



SANTA CLARA

...El pan de cada día!

Reporte de
sostenibilidad 2025

**JUNTOS PARA
CRECER**

Mensaje de **Gerencia**

Crecer es una Decisión

Crecer es una decisión que se toma incluso cuando el camino no es fácil; cuando exige disciplina, carácter y visión. En Industria Santa Clara entendimos en 2025 que los verdaderos avances no siempre se ven de inmediato, pero sí se reflejan en la forma en que actuamos y en las decisiones que tomamos.

El 2025 nos retó y nos exigió mirar la compañía con honestidad. Aunque no alcanzamos los resultados propuestos, dimos pasos firmes para convertirnos en una organización más fuerte, consciente y preparada. Hay momentos en los que crecer no se refleja en los números, sino en las decisiones que definen quiénes somos: elegimos fortalecer procesos, cuidar cada recurso y construir desde la base, haciendo lo correcto con la mirada puesta en el largo plazo.

Innovación con Propósito

En medio de este camino, también sembramos futuro. Con el lanzamiento de Esencia, dimos vida a una apuesta que refleja nuestra identidad: una compañía que innova con sentido, entiende a las nuevas generaciones y cree en una alimentación más consciente, cercana y responsable.

El Valor de Nuestra Gente

Más allá de los resultados, este ha sido, sobre todo, un año de personas. Agradecemos a nuestros colaboradores, quienes no se rindieron y demostraron que los grandes cambios ocurren paso a paso, con compromiso y convicción. En los momentos retadores es donde se revela el verdadero carácter de un equipo.

Asimismo, extendemos nuestro agradecimiento a clientes, proveedores y aliados por caminar a nuestro lado, y a las familias colombianas por permitirnos ser parte de su mesa y de sus historias más importantes.

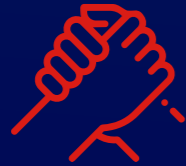
Un Futuro Sólido

Hoy somos una compañía más disciplinada y mejor preparada para competir y construir con responsabilidad. Tenemos claro el rumbo; sabemos que crecer no es solo alcanzar metas temporales, sino tomar las decisiones necesarias para que esos resultados perduren.

En ese camino, no vamos a detenernos. Seguiremos avanzando juntos para crecer.

Manuel Chavarro Celis – **Gerente General**

Resumen 2025



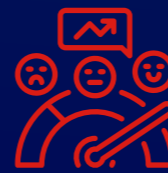
Colaboradores

Juntos para crecer



Consumidores

Queremos entregar a los hogares colombianos productos respaldados por confianza y tradición.



Cientes

Trabajamos por consolidar a Santa Clara como la marca preferida en la panadería industrial en Colombia.



Proveedores

Creamos relaciones que fortalecen la transparencia, trazabilidad y sostenibilidad.



Comunidad

Acciones que hacemos juntos para crecer-



573 Personas
(311 hombres y 262 mujeres)



Lanzamos nuestro PAN INTEGRAL ESENCIA FRUTOS DEL BOSQUE y el MOJICON COCO CON LECHE CONDENSADA para nutrir y deleitar de nuestros consumidores



Contamos con más de 4800 clientes



Actualización integral de política de compras



Se realizó la donación de 3233 unidades de producto a fundaciones y mas de 2576 kg al banco de alimentos



71,5% de los colaboradores tienen contrato directo por la compañía (410)



Desarrollamos productos con un perfil nutricional mejorado, con una línea sin sellos de advertencia, alineada con las tendencias y preferencias actuales de los consumidores.



Canales: Autoventa 2782, moderno 1188, SMI 495, POS 254, otros 126 y distribuidores 32



Se auditaron 61 proveedores de alto impacto con criterios de sostenibilidad



Fuimos voluntarios en el programa "reciclador por un día" en la bodega ASOREPCOL



Invertimos mas de \$1000 millones de pesos en beneficios para nuestros colaboradores y sus familias,



Participamos como marca patrocinadora en el reinado del Huila para el festival del bambuco en San Juan y San Pedro



El precio por kilogramo decrece total compañía en 1,22%



Contamos con más de 300 proveedores, aproximadamente el 99% son nacionales



Sembramos vida con más de 400 árboles en el departamento de Cundinamarca



14 Colaboradores ascendieron a otros cargos y 52 pasaron de contrato temporal a directo



Nueva alianza con la marca Leche Rodeo, buscando ofrecer a los consumidores productos de calidad, generando más beneficios, experiencias y cercanía en cada compra.



Se actualiza procedimiento de matriz de selección y evaluación de proveedores

Sostenibilidad **Ambiental**



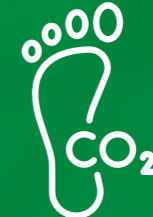
Aprovechamiento de 660.3 Ton de averías para incorporar a un nuevo proceso productivo



Ahorro de 61740 kg de cartón corrugado gracias al modelo circular de canastillas abatibles.



Bolsas de anchetería navideña elaboradas 100% PCR (plástico reciclado postconsumo)



Huella de carbono:
Alcance 1: 823,8 Ton CO₂e
Alcance 2: 1476,1 Ton CO₂e

Sostenibilidad **Económica**



Valor Económico



Ingresos operacionales \$79.622.410
*En miles de pesos



Valor económico
Generado: \$80.762.459
Distribuido: \$86.548.334



Nuestro Sueño

INDUSTRIA SANTA CLARA

GRI 2-1

Somos una compañía líder en productos de panadería industrial en el mercado colombiano, que día a día contribuye al progreso del país y, con el paso del tiempo, ha logrado unir a las familias.

Soñamos con estar presentes en todos los momentos de consumo, creando experiencias positivas basadas en altos estándares de calidad y en el sabor único que nos caracteriza, con el propósito de nutrir y deleitar con el pan de cada día.

Seguiremos firmemente comprometidos con la construcción de un futuro más saludable, cuidando y protegiendo el medio ambiente para garantizar la sostenibilidad y el desarrollo social.



Alcance del Reporte

GRI 2-3 | GRI - 2-14

Presentamos nuestro reporte de sostenibilidad correspondiente al periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025, reflejando los resultados de la gestión de todos los equipos de la compañía. Destacando las acciones y esfuerzos enfocados en nuestra nueva **estrategia de sostenibilidad PAN sostenible Personas, Ambiente y Negocio.**

Este informe está elaborado y fundamentado en el estándar GRI (Global Reporting Initiative), así mismo. Los temas e información recopilados han sido revisados y aprobados por los líderes de cada área de la compañía, garantizando la calidad y precisión de los datos.

Para ampliar información puede comunicarse con: Ingrid Vanessa Cardenas
correo: iv.cardenas@industriasantaclara.co

Materialidad

GRI 3-1 | GRI 3-2

En la priorización de los asuntos materiales se tomaron como referencia metodologías utilizadas en otras industrias de alimentos, para lo cual se tuvo en cuenta dos factores:

La importancia del asunto para la empresa:

El ejercicio se realizó con la participación de los 4 miembros del comité gerencial de la empresa, donde priorizaron los temas de acuerdo a la estrategia de la compañía.

La importancia de los asuntos para los grupos de interés:

Se priorizaron los asuntos con 36 personas pertenecientes a los siguientes grupos de interés: Colaboradores (28), Contratistas (3), Proveedores (3) y Clientes (2).

Grupos de interés:



Colaboradores



Clientes



Proveedores



Consumidores



Accionistas



Comunidad

ASUNTOS MATERIALES

1. GESTIÓN ENERGÉTICA
2. MANEJO DE RESIDUOS
3. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL
4. BIENESTAR Y DESARROLLO DE COLABORADORES
5. IGUALDAD, INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD LABORAL
6. SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
7. CALIDAD DE PRODUCTOS
8. EXPERIENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE
9. INNOVACIÓN, NUTRICIÓN Y SALUD
10. CUMPLIMIENTO LEGAL Y NORMATIVO
11. ECONOMÍA Y COMPRAS

Los 11 asuntos materiales que presentamos en este reporte se identificaron en el ejercicio de materialidad realizado en 2024 y son producto de:

- Asuntos tomados de GRI.
- Asuntos identificados por nuestros Grupos de Interés.
- Estado del arte de reportes de sostenibilidad de cinco empresas de alimentos.



Estrategia de Sostenibilidad

En Industria Santa Clara, integramos la sostenibilidad como un pilar estratégico

Entendemos que el desempeño empresarial se mide tanto por los resultados económicos como por nuestro compromiso con el bienestar social, la gestión responsable de recursos y el cuidado del medio ambiente.

Por eso lanzamos nuestra estrategia PAN Sostenible, basada en tres pilares fundamentales:



Persona

Promovemos el bienestar, la equidad, el desarrollo profesional y la inclusión como parte de nuestro día a día.

Ambiente

Fomentamos la sostenibilidad mediante la reducción de los impactos negativos al medio ambiente, a través de la implementación de buenas prácticas, la concientización del personal y el uso eficiente de los recursos.

Negocio

Impulsamos una gestión eficiente, productiva y ética, con una visión de largo plazo que combine rentabilidad y sostenibilidad, generando valor económico sin comprometer los recursos del futuro.

CAPITULO UNO

AVANZAMOS
JUNTOS PARA CRECER

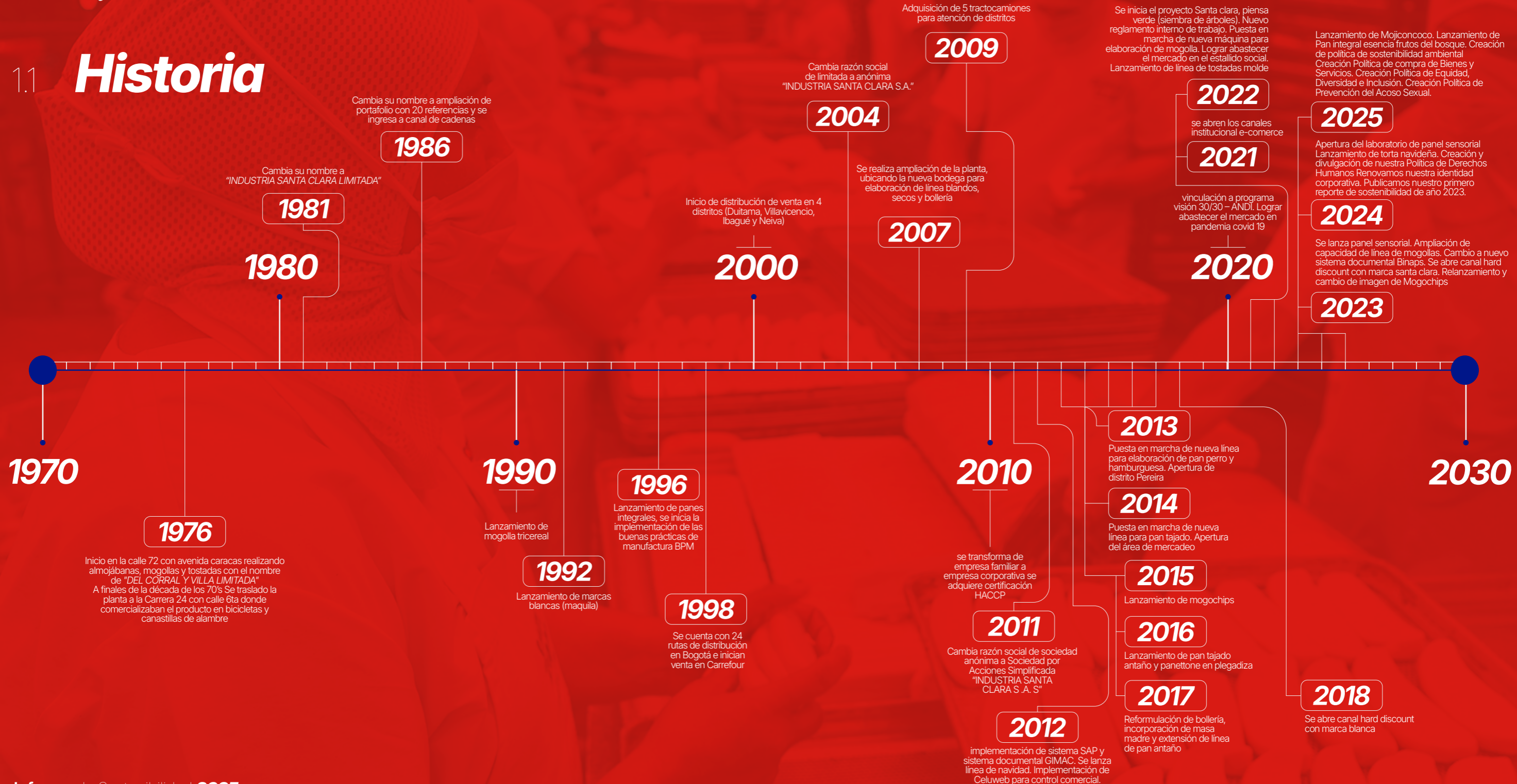


CADENA DE VALOR Industria Santa Clara S.A.S



1.1

Historia



1.2

CATEGORÍAS

LÍNEAS Y REFERENCIAS

GRI 2-6





Tajados

blanco, mantequilla, integral.



Blandos

mogolla mantequilla, mogolla tricereal miel,
mogolla morenita, mogochips, mojicon coco



Linea esencia

pan integral frutos del bosque con uvas pasas, arándanos y fresas 500g.



Secos

super caladitos, caladito mantequilla, super caladitos integrales, tostadas integrales, tostadas mantequilla.



Bollería

pan perro, pan hamburguesa



Molidos

Ideal para preparar alimentos apanados. Nuestra miga proporciona un color llamativo y una textura crujiente.



Línea Antaño

pan hamburguesa antaño, pan perro antaño, pan tajado antaño, pan tajado 100% integral antaño.



Línea Navideña

panettone con chips sabor a chocolate, panettone con frutas y torta de chocolate.

1.3 ¿Dónde estamos ubicados?

GRI 2-1

Planta de **producción**

Presentación de **marca**

Bogotá 1

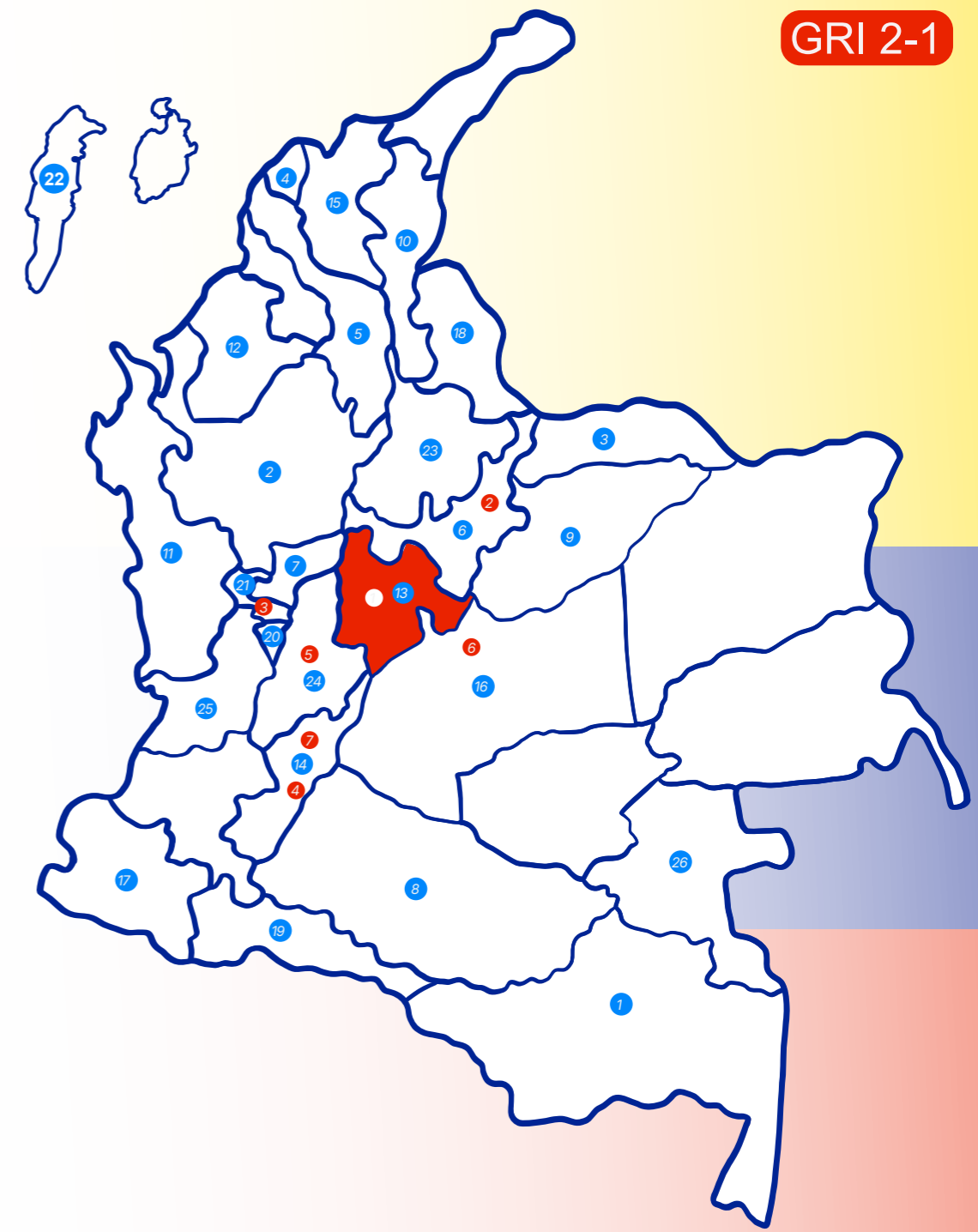
Centros de distribución

- Villavicencio 2
- Pereira 3
- Garzón 4
- Ibagué 5
- Duitama 6
- Neiva 7

- 1 Amazonas
- 2 Antioquia
- 3 Arauca
- 4 Atlántico
- 5 Bolívar
- 6 Boyacá
- 7 Caldas
- 8 Caquetá
- 9 Casanare
- 10 Cesar
- 11 Chocó

- 12 Córdoba
- 13 Cundinamarca
- 14 Huila
- 15 Magdalena
- 16 Meta
- 17 Nariño
- 18 Norte de Santander
- 19 Putumayo
- 20 Quindío
- 21 Risaralda
- 22 San Andrés

- 23 Santander
- 24 Tolima
- 25 Valle del Cauca
- 26 Vaupés



1.4 Cadena de abastecimiento



1.5 Modelo corporativo

GRI 2-9

Visión

Ser una organización de clase mundial.

Misión

Somos una empresa colombiana dedicada a elaborar y comercializar de manera sostenible productos de panificación, asegurando la satisfacción de los consumidores, entregando valor a través del mejor sabor, calidad e innovación.

Estamos comprometidos con la vida de las personas y del entorno.

Competencias organizacionales: Excelencia operacional y Cultura de servicio

a. Nuestro direccionamiento



Actuar con integridad
Ayudarnos mutuamente.



Amar la empresa
Trabajar con pasión, buscar la excelencia y agregar valor.



Ser innovadores
Agentes de cambio y marcar la diferencia.



Cuidar al planeta
Preservar el medio ambiente y ser sostenible.



Propósito central:

Nutrir y deleitar con el pan de cada día.

a. Nuestro direccionamiento

La estructura organizacional está conformada por la Asamblea General de Accionistas y el Comité de Gerencia, liderado por el Gerente General. De manera periódica, estos directivos se reúnen para revisar avances, hacer seguimiento a la gestión y tomar decisiones estratégicas para el cumplimiento de los objetivos de la organización.



Comité Gerencia

Alexandra Espejo Piraquive
Líder equipo aseguramiento de calidad

Maria Victoria Rodriguez
Líder de Investigación y desarrollo

Monica Milena Sallo
Líder de Gestión Humana

Manuel Chavarro Celis
Gerente General

Ricardo Alonso Alba
Gerente de operaciones

Cesar Alberto Vele
líder de equipo comercial

Andres Ricardo Roa
Líder de logística

c. Nuestras prácticas de ética

En Industria Santa Clara SAS, el código de ética tiene como propósito establecer las directrices fundamentales de conducta que deben seguir los administradores y colaboradores.

Código de Ética

Alcance

- Administradores.
- Colaboradores.
- Terceros que actúen en nombre y representación de la Compañía.

Principios éticos

- Honestidad e integridad.
- Justicia y equidad.
- Respeto mutuo, sinceridad y dignidad.
- Rendición de cuentas y responsabilidad.

Políticas integradas

- SAGRILAFT.
- Libre y leal competencia.
- Antisoborno y anticorrupción.

Comité de ética:

Estará conformado por Gerente General, oficial de cumplimiento y gerente o director del área a la que pertenece el colaborador, si se requiere.

Línea ética.

Si algún Administrador o Colaborador se entera de una posible violación a este Código, bien que haya sido realizada por un Administrador, Colaborador, contratista o tercero relacionado directa o indirectamente con la Compañía, es su obligación informar a una de las siguientes personas, en su orden:

- **Oficial de Cumplimiento.**
- **Gerente General.**

Las denuncias de las posibles violaciones a este Código podrán hacerse por escrito o verbalmente a las personas indicadas anteriormente, o a través de mensajes al correo electrónico lineaetica@industriasantaclara.co que es manejado por el Oficial de Cumplimiento.

d. Análisis de riesgos estratégicos.

En el marco del proceso de planeación estratégica, se desarrolló un análisis integral de los factores internos y externos que inciden en la estrategia de la empresa, mediante la aplicación de las metodologías DOFA y PESTEL. Este ejercicio permitió obtener una visión estructurada del entorno, identificar riesgos y oportunidades, y fortalecer la toma de decisiones estratégicas, facilitando una adaptación proactiva frente a los cambios del contexto.

e. Auditoría Interna y Externa

Durante 2025 Auditoría interna del BackOffice realizó auditorías a los diferentes procesos de la compañía logrando una efectividad del 70% en los planes de acción. El 30% restante se mantiene bajo seguimiento estratégico como oportunidad de mejora priorizada.

Adicionalmente, se ejecutó una auditoría externa financiera, orientada al fortalecimiento del gobierno corporativo, la gestión de riesgos y la transparencia financiera, alineando la operación con los objetivos de sostenibilidad y crecimiento de la organización.

1.6 Evolución con propósito



1.



Orgullosamente un equipo de clase mundial

Celebramos el reconocimiento de la nota económica, donde se destaca a nuestro equipo de Gestión humana como una fuerza que transforma, haciendo la diferencia desde el SER.

2.



Gestión documental

La compañía fortaleció el proceso de archivo y gestión documental, optimizando la organización, clasificación y conservación de la información.

3.



Mejoras en proceso productivo

inversión en nuevos moldes que permite programar el equipo con formato continuo sin variaciones intermitentes, dando optimización en tiempos al trabajador y menor desgaste de piezas por continuos ajustes.

1.6.1 Tecnología Informática



Ciberseguridad

- Debido a contingencia de ciberseguridad presentada en el segundo semestre de 2025 se ejecutó la renovación integral de la infraestructura de red de la empresa y tecnológica, con el objetivo de mejorar el rendimiento, la seguridad y la escalabilidad de los servicios de conectividad.



Renovación y actualización tecnológica

- Actualización de 137 equipos con sistema Operativo Windows 11.
- Renovación de 31 equipos celulares distribuidos en la fuerza de venta y áreas administrativas.
- Nueva versión de aplicación Celuweb autoventa 9.4.0 garantizando una correcta generación e impresión de documentos (entregas, abastecimientos, reportes). La mejora contribuye a la estabilidad operativa en campo y a la calidad visual de los documentos emitidos desde la aplicación.



Evolución con propósito

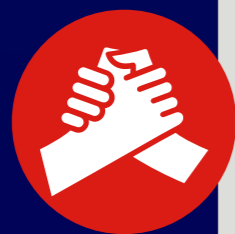
- Se realizó una ampliación en la capacidad del enlace MPLS, Y ADI pasando de 15 Mbps a 25 Mbps Canal Principal y Canal Backup. Esta actualización tiene como propósito mejorar el rendimiento de la red, incrementando la eficiencia en la transmisión de datos y reduciendo la latencia en los servicios críticos.
- En distrito Neiva se realizó un mejoramiento en la infraestructura de la red con el fin de habilitar y fortalecer la red local, gracias a la implementación de sistemas de alimentación ininterrumpida, patch panel y Switch de red.

1.7 Nuestra relación y comunicación con los grupos de interés



Para todos

- Página Web:
<https://industriasantaclara.co/>



Colaboradores:

- Cartelera digital y física.
 - **Correo electrónico**
- Reunión con líder – comités primarios.
 - **WhatsApp**
- Encuestas diagnósticas.



Comunidad:

- Encuentros con **voluntarios y fundaciones**



Cientes:

- Correo de servicio al cliente:
 - info@industriasantaclara.co
 - recepcionfactura@industriasantaclara.co
 - notificaciones@industriasantaclara.co
- Medición de servicio al cliente.
- Línea de servicio al cliente: 3104640091
 - Catálogo de productos



Proveedores:

- Portal de proveedores
- **Auditorías presenciales y virtuales**
 - Correo electrónico



Consumidor:

- Correo de servicio al cliente:
 - info@industriasantaclara.co
- Línea de servicio al cliente: 3104640091

1.71 Alianzas



1.8 Comunicaciones corporativas

Comunicados internos

Cartelera digital: Continuamos fortaleciendo nuestras carteleras digitales como un canal ágil y dinámico de comunicación interna, que nos permite mantener a todos nuestros colaboradores oportunamente informados sobre novedades, campañas, resultados y actividades de la organización, promoviendo así una mayor participación y alineación con nuestros objetivos.

Adicionalmente, disponemos de canales de comunicación como el correo electrónico corporativo y personal, así como grupos oficiales de WhatsApp, mediante los cuales hemos compartido más de 300 comunicados durante el año 2025.



Comunicados externos



En el ámbito digital, en 2025 mantenemos un alcance cercano a las 12.000 visualizaciones en nuestra página web, lo que evidencia el interés y seguimiento constante de nuestros grupos de interés frente a la información publicada.





CAPÍTULO DOS

CONSTRUYENDO SOSTENIBILIDAD CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

La sostenibilidad se construye a partir del diálogo y la relación con los grupos de interés que interactúan con la organización. En este capítulo se presenta cómo la empresa identifica, prioriza y gestiona estos actores, alineados con nuestro lema “*Juntos para crecer*”, y en coherencia con buenas prácticas de sostenibilidad.

...NUESTRO PROPÓSITO CENTRAL ES
...RIR Y DELEITAR
...cada día!!



2.1 Colaboradores

Te invitamos a conocer como promovemos el bienestar, el desarrollo y la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias, fortaleciendo entornos de trabajo más humanos y cercanos.

2.1.1 En **2025** la organización contó con **573 personas, de las cuales**



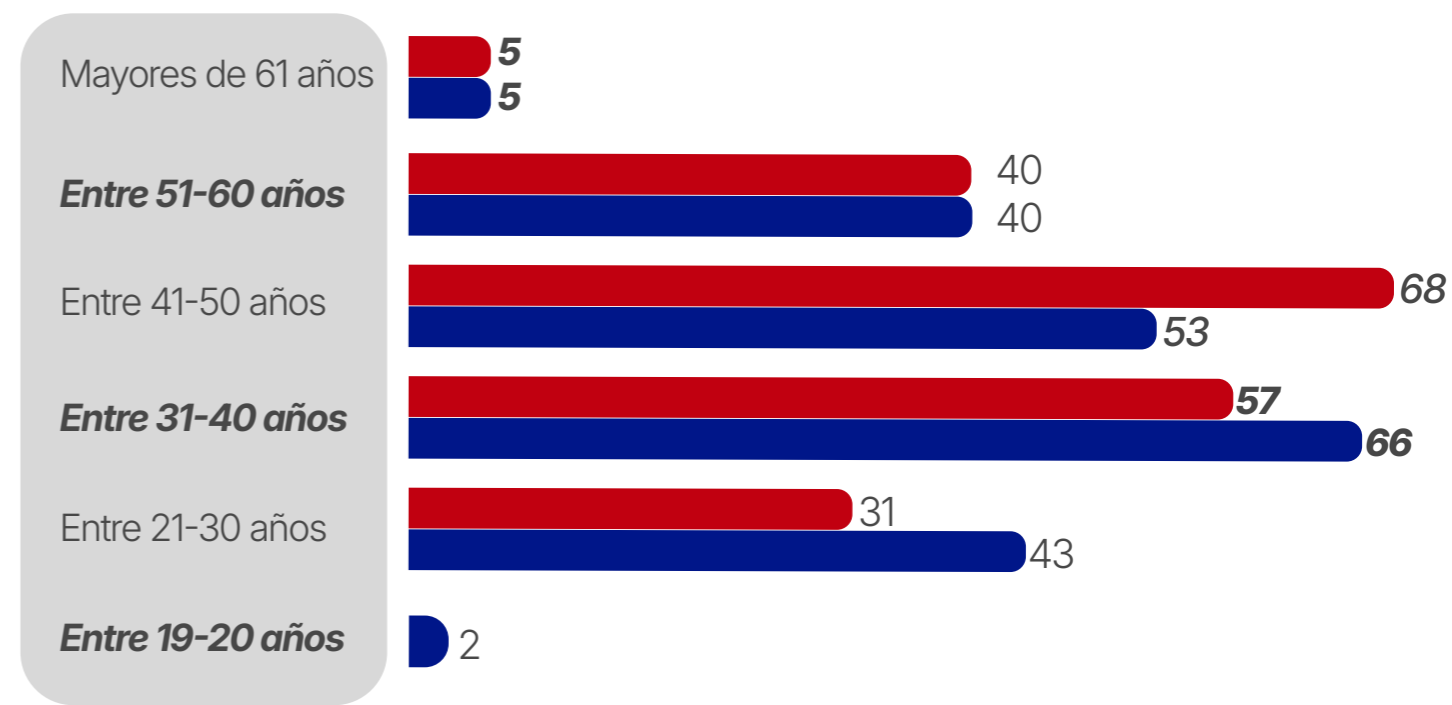
Juntos, y a través del trabajo en equipo, seguimos fortaleciendo nuestra visión de ser una organización de clase mundial.

Tipo de vinculación:

A. El 71,5% tienen vinculación directa con la empresa.



B. Colaboradores directos por edad



Total: 573



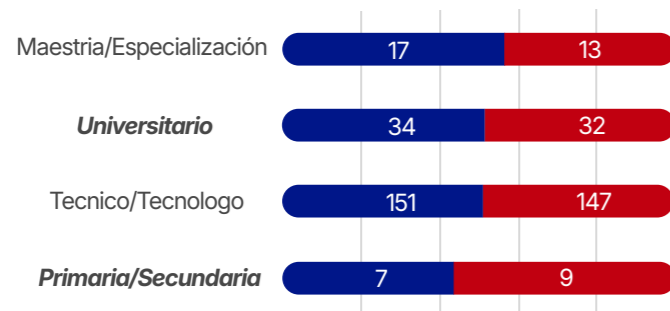
Mujeres



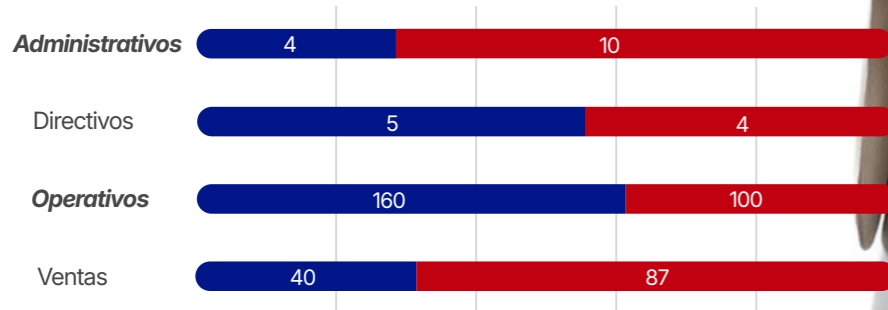
Hombres



C. Nivel educativo colaboradores directos.



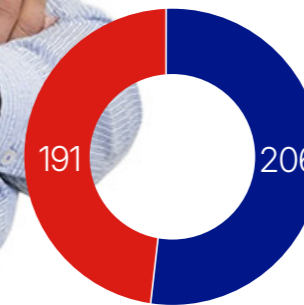
D. Tipo de cargo colaboradores directos.



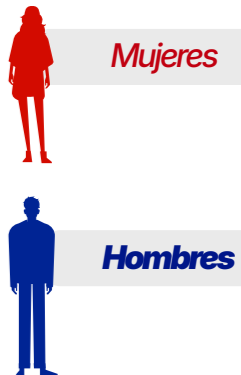
E. Participación en beneficios

La empresa cuenta con un esquema de beneficios con vigencia hasta 2027, construido de manera conjunta entre representantes de la organización y de los trabajadores, logrando un acuerdo que beneficia a ambas partes y amplía la cobertura para los colaboradores

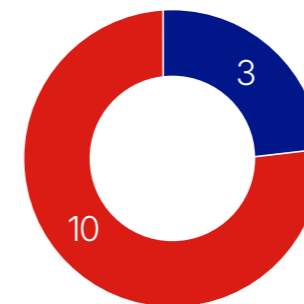
Pacto colectivo



Pacto colectivo
Colaboradores **NO** sindicalizados.



Convención colectiva



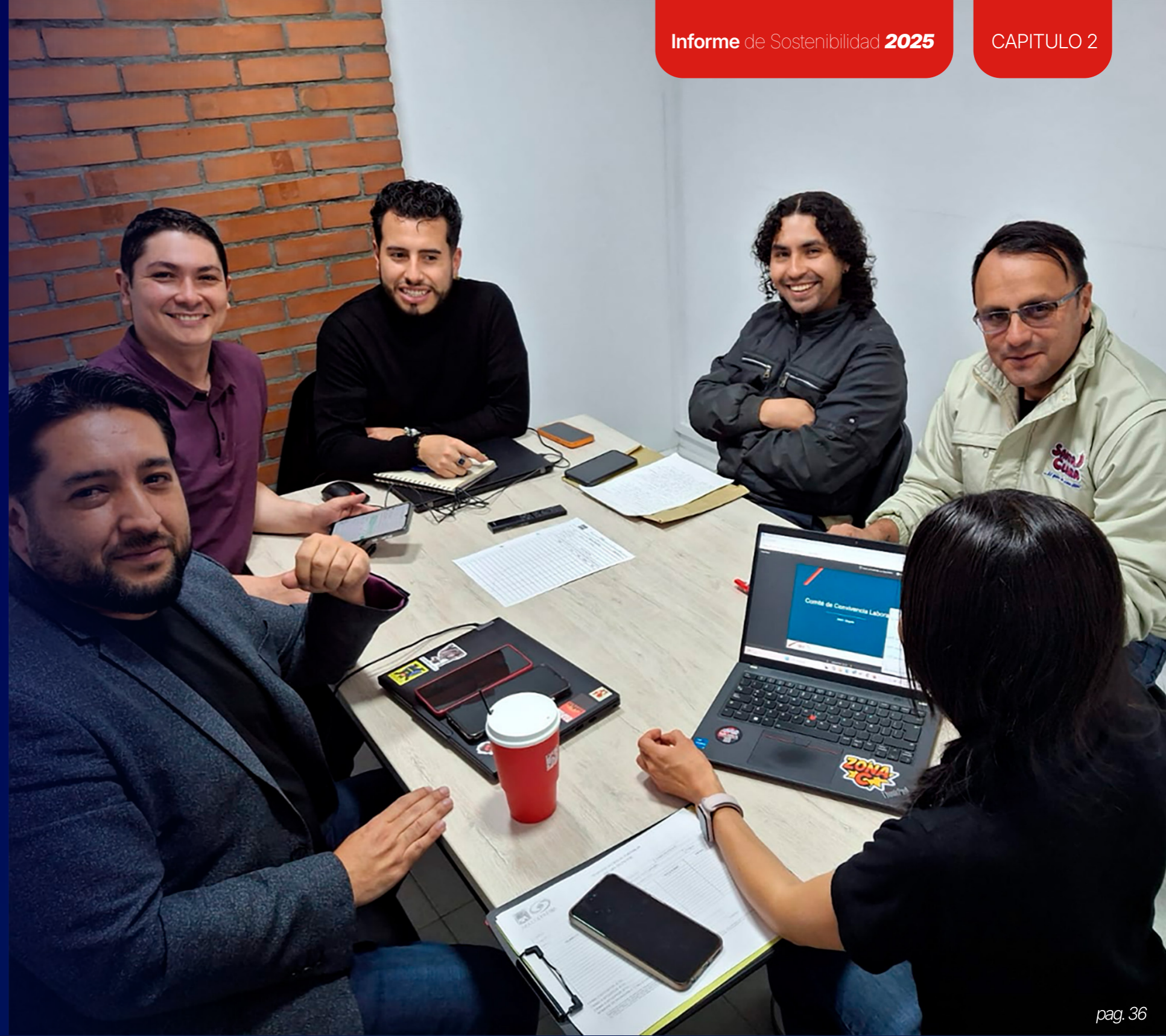
Convención colectiva
Colaboradores Sindicalizados.

Comité de convivencia

Durante 2025 se llevaron a cabo las elecciones del nuevo Comité de Convivencia, con vigencia para el periodo 2025–2027. En Bogotá, el comité está conformado por cuatro (4) representantes del empleador y cuatro (4) representantes de los trabajadores. Su principal objetivo es promover la sana convivencia entre los colaboradores, mediante la escucha activa y la gestión de espacios de diálogo y conciliación entre las personas involucradas.

Las solicitudes al Comité de Convivencia pueden realizarse a través del correo electrónico:

comitedeconvivencia@industriasantaclara.co



2.1.2 Estándares laborales

\$ 1600 Millones

Beneficios:

La organización destinó más de \$1.000 millones de pesos a programas y beneficios en educación, salud, pólizas y otros apoyos, enfocados en el bienestar integral de los colaboradores y sus familias.

Estabilidad:

57.8% de los colaboradores llevan más de 6 años vinculados a la empresa.
38 colaboradores (19 mujeres y 19 hombres) tuvieron reconocimiento por antigüedad.



Retroalimentación:

El 98% del personal tuvo retroalimentación en su evaluación de desempeño



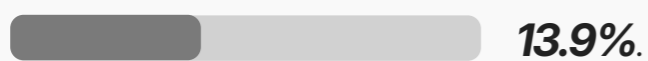
Empleo en regiones:

El 13.9% de los trabajadores están ubicados en diferentes regiones de Colombia.



Rotación:

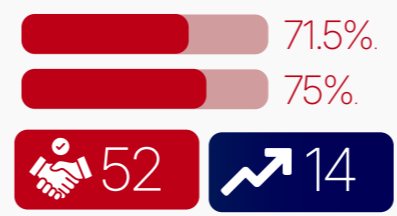
13% (6% hombres y 8% mujeres)



396 Colaboradores

Valoración de factores de riesgo psicosocial:

Se aplicó la encuesta sobre condiciones de trabajo y calidad de vida a 369 colaboradores, obteniendo un resultado promedio de 4,2 sobre 5.



Calidad del empleo:

- El 71,5% tienen vinculación directa con la empresa.
- 75% tienen contrato a término indefinido
- 52 colaboradores pasaron de contrato temporal a directo por ISC.
- 14 colaboradores ascendieron a cargos internos, generando oportunidades de crecimiento laboral.

2.1.3 Beneficio a colaboradores



Auxilios de educación

para colaboradores e hijos.

\$ 121,301,448



Préstamos

para mejora y compra de vivienda, ordinarios y licencia de conducción.

\$ 74,419,952



Auxilios de salud

para anteojos, medicamentos y otros.

\$ 54,781,889



Pólizas

exequiales y seguros de vida.

\$14,092,032



Beneficios

Beneficios prima extralegal en junio y diciembre, reconocimiento de pensión, retiro o invalidez, antigüedad y otros auxilios por defunción de colaboradores a sus familias, matrimonio, aporte de ahorro vacaciones, entre otros:

\$ 1.289.211.195



Programa de bienestar

para colaboradores y familias (bonos, obsequios en fechas especiales, eventos deportivos y recreacionales, entre otros).

\$83,137,290

Valor total: **\$ 1.636.943.806** 

GRI 403-1 Y GRI 403-8

2.1.4 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO.

Contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) orientado a identificar peligros, evaluar riesgos y establecer controles, con el fin de prevenir accidentes, enfermedades laborales y lesiones. Este sistema incluye programas, planes y procedimientos para cumplir los requisitos legales y aplica a todos los centros de trabajo, trabajadores, contratistas y subcontratistas.



Entornos seguros y confiables.

Gestión de riesgos y peligros:

A través de nuestra matriz de identificación de peligros y valoración de riesgos.

PARE (Paro, Análisis, Resolución, Ejecución)

Programa cuyo principal objetivo es minimizar los comportamientos inseguros y en consecuencia reducir el número de accidentes.



Mecanismos de reporte:

Mediante códigos QR que se encuentran publicados en la empresa se pueden reportar las condiciones y actos inseguros.

Investigación de accidentes:

Damos cumplimiento al procedimiento para la investigación de incidentes y accidentes de trabajo.

PSO:

Prácticas seguras de operación

Plan de ayuda mutua:

Es un acuerdo voluntario y formal entre empresas, o comunidades vecinas para coordinar recursos humanos y técnicos ante emergencias que superen la capacidad de respuesta individual



Espacios seguros

Contamos con los siguientes comités y equipos dentro de la organización

Espacios seguros	Hombres	Mujeres	Total
COPASST	3	5	8
Brigada de emergencia	39	19	58
Comité de emergencia	2	3	5
Coordinadores para trabajo en alturas	1	0	1
Estructura de apoyo y gestión de SST	0	2	2



Indicadores SST:

Indicadores salud y seguridad en el trabajo	Hombres	Mujeres	Total
Número de Accidentes laborales	12	16	28
Número de días de incapacidad por accidente	88	138	314
Número total de días perdidos	101	204	305
Tasa de Accidentalidad	3,22	7,46	13,68

Para el año 2025, se evidenció un mayor cumplimiento de los estándares mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) en comparación con el año 2024, alcanzando un 95%. Este resultado refleja el compromiso de Industria Santa Clara S.A.S. con la protección, seguridad y bienestar de sus colaboradores.

Actividades de promoción y prevención

Salud:

Mes de la salud – Un espacio donde nuestros colaboradores recargan energía y priorizan lo más importante: la salud física, mental y emocional.

Charlas con los colaboradores sobre prevención de consumo de alcohol y drogas.



Seguridad

- El 98% de los **colaboradores** recibieron la reinducción del **SG-SST**
- Capacitación a 155 personas en prevención y control de riesgos laborales a contratistas y proveedores
- Se **realizaron 50 inspecciones generales** en toda la compañía.
- Participación de todos los **colaboradores en el simulacro** de evacuación.



Higiene

- Se **realizaron inspecciones y capacitaciones** a los colaboradores y contratistas en el uso adecuado de EPP.
- **Procedimiento para el control de discomfort térmico:** Medidas preventivas con el trabajador mediante sachet de hidratación.
- **Procedimiento para la gestión** y entrega de la dotación y elementos de protección personal adecuados para nuestros colaboradores.



Seguridad vial

- Actualización de política de seguridad vial socializada a los colaboradores.
- Se implementaron programas de capacitación dirigidos a los transportadores, enfocados en el mantenimiento, cuidado de los vehículos y manejo defensivo.
- Los vehículos son monitoreados a través del sistema Satrack, lo que permite realizar el seguimiento de horas de ralentí y la huella de carbono.
- Se realizaron XX auditorías a las empresas transportadoras que trabajan para Industria Santa Clara para garantizar el cumplimiento del plan estratégico de seguridad vial (PESV).



PARTICIPACIÓN DE MÁS DEL
80%
DE COLABORADORES

2.1.5 capacitación y desarrollo

- Durante 2025, y con el objetivo de fortalecer las competencias de nuestros colaboradores, se realizaron diferentes capacitaciones basadas en las necesidades identificadas del equipo de trabajo.
- Se destinaron 590 horas de formación durante 2025.
- Inscripción, ejecución y certificación de diferentes cursos de Propulsor Compensar para personal administrativo interesado de cada área, con un 95% de cumplimiento.

Tema	% de participación	Área
Inducción Corporativa sobre el Código de Ética y SAGRILAF	95%	Toda la compañía
Programa Masterlíder: conecta, inspira, dirige.	98%	Líderes de área
Eschuchemos al equipo de Autoventa - Oportunidades de mejora en procesos	100%	Canal Autoventa
Vestir con Identidad: representando a ISC con Orgullo (en ejecución)	86%	Toda la compañía
Valores con Significado: Transformado la Cultura (en ejecución)	89%	Toda la compañía



2.1.6 JUNTOS PARA CRECER

Reunión nacional Santa Clara 2025

En industria Santa Clara, celebramos la sexta convención nacional, en la cual, todas las áreas tuvieron la oportunidad de mostrar sus logros alcanzados durante el 2024 y las estrategias de crecimiento y metas que se implementaran para el 2025.

Vivimos nuevos lanzamientos

Compartimos con nuestros colaboradores espacios para lanzar las nuevas líneas de producto esencia y mojiconcoco





2.2 CONSUMIDORES

Juntos trabajamos para llevar a los hogares colombianos productos de la más alta calidad, respaldados por confianza y tradición.



2.2.1 Gestión de calidad e inocuidad

Se aseguró la confiabilidad operativa mediante la calibración del 98% de los equipos de medición, mitigando riesgos técnicos y fortaleciendo el control de los procesos críticos.



Se realiza un control de auditoría interna, identificando 71 hallazgos, logrando el cierre del 70%, lo que refleja una gestión efectiva de planes de acción. El 30% restante se mantiene bajo seguimiento estratégico como oportunidad de mejora

En el eje de desarrollo de capacidades, el cumplimiento del curso de manipulación de alimentos alcanzó el 74%, con una mejora del 27% frente a 2024, evidenciando un avance sostenido en la gestión del talento y en la cultura de calidad e inocuidad.



2.2.2 Innovación y **Desarrollo**

A. Nuevos lanzamientos



PAN INTEGRAL ESENCIA FRUTOS DEL BOSQUE

El segmento de productos saludables es una oportunidad creciente en el mercado, por ello iniciamos con una nueva marca, Esencia, que cobija productos sin sellos de advertencia con los atributos de ser:

Un producto integral

Con inclusión de frutas: Uvas pasas, Arándanos deshidratados y fresas deshidratadas.

Buena fuente de proteína: 17% de proteína en 100 g de producto.

Buena fuente de fibra: 4.2 g de fibra total en 100 de producto



PAN BLANCO 520 G PA'L DÍA

Relanzamiento de Pan tajado blanco marca Pa'l día buscando mejorar la participación de la categoría de panes tajados, con menor gramaje y formula diferencial competitiva a bajo costo.



MOJICONCITOS CON COCO Y LECHE CONDENSADA

Se amplía el portafolio en la categoría de panes blandos con formato de mojicón resaltando:

Textura suave y fundente

Trozos de coco deshidratado

Inclusión de leche condensada

B. Mejoramiento de productos

MEJORAMIENTO DE DE PRODUCTOS

Extensión de la vida útil para reducir las pérdidas por fechas cortas de los productos garantizando la estabilidad tanto sensorial como de inocuidad.



2.2.3 NUTRICIÓN Y **BENEFICIOS**

Reafirmamos nuestro propósito en el desarrollo de productos con un perfil nutricional mejorado, iniciando en 2025 con una línea sin sellos de advertencia, alineada con las tendencias y preferencias actuales de los consumidores, y coherente con nuestro propósito de nutrir y deleitar con el pan de cada día.

En línea con la regulación vigente y enfocados en el bienestar de los consumidores, garantizamos el cumplimiento de la Resolución 2013 de 2020 y 2506 de 2023 de contenido máximos de sodio en alimentos procesados priorizados y las Resoluciones 810 de 2020 y 2492 de 2022 sobre rotulado nutricional y frontal de advertencia, asegurando un etiquetado responsable, transparente y confiable.

Mantenemos nuestro portafolio de productos sin exceso de grasa trans, con el uso de materias primas que cumplan con los valores regulados en la nueva normatividad.

ESCUADRON SENSORIAL

Con 2 años de creación, el panel sensorial se consolida como una herramienta clave para asegurar la calidad, aceptación y diferenciación de los productos en el mercado.

En el 2025 se formaron a 15 nuevos evaluadores, conformando un grupo total de 23 panelistas entrenados, que pertenecen a diferentes áreas de la compañía.

se llevaron a cabo 58 sesiones de evaluación de vida útil para los proyectos del I+D que incluyen desarrollo de nuevos productos, mejoramientos de producto, homologaciones de materias primas, cumplimientos normativos, extensiones de vida útil y evaluaciones de calidad, con un total de 212 muestras evaluadas.

2.2.4 ESCUADRON **SENSORIAL**

Se realizó capacitación y calibración a 23 panelistas, con el fin de garantizar la confiabilidad de los resultados, contando con un equipo activo, altamente motivado y comprometido con la aceptación de los productos.

Se capacitó al equipo de administradores de panel de las áreas de Calidad e I+D, fortaleciendo los conocimientos necesarios para asegurar un análisis científico y objetivo de la información.

Se ejecutaron 2 evaluaciones con consumidor interno, con la participación de más de 50 colaboradores de la compañía, quienes apoyaron la evaluación de los nuevos productos lanzados en 2025, siendo base fundamental para garantizar su aceptación.



Nombre y dirección del fabricante

Tabla nutricional del producto preparado de acuerdo con la resolución 810/2021

Línea de atención al cliente y pagina web

Información sobre reciclaje

Código QR al respaldo que direcciona a página web, donde se encuentra la información de la marca y el producto

Código de barras

Condiciones de almacenamiento

Lista de ingredientes



Sellos frontales de advertencia de acuerdo con la resolución 2492 de 2022

Marca de producto

Nombre del producto

Contenido neto y porciones

Identificación del país de fabricación debido al tipo de producto (típico)

2.2.5 Etiquetado responsable

2.2.6 Actividades con propósito



Actividad el RODEO

Gracias a nuestra alianza con la marca Leche Rodeo, seguimos trabajando para ofrecer a los consumidores productos de calidad, generando más beneficios, confianza y cercanía en cada compra.



Participación marca patrocinadora Reinado del Huila

Como marca patrocinadora del Festival del Bambuco en San Juan y San Pedro (Reinado del Huila), reafirmamos nuestro compromiso con la cultura, apoyando espacios que unen a las familias y resaltan las tradiciones de nuestra región.



Actividad premier

Mantenemos nuestra alianza con la marca Premier para seguir brindando beneficios a nuestros consumidores, fortaleciendo nuestra oferta con productos de calidad y mayor valor para quienes confían en nosotros.



Actividad de marca

Activaciones de Marca en puntos de Venta a Nivel Nacional

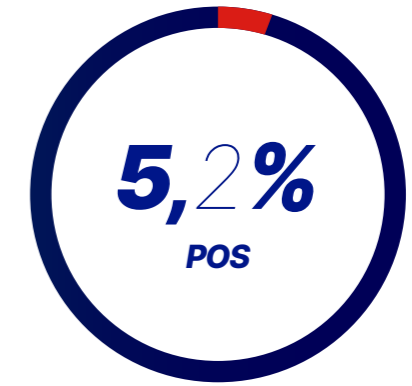
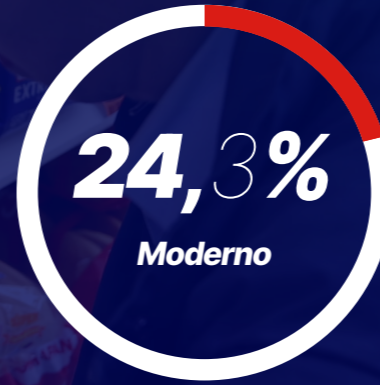
2.3 Clientes

Nuestros clientes son fundamentales para nosotros; por eso trabajamos para cumplir sus expectativas y brindar una atención de calidad, creciendo juntos y posicionando a Santa Clara como una marca preferida en la panadería industrial en Colombia.

Nuestros clientes:

El foco comercial durante el 2025 fue mejorar el precio por kilo y aumentar la distribución, manteniendo la competitividad en el mercado de nuestros productos. El precio por kilogramo decrece total compañía el 1.22%. En el 2025 se presentaron varios retos, el pan es un producto básico, pero la versión industrializada está compitiendo bajo nuevas reglas:

- Migración a Marcas Propias: Los consumidores están abandonando las marcas líderes de pan de molde por las marcas propias de los hard discounters. Esto ha obligado a las grandes industrias a maquilar para estas cadenas o a lanzar líneas de "bajo costo".
- El Pan Artesanal vs. Industrial: Existe una tendencia creciente hacia el pan de masa madre y panaderías locales. La industria ha respondido lanzando líneas "Clean Label" (etiquetas limpias), sin conservantes artificiales y con granos enteros para recuperar al consumidor preocupado por la salud.



GRI 3-3

Total generado: 99,6 %

2.3.1 Canales de venta

Canal Autoventa Bogotá

Canal Institucional

Canal Supermercados Independientes SMI Nacional

La participación de ventas de este canal en toneladas al cierre del 2025 sobre el total de la venta de la compañía es del 35% con un decrecimiento en volumen del 4.9%. Este decrecimiento se presenta debido a que en el 2025 trasladamos venta de este canal para el canal Distribuidores, buscando ser más eficientes a nivel de logística. A finales del año 2025 ejecutamos un proyecto de distribución optima en Duitama cerrando la ruta de auto venta de ese distrito y trasladando la venta al canal SMI para desarrollar los clientes.

- Se fortaleció la atención en Puntos de Venta con el equipo de mercaderistas, generando mayor visibilidad en exhibiciones, participación en góndolas con productos rentables de acuerdo con el modelo de atención y posicionamiento de marca con apoyo de impulso en PDV, oficinas y en actividades que aporten a la sostenibilidad.
- El Canal moderno se enfocó en la realización de colocaciones inteligentes para mejorar el indicador de las averías, donde se evaluó el portafolio y las dinámicas de cada cliente generando una recuperación del 8% comparado con el año 2024.
- Se centralizó la entrega de pedidos en CEDIS generando menos vehículos en tránsito, disminuyendo gastos logísticos, optimizando en la entrega de pedidos, cuidado de las canastillas y ampliando la cobertura a nivel nacional.

Este canal tiene una participación sobre el total de la venta en toneladas de la compañía en el año 2025 del 25%, En el año 2025 el canal presentó un decrecimiento del 8.5% con respecto al año 2024, esta pérdida se debe a varios factores, la contingencia tecnológica en agosto 2025, reacción de los clientes frente a los procedimientos del área de cartera que obligaron al bloqueo de clientes que tienen un buen potencial de compra, migración de SAP a final del año 2025 por clientes que no reciben pedido sin factura electrónica.



Canal Distribuidores

Este canal en el año 2025 participó sobre el total de la venta en toneladas de la compañía con 8% Vs. el 6% del año anterior alcanzando una venta de 748 Toneladas creciendo un 96.5% Vs 2024. En el año 2025 el canal se concentró en el desarrollo de los distribuidores de Bogotá y apertura de 8 distribuidores principalmente en las poblaciones de Cundinamarca. En términos de averías logro bajar 4.6 pp.



Canal Institucional

Este canal en el año 2025 participó sobre el total de la venta en toneladas de la compañía con 1% y crece 2.2% Vs año 2024



Distritos por fuera de Bogotá

La participación de las ventas de todos los distritos por fuera de Bogotá sobre el total de la venta de la compañía es del 33% y decrecen en volumen el 6.9% Vs un decrecimiento del 12% en el año 2024, de esta manera cerramos la brecha en 5%. Se logro consolidar los lideres comerciales de Ibagué y Pereira.



2.3.3 Atención al **cliente**

Seguimos comprometidos con conocer y dar respuesta oportuna a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias de nuestros clientes internos y externos. **En 2025 incrementamos a 99% el cierre de PQR**, mejorando el resultado frente a 2024.



99%



NUESTRO PROPÓSITO CENTRAL ES
NUTRIR Y LLEVAR LA LEITARIA
...El pan de cada día!



2.4 Proveedores

Se resalta el cambio como un proceso evolutivo que fortalece la transparencia, la trazabilidad y la sostenibilidad, con un enfoque alineado a los retos actuales del mercado.

- Revisión y actualización integral de las políticas del área de Compras.
- Las nuevas directrices fortalecen la transparencia y eficiencia del proceso.
- Alineación con objetivos de sostenibilidad corporativa

Se realizó procedimiento de la matriz de selección y evaluación de proveedores que nos permite:

- Integración de criterios ambientales, sociales y de SST en la evaluación.
- Búsqueda activa de proveedores que aporten a la red de valor sostenible.
- Fortalecimiento de la cadena de valor mediante proveedores responsables
- Se evaluaron a **61 proveedores** de mayor impacto en nuestra operación en términos de sostenibilidad.

2.5 Comunidad

En Industria Santa Clara creemos que, juntos para crecer, podemos generar cambios significativos. Por eso trabajamos continuamente para fortalecer nuestro rol como empresa y aportar a la construcción de una mejor sociedad.

2.5.1 Donaciones:

En 2025 se **donaron alrededor de 3.233 unidades de productos Santa Clara** a la Fundación Social Tejiendo Comunidad, la Fundación Solidarios de Corazón y Vida y a la Rueda de Negocios Génesis Pyme del SENA, con el propósito de brindar un momento delicioso y agradable a las personas beneficiadas. Adicionalmente, se donaron 2.576,6 kilos de producto al Banco de Alimentos, contribuyendo así al apoyo de comunidades que lo necesitan.



2.5.2 *Voluntariado social y ambiental*



Voluntariado reciclador por un día

El 30 de mayo de 2025 en alianza con Empacor, participamos en un voluntariado dignificando la labor del reciclador de oficio, participando activamente en sus labores diarias en bodega ASOREPCOL. La experiencia permitió generar conciencia sobre las actividades que implica la labor del reciclador de oficio, la importancia de la separación de residuos, la comprensión de las realidades de otras personas que habitan la ciudad y el fortalecimiento de los lazos entre la comunidad y las empresas voluntarias.



110 personas



111 voluntarios



18 recicladores de oficio. 1 asociación (asoperacol)



21 empresas participantes



10 fuentes intervenidas



926 horas de voluntariado



1015 beneficiarios

¡Santa Clara, PIENSA Verde!

Como parte de nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente, continuamos desarrollando acciones que aportan a la conservación del planeta. En 2025 realizamos la siembra de 120 árboles en el departamento de Cundinamarca y, junto a la Fundación Humedales Bogotá, hemos alcanzado más de 400 árboles sembrados en esta región, contribuyendo a la protección del entorno y al bienestar de la comunidad.





2.5.3 Alianzas que **generan valor**

Abrimos nuestras puertas para que los estudiantes de la universidad Surcolombia conozcan como trabajamos día a día, los retos que enfrentamos y la pasión que nos impulsa a seguir creciendo. Nos enorgullece crear estos espacios donde compartimos aprendizajes y visiones que fortalecen el vínculo entre la academia y el sector empresarial.



Capitulo 3

PIENSA
Verde

Juntos para **crecer en**
un **planeta más sostenible**

Trabajamos para reducir nuestro impacto en el entorno, promoviendo el uso responsable de los recursos naturales y el cumplimiento de la normatividad ambiental. Nuestro compromiso es proteger el medio ambiente mientras desarrollamos nuestras actividades de manera responsable responsable.

3.1 Desempeño ambiental

a. Indicadores ambientales

Indicadores ambientales	unidad	2024	2025
Producción	toneladas	10,287.11	9130
Consumo eléctrico Red (compra)	kW	1232362	1147137
Consumo de Gas natural	M3	750638	690221
Consumo de agua	M3	10240	10816
Agua Tratada	M3	4475.5	4276.8

Disponemos de un sistema de tratamiento de aguas residuales que asegura el cumplimiento de la normativa ambiental vigente para su vertimiento al alcantarillado. Con el fin de mantener su óptimo funcionamiento y garantizar la calidad del proceso, llevamos a cabo análisis fisicoquímicos de forma semanal, lo que nos permite hacer seguimiento y control continuo de su desempeño.

GRI 302-1; GRI 303-5; GRI 303-4

b. Gestión de residuos

Residuos generados	unidad	2024	2025
Producto no conforme (PNC) y devoluciones*	toneladas	660.3	578.1
Plástico*	toneladas	15.2	10.8
Papel y Cartón	toneladas	23	21.6
Chatarra	toneladas	15.1	19.2
Lonas	toneladas	17.2	13.8

Gracias a la implementación del programa de gestión de residuos, en 2025 se logró una reducción significativa en la generación de residuos en comparación con 2024, evidenciando el impacto positivo de las acciones de minimización, aprovechamiento y sensibilización ambiental adoptadas en la organización.

GRI 306-3

Reducción de 82 Ton de PNC y devoluciones, producto se reincorpora como materia prima para elaboración de concentrado animal.

Reducción de 4.4 Ton de plástico

Nota: La obtención de datos se realizó con la base de información de gestión ambiental

3.2 Economía circular

Durante el año 2025 Industria Santa Clara, recupero **10237** canastillas, equivalente a 16.3 Ton de plástico de alta densidad utilizado para inyección y fabricación de **8222** canastillas nuevas, lo que represento un **7.3% de las canastillas** utilizadas en el proceso productivo generando un ahorro de **\$105.2 Millones**.

En alianza con IFCO en el 2025, bajo el modelo de alquiler de canastillas abatibles 100% circulares y reutilizables dejamos de utilizar **94986 corrugadas como unidad de embalaje** en nuestra operación, equivalente a **61740 Kilos de cartón corrugado** o a **864.3 árboles no talados** y obteniendo un ahorro aproximado de **\$222.6 Millones**.

GRI 306-2; GRI 306-4





A. Visión Circular

Continuamos con nuestra vinculación a Visión Circular, un colectivo que promueve la economía circular en el país, impulsando el cumplimiento de la normativa ambiental de empaques y envases y el aprovechamiento de materiales.



Visión Circular



Impulsando el país hacia la economía circular

B. Reencauche de llantas



Durante el año 2025, se llevó a cabo el reencauche de 36 llantas, una acción que contribuye significativamente a la reducción de residuos y al aprovechamiento eficiente de los recursos. Esta práctica permite extender la vida útil de los neumáticos, disminuyendo la necesidad de fabricar nuevas llantas y, por ende, reduciendo el consumo de materias primas y energía. Asimismo, se evita la disposición inadecuada de estos residuos, generando un impacto ambiental positivo y aportando al compromiso de la organización con la sostenibilidad.

Este plan nos permite establecer la línea base de envases y empaques (EyE) puestos en el mercado, con el fin de determinar la cantidad de material que debe ser recolectado para dar cumplimiento a la normativa ambiental vigente.

C. Bolsas 100%PCR



Nuestras bolsas de anchetería navideña están elaboradas con material 100% PCR (plástico reciclado postconsumo), lo que permite dar una segunda vida a los residuos plásticos y reducir el impacto ambiental. Esta iniciativa es posible gracias a nuestros proveedores aliados, quienes cuentan con las certificaciones necesarias que garantizan el uso de material PCR, promoviendo así una celebración más sostenible sin comprometer la calidad ni la presentación..



3.3 Huella de Carbono 2024

Durante el año 2024 medimos nuestra huella de carbono como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad.



Alcance 1 (emisiones directas)
823,81 toneladas de CO₂e



Alcance 2 (consumo de energía eléctrica)
1.476,19 toneladas de CO₂e

Estos resultados nos permiten identificar oportunidades de mejora, buscando implementar medidas para reducir nuestra huella de carbono año a año.

3.4 Proyecto + Eficiente

Participamos en el Proyecto + Eficiente con el acompañamiento técnico de la Cámara de Comercio de Bogotá. Se realizó un diagnóstico de eficiencia hídrica y energética, identificando oportunidades de mejora que podrán implementarse durante el año 2026.

Como resultados tuvimos: Composición energética:

se identifica que el energético que más representa consumo son las relacionadas con gas natural con una presencia del 88% y la energía eléctrica con un 12%.

Mejoramos nuestros procesos, logrando una disminución en el consumo de energía en 2025 de 85.225 kWh y de gas natural de 60.417 m³ en comparación con 2024.

Mejoras

- Seguimiento de fugas de aire comprimido y análisis de consumos.
- Iluminación 100% LED.
- Calibración de hornos y calderas mejorando la combustión de los equipos.

Huella hídrica

- La huella hídrica directa (88,24%) corresponde al agua que la empresa utiliza directamente en sus procesos, como producción, limpieza o servicios internos.
- La huella hídrica indirecta (11,76%) es el agua que se usa de manera “oculta”, por ejemplo, en la producción de materias primas, insumos o servicios que la empresa compra.



3.5 Política Ambiental

Contamos con una Política Ambiental que orienta nuestras acciones hacia la protección del medio ambiente, el cumplimiento de la normatividad vigente y la mejora continua. La política puede ser consultada y descargada en el siguiente enlace:



3.6 Comité de ecodiseño

En **2025** se crea el comité de ecodiseño como un equipo multidisciplinario que evalúa la viabilidad ambiental, técnica y económica de iniciativas orientadas a la reducción de plásticos y al desarrollo de empaques más sostenibles, promoviendo soluciones con mayor potencial de reciclabilidad.

Como parte de su fortalecimiento, el comité participó en el curso “**Reglas de Oro para el Diseño de Envases y Empaques**”, enfocado en las 9 Golden Design Rules (GDR), cuyo propósito es optimizar el uso de materiales, mejorar la reciclabilidad y fomentar la economía circular.

Durante el año se avanzó en tres líneas de trabajo mediante pruebas en proceso:

Reducción de calibre en bolsas de empaque para referencias de tostadas y super caladitos.

Disminución y eliminación de plástico sobrante en referencias de pan tajado.

Evaluación de la reducción en el número de tintas utilizadas en los empaques.

Estas acciones reflejan el compromiso continuo con la innovación sostenible y la optimización de recursos en los procesos de empaque, las cuales continuarán siendo objeto de trabajo y fortalecimiento **durante el año 2026**.

Capitulo 4

Valor Económico



<i>Item</i>	2025	<i>Item</i>	2025
ingresos Operacionales	\$ 79.662.410	Intereses Financieros pagados	0
<i>Ingresos No operacionales</i>	\$ 1.100.049	<i>Impuestos pagados</i>	\$ 396.310
Valor Económico Generado	\$ 80.762.459	Inversión comunidades	\$ 37.198
<i>Pagos Proveedores</i>	\$ 65.326.332	Valor Económico Distribuido	\$ 86.548.334
Sueldos Empleados	\$ 20.788.494	Valor Económico retenido	-\$ 5.785.875

En miles de pesos

Valor Económico



Capitulo 5

Tablas Indicadores **y Estándares GRI**

Tablas Indicadores y Estandares GRI

Declaración de uso	Industria santa clara ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 01 de enero 2025 y el 31 de diciembre 2025, utilizando como referencia los Estándares GRI.		
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021		
Estandar GRI	Estandar GRI	Respuesta	Página
	GRI 2: CONTENIDOS GENERALES		
GRI 2-1	Detalles organizacionales	Nuestro sueño, nuestra cobertura, Cadena de abastecimiento.	5,22,23
GRI 2-2	Entidades incluidas en la elaboración de informes de sostenibilidad.	Alcance del reporte	6
GRI 2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Alcance del reporte	6
GRI 2-5	Verificación externa	Los reportes de sostenibilidad de Industria Santa Clara no son sometidos a verificación externa. Por su parte, el contenido es revisado en su totalidad por el comité gerencia.	
GRI 2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Cadena de valor, categorías, cadena de abastecimiento	11,13,23
GRI 2-7	Empleados	Colaboradores	33 a 44
GRI 2-8	Trabajadores que no son empleados	Colaboradores	33 a 44
GRI 2-9	Estructura de gobernanza y composición	Modelo corporativo	24 a 25
GRI 2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno - Gobierno Corporativo	Modelo corporativo	24 a 25
GRI 2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	Modelo corporativo - Estructura de la organización	25
GRI 2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos		25
GRI 2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Alcance del reporte	6
GRI 2-15	Conflictos de interés	Modelo corporativo - Nuestras prácticas de ética	26
GRI 2-16	Comunicación de inquietudes críticas	Modelo corporativo - Nuestras prácticas de ética	26
GRI 2-23	Compromisos y políticas	Modelo corporativo	24 a 26
GRI 2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	Todas las políticas y compromisos de Industria Santa Clara SAS son actualizadas y comunicadas oportunamente.	26
GRI 2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	Modelo corporativo, Nuestra relación y comunicación con los grupos de interés.	24,29
GRI 2-26	Mecanismos de asesoramiento y consulta de inquietudes	Modelo corporativo, Nuestra relación y comunicación con los grupos de interés.	6,24,29
GRI 2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	No hubo multas o sanciones por incumplimiento de la legislación	
GRI 2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Nuestra relación y comunicación con los grupos de interés.	29
	GRI 3: TEMAS MATERIALES		
GRI 3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	Materialidad / Asuntos Materiales	7
GRI 3-2	Lista de temas materiales	Materialidad / Asuntos Materiales	8
	GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO		
GRI 201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Valor económico	67
	GRI 204: PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO		
GRI 204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Compras nacionales y locales	56
	GRI 205: ANTICORRUPCIÓN		
GRI 205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Modelo corporativo	26
	GRI 302: ENERGÍA		
GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Desempeño ambiental - Indicadores ambientales	62

Declaración de uso	Industria santa clara ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 01 de enero 2025 y el 31 de diciembre 2025, utilizando como referencia los Estándares GRI.		
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021		
Estandar GRI	Estandar GRI	Respuesta	Página
GRI 303: AGUA Y AFLUENTES			
GRI 303-4	Vertido de agua	Desempeño ambiental - Indicadores ambientales	62
GRI 303-5	Consumo de agua	Desempeño ambiental - Indicadores ambientales	62
GRI 305: EMISIONES			
GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Huella de carbono	65
GRI 305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Huella de carbono	65
GRI 306: RESIDUOS			
GRI 306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Economía circular	62 a 64
GRI 306-3	Residuos generados	Gestión de residuos	62
GRI 306-4	Residuos no destinados a eliminación	Economía circular	62 a 64
GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES			
GRI 308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	Auditoria a proveedores con criterios de sostenibilidad	56
GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Auditoria a proveedores con criterios de sostenibilidad	56
GRI 401: EMPLEO			
GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Seguridad y salud en el trabajo	39 a 42
GRI 401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Estándares laborales, beneficios a colaboradores	37 a 38
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
GRI 403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Seguridad y salud en el trabajo	39 a 42
GRI 403-2	Cumplimiento de la legislación y las normativas	Entornos seguros y confiables	39 a 42
GRI 403-3	Servicios de salud en el trabajo	Seguridad y salud en el trabajo	39 a 42
GRI 403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Espacios seguros	39 a 42
GRI 403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Actividades de promoción y prevención	39 a 42
GRI 403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	Actividades de promoción y prevención	39 a 42
GRI 403-7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Seguridad y salud en el trabajo	39 a 42
GRI 403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Seguridad y salud en el trabajo	39 a 42
GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral	Indicadores SST	39 a 42
GRI 404: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN			
GRI 404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Capacitación y desarrollo	43
GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Estándares laborales	37
GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES			
GRI 416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	Nutrición y beneficios- Evaluación del perfil nutricional y sensorial de nuestros productos	48
GRI 416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	No se presentaron incumplimientos ni sanciones	
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO			
GRI 417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Etiquetado responsable	50
GRI 417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No se presentaron incumplimientos ni sanciones	

SANTA CLARA

...El pan de cada día!

JUNTOS PARA CRECER