



One planet  
inform with care

# Chocolate Latinoamericano Sostenible

**Sector:** Alimentos

**Ubicación:** Colombia



La marca Cordillera hace parte de la Compañía Nacional de Chocolates (filial de Grupo Nutresa), ofrece ingredientes de chocolate como semi-elaborados, inclusiones, coberturas y chocolate real para el mercado business-to-business (B2B). Cuenta con 5 plantas de manufactura en: Colombia (2), México (1), Perú (1) y Costa Rica (1), así mismo comercializa sus productos en más de 14 países y realiza la compra del 51% de la producción nacional de cacao en Colombia. Cordillera es líder en la cadena de valor del cacao y los pilares de su propuesta son: experiencia desde 1920 en la producción de chocolate de alta calidad, sabor y aroma; sostenibilidad, ocupó el 1er lugar como compañía de alimentos más sostenible según el Dow Jones Sustainability Index en 2019 (Grupo Nutresa); abastecimiento de cacao de origen latino de Colombia, Ecuador y Perú y servicio confiable. La marca estableció un programa de sostenibilidad, que abarca todo su portafolio de productos, basado en tres ejes: (1) Calidad de vida de los cacaoteros, (2) Bienestar de las comunidades y (3) Protección del planeta. Bajo este programa, Cordillera ha promovido el desarrollo rural y la productividad del sector cacaotero a través de iniciativas como la generación de capacidades a más de 20.000 cacaoteros y la implementación de procesos de producción que optimizan el consumo de recursos. Bajo estas iniciativas, Cordillera comunica la siguiente afirmación textual a través de los empaques rígidos de sus productos y en sus piezas y canales de comunicación:

*Chocolate Latinoamericano Sostenible*

## Paradigma de la sostenibilidad

**Enfoque de ciclo de vida:** Compañía Nacional de Chocolates desarrolló un Análisis de Ciclo de Vida a lo largo de su cadena de valor con asignación en emisiones de CO<sub>2</sub> para varias de sus marcas, incluyendo Cordillera. Este ACV fue realizado junto con la consultora Gaia Servicios Ambientales.

**Análisis de puntos críticos:** De acuerdo con los resultados del ACV, los eslabones de materia prima y transformación son los mayores aportantes a las emisiones de CO<sub>2</sub> con el 58% y 30% respectivamente. Para reducir las emisiones en materias primas, se implementaron iniciativas como acompañamiento técnico y reforestación. En cuanto a transformación, las plantas de producción de la marca han desarrollado iniciativas de producción más limpia como disminución en el consumo de agua, generación de energía eléctrica renovable y aprovechamiento de más del 95% de los materiales post industriales.

**Integración de la sostenibilidad:** Dentro de Grupo Nutresa, Cordillera es la marca abanderada de la acción por el bienestar de las comunidades cacaoteras, con una fuerte diferenciación de chocolate latinoamericano cultivado y procesado en su origen.

## Principio 1: Fiabilidad



La afirmación en sostenibilidad de Cordillera es confiable ya que cuenta con validación interna y de tercera parte de instituciones como el Instituto Colombiano Agropecuario –ICA y el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación –ICONTEC.

Como validación interna, la compañía cuenta con un sistema integrado de gestión que evalúa la reducción

del consumo de recursos, como agua y energía, y la generación de residuos y emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Este sistema sigue los lineamientos GRI 4.0, el protocolo de GEI de GHG y la metodología PAS 2050 y es auditado externamente por KPMG.

Cordillera cuenta con certificaciones de tercera parte en materia prima, procesamiento y en sus productos. En materia prima, la Granja Yarigués de la organización está certificada en Buenas Prácticas Agrícolas -BPA por el ICA y dos asociaciones de cacaoteros cuentan con certificación de cacao orgánico. En procesamiento, la Compañía cuenta con la certificación Carbono Neutro del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y

Certificación – ICONTEC en su operación comercial y certificación para la Planta Chocolates de Costa Rica. Asimismo, algunas referencias de su portafolio de productos cuentan con certificación FairTrade y Non-GMO.

## Principio 2: Pertinencia



Los mensajes de sostenibilidad resaltan el desempeño superior en la marca en los puntos materiales de la cadena de valor del cacao.

En materias primas, la organización realizó en 2019, 392 giras y encuentros cacaoteros, con cerca de 5.500 capacitaciones y 154 proyectos de acompañamiento técnico, comercial y socioambiental a más de 20.000 cacaoteros en Colombia, con el objetivo de desarrollar capacidades en los agroempresarios e impulsar la competitividad en el sector. Cordillera impulsa la productividad y el aprovechamiento del uso del suelo a través de la reforestación con más de 4 millones de unidades de material vegetal.

En transformación, Cordillera implementó paneles solares en la planta de producción de Rionegro en Colombia que proveen el 15% del consumo energético, y ha reducido en el 2019 los consumos de agua y energía en un 38,7% y 34,9%, con año base 2010, así como el 54,2% de sus emisiones de GEI.

## Principio 3: Claridad



Desde 2019, Cordillera conformó un equipo de trabajo entre las áreas de Fomento Agrícola, Comunicación y Mercadeo para especificar de forma clara y con lenguaje sencillo sus afirmaciones de sostenibilidad. Los mensajes resultantes permiten una fácil comprensión.

### ENERGÍAS LIMPIAS

Nuestro chocolate es producido con energías limpias. Contamos con cerca de 8.000 paneles solares en nuestra planta de producción que equivalen a sembrar un bosque de un sistema agroforestal de 40 hectáreas.

**"Chocolate producido con energías limpias"**  
**"Chocolate que protege el planeta"**

### CADENA DE ABASTECIMIENTO CORTA

Nos relacionamos directamente con el agricultor cacaotero a través de asociaciones y cooperativas generando mayor calidad de vida para él y su comunidad, permitiendo que el valor agregado se quede en sus manos y garantizando la trazabilidad del cacao.

**"Chocolate que mejora la calidad de vida de los cacaoteros"**

## Principio 4: Transparencia



Cordillera publica información relevante para profundizar sus mensajes de sostenibilidad en su página web y redes sociales. En la pestaña de *Sostenibilidad* presenta información sobre los avances en las tres dimensiones de la sostenibilidad y los índices a nivel de Grupo Nutresa.

Igualmente, en la pestaña *100 años de experiencia chocolatera* se presentan los hitos en la trayectoria de la marca. Los avances en sostenibilidad se enuncian en las categorías (1) *De la semilla al ingrediente*, (2) *Ecoeficiencia*, (3) *Flexibilidad y productividad* y (4) *Sistema integrado de gestión de la calidad*. Esta última categoría presenta una lista de las certificaciones organizadas en los eslabones: socio-ambiental, manufactura, logístico y de producto.



Cordillera utiliza herramientas como videos en 4D para recrear el proceso productivo del cacao y códigos QR, en materiales en punto de venta y en empaques de producto terminado, que permiten profundizar la información acerca de sus avances en sostenibilidad en cada eslabón de la cadena.



## Principio 5: Accesibilidad



Cordillera comunica sus mensajes de sostenibilidad en página web, empaques, ferias, eventos y redes sociales. Al ser un negocio B2B los principales embajadores de los mensajes de sostenibilidad son los ejecutivos comerciales y chefs de la marca.

La compañía realiza mención textual y explícita de su página web en sus empaques y redes sociales lo que promueve el acceso a los mensajes de sostenibilidad del producto.



En los stands de ferias y eventos, Cordillera resalta de forma gráfica y visible las iniciativas en sostenibilidad desarrolladas.



## Principio 6: Tres dimensiones de la sostenibilidad



La afirmación de Cordillera hace alusión explícita a las tres dimensiones de la sostenibilidad. Al cultivar y procesar chocolate en Latinoamérica se impulsa el componente social de productores, el ambiental por sus iniciativas en cultivo y procesamiento, y el económico al generar productos de valor agregado en la región.

**Ambiental:** Cordillera ha desarrollado iniciativas de apoyo técnico y comercial a agricultores para mejores prácticas agrícolas, desarrollo de proyectos de reforestación y ecoeficiencia en su proceso productivo.

**Socioeconómico:** La marca ha realizado esfuerzos para que el 90% del precio del cacao, sea pagado directamente al productor y estableció el programa de compras que adquiere el 35% del cacao con 160 asociaciones de cacaoteros. Cordillera ha desarrollado proyectos como Viveros para la Paz en zonas de postconflicto y Centros de Innovación Agrícola.

En la pestaña *Sostenibilidad* en su página web, Cordillera resalta las principales iniciativas y sus resultados en el eje ambiental, económico y social.



## Principio 7: Cambio de comportamiento y repercusiones a largo plazo



Cordillera tiene el objetivo de generar conciencia sobre la sostenibilidad de sus ingredientes de chocolate a través de la interacción con sus clientes y por medio de ellos al consumidor final.

En alianza con restaurantes-clientes, esta marca ha participado en eventos, como Dulcemanía y País Gourmet, que buscan educar al consumidor sobre sus iniciativas en sostenibilidad, biodiversidad y conservación de especies en Colombia.



## Principio 8: Enfoque innovador y utilización de múltiples canales



Cordillera estableció dos Centros de Innovación Agrícola que promueven el desarrollo de las comunidades a través de la generación de capacidades, investigación y distribución de plántulas de cacao.

La marca ha desarrollado eventos para comunicar sus estrategias en sostenibilidad, como los premios “La Barra” para expertos chocolateros, Lives en Instagram con influenciadores como la chef Juliana Álvarez y Webinar semanales en Youtube con cerca de 25.000 asistentes. Asimismo, la marca ha dado a conocer sus iniciativas en ferias y eventos a lo largo de Latinoamérica (Mexipan, Expopan, Chocoshow, Alimentec y Expoalimentaria).

Cordillera interactúa con sus clientes individualmente en los Innovation Days en donde anualmente presenta estrategias de innovación y sostenibilidad.

La marca desarrolla eventos internos anuales para comunicar sus iniciativas de mejora como las Jornadas de la Sostenibilidad.

## Principio 9: Colaboración



Con el fin de impulsar una cadena de cacao sostenible e inclusiva y que promueva la reforestación, en 2019, Cordillera se adhirió a la Cocoa Forest Initiative y participó como ponente en la World Cocoa Foundation.



Cordillera ha trabajado en programas de investigación agrícola sobre variedades de cacao con aliados como el Centro Internacional de Agricultura Tropical.

Cordillera hace parte de voluntariados en sostenibilidad como Signatarios Fondo Agua EPM – Cuenca Verde y CEO Water Mandate, Acuerdo Cero Deforestación y cuenta con Sello de Empresa Incluyente de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI.

## Principio 10: Comparabilidad



La marca no busca generar comparaciones explícitas con el sector. Sin embargo, su afirmación sobre el chocolate cultivado y procesado en origen es un factor diferenciador respecto al sector cacaotero tradicional, en donde el procesamiento de materias primas y la agregación de valor se realizan en continentes distintos a los de cultivo.