL

5.2

5.2.1 Recurso hídrico

5.2.1.1 Gobierno y estrategia en operaciones

El agua usada en nuestra compañía es suministrada por el acueducto de Empresas Públicas de Medellín.

Para el año 2023 se consumieron **39.198 m³** para los procesos de lavado de equipos, lavado de infraestructura, lavado y desinfección de frutas y tubérculos, servicios domésticos entre otros.

Se crea el comité de uso eficiente y ahorro de agua para buscar la optimización de los procesos por medio de acciones de reducción y sensibilización de los colaboradores.

5.2.1.2 Metas

5.2.1.2.1 Metas disminución consumo de agua

Agrofrut registró una reducción en su indicador de consumo de agua por kg de pulpa procesada del 4% respecto al 2022.

Las reducciones registradas se deben a proyectos de identificación de fugas, concientización del personal en uso del recurso, optimización de procesos productivos y dispositivos ahorradores en líneas de proceso.

5.2.1.2.2 Historial de cumplimiento de metas de consumo de agua

Año	2021	2022	2023
-----	------	------	------

Indicador de consumo (L/kg de pulpa)	1.71	1.74	1.67
--------------------------------------	------	------	------

Año	2021	2022	2023
-----	------	------	------

Consumo total de agua (m ³ /año)	43.934	41.022	39.198
---	--------	--------	--------





5.2.2 Gestión de vertimiento

Agrofrut cuenta con un sistema de tratamiento de agua residual no doméstica (PTARnD) para tratar el agua proveniente de los procesos productivos de la compañía, buscando mejorar la calidad del recurso.

Para optimizar la gestión de vertimiento y repotenciar PTARnD, la Compañía invirtió cerca de **COP 1.244 millones.**

POLUCIÓN

Y RESIDUOS

5.3

5.3.1 Material de empaque

Para el año 2023 se compraron **1.881.576 unidades de cartón**, de los cuales **el 98% de este material es certificado reciclado**.

El material plástico comprado para garantizar la inocuidad de nuestros productos fueron 115.812 kg y 21.371.053 unidades.

Desde el año 2023 se ha venido avanzando con el departamento de investigación y desarrollo en realizar ecodiseño para los empaques de nuestros productos, tomando inicialmente la bandeja PET como material posible para este desarrollo. Como objetivo para el 2024-2025 se espera sustituir este material, buscando disminuir el uso de plástico de un solo uso en empaques secundarios.

Durante el año 2024 se tiene como meta implementar un nuevo sistema de marcación de cajas, por medio de una marcadora láser, la cual permite quemar sobre la caja la información deseada, disminuyendo significativamente el consumo de sticker (plástico de un solo uso) en la compañía y minimizando el desperdicio de material de empaque cartón al homologar las referencias.



5.3.2 Residuos

Para Agrofrut es prioridad implementar modelos de recuperación de materiales y empaques, por medio de la gestión adecuada de sus residuos y la disminución de la disposición final en rellenos sanitarios.

Para lograrlo, se implementan iniciativas que contribuyan a:

- › Reducir la generación de residuos desde nuestro proceso productivo, incentivando la separación in-situ a nuestros colaboradores.
- › Innovar en diseño de material de empaque por medio de materiales eco-amigables disponibles en el mercado.
- › Disminuir la pérdida de alimentos por medio de donaciones a fundaciones asociadas a la compañía.
- › Cumplir con normativa vigente en Responsabilidad extendida del productor, buscando disminuir el material de empaque que llega a los rellenos sanitarios por medio de alianzas con el colectivo REPACK de SOCYA-Asei.

Logo	Descripción	Donación de Dinero	Donación en KG
	Fundación Banco Arquidiocesano de alimentos: Proporciona alimentos y esperanza a quienes más lo necesitan, por medio de la Arquidiócesis de Medellín	\$167,036,651	52,672
	Fundación Hogar San Mauricio: Acoge y protege la niñez y juventud desamparada, brindándoles educación, albergue y alimentación.	\$38,690,915	6,129
	Corporación empresarial del sur del valle de Aburrá: Generan transformaciones desde la Responsabilidad Social Territorial, como camino a la sostenibilidad del sur del Valle de Aburrá.	\$39,561,966	14,110
	Corporación ECOAYUDAR: Crean labor social, enfocado en el cuidado del medio ambiente y el campesino.	\$279,277	35
TOTAL		\$245.568.759	72.946

5.3.3 Manejo y disposición de residuos postindustriales

Los residuos postindustriales de nuestra compañía son diferenciados por tipo de material, con diferente manejo y disposición final.

Para su disposición contamos con aliados estratégicos que nos garantizan un correcto y adecuado manejo de estos y se realiza trazabilidad de disposición final y aprovechamiento a partir de los certificados:

5.3.3.1 Aprovechables

Se hace la **separación de 42 tipos de materiales** que son entregados a gestores autorizados para darles un nuevo uso.

5.3.3.2 Orgánicos

Contamos con el **aliado estratégico Eco-ciclo** que nos realiza el transporte y tratamiento de los residuos de fruta, lodos de PTARnD y poda, llevándolos a un proceso de compostaje.

5.3.3.3 Peligrosos

Se hace entrega de los materiales a la empresa autorizada por la autoridad ambiental para transporte, tratamiento y disposición final de acuerdo con la normatividad.

% de representación por tipo de residuo	2021	2022	2023
Aprovechables	3.73	4.88	2.99
Orgánicos	95.73	93.26	95.5
Peligrosos	0.03	0.02	0.03
Ordinarios	0.51	1.84	1.49

Residuos destinados a la eliminación fuera de la instalación

Disposición final	Residuos no peligrosos	Cantidad generada (ton/año)		
		2021	2022	2023
Compostaje	Poda	19	6.91	8.145
	Lodos	66.714	48.04	81.55
	Fruta	6585.74	5217.15	7623.54
Reutilización /reciclado	Plástico	201.79	190.507	107.07
	Cartón	29.002	24.101	35.13
	Papel	5.118	0.699	5.02
	Metálicos	17.221	58.727	15.75
	Costales	7.387	9.732	11.19
Vertedero	Ordinarios	35.2	23.24	22.66

Residuos peligrosos	Cantidad generada (ton/año)		
	2021	2022	2023
Aprovechamiento	0.2835	0.2645	7.4707
Biorremediación	0.868	0.1798	0.5944
Relleno de seguridad	0.1999	0	0.3506
Incineración	0.9447	0.474	1.1498



INVERSIONES AMBIENTALES

5.4

Para el año 2023 se realizaron inversiones en temas ambientales con el fin de darle cumplimiento a requisitos legales y para disminuir consumos de recursos naturales, como se discriminan a continuación.

		Inversión
Cambio climático	Huella de carbono	\$ 20'300.928
	Emisiones atmosféricas	\$ 55'300.048
Capital natural	Recurso hídrico	\$ 78'577.233
	Gestión vertimientos	\$1.244.000.000
Polución y residuos	Material de empaque	\$ 416'934.000
	Residuos	\$ 881'619.729
	Donaciones	\$ 245,568,759
Total		\$ 2'942.300.697



Capítulo 06

Pilar Colaborativo - Social

06

PILAR

COLABORATIVO- SOCIAL

Agrofrut en la búsqueda permanente del desarrollo humano realiza estrategias para fortalecer el potencial de las personas, mediante la colaboración y la implementación de iniciativas sostenibles que impacten a los colaboradores, la seguridad del producto y la mejora de la salud y la nutrición.



GESTIÓN

DEL RECURSO HUMANO

6.1

Para el año 2023 buscamos ser una compañía que impacte la experiencia de nuestros colaboradores con el objetivo de la fidelización, el compromiso y la conexión del personal con los objetivos y metas de la compañía.

6.1.1 Afiliaciones de empleados

Nuestro personal colaborativo directo e indirecto cuenta con afiliación a la seguridad social (salud, pensión, caja de compensación, ARL, fondo de cesantías).

6.1.2 Diversidad de colaboradores

› Empleados directos, indirectos y aprendices

Empleados	Año 2023	Año 2022
Directos	223	225
Indirectos	112	85
Aprendices	2	0
Total	337	310

› Cargos directivos por género (gerentes, directores y coordinadores)

	Año 2023	% representatividad	Año 2022	% representatividad
Hombres	18	58.1	14	51.8
Mujeres	13	41.9	13	48.2

*Cargos administrativos encargados de la planificación, organización, dirección y control de los procesos.

› Cargos administrativos intermedios

	Año 2023	% representatividad	Año 2022	% representatividad
Hombres	57	55.9	49	53.2
Mujeres	45	44.1	43	46.8

*Cargos enfocados en actividades administrativas y operativas encargados de ejecución de procesos desde ambos enfoques.

› Cargos operativos por genero

	Año 2023	% representatividad	Año 2022	% representatividad
Hombres	128	62.7	114	59.7
Mujeres	76	37.3	77	40.3
Total	204		191	

*Cargos operacionales enfocados en cargue, descargue, procesamiento, empaque de producto, entre otros de materias primas, insumos, y demás.

› % colaboradores por edad

Edad (años)	Año 2023	% representatividad	Año 2022	% representatividad
18-25	64	19	60	19.4
26-40	199	59	176	56.8
41-60	71	21	68	21.9
>60	3	1	6	1.9



6.1.3 Bienestar y calidad de vida de los colaboradores

Con cada una de estas actividades propuestas buscamos mantener un buen clima laboral, ser una compañía familiarmente responsable, que se preocupa por el bienestar de sus colaboradores y el de sus familias, aportar al crecimiento y formación de nuestro personal, a la mejora de la calidad de vida, la recreación, la motivación, el reconocimiento y fidelización de los colaboradores y sus familias.



6.1.4 Capacitaciones a colaboradores

En 2023, fueron desarrolladas **50 capacitaciones** al personal directo e indirecto de la compañía con una **inversión de 440 horas** en temas como:

- › HACCP e inocuidad de alimentos
- › Certificaciones BASC
- › Manipulación de alimento
- › Manejo seguro de carga e inspección de vehículos
- › Ciberseguridad
- › Responsabilidad Social Empresarial
- › Código de ética
- › Prevención de alcohol y drogas
- › Corrupción y soborno
- › Sagrilift
- › Buenas prácticas de manufactura (BPM)
- › Manejo de Power BI
- › Manejo del estrés
- › Salud mental
- › Gestión de emociones
- › Relaciones interpersonales
- › Prevención del acoso laboral
- › Propósito de vida
- › Responsabilidad y empoderamiento
- › Información contable y tributaria
- › Auditor interno en sistemas de gestión ISO, FSSC, BPM y HACCP
- › Atención de derrames
- › Manejo de residuos
- › Manejo de calderas
- › Escuela de formadores
- › Crianza respetuosa
- › Gestión del cambio
- › Escuela de líderes

6.1.5 Eventos Gestión Humana

Se llevaron a cabo eventos con todo el personal directo e indirecto de nuestra compañía enfocados en el desarrollo y disfrute de la persona y sus familias.

Actividad	Impacto
Celebración de cumpleaños	327 cumpleaños celebrados por medio de un regalo.
Taller de manualidades	18 familiares participativos en taller de pintura.
Feria de Vivienda	Se realizó un stand con fondo de protección, Comfenalco y bancos para subsidios, ahorros y créditos vivienda.
Clases de rumba aeróbica y baile	30 personas administrativas participaron en esta actividad que fue en alianza con Comfenalco y Secretaría de la Mujer de la Alcaldía de La Estrella.
Sorteo de computadores	1 persona operativa y 1 persona administrativa fueron los ganadores de computadores portátiles para apoyar a sus hijos en labores de colegios. (requisito tener hijos en edad escolar y no contar con computador en casa).
Celebración del Día de la Madre y Día del Padre	158 obsequios entregados a madres y padres colaboradores.
Quinquenios	50 colaboradores fueron reconocidos por su labor al cumplir 5, 10,15, 20, 25, 30 años al servicio de la compañía.
Día de sol	330 empleados disfrutaron de un día de sol con compañeros de trabajo.
Feria del Emprendimiento	330 empleados y sus familiares tuvieron la oportunidad de participar en la feria del emprendimiento, donde se apoyaron los desarrollos de los empleados y familiares.
Visita de hijos de los empleados a la planta producción	60 niños conocieron el proceso productivo donde trabajan sus padres. Niños entre 6 y 12 años.
Celebración del Día del Niño	148 regalos a los niños entre los 0 y los 12 regalos.
Reconocimiento a la Brigada de Emergencia	20 colaboradores recibieron reconocimiento y souvenir por apoyo en brigada de emergencia.
Sorteo mejoras de vivienda	Rifa de 2 sorteos de mejora de vivienda, cada una por un valor de \$2'000.000. - Gloria Elena Hoyos Parra hizo cambio de piso. - Sebastián Castaño Murillo realizó instalación de redes eléctricas.
Sorteo de viajes	Mariana Correa se ganó un viaje a Santa Marta con 1 acompañante.



6.1.6 Oportunidades para todos

Para nuestra organización es muy gratificante poder contribuir con la realización de los sueños y proyectos de nuestros colaboradores y sus familias, por lo que contamos algunas historias de vida de nuestros colaboradores:



VIAJES

› En el año 2022 realizamos una actividad llamada mi primera vez en el mar en la cual se beneficiaron dos de nuestras colaboradoras que no conocían al mar, las cuales obtuvieron una excursión por Coveñas con todos los gastos y así pudieron hacer realidad el sueño de conocer el mar por primera vez, además del viaje se les entregó un bono a cada una para compras para el viaje. Gloria Hoyos de 52 años y Olga Rueda de 46 ambas madres cabeza de hogar, debido a las múltiples ocupaciones y gastos familiares nunca habían tenido la oportunidad de hacer un viaje como este. Para nosotros como empresa fue una gran satisfacción poder hacer parte de esta maravillosa experiencia.

› En el año 2023 la colaboradora Mariana Correa de 30 años, también fue la ganadora de un sorteo navideño el cual consistía en un **viaje a Santa Marta** con todos los gastos pagos para dos personas, nuestra colaboradora tuvo la oportunidad de viajar junto a su madre y por primera vez viajaron en avión y conocieron el mar. Para ambas fue un sueño hecho realidad ya que dentro de su dinámica familiar lo veían como un plan difícil de realizar.



MEJORAS DE VIVIENDA



› En el 2023 se realizó un sorteo de **dos bonos de reforma de vivienda** de 2 millones cada uno, los colaboradores ganadores de este beneficio fueron GLORIA ELENA HOYOS Y SEBASTIAN POSADA MONA, ambos cabezas de hogar.

SEBASTIAN, utilizó este dinero para ponerle la electricidad a su casa y así mejorar la calidad de vida de su familia ya que no contaban con estos servicios.

Doña GLORIA, utilizó el dinero para ponerle cerámica al piso de su casa, y así mejorar las condiciones de su vivienda.

Como compañía nos llena de emoción saber que nuestros colaboradores y su grupo familiar puedan mejorar sus condiciones de vida por medio de estos beneficios.



ESCUELA DE FORMADORES



› Realizamos **capacitación a 8 operarios de cargos críticos** de planta para certificarlos como formadores y gestores de cultura, se dictaron temas como: creencias limitantes, comunicación asertiva, resolución de conflictos, liderazgo, cultura y valores. Con el objetivo de brindar herramientas desde el ser y hacer, generando consciencia de la importancia del rol para la empresa y en como enseñar y transmitir sus conocimientos a los demás.



PATROCINIO PARA ESTUDIANTES SENA

› Para el año 2023 la compañía empezó **patrocinando a 3 tres estudiantes del Sena**, de municipios apartados como Santafé de Antioquia, Olaya-Antioquia y Liborina, brindando apoyo de sostenimiento durante toda la época de estudio y hasta finalizar sus prácticas, esto impacta positivamente en estos jóvenes de estratos 1 y 2, ya que debido a que **residen en zonas apartadas** y por ende se les dificulta encontrar este apoyo.

Para el año 2024 este mismo beneficio se está brindando a los **hijos de nuestros colaboradores**, motivándolos a estudiar y a trabajar por sus sueños, por lo que **contamos con dos hijos de empleados con apoyo Sena vigente**.



ESCUELA DE LÍDERES

› Impactamos a **35 líderes de las diferentes áreas** en cargos de dirección, supervisión, asistentes y líderes que manejan personal. Con el objetivo de fortalecer competencias blandas de liderazgo enfocadas a formar líderes efectivos y empáticos.



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

› En el año 2023 se ha dado mayor fuerza al plan carrera y crecimiento de los colaboradores dentro de la misma organización, permitiéndoles que tengan otras oportunidades dentro de su misma área u otras. **Para este año iniciaron el proceso 76 colaboradores de los cuales 60 terminan y 55 cambian de rol.**

6.1.7 Beneficios educativos

Agrofrut incluye dentro de su plan de bienestar 2023, el proyecto de subsidio educativo del **30% del valor de la matrícula semestral a los colaboradores de las áreas administrativas** que desearan iniciar o continuar sus estudios de educación superior, los cuales son otorgados hasta la terminación de los estudios.

Se otorgaron 11 becas de estudio con una inversión en el segundo semestre del año, de \$20'778.948, los cuales estuvieron distribuidos así:



Adicionalmente, se realizaron actividades de capacitación con aliados estratégicos en temas como:

- › Escuela de formadores y gestores de cultura
- › Escuela de líderes
- › Brigada de emergencia
- › Crianza respetuosa
- › Power BI

6.1.8 Convenios con entidades

Agrofrut realiza alianzas estratégicas para el desarrollo de estrategias de valor compartido.



6.1.9 Evaluación de desempeño

La Organización obtuvo un promedio de calificación de 3.67 sobre 4.0, siendo un nivel de desempeño alto, evidenciando que el plan de trabajo del año obtuvo un resultado favorable. Este resultado se dio de la evaluación de 195 empleados que llevaban laborando más de 6 meses desde el momento de su vinculación.

SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

(SGSST)

6.2

En nuestra compañía trabajamos en pro de lograr operaciones 100% seguras para nuestros trabajadores directos e indirectos.

La seguridad es nuestra prioridad número uno por lo que trabajamos a diario para identificar, gestionar y mitigar los riesgos de tal manera que evitemos accidentes.

Estamos comprometidos con la promoción de la salud de nuestros colaboradores. Por esto, en el 2023 tuvimos un total de 337 trabajadores cubiertos por el sistema de seguridad y salud en el trabajo por medio de las siguientes acciones:





- › Realizamos actividades de promoción y prevención para todo el personal directo e indirecto en la semana de la salud.
- › Implementamos el sistema de vigilancia epidemiológico.
- › Realizamos **268 evaluaciones médicas ocupacionales** al ingreso, control periódico, pos-incapacidad y especiales de acuerdo con el cargo y la matriz de identificación de riesgos y peligros.
- › Intervenimos ausentismo por causa médica por frecuencia y severidad
- › **Suministramos 3114 elementos de protección personal** de acuerdo con la matriz de identificación de riesgos y peligros, para esto se cuenta con una máquina dispensadora de EPP´s (elementos de protección personal) parametrizada de acuerdo con el cargo y al riesgo de cada persona.
- › Cumplimos de los estándares mínimos a un nivel aceptable de acuerdo con la normatividad vigente.
- › Capacitamos y entrenamos a la brigada de emergencia en acompañamiento con el cuerpo de bomberos del Municipio de La Estrella.
- › Generamos estrategias de salud mental para promover hábitos de vida sanos y saludables en todos los niveles de la Organización, y mitigar el riesgo psicosocial a través de estrategias de diagnóstico, formación y comunicación dirigidas a líderes y colaboradores. El año 2023 se evaluó el 85% del personal directo con un resultado de riesgo bajo.

SEGURIDAD DEL PRODUCTO

6.3

6.3.1. Cadena y suministro de abastecimiento

6.3.1.1. Se hace auditoria a proveedores de acuerdo con el cronograma

Para nuestra empresa es muy importante el campo y los agricultores colombianos, por lo que la apuesta para el año 2023 se basó en la compra de **17,334 ton de materia prima (frutas y tubérculos)** directamente del agro, promoviendo la cooperación de múltiples actores de diferentes regiones de Colombia.



Departamentos	Suma de kilos que ingresan
Antioquia	4,062,857
Caldas	435,550
Córdoba	1,865,218
Cundinamarca	1,416,520
Huila	219,930
Nariño	3,744,943
Santander	701,940
Tolima	4,887,162
Total general	17,334,120

Adicionalmente, con el objetivo de ayudar en su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo, en el año 2023 se realizaron **36 visitas técnicas** y de reconocimiento a los cultivos de las agremiaciones de **más de 3500 familias** que nos proveen la fruta.

6.3.1.2 Visita a proveedores de insumos y material de empaque

Se realizaron auditorías a proveedores de insumos como azúcar, auxiliares, suministros incluidos los materiales de empaque con el fin de evaluar el cumplimiento con los sistemas integrados de gestión y construir estrategias para la mejora y crecimiento de los proveedores.

Adicional el 100% de nuestros proveedores cuentan con los perfiles y requisitos establecidos en SAGRILFT y sistemas integrados de gestión.

6.3.1.3 Visita a clientes de exportaciones bajo sistema BASC

Para el año 2023 se realizaron **13 visitas a nuestros clientes de exportaciones** en formato presencial y virtual, aumentando en un 38% esta acción respecto al año 2022, con el objetivo de garantizar la seguridad y custodia del producto.





CALIDAD

DE PRODUCTO

6.4

Nuestra compañía se caracteriza por priorizar la satisfacción, el bienestar y la nutrición de los consumidores con productos seguros y de calidad, bajo un estricto cumplimiento del marco legal soportado en los sistemas de gestión de calidad e inocuidad en los alimentos.

Para darle cumplimiento a lo anterior se realizaron las siguientes actividades:

- › Se cuenta con laboratorio interno para análisis fisicoquímicos y microorganismos indicadores, donde se **analizó el 100% de los lotes producidos.**
- › Se realizan análisis de microorganismos patógenos con laboratorios acreditados; para del año 2022 al 2023 **pasamos de 9% al 46% del total de producción.**
- › Se cuenta con el apoyo de laboratorios internacionales para el análisis de ausencia de virus y parásitos.



CERTIFICADO
CO17/7590



CERTIFICADO
CO17/7589



BUSINESS ALLIANCE FOR SECURE COMMERCE

CERTIFICADO BASC
COLMDE00026-1



Contamos con las certificaciones de calidad e inocuidad de producto (HACCP, ISO 9001, BASC y KOSHER).

6.4.1 Reclamaciones de calidad o inocuidad

Desde el área de servicio al cliente, como mejora continua, generamos estadísticas que permiten visualizar las oportunidades que tenemos ante nuestros clientes.

Para el año 2023 se presentaron 51 reclamaciones en los diferentes canales de venta, las cuales se atendieron y se brindó respuesta en su totalidad.



OPORTUNIDADES EN NUTRICIÓN Y SALUD

6.5

Nuestra compañía ofrece productos que brindan a los consumidores alternativas saludables que cumplan con sus expectativas de nutrición y salud, y de esta manera promover activamente los estilos de vida saludable.

En nuestros productos más significativos están:

6.5.1 Pulpa de fruta sin azúcar

Buscamos ofrecer **productos sin azúcares añadidos**, por medio de nuestra marcas propias y maquilas asociadas a mercado nacional e internacional.

6.5.2 Programas para reducir el contenido de azúcar

Avanzamos durante el año 2023 en la reducción de azúcar en productos de nuestro portafolio con azúcar añadida, buscando ser responsables con el consumo de azúcar y sus efectos para la salud y el bienestar.

La meta de reducción para el año 2024 está comprendida entre el 5% al 15% de acuerdo con la formulación por fruta.





INVERSIONES SOCIALES

6.6



Inversión social

Bienestar y calidad de vida de los colaboradores

- Bonificación (útiles escolares, logros y navidad)
- Capacitaciones de colaboradores
- Eventos GH
- Beneficios educativos

\$ 295'973.869



PERSONAS

DE CONTACTO

Estella Cadavid

Gerente de Operaciones / goperaciones@agrofrut.com

Tatiana Giraldo Builes

Directora de Sostenibilidad / dambiental@agrofrut.com

Andrea Montoya Salazar

Asistente de Compras Gestión Agrícola / dgestionagricola@agrofrut.com

Estefanía Maya Gutierrez

Diseñadora / creative@agrofrut.com

Conceptualización, arquitectura gráfica, edición periodística, diseño y producción:
Brander Comunicaciones.

Carrera 54 N° 75 AB Sur - 220 La Estrella, Antioquia / (57) 604 448 15 68 Ext 243

Visítanos en nuestras redes y web  /pulpascano  @canoapulpas  www.agrofrut.com