

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2012



VENUS COLOMBIANA S.A.

LO QUE PIENSO,



Define la manera cómo en Venus Colombiana planteamos nuestras estrategias, nuestros objetivos en el mediano y largo plazo, para alcanzar la sostenibilidad de la compañía mediante una gestión responsable.

LO QUE SIENTO,



En este reporte hemos denominado el sentir como las experiencias que nuestros grupos de interés han tenido en la relación con Venus Colombiana, las cuales responden a vínculos que la empresa ha construido a través del tiempo y de la interacción continua con cada uno de ellos.

LO QUE HAGO ES,



El actuar será el reflejo y el resultado de unas acciones pensadas y sentidas, acompañadas a través de mediciones e indicadores que den cuenta de nuestra gestión y cumplimiento de objetivos; sabemos que el pensar no será suficiente sin actuar y sin evaluar nuestras acciones para tener en un continuo proceso de aprendizaje organizacional.

“Seremos coherentes en la medida que podamos traducir en Palabras y en Hechos nuestros Pensamientos, esta es nuestra apuesta organizacional”



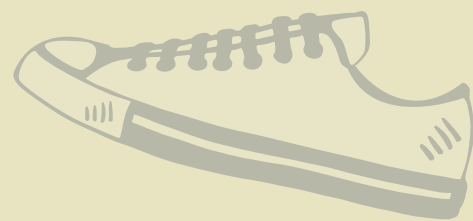
COHERENCIA

Es un propósito que sabemos puede sonar ambicioso y en algunos casos difícil de alcanzar, sin embargo es y seguirá siendo nuestra apuesta como un camino claro hacia la sostenibilidad.

Alcanzar la coherencia requiere de muchos actores y acciones que demuestren por qué lo que nos proponemos como compañía y lo que declaramos es acorde con la realidad.

Los lectores encontrarán en el reporte la respuesta a situaciones con las que nos enfrentamos día a día y la manera cómo las asumimos, basados siempre en nuestros valores, en la transparencia y la ética que caracteriza nuestra organización.

Contenido



MENSAJE DE JORGE ANDRES

CAPÍTULO 1

Nuestro Informe

CAPÍTULO 2

Nuestra Esencia.....

CAPÍTULO 3

Construyendo País.....

CAPÍTULO 4

Compromiso Verde.....

CAPÍTULO 5

Gente Venus.....

CAPÍTULO 6

Acompañamos tus Pasos.....

CAPÍTULO 7

Desarrollo de Nuestros
Socios de Negocio.....

CAPÍTULO 8

Compromiso Ético y Social.....

TABLA GRL.....

DATOS DE LA EMPRESA Venus Colombiana S.A.

Carrera 35 No. 13-55 / Acopi - Yumbo
Valle del Cauca - Colombia PBX: (57)(2) 4858999
Línea gratuita: 018000188999 www.venus.com
Venus Colombiana fue creada por escritura
pública No. 1186 del 19 de julio de 1999
en la notaría 15 de Cali - Valle

JUNTA DIRECTIVA PRINCIPALES

Mauricio Enrique Cuesta Miño
Patricio Cuesta Vasconez
José Filometor Cuesta Holguín
Gonzalo Callejas Herdoiza
Maurem Chejne Gómez

SUPLENTE

Francisco Javier Cuesta Miño
Diego Hernán Cuesta Vasconez
Xavier Hernán Cuesta Vasconez
Maria del Carmen Valverde Yabar
Andrés Fernando Cisneros Cadena

Mensaje de Jorge Andrés

Apreciados lectores.

Este es nuestro tercer informe de sostenibilidad desde el cual hemos realizado una apuesta a la coherencia, tal como lo hemos denominado y cómo hemos decidido pensar y vivir la responsabilidad social al interior de nuestra compañía, alineando lo que pensamos, lo que sentimos y lo que hacemos en nuestras labores diarias. Como parte de esta búsqueda permanente por alcanzar la coherencia, desde el año 2012 nos hemos planteado nuevas oportunidades para garantizar la sostenibilidad de nuestra compañía, desarrollando estrategias que le permitan a la empresa evolucionar y acercarse cada vez más a nuevos mercados.

A nivel de ventas, terminamos el 2012 con una facturación total de 110.000MM de pesos, lo que representa por primera vez en la historia de Venus Colombiana un decrecimiento del 6% de la facturación anual. La compañía deberá asumir nuevos retos en el desarrollo de proveedores locales, brindándoles herramientas que les permita fortalecer su capacidad de ejecución en el largo plazo y a su vez incentivando la consolidación del sector del calzado en el Valle del Cauca, de una manera organizada, articulada y sostenible. A mediados del 2012 dimos cambios significativos en el enfoque del negocio, construyendo una nueva ruta del mercado y ampliando nuestro portafolio, con nuevas marcas y modelos que responderán a las necesidades de un segmento del mercado, diferente al que actualmente llegamos, igualmente incluimos en nuestra misión y visión los principios que soportan nuestra gestión de la RSE y la sostenibilidad.

Seguimos fuertemente comprometidos con todos nuestros grupos de interés, garantizando la generación de valor económico para nuestros accionistas, promoviendo el desarrollo y crecimiento de nuestros colaboradores dentro de la organización, desarrollando proveedores locales y garantizando el cumplimiento de nuestra oferta de valor a todos nuestros clientes, ofreciéndoles productos de buena calidad y accesibles a nuestros usuarios.

En el 2012 realizamos la medición de nuestra huella de carbono corporativa y de producto, la cual nos va a permitir establecer una estrategia que nos permita mitigar el impacto ambiental en el mediano y largo plazo.

Actualmente estamos en una etapa de cambios en la compañía y sabemos que nuestra principal apuesta es alcanzar la sostenibilidad, reconociendo las necesidades del mercado y el contexto global al que cada vez nos enfrentamos.

Jorge Andrés Zuluaga
Gerente General
Venus Colombiana S.A.





NUESTRO INFORME

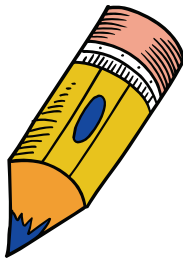
Nuestro Informe

Nuestro reporte de sostenibilidad cubre el año 2012, fue realizado bajo los lineamientos de la guía G3.1 del Global Reporting Initiative, GRI y cuenta con un nivel de aplicación B. Así mismo, nuestros indicadores de desempeño están correlacionados con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, al cual Venus Colombiana S.A se adhirió en el año 2010.

La presentación del reporte es anual y fue realizado por el equipo de Talento Humano y RSE con el apoyo de las distintas áreas de gestión de la compañía. De igual forma, este año contamos con la facilitación de Fortalecerse, Sostenibilidad Empresarial, equipo consultor en materia de Responsabilidad Social Empresarial, quienes nos brindaron su acompañamiento en la elaboración del informe.

Nuestro objetivo es consolidar los resultados de los diversos programas de RSE de la empresa y comunicarlo a nuestros grupos de interés identificados, con el fin de fortalecer lazos de confianza que permitan crear valor de forma sostenible, tanto para la empresa como para nuestros interlocutores. Igualmente, deseamos que el reporte se convierta en una herramienta estratégica que sirva para la toma futura de decisiones en materia de RSE y Sostenibilidad.

“Nuestro objetivo es consolidar los resultados de los diversos programas de RSE de la empresa y comunicarlo a nuestros grupos de interés”



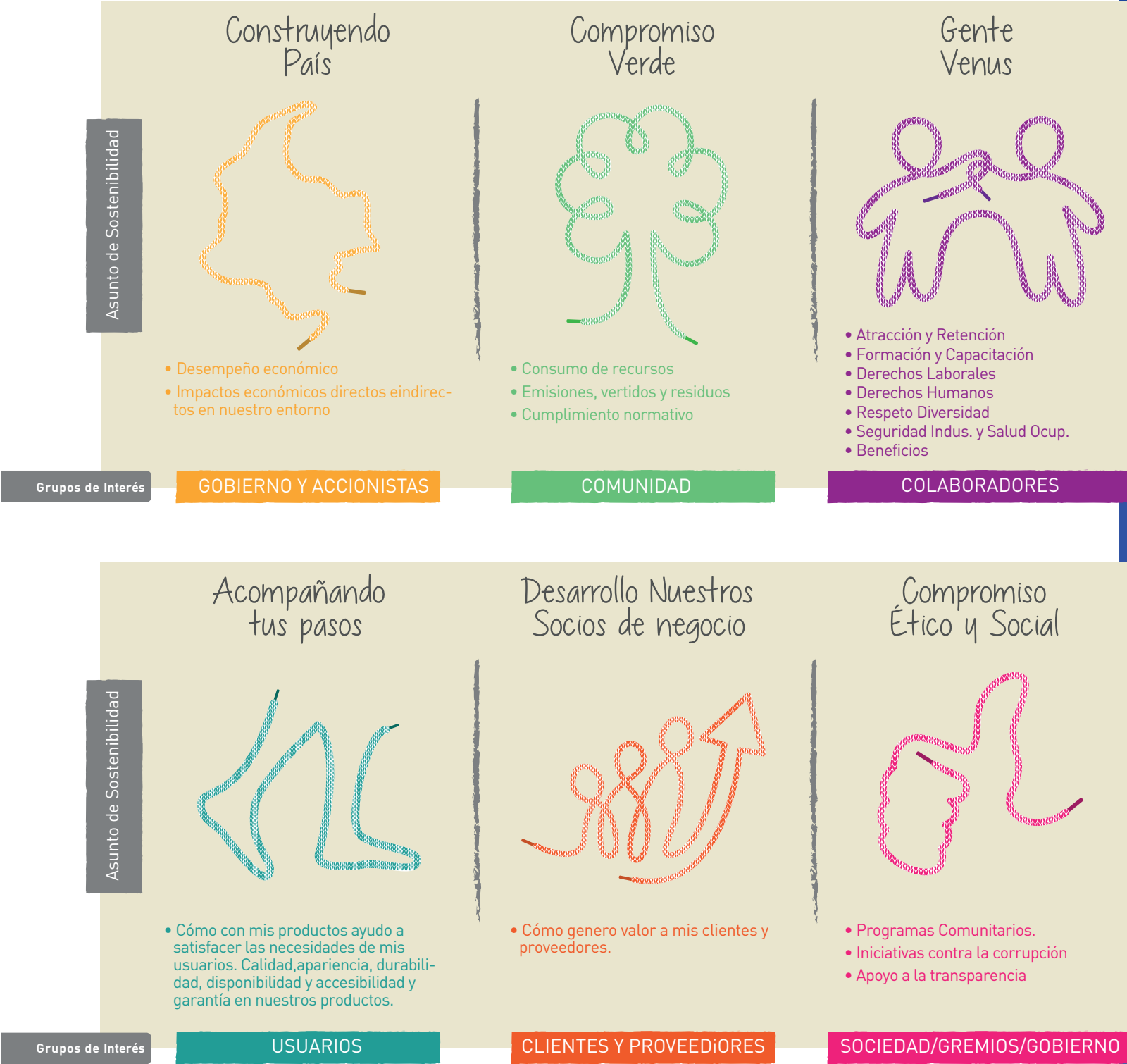
Proceso de definición del contenido de la memoria

Con la participación de los colaboradores representantes de las diferentes áreas de la compañía, quienes a su vez son los principales interlocutores con nuestros grupos de interés prioritarios (colaboradores, clientes, usuarios, proveedores, accionistas, comunidad y gobierno), se realizaron dos sesiones de trabajo donde elaboramos el TEST DE MATERIALIDAD, empleando la siguiente metodología:

VALIDACIÓN DE LOS ASUNTOS DE SOSTENIBILIDAD PROPUESTOS:

Validamos con el equipo de trabajo que efectivamente estos asuntos representaran los pilares de la sostenibilidad en la compañía, y que su gestión abogara por el éxito de la empresa en el largo plazo.

Es importante resaltar que los seis asuntos que se mencionan en el reporte, nacieron de un ciclo de formación donde participaron alrededor de 90 colaboradores de la compañía, el cual buscaba aparte de capacitar a los colaboradores en temas de RSE y sostenibilidad, identificar en conjunto los temas considerados por ellos como los más importantes para la gestión de la RSE (Asuntos de sostenibilidad) y sostenibilidad de la empresa.



1. Alineación Estratégica y de Grupos de interés:

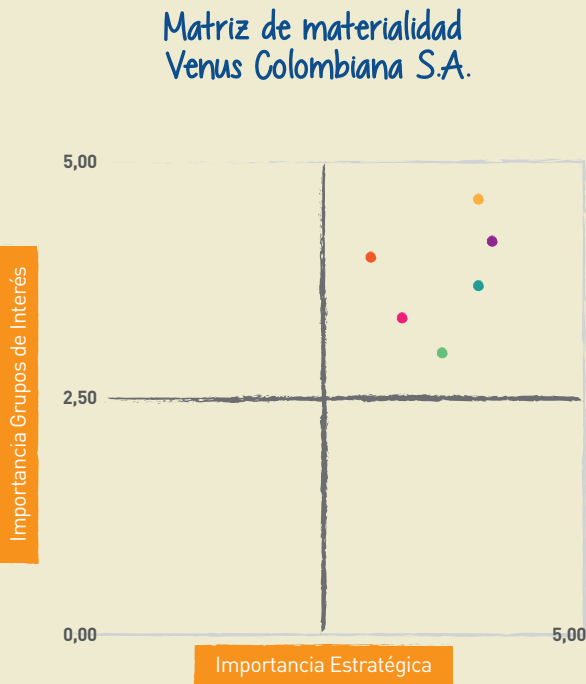
A través de los criterios formulados por la Sustainability Accounting Standards Board (Sasb) de los Estados Unidos, definimos los asuntos de sostenibilidad propuestos, a la luz de la importancia estratégica y de la relevancia para los grupos de interés.

Los criterios fueron los siguientes:

- Contribución al desempeño financiero global de la empresa.
- Relacionamiento con normas y regulaciones nacionales e internacionales.
- Apoyo a la competitividad de la empresa y el sector.
- Aporte a la innovación de procesos y productos.
- Colaboración en la gestión de riesgos operativos.
- Respuesta a las expectativas de los grupos de interés PRIORITARIOS.
- Relacionamiento con normas y regulaciones nacionales e internacionales.

2.Asuntos materiales:

A continuación podemos evidenciar en la tabla los resultados de este proceso, definiendo los asuntos materiales a reportar para la compañía.



Convenciones:

- Gente Venus
- Construyendo País
- Desarrollo de nuestros socios de negocio
- Compromiso ético y social
- Acompañando tus pasos
- Compromiso Verde

Escala de calificación de 1 a 5

Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete:

VALIDACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS:

A través de los criterios formulados por la AA1000 (Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad) identificamos nuevos grupos de interés, validamos los propuestos en periodos anteriores y finalmente priorizamos en función de los impactos que estos generan y reciben.

Los criterios utilizados para priorizar radicarón en la capacidad de influencia que tienen nuestros diversos grupos de interés sobre las operaciones claves de la empresa y cómo de igual forma con su operación, la compañía afecta las decisiones de éstos.

Dicho análisis se realizó en un escenario temporal pues validamos estos grados de influencia en doble vía tanto en el presente como en el futuro.

Este proceso fue clave para definir la materialidad del reporte.

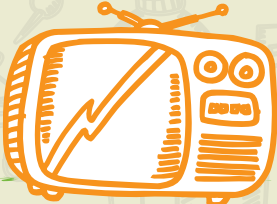




Grupo de interés identificados y priorizados

Grupo	Score
Colaboradores	5
Cientes	5
Accionistas	5
Proveedores	4.25
Usuarios	4.25
Gremios	3.25
Comunidades	3.25
Gobierno	2.75

Si bien no contamos con la presencia directa de los GI, este ejercicio interno nos permitió acercarnos a la metodología, arriesgándonos a dar pasos en lo que a consultas de materialidad se refiere.

Para el 2013 esperamos replicar este ejercicio con los grupos de interés directamente y hacer un comparativo entre lo que los colaboradores representantes de las áreas percibieron vs lo que los GI manifiesten.



Grupos de Interés		Carácter de la Comunicación (unidireccional/bidireccional)	Cuáles son los mecanismos de interacción con los Grupos de Interés (website, encuestas, informes)
Accionistas y comité directivos		Bidireccional	Medios de comunicación cara a cara (reunionestrimestrales de resultados y grupos focalesmensuales con la gerencia) 
 Colaboradores	Proveedores	Bidireccional	Plan de comunicaciones basado en el fortalecimiento de nuestra plataforma de medios tradicionales (Intranet, comunicados corporativos, boletines, carteleras físicas y virtuales, displays, encuestas de satisfacción, buzón de sugerencias, perfil facebook) y en el fortalecimiento de los medios de comunicación personal, promoviendo espacios comunicacionales entre los diferentes niveles y áreas con una programación anual establecida.
	Clientes	Bidireccional Unidireccional	Página web, Contact Center, contacto directo y personalizado. Asesores comerciales, Contact Center, página web corporativa. Boletín Marcando el Paso 
	Comunidad	Unidireccional	A través de ONGs con las que hemos construido alianzas, Contact Center
 Usuarios		Bidireccional	Página web para tenis Venus (www.tenisvenus.com) Página web corporativa (www.venus.com) Facebook para tenis Venus (www.facebook.com/tenisvenus.com) Contact Center (Línea 018000188999) 



2

NUESTRA
ESENCIA

Nuestra Empresa

Misión

1

Fabricamos y comercializamos productos de excelente calidad, ofreciendo a los clientes una oportunidad de negocio sostenible en el tiempo, promoviendo la Responsabilidad Social a lo largo de la Cadena de Valor, brindando soluciones accesibles a los usuarios en calzado y otros productos, garantizando la rentabilidad y sostenibilidad de la Organización.

Visión

2

Empresa sostenible económica, social y ambientalmente, líder en el sector de calzado y competitiva en otros sectores en los que participa, reconocida por sus grupos de interés en su contribución y compromiso social.

Política de Calidad

3

En Venus Colombiana S.A tenemos como compromiso y responsabilidad, comercializa calzado de manera oportuna y confiable, generando la fidelización de clientes, contando para ellos con personal competente para el desarrollo de su trabajo, utilizando eficientemente nuestros recursos, propendiendo por la solidez de la compañía, permanencia en el mercado, mejoramiento continuo y cumplimiento de los requisitos legales aplicados a nuestro negocio.

Nuestros Valores

4



Estamos comprometidos con la ética.

Respetamos la tradición.



Actuamos con calidez.

Somos sensibles frente a nuestros clientes.



Innovamos en todo lo que hacemos.

Le apostamos al desarrollo de las personas.



Nos apasiona el trabajo en equipo.

Somos solidarios.

Estructura Operativa de la Organización

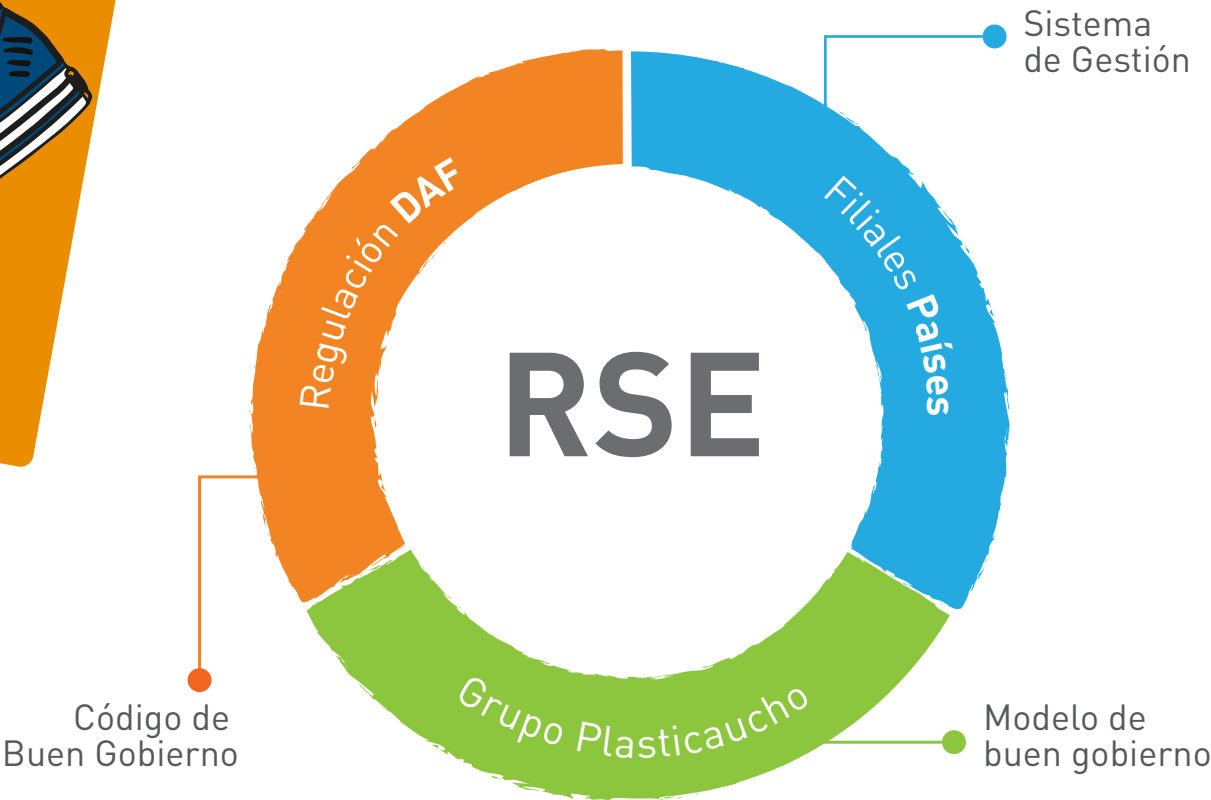
En el 2012 fortalecimos nuestro Comité Gerencial, a través de la vinculación de un ejecutivo enfocado en el área de Desarrollo de Negocios y la inclusión de la Gerencia de Mercadeo, con el fin de dar soporte a la nueva estrategia comercial del negocio.





Gobierno Corporativo

Marco Legal y Regulatorio / Normas Internacionales

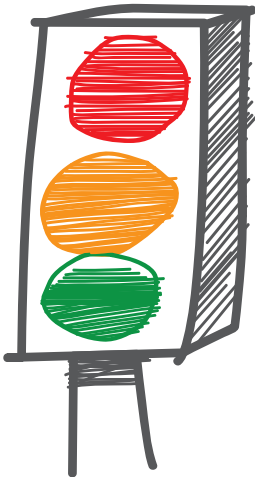


Como parte de los procesos de alineación en el horizonte estratégico de la organización, nuestro grupo corporativo Plasticaucho Industrial, desde el 2012 comenzó a trabajar en el diseño de acciones que permitan una articulación entre la estrategia, los procesos y la cultura organizacional de las compañías en los países donde opera.

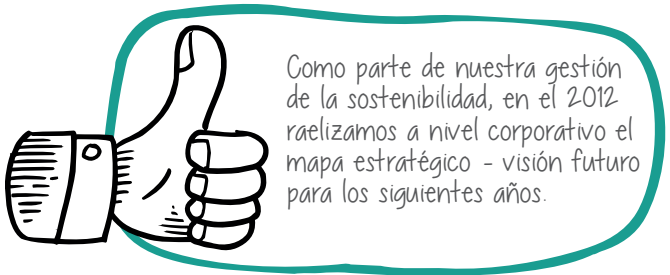
Parte de estas iniciativas han permitido que el grupo corporativo vincule a los Gerentes Generales de las compañías de los tres países, en el direccionamiento y visión de la organización a nivel corporativo. Igualmente en el 2012 se realizó el análisis y definición de prácticas de buen gobierno, el cual permitirá en el 2013, trazar un horizonte claro en el gobierno corporativo de la compañía.

ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE BUEN GOBIERNO DE VENUS COLOMBIANA

Código de Buen Gobierno	Modelo de Gobierno
Transparencia e Integridad de la Información entre los países	
Conflicto de Intereses	Estrategia Corporativa
Derechos y Deberes de los Accionistas/ Corporativo/Filiales	
Relacionamiento con grupos de interés	
Rendición de cuentas	Cultura organizacional Valores y Principios Liderazgo y Sucesión



Mapa Estratégico Visión Futuro Preparado para **VENUS COLOMBIA S.A.**



Como parte de nuestra gestión de la sostenibilidad, en el 2012 realizamos a nivel corporativo el mapa estratégico - visión futuro para los siguientes años.

Nuestra gestión ética sigue enmarcada por el estricto cumplimiento de la normativa colombiana, contado con todos los sistemas de control de la información financiera y auditorías externas que garanticen la idoneidad de la información de nuestros estados financieros.

Venus Colombiana S.A. cumple con todos los requisitos exigidos por la ley 603 de julio 27 de 2000 sobre propiedad intelectual y derechos de autor.



Basado en el alcance de mis auditorias, informo que la compañía ha llevado su contabilidad conforme a las normas legales y a la técnica contable; las operaciones registradas en los libros de contabilidad y los actos de los administradores se ajustan a los estatutos y a las decisiones de la Asamblea de Accionistas y de la Junta Directiva; la correspondencia, los comprobantes de las cuentas y los libros de actas y de registro de acciones se llevan y se conservan debidamente; el informe de gestión de los administradores guarda la debida concordancia con los estados financieros básicos, y la compañía no se encuentra por mora por concepto de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral.

Margarita Rosa Aguirre
Revisora Fiscal
deloitte & touche

Durante el año 2012 en conjunto con Plasticaucho Industrial y Venus Peruana re-implementamos nuestro ERP SAP, con la intención de unificar procesos y poder generar reportes a nivel corporativo, que permitan tener una idea más integral del negocio y tomar decisiones sobre los negocios de manera oportuna.

Al cierre de 2012 no tuvimos acontecimientos importantes que impacten de manera drástica el normal transcurrir del negocio. La situación financiera y del mercado, dan evidencia que la compañía es rentable en el largo plazo y sus planes de inversión demuestran el compromiso de los accionistas con la empresa para los próximos cinco años.

MERCADOS

Servidos

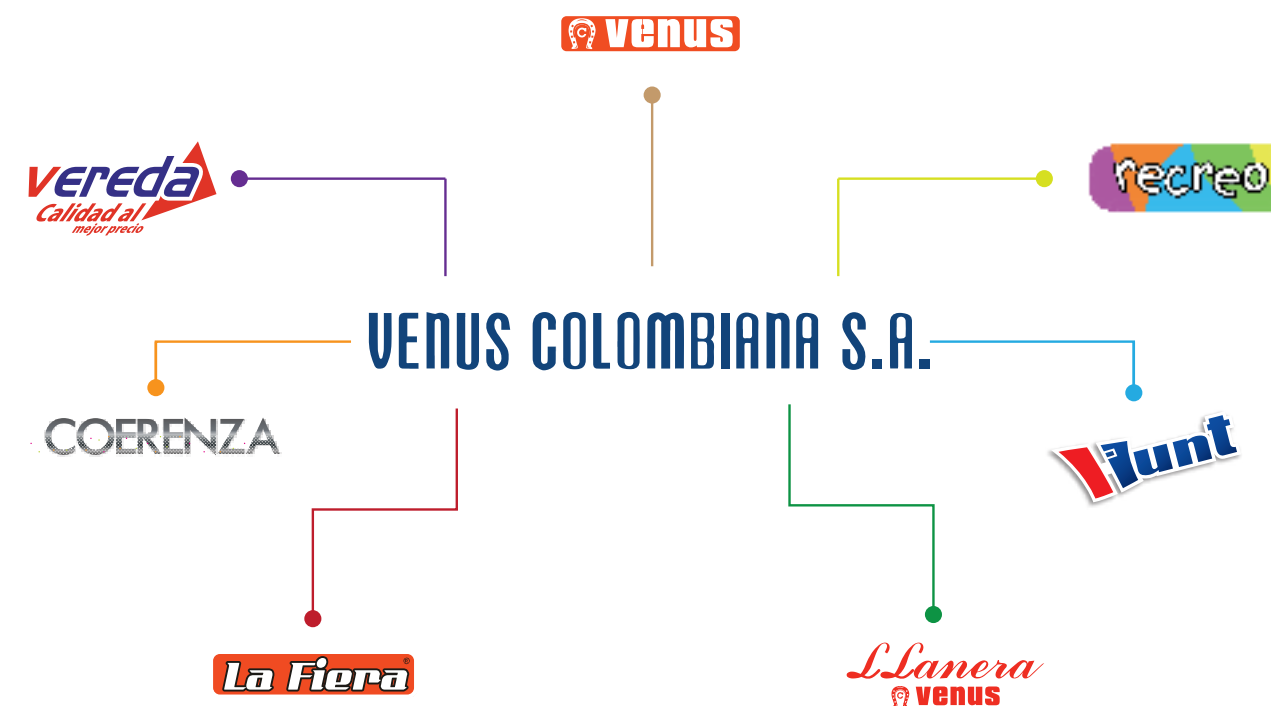
Como parte de nuestra nueva estrategia comercial y pensando en optimizar la gestión de ventas se tomó la decisión de reorganizar nuestras zonas geográficas en tres: Norte, Centro y Sur.

De esta forma, se logró focalizar la gestión y reducir complejidad, de cara a nuestros retos en la ejecución de la venta.



VENUS COLOMBIANA S.A.

Nuestras Marcas



Premios y Distinciones



TOP OF MIND

Continuando con el trabajo constante que se viene realizando alrededor de nuestra marca Venus, en el año 2012 también logramos resultados muy importantes para nuestra marca a nivel de TOP OF MIND.

Seguimos siendo una de las marcas de calzado más recordadas por los niños y jóvenes Colombianos.

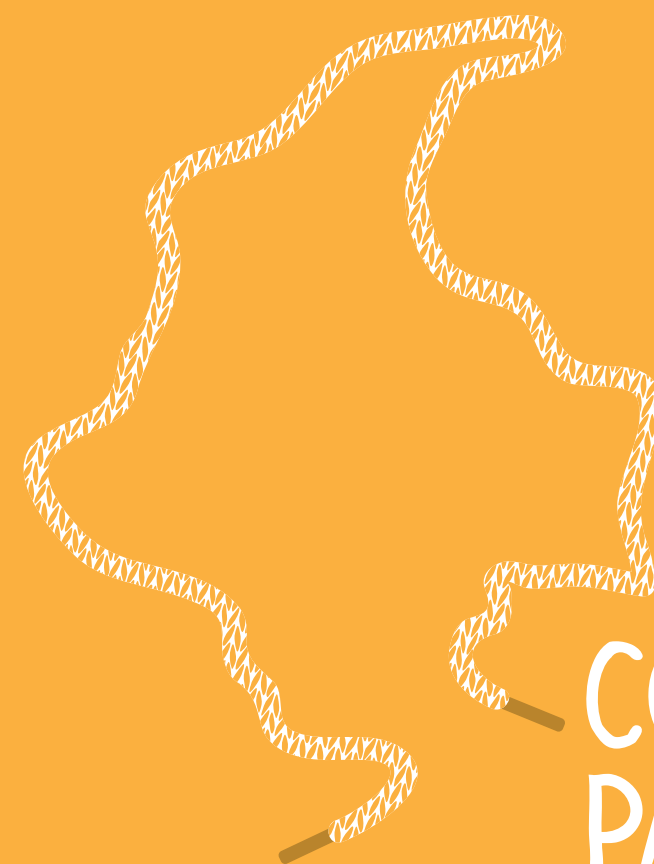


VADEMÉCUM DE MERCADOS

Nuestro compromiso, confianza, creatividad y dedicación fueron los que impulsaron el posicionamiento de Venus Colombiana S.A como la segunda empresa de calzado con más ventas del país en el 2011, según Vademécum de Mercados.

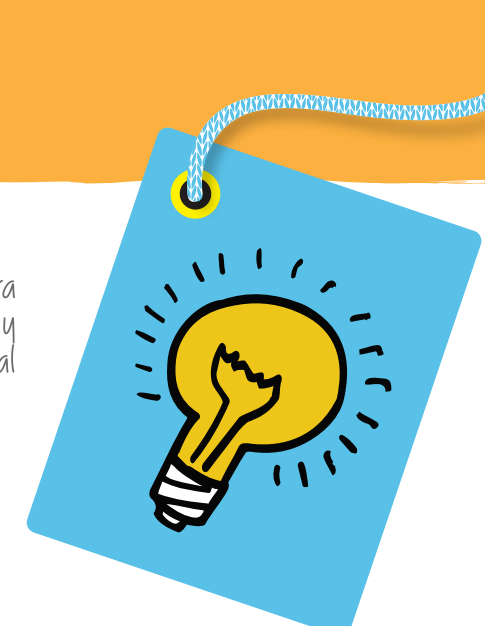


3



CONSTRUYENDO PAÍS

Garantizar la generación de valor económico para los accionistas a través de la evaluación, control y mitigación de riesgos inherentes a la Compañía y al Grupo Corporativo.





Salarios y beneficios sociales para nuestros colaboradores

Cop \$11.651



Pagos a Gobiernos
Cop \$4.793

Inversiones en la comunidad



Cop \$1119

Ingresos
110.000MM



\$\$\$ Otros Costos
Cop \$1.822

Costos Operativos

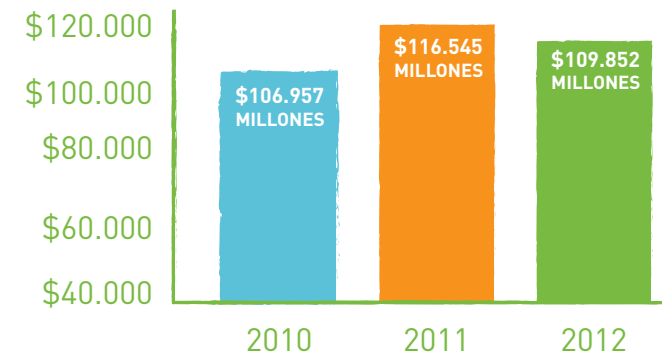
Cop \$89.217



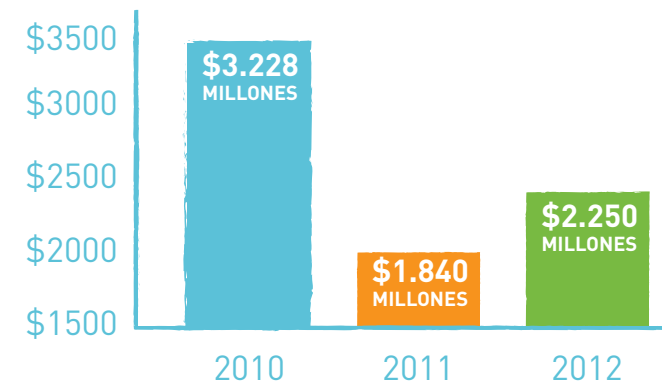
* Cifras en millones de pesos.

Valor Económico Generado, distribuido y Retenido

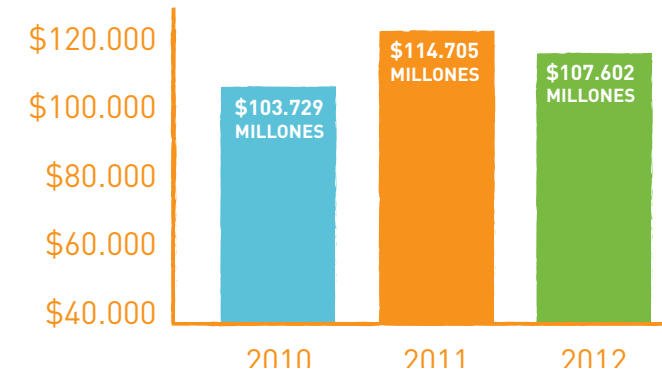
Valor Económico Generado



Valor Económico Retenido



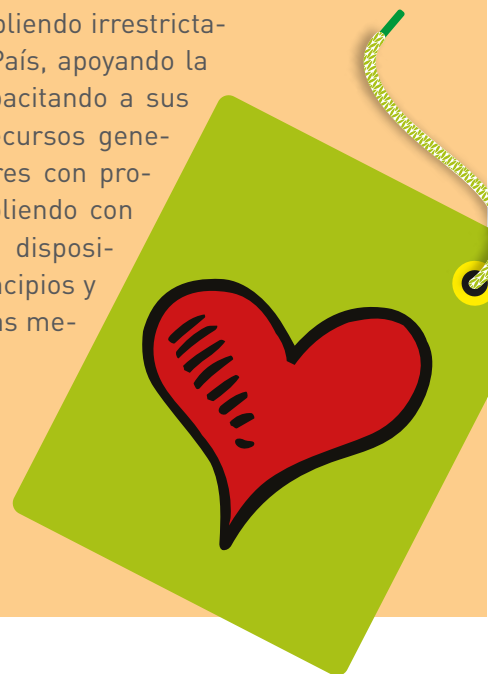
Valor Económico Distribuido



A Colombia hay que apoyarla, cumpliendo irrestrictamente con las leyes que rigen al País, apoyando la formalización de los negocios, capacitando a sus colaboradores; reinvertiendo los recursos generados, sirviendo a sus consumidores con productos de excelente calidad; cumpliendo con nuestros proveedores; poniendo a disposición de los Gobiernos nuestros principios y valores, para el sostenimiento de las mejores relaciones bilaterales.



José F. Cuesta
Presidente Ejecutivo
Venus Colombiana S.A



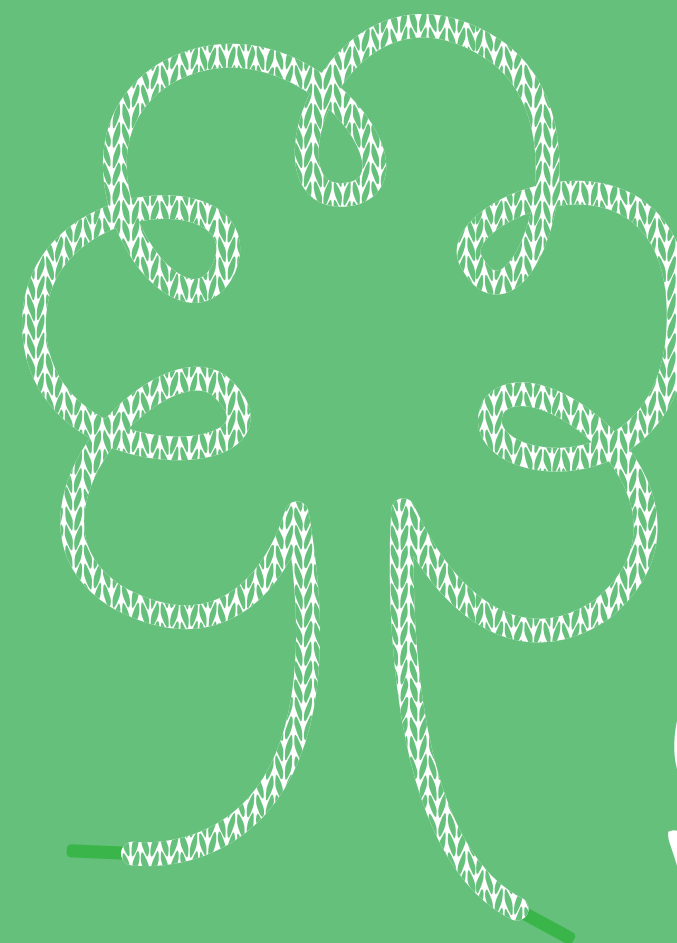
Nuestro Reto

- Acompañamiento e implementación de los nuevos negocios de la organización.
- Mejoramiento continuo de los procesos.



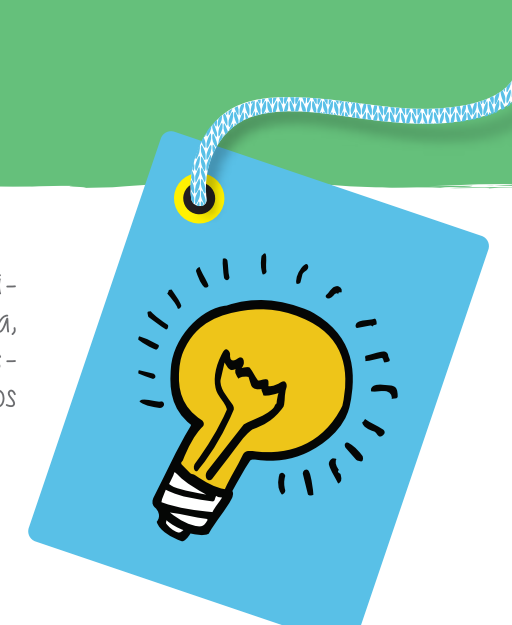


4



COMPROMISO VERDE

El cuidado de los recursos ambientales y su sostenibilidad es uno de los compromisos de nuestra empresa, por lo tanto la gestión de diagnósticos y proyectos estratégicos enfocados al uso eficiente de estos recursos continúa siendo uno de nuestros objetivos.





En el 2012 continuamos con la implementación de proyectos enfocados al control y ahorro del consumo de energía como la instalación de un analizador de RED para energía eléctrica, aires acondicionados ecológicos, unidades de ahorro de energía (equipo Kvar) y campanas lámpara LED; La puesta en marcha de tratamiento de residuos peligrosos (RESPEL) con el fin de minimizar su impacto medio ambiental; la adecuación y el mantenimiento de las tres plantas de tratamiento de aguas residuales; compra de filtros purificadores de agua como medida preventiva de enfermedades gastrointestinales; la compra de un molino y horno para el reproceso de calzado y la realización de estudios enfocados en la medición del impacto de nuestra materia prima.



ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PVC

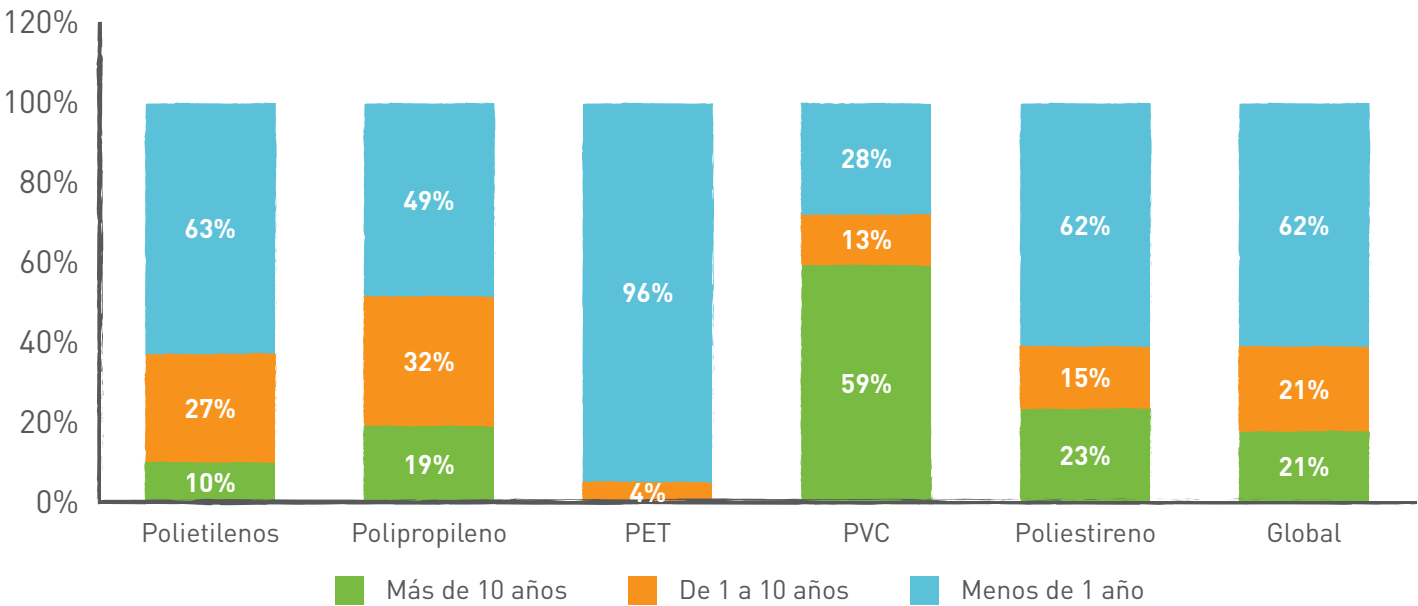
Siendo conscientes de la responsabilidad que tenemos de consolidar un modelo productivo sostenible, en el 2012 se realizó un estudio cuyo objetivo fue la evaluación del impacto ambiental de la cadena productiva del PVC para la fabricación de zapatos.

Esta evaluación consideró todas las etapas de producción de nuestros productos, iniciando en la fase de extracción de sus materias primas, pasando por la producción del calzado y su uso, y culminando en la disposición final del mismo. El estudio en mención fue realizado por LOGyCA –CLI- Centro Latinoamericano de Innovación en Logística.

A continuación compartimos con ustedes los resultados más importantes del estudio:

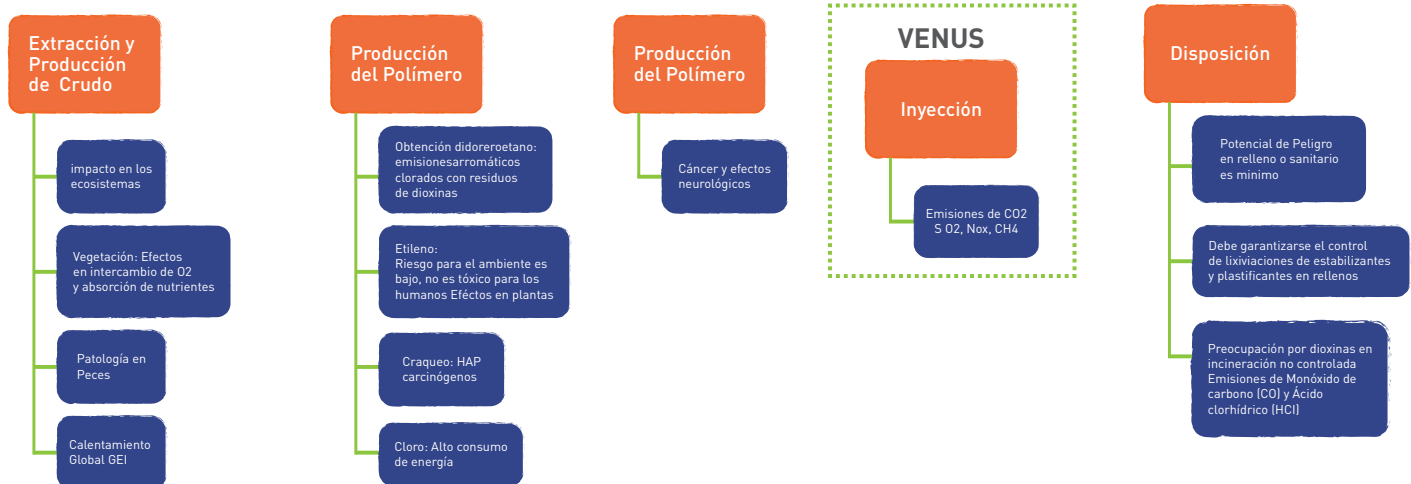
Componentes del PVC	%
Sal común	57
Petróleo	43

Comparación vida util de productos creados con diferentes plásticos



En esta figura se compara la vida útil de los productos creados con los diferentes plásticos incluyendo el PVC. Se observa que el 59% del consumo de productos hechos con PVC tienen una vida útil de más de diez años, lo que lo convierte en el termoplástico con mayor duración por su poca degradabilidad al final de su ciclo de vida.

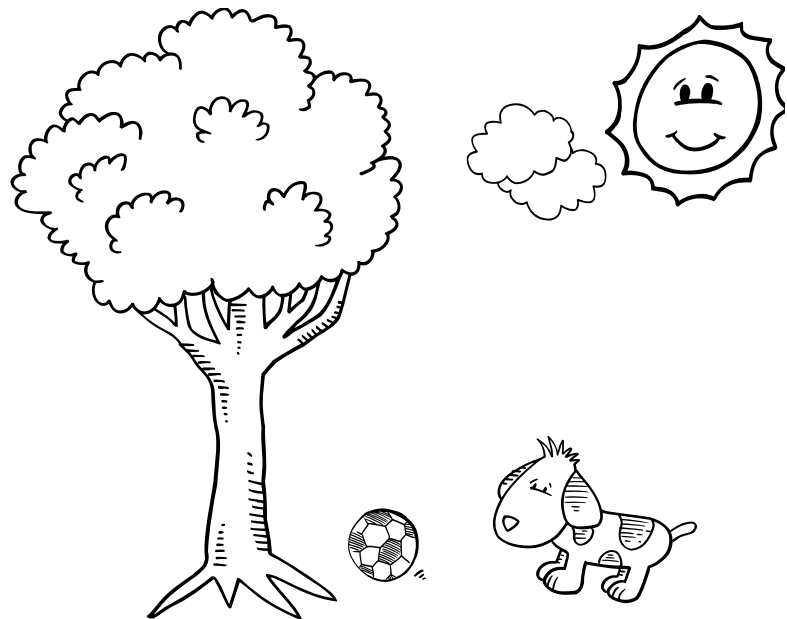
Resultado ciclo de vida PVC



Una de las conclusiones a las que llegó Logyca, con base en consultas hechas en la literatura relacionada con el negocio/la tecnología de los plásticos, es que **no hay razones de peso, tanto científicas como técnicas para remplazar el PVC.** Lo que la industria y el gremio han propuesto y que es uno de nuestros retos en materia ambiental, es optimizar el ciclo de vida del PVC, reduciendo sus impactos principalmente en la fase de producción del material. Dicha reducción se puede lograr a través del reciclado y reutilización del PVC, pues sus características permiten reincorporarlo al proceso de producción.

Nuestras acciones

Gracias al proceso de maduración que hemos vivido en la elaboración de nuestros informes de sostenibilidad y a la apropiación de los lineamientos de la guía GRI, este año centramos nuestros esfuerzos en reportar aquellos aspectos que por nuestra naturaleza, como empresa productora y comercializadora de calzado, son determinantes a la hora de establecer la directriz en cuanto a objetivos, planes de acción, metas y estrategias sostenibles con el medio ambiente.



MATERIALES

A continuación presentamos las materias primas más significativas en nuestro proceso de producción y la relación de cada una en peso y volumen.

Materias Primas e Insumos

	Consumo 2011 (kg)	Consumo 2012 (kg)
Materias Primas	1.288.888	3.137.247
Productos Semiacabados	1.014.380	953.561
Materiales para el empaquetado	104,681	149,668

Porcentaje de los materiales utilizados que son valorizados

	Consumo 2011 (kg)
Por Turno (Sacos)	3
Peso	500
Kg por día	4500
Porcentaje recuperado VS producido	25%

ENERGÍA

En Venus Colombiana S.A el consumo energético global corresponde al consumo de combustibles (gas natural y ACPM) y de electricidad procedente de la red eléctrica. En el 2012 se produjo un consumo de 770 kWh a partir de la planta de energía eléctrica. No se consumieron energías renovables con biocombustibles, etanol o hidrogeno.

Consumo de fuentes directas

	Consumo 2011	Consumo 2012
Cantidad Consumida (gal)	149	20,5
Energía generada	5594	770
Emisiones Ton CO2 e	1,5	0,2

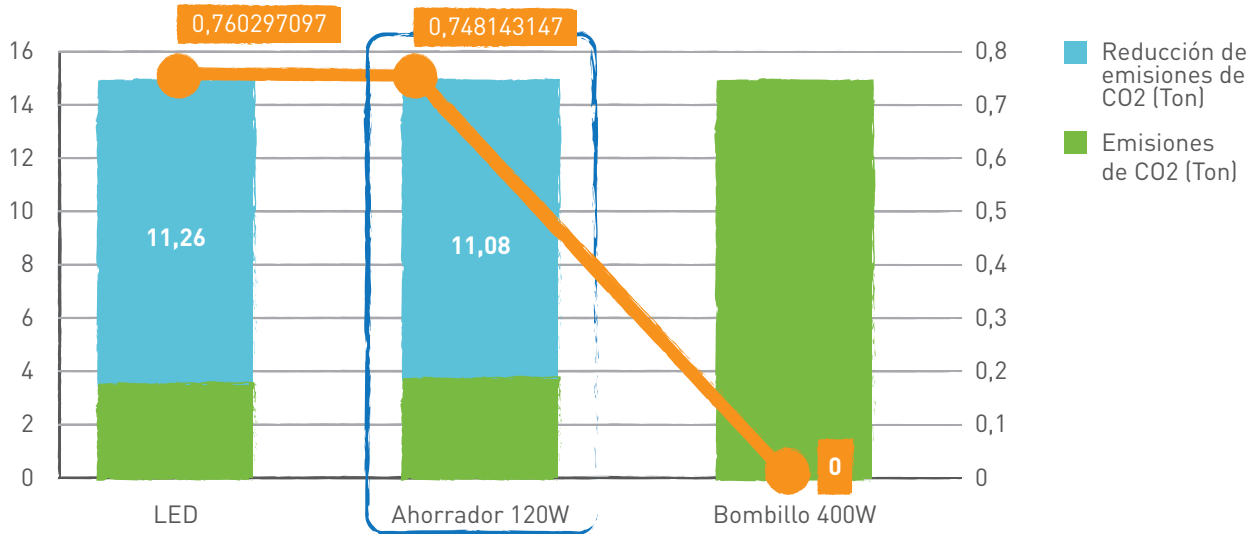
Consumo planta electrica de emergencia

Sede	2011	2012	Variación
Yumbo	1483104,0	2006290	35%
Bogotá	33160	26438,4	-20%
B/manga	24140,6	17113	-29%
B/quilla	16509	10639	-36%
Envigado	5808,7	8172	41%
Pitalito	3032,1		-86%
Montería	11229,5	8664	-23%
Total	1576983,5	2077756,0	32%
Emisiones indirectas (Ton CO2e)	200,4	264,1	32%

A mediados del 2012 adquirimos ocho camiones nuevos, con los que se sustituyen igual número de carros que trabajaban con nosotros en calidad de contratistas. Este cambio significó una mejora en la eficiencia de los vehículos, pasando de hacer 22 a 30 km por galón.

Igualmente, se instalaron equipos especiales que recirculan la energía reactiva haciendo de ésta un valor efectivo para el sistema en la generación de trabajo en una de las máquinas de inyección en el área de producción.

Emisiones, Vertidos y residuos



Residuos gestionados según tipo y tratamiento

Materiales	UND	Cantidad	Disposición
Acetas Recicladas	KG	211	El papel se gestiona con una reconocida empresa para su aprovechamiento y el cartón se vende a recicladores de la zona.
Papel Archivo	KG	1186	
Carton	KG	13530	
Big Bag Buenos	UND	177	
Big Bag Regulares	UND	1045	Se vende a recicladores de la zona.
Chatarra (Tarros Pegante)	KG	246	
Estibas Malas	UND	3507	
Pasta	KG	151	
Plastico	KG	1506	
Tubos de Plastico	UND	400	Se dispone con una empresa certificada por el Gobierno para tratar este tipo de desechos con condiciones especiales.
Pirola	KG	1376	
Llantas	UND	4	
Lodos Ptar	M3	38	Son codigos por la empresa de servicios públicos para disponerlos en rellenos sanitarios.
Residuos Ordinarios	M3	553,32	
Residuos del Mantenimiento de Jardines	M3	84,0	

MEDICIÓN DE HUELLA DE CARBONO DEL PRODUCTO

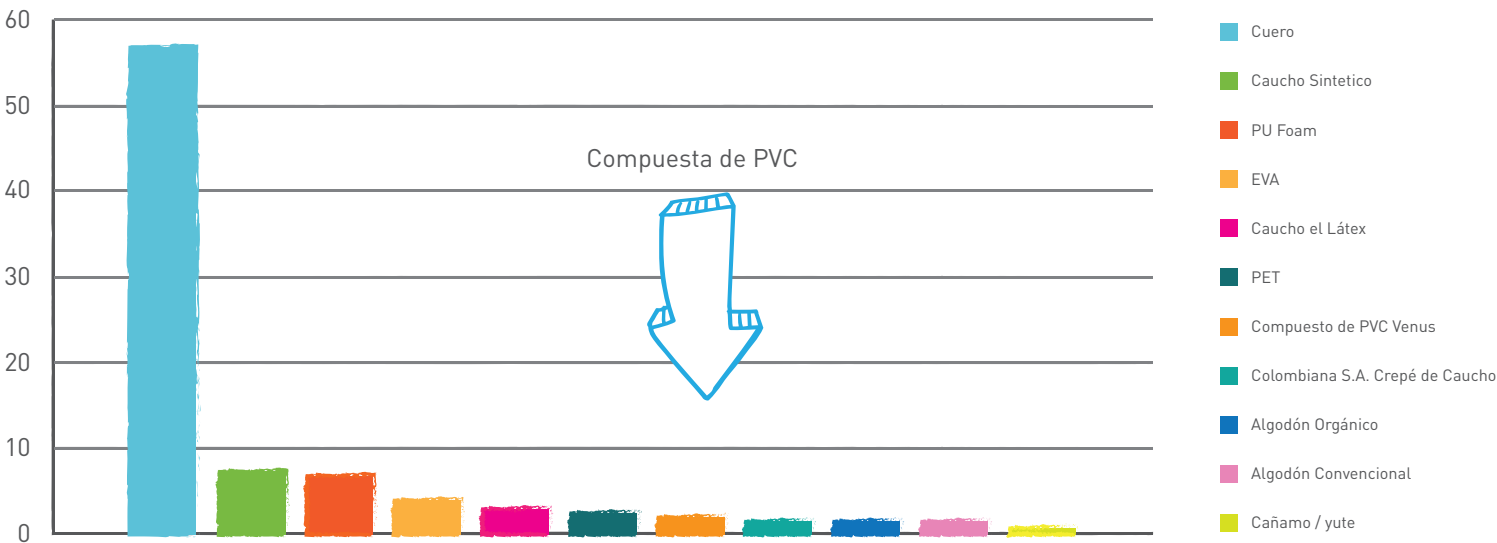
Como un primer paso y con el fin de medir el impacto de nuestros productos, específicamente la Huella de Carbono, se realizó un estudio tomando como unidad funcional la referencia Bota Llanera, Negro Amarillo talla 39, por su representación en las ventas y oportunidad en el cálculo de las emisiones.



Tomando en cuenta el ciclo de vida del producto, el mayor impacto en emisiones Gases de Efecto Invernadero están representados en la extracción de las materias primas, debido a que la extracción del petróleo juega un papel en el ciclo de vida de las botas llanera negro amarillo.

Total C02e/par:
5347,42 gr.

Global Warming Potential (GWP) por Kilo de Material



Para el sector de Calzado, dentro de las materias primas más utilizadas para la fabricación de un par de zapatos, el cuero tiene un mayor impacto ambiental, debido a la enorme producción de Metano que genera el ganado, el cual es 25 veces más potente que el CO2 para atrapar el calor.

EL RETO
Trabajar en la disposición del producto al final de su ciclo de vida, orientándose hacia el reciclaje del material.

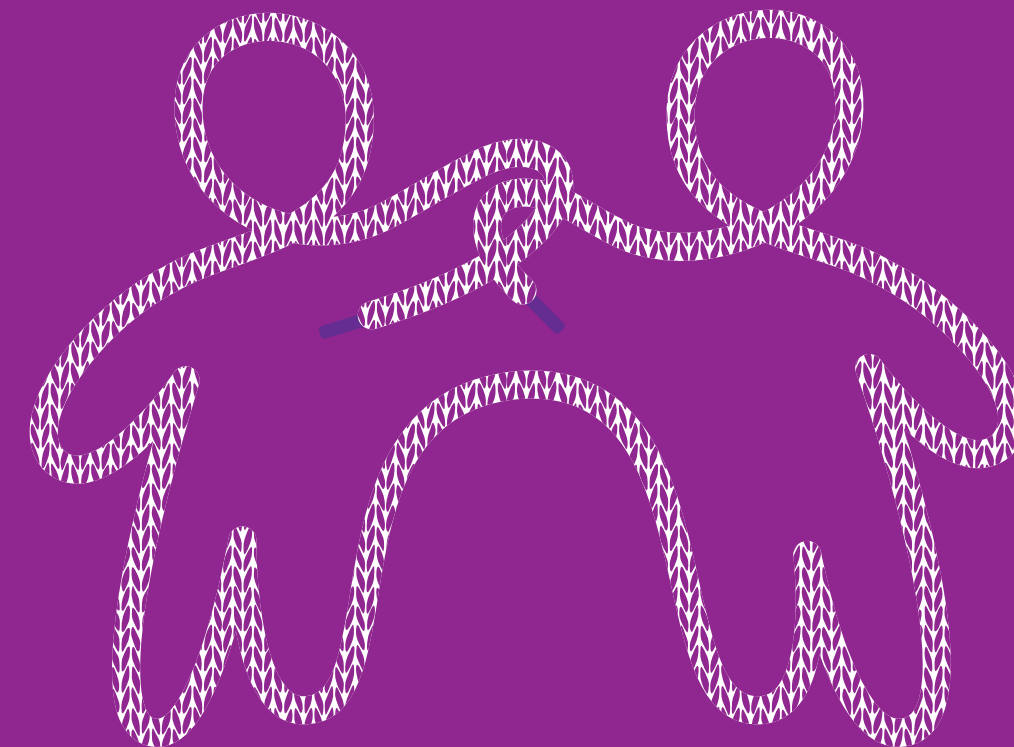
La preocupación de Venus por desarrollar procesos sostenibles es notoria y sus acciones hablan por sí solas. Iniciativas como las mediciones de huella de carbono corporativa y de producto entre otras, han sido asumidas con gran responsabilidad, dedicando los recursos necesarios para impactar los objetivos ambientales. Su comunidad de influencia encuentra en esta empresa un aliado que da la tranquilidad al dejar saber que trabaja y seguirá trabajando en pro de productos y procesos sostenibles.

Andrés Castaño
Director Consultorías, Logyca





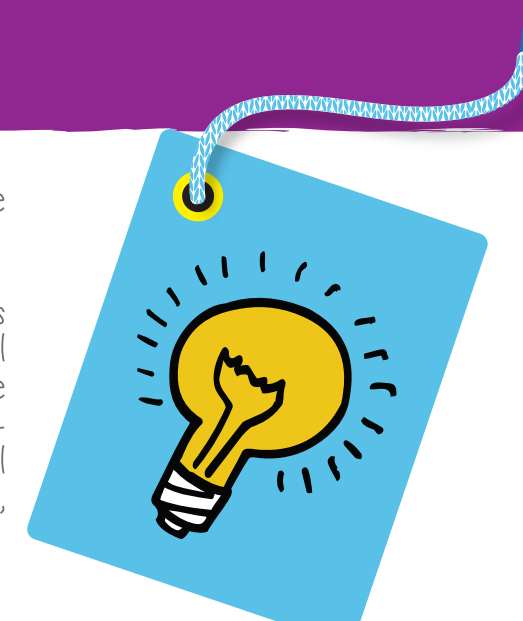
5



GENTE
VENUS

Nuestro equipo de colaboradores sigue siendo uno de los grupos de interés prioritarios para Venus Colombiana.

Continuamos comprometidos en garantizar condiciones que les permita crecer y desarrollarse en la compañía, tanto a nivel personal como profesional. Estamos orientados a incrementar la capacidad de ejecución de nuestra compañía, promoviendo acciones de transformación, que nos permitan alinear la cultura organizacional con el direccionamiento estratégico, basados en nuestros Principios, Valores, Visión, Misión, Modelo De Competencias y Sistemas De Gestión.



Modelo Gente Venus



Responsabilidad Social

Nuestra apuesta sigue siendo la de fortalecer en los colaboradores competencias de conciencia social y responsable, a través de campañas de comunicación y vinculación a programas sociales con la comunidad. En el 2012 un equipo de voluntarios de Venus Colombiana se unió al día internacional del voluntariado, demostrando con esto que la RSE no es un asunto exclusivo de las empresas, sino de todos.

En el marco de las vacaciones creativas, en el 2012 realizamos el "campamento venus" con los hijos adolescentes de nuestros colaboradores; ubicados en una de las principales reservas naturales de nuestra zona de influencia, fortalecimos competencias del cuidado del ecosistema, a través de prácticas de reciclaje y el consumo consciente, como elementos básicos para la sostenibilidad ambiental.

Gestión del Desempeño

Nuestro programa de gestión del desempeño busca cada vez más alinear la gestión de los colaboradores con los objetivos de la compañía. En el 2012 logramos impactar a más personas a través de la medición y seguimiento del desempeño, pasando del 71 al 85 % del total de la compañía. Esperamos contar a futuro con una mayor cobertura y madurez de la herramienta, de tal manera que nos permita gestionar nuestro talento de una forma objetiva, tomar decisiones de desarrollo, diálogos de retroalimentación del desempeño y en otros casos decisiones justas en términos de retiros de colaboradores.

Terminamos con éxito nuestro programa de desarrollo de competencias gerenciales, el cual completó dos años consecutivos con programas de formación y coaching. En el 2013 este programa se extenderá a líderes de área, jefes y supervisores.

Gestión del Conocimiento

El programa de innovación y gestión del conocimiento fue replanteado para el 2013, buscando que se articulara a las nuevas estrategias del negocio.

Innovación y Creatividad

Cultura

A finales del 2012 empezamos el proyecto de "cultura organizacional" el cual nos permitirá definir el nivel de alineación de la cultura actual con el marco estratégico de la organización. En el 2013 esperamos contar con un completo diagnóstico el cual nos permita identificar y cerrar brechas entre la cultura actual y la deseada por la organización.

Gestión de Servicios al Colaborador

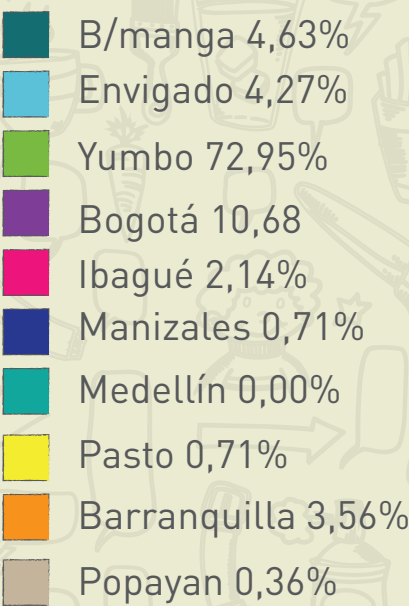
En el 2012 continuamos fortaleciendo los procesos que garanticen el bienestar de nuestros colaboradores:

- ☐ Creación del comité de casino
- ☐ Ampliación de nuevas rutas del transporte
- ☐ Socialización del reglamento interno del trabajo
- ☐ Conformación del comité de convivencia
- ☐ Capacitaciones en compensación flexible
- ☐ Fortalecimiento en los esquemas de compensación para lograr la equidad interna y la competitividad externa en términos de atraer y retener talento.
- ☐ Asesorías tributarias en pensiones a los colaboradores
- ☐ Definición y optimización de políticas en procesos administrativos

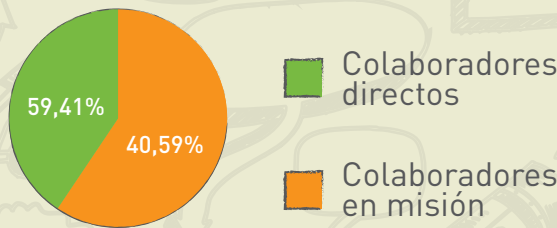
Indicadores Laborales



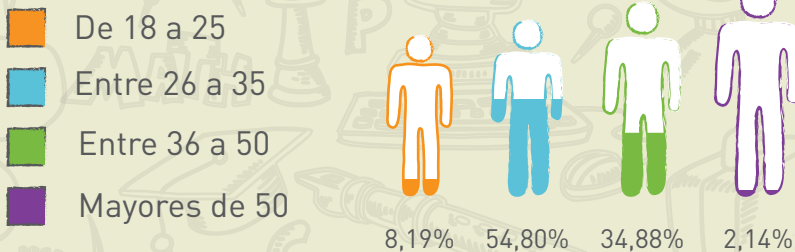
Colaboradores por Región



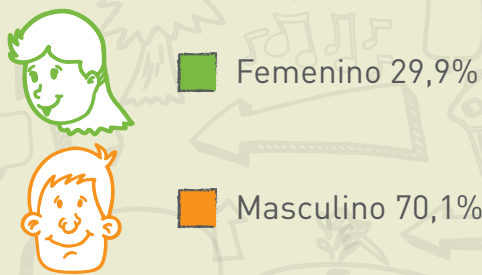
Colaboradores por Tipo de Contrato



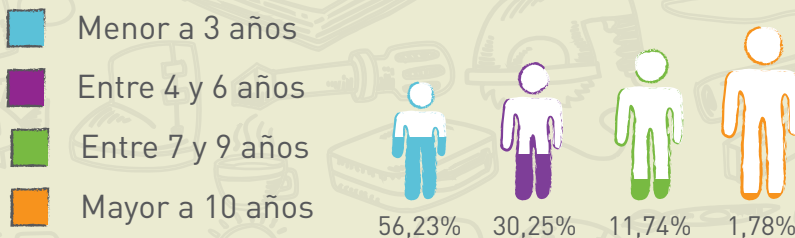
Colaboradores por Rango de Edad



Colaboradores por Sexo



Colaboradores por Antigüedad



ÍNDICE DE ROTACIÓN - Concepto Voluntario

Región	COLABORADORES		% Rotación
	F	M	
Barranquilla	0	2	0,71%
Bogotá	1	4	1,78%
Bucaramanga	0	2	0,71%
Envigado	0	1	0,36%
Yumbo	4	4	2,85%
Total	5	13	6,41%

Encuesta de clima Organizacional

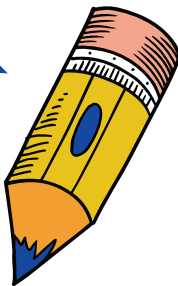
En el 2012 aplicamos la encuesta nacional de clima organizacional. El resultado general compañía fue de **3,96** en una escala de evaluación de 1 a 5. En este proceso participaron **334** colaboradores directos y en misión.

Factores de Clima Laboral Para el Total de la Compañía	
Factores	Media
Relaciones Interpersonales	3,91
Comunicación	3,84
Trabajo en Equipo	3,75
Liderazgo	3,88
Valores Corporativos	4,11
Sentido Pertenencia	4,37
Toma de Decisiones	3,80
Oportunidades de Desarrollo	4,06
Condiciones de Trabajo	4,05
Compensación y Beneficios	3,99
Orientación al Cliente	3,98
Innovación	3,83
CLIMA LABORAL COMPAÑÍA	3,96

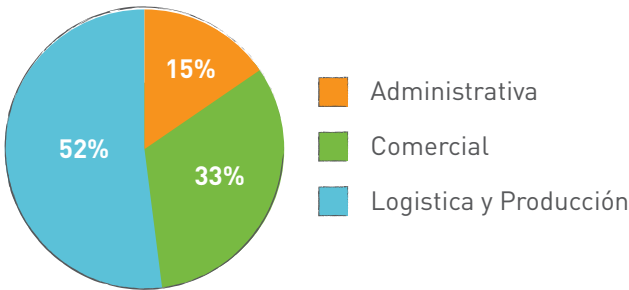
Esto nos demuestra los grandes esfuerzos que como compañía hemos realizado por fortalecer la cultura organizacional y a la vez nos propone retos mayores, en especial en las áreas operativas donde cada vez estamos contratando nuevos talentos.

Debemos seguir trabajando para el **2013** en el fortalecimiento de competencias de **liderazgo**, en los cargos de segundo y tercer nivel de las **áreas operativas**.

En el año 2012 invertimos 10.290 horas en la formación de nuestros colaboradores, con una inversión superior a los 114M.

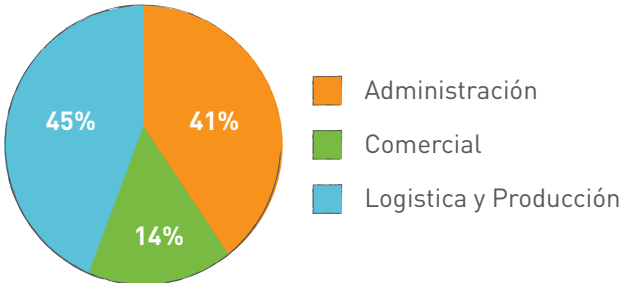


Distribución de la inversión en horas de capacitación por áreas



En el año 2012 apoyamos la educación superior de nuestros colaboradores a través del programa de auxilios educativos con una inversión de **\$73.800.000**

Distribución de la inversión en horas de capacitación por áreas



Inversiones en beneficios:

Concepto	Rubro
Subsidios de Alimentación	\$ 197.534.875
Rutas de Transporte	\$121.150.844
Inversión Actividades de Bienestar	\$174,987,793
Póliza de Vida	\$17.471.337

Pago de pensiones y otros beneficios:

En el 2012 continuamos con nuestro plan de acompañamiento a los colaboradores que se encuentran en un periodo de hasta 10 años previos a su jubilación, facilitándoles los tramites pensionales que les garanticen un óptimo retiro laboral.

Pago de Pensiones COP	\$729,672,060
Otras Beneficios: COP	\$14,115,641

BIENESTAR:

Con el fin de dar continuidad a las acciones desarrolladas en el proyecto de implementación de la zona de orientación laboral y de continuar brindando herramientas que faciliten el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros colaboradores, en el 2012 el 80% de las personas de planta participó del programa Plan de Vida, el cual tiene un orden de intervención individual, social, económica y familiar.

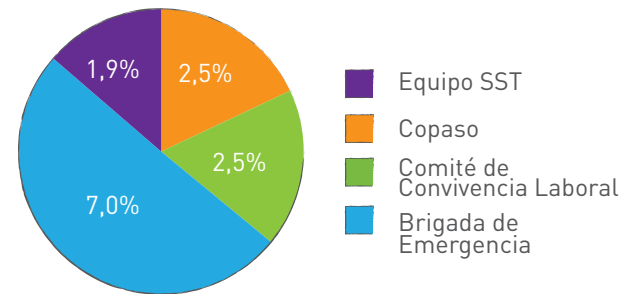
En el 2013 continuaremos con el ciclo de intervención en el ámbito familiar, el cual pretende continuar fortaleciendo los vínculos de los colaboradores con sus familias y sus proyectos de vida.

SALUD OCUPACIONAL:

En Venus Colombiana velamos por el bienestar en seguridad y salud de nuestros colaboradores, promoviendo la construcción de un ambiente de trabajo seguro, a través del sistema de gestión en seguridad y salud en el trabajo.

En la empresa funciona el Comité Paritario de Salud Ocupacional (COPASO), Comité de convivencia laboral, Brigada de emergencia, Equipo Seguridad y salud en el trabajo.

El 14% de nuestros colaboradores forman parte de nuestros comités laborales, los cuales se distribuyen de la siguiente forma:



Indicadores de salud ocupacional

	Tasa de accidentes de trabajo	Tasa de enfermedad profesional	Tasa de absentismo AT	Tasa de absentismo EL	Tasa de absentismo EG	Tasa de absentismo TOTAL
Total 2012	7.9%	0.0032%	0.28%	0	0.86%	1.14%

En el 2012, no se presentaron victimas mortales



ACCIONES EN SALUD OCUPACIONAL

CONDICIONES DE SALUD	CONDICIONES DE TRABAJO	PROGRAMAS PYP
1. Diagnóstico individual de salud.	5. Evaluación puestos de trabajo	10. Semana de la salud
2. Perfil epidemiológico de la población	6. Suministros de EPP	11. Programa autocuidado
3. Contacto con Mesas laborales de ARL y EPS.	7. Mediciones Ambientales	12. Exámenes periódicos
4. Seguimiento recomendaciones laborales	8. Estudios Ergonómicos	13. Área protegida CEM
	9. Adecuaciones en puestos de trabajo (Superficies, bandas)	14. Médico Empresarial
		15. Programa deportivo: participación torneos Convenios, Gimnasios

- Realizamos la contratación de un médico especialista en salud ocupacional.
- En la semana de la salud se realizaron optometrías, odontología, audiometrías, espirometría, charlas de planificación familiar, riesgo cardiovascular, vacunación, consulta nutricional.
- Se realizó un completo programa de chequeos médicos, al equipo de ejecutivos de la compañía.



ACCIONES EN SEGURIDAD INDUSTRIAL

FUENTE	CONDICIONES DE TRABAJO	PROGRAMAS PYP
1. Bloqueos y automatización maquinas inyectoras	4. Programa de reporte de condiciones peligrosas	11. Formación y Entretenimiento semanal brigada (25 Brigadistas)
2. Guardas de seguridad	5. Incrementando el sistema de control visual en todas las maquinas	12. Certificación en operación segura de montacargas.
3. Implementación WMS Bodega para disminuir la operación de trabajo en alturas	6. Divulgación de plan de emergencia	13. Certificación en operación segura de alturas (43 personas Yumbo y 32 otras ciudades
	7. Señalización de todas las instalaciones	
	8. Comunicación permanente de riesgos y procedimientos a seguir	
	9. Inducción de personas	
	10. Actualización Plan de evacuación y emergencia	

LOS RETOS

- Trabajar en acciones que nos permitan mejorar nuestra interacción entre áreas.
- Definir acuerdos de niveles de servicios que permita fortalecer nuestra cultura de servicio al cliente interno.
- Acompañar a los colaboradores que ingresan a las áreas de producción en la alineación con el cumplimiento de sus indicadores.
- Continuar con el programa de acompañamiento psicosocial a los colaboradores y sus familias.





6



ACOMPañAMOS TUS PASOS

Comprometidos con la satisfacción de las necesidades explícitas e implícitas de nuestros usuarios con respecto a productos y servicios, le apostamos al fortalecimiento del portafolio del producto y la diversificación de los canales de venta. Adicionalmente, seguimos comprometidos con brindarles a nuestros usuarios actividades de entretenimiento y diversión sana que incentiven el desarrollo de actitudes y momentos positivos.



TOMA DE PLAZAS

Por cuarto consecutivo nos tomamos las plazas de mercado, pueblos, ciudades intermedias y grandes en el país, con el objetivo de acercarnos a nuestros usuarios y enamorarlos de nuestra marca.



Más de **50.000** usuarios de Llanera a nivel nacional participaron en nuestra actividad, concursando activamente en nuestros juegos, reconociendo nuestra marca como su marca referida de botas plásticas.



11 Departamentos

54 Municipios

Sabemos que la calidad de nuestros productos nos respalda, pues hemos identificado que atributos como la duración, comodidad y flexibilidad están presentes en todos nuestros productos. Es por eso que este año seguimos buscando a través de las actividades de mercadeo, acercarnos más a nuestros usuarios y trabajar en la recordación de las marcas e incentivar el desarrollo de actitudes y momentos positivos.

TOUR DE COLEGIOS 2012

La nueva versión del Tour de Colegios Venus para el año 2012 “Baila al Ritmo de tu Mundo Venus” comenzó en el mes de marzo con un concepto muy moderno y dinámico que une elementos importantes para el desarrollo integral de nuestros jóvenes: la música, la tecnología, el movimiento, la diversión y una sana competencia son hoy por hoy puntos de encuentro cultural.

Más de **50.000** estudiantes participaron de nuestro tour de colegios 2012.

Los colegios del segundo y primer puesto recibieron premios como Nintendo Wii, computadores portátiles, iPods nano 8 GB, tenis Venus, entre otros.

Donación por **300.000** estudiantes en balones y maletines escolares.

Más de **230** estudiantes recibieron premios como Nintendo Wii, computadores portátiles, iPods nano 8 GB, tenis Venus, entre otros.



Distribución Colegios

Ciudad	Número de Colegios
Bogotá	25
Ibagué	6
Medellín	11
Cali	12
Popayán	6
Barranquilla	11
Cartagena	6
Bucaramanga	11
Manizales	6
Pereira	6
Total	100

Actividad madres

En el 2012, además de ofrecer un excelente producto para los niños y jóvenes, también quisimos acompañar los pasos de las familias en la Temporada Escolar. Por eso creamos el concurso "Compra Venus y gana fácil", donde las madres de familia ganadoras recibieron tarjetas débito cargadas con \$300.000 con los que pudimos apoyarlas con los gastos que se generan en la Temporada Escolar.

- Se realizaron tres sorteos.
- 24 madres ganadoras.
- Participaron madres de familia de las siguientes ciudades: Medellín, Pitalito, Bogotá, Pereira, Barranquilla, Cali, Buga, Girardot, Cúcuta, Tunja, entre otras.



Lanzamiento de la Nueva Marca de Calzado Femenino Coerenza

Nuestra nueva marca femenina, pensada para mujeres jóvenes entre 18 a 30 años urbanas con espíritu juvenil, fresco, alegre, sociable, seguidoras de tendencias que buscan proteger sus pies generando una experiencia alrededor de los momentos vacanos de la vida.

Hola soy Gloria Inés Bedoya Jaramillo, vivo en Pereira - Risaralda, los felicito por la variedad de zapatos Venus, son de muy buena calidad, hay para todos los gustos, diversidad de colores y sobre todo son muy cómodos y de muy buen precio. Por favor ténganme en cuenta cuando hagan alguna actividad, un abrazo.



Testimonio tomado de nuestro perfil de Facebook Tenis Venus.





7



DESARROLLO DE NUESTROS SOCIOS DE NEGOCIO

Nuestros clientes y proveedores son socios de negocio y por eso ofrecerles un servicio de atención y productos de alta calidad es nuestra prioridad. Comprendemos que sólo en la medida que estos grupos de interés se fortalezcan y crezcan, nuestra empresa va a continuar su desarrollo y posicionamiento en el mercado.





Este año continuamos con proyectos como el Programa de Capacitación Venus (PCV) e iniciamos actividades encaminadas al desarrollo de pequeños proveedores.

CLIENTES

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN VENUS

Continuando con el proceso de acompañamiento activo a cada uno de nuestros clientes y comprometidos con el crecimiento en sus niveles de desempeño, en especial en su gestión de administración y ventas, durante el 2012 a través del Programa de Capacitación Venus reunimos a más de 1100 personas en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cartago, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Medellín, Popayán, Santa Marta, Tunja, Valledupar y Villavicencio.

En este año enfocamos el trabajo en temas como El Arte de la Excelencia en el Servicio al Cliente desarrollado en los meses de Junio – Julio y Técnicas Efectivas de Venta desarrollado en el mes de Septiembre. Logramos consolidar un evento que ha recibido una gran aceptación por parte de los clientes, quienes manifiestan su agradecimiento por brindar este espacio formativo.

Tabla consolidados PCV (comparativo 2011-2012)

Totales consolidados PCV-2011	Eventos realizados en total de los 3 Módulos Cierre 2011	48
	Ciudades Visitadas	16
	Promedios total año, participantes por ciudad de realización	128
	Participantes PCV 2011	2,043

Totales consolidados PCV - 2012	Promedio total año, participantes por ciudad de realización	68,23
	Eventos realizados en total de los 2 Módulos cierre 2012	33
	Ciudades visitadas	17
	Participantes PCV 2012	1160



Promedio Evaluación e Satisfacción:

76,94 % MUY BUENO
21,17 % BUENO



El Programa de Capacitación Venus me parece espectacular, nos va encaminando más hacia cómo apreciar la marca, cómo atender mejor a nuestros clientes. Esta clase de esfuerzos son lo que hacen nos sintamos parte de la Compañía, es como si uno fuera el dueño de Venus.

Carlos Julio Álvarez, Cúcuta
Cliente de Venus desde hace 18 años



Servicio atención al cliente y usuario

El 2012 fue un año clave en la estructuración de nuestro Contact Center como área, donde su objetivo de generar eficiencia operacional a través de la prestación de servicios Integrales apoyados en herramientas tecnológicas y de comunicación, se consolidó. Este proceso de fortalecimiento permitió que nuestros agentes Contact Center asumieran, además de la gestión de quejas y reclamos PQR'S, la digitación del 100% de los pedidos de nuestros clientes con un margen de error de 0,01%, la recuperación de más del 50% de la cartera entregada para gestión, la canalización de la comunicación escrita, verbal y digital en servicio, la disminución de tiempos de respuesta a reportes de novedad y la contribución a la captación de nuevos clientes.

Concepto	2011	2012
Número de novedades / valor venta neta	1,6	1,09%
Número de pares devueltos / pares vendidos	1,3	2,0%

Realizamos un total de **18.420** reportes de novedad, con un nivel de servicio del **98%** y un promedio de 17 días en entregar una respuesta oportuna.

Número de llamadas entrantes	41601
Nivel de Servicio	95%
Llamadas Promedio Mes	3467

Los tres principales motivos por lo que se dieron la devoluciones de nuestros productos durante este año fueron: recuperación de cartera por dificultades de pago (0.31%), baja rotación (0.25%) y pedidos equivocados (0.17%).



La comunicación con el Contact Center es excelente, muy fluida. Los jóvenes que trabajan ahí son gente que conoce muy bien la empresa y sobre el negocio, personas con mucho calor humano y con sentido de pertenencia. Llevo nueve años trabajando de la mano de Venus Colombiana como distribuidor mayorista de la costa pacífica y vivo muy orgulloso de pertenecer a esta familia.

Abelardo Salgado





PROVEEDORES

Este año continuamos con el plan de evaluación a nuestros proveedores donde incluimos criterios como tiempo de entrega, precio, capacidad instalada, servicio post venta y documentación, entre otras. La calificación fue 88.01%.

Participación Compras Nacional

Departamento	%
Valle	54.75%
Bogotá	21.11%
Antioquia	10.20%
Bolívar	4.95%
Otros	9.00%

Participación Compras Internacional

País	%
Ecuador	89.47%
China	8.51%
Perú	1.61%
Otros	0.41%

DESARROLLO DE PEQUEÑOS PROVEEDORES

Con el fin de consolidar las relaciones con nuestros proveedores, se han desarrollado acciones enfocadas a pequeñas empresas, donde el objetivo es lograr su fortalecimiento e incrementar su competitividad. Estas alianzas estratégicas están basadas en la cooperación y la confianza, en el marco de nuestro modelo de responsabilidad social. Dentro de las actividades que se han realizado se encuentran el suministro de materias primas, anticipos económicos, compra de maquinaria para montar los talleres de producción y pagos de contado, lo que genera un flujo de caja mayor para nuestros proveedores.

Durante este año fueron cuatro los proveedores, todos constituidos legalmente, que recibieron nuestro apoyo y lograron una estabilización económica.



Nuestra inversión en compras nacionales e internacionales fue de:

93MM

EL RETO

Para el 2013 es estructurar un programa para continuar de la mano de estos proveedores y trabajar en pro de aumentar su capacidad instalada y competitividad, al mismo tiempo que abrir el camino para que nuevos proveedores sigan creciendo de la mano de Venus Colombiana.





Inversión total en desarrollo de pequeños proveedores:

42 Millones

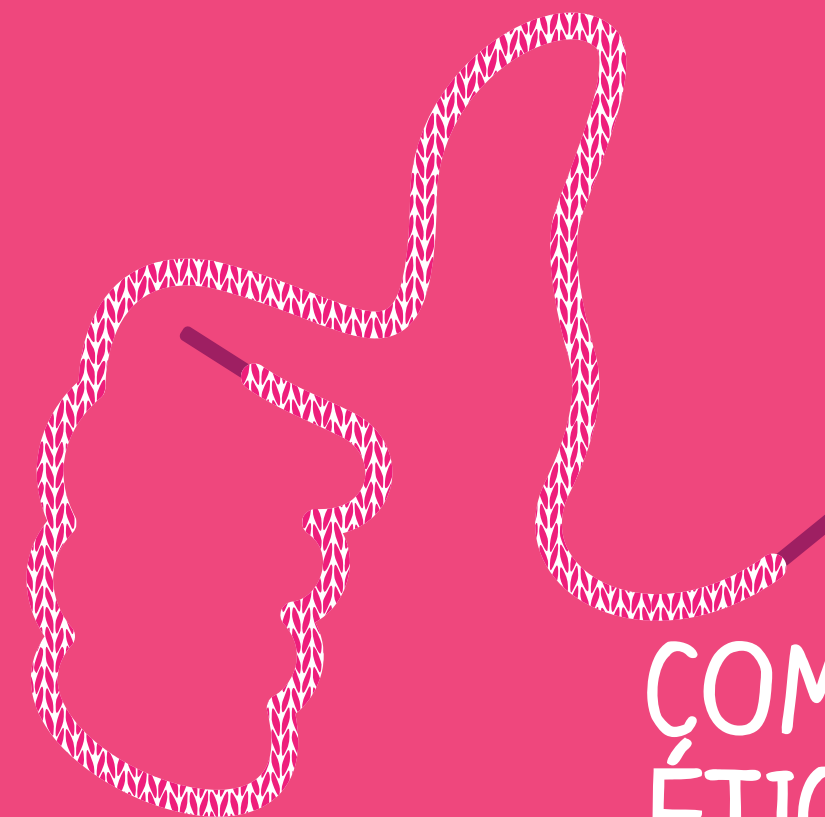
“Uno como empresario independiente busca acercarse a empresas grandes pero se siente cierto temor a ser rechazado. En Venus el acercamiento fue muy cordial y receptivo; sin importar el tamaño de DirCol, me hicieron sentir importante. A pesar de que mi empresa maquiladora no tenía una gran capacidad instalada, Venus nos dio el apoyo económico que necesitábamos para fortalecernos y comenzar a producir. Se ha generado una relación de confianza y optimismo donde siento que Venus quiere llevarnos de la mano y crecer con nosotros. Actualmente trabajan once personas de forma directa y otras seis indirectamente, pero esperamos que en el corto plazo contemos con más personas para así aumentar nuestra capacidad instalada.”

Rodolfo Restrepo, dueño de DirCol.





8



COMPROMISO ÉTICO Y SOCIAL

Nuestro compromiso con todos nuestros grupos de interés sigue afianzándose a través de nuestras prácticas éticas y transparentes con cada uno de ellos, por eso desarrollamos los medios adecuados para conocer de cerca sus expectativas y a su vez compartir con ellos la gestión de la compañía de una manera responsable.



Nuestro Compromiso con la Sociedad

NUESTRA APUESTA... LA EDUCACIÓN

Alineados con la visión de nuestros accionistas y con nuestros principios corporativos, en Venus colombiana seguimos convencidos que la mejor apuesta a una transformación social de base, es la inversión en la educación.

Siendo coherentes en nuestras apuestas sociales, apoyamos inicialmente a nuestros colaboradores en la continuación de sus carreras técnicas y profesionales, para transferir esta práctica en el ámbito comunitario.

Es así como en el 2012 ratificamos nuestro compromiso de apoyo a la educación, a través de la alianza que por varios años hemos mantenido con la FUNDACION PIES DESCALZOS, otorgando dos nuevas becas educativas universitarias, a dos estudiantes de los colegios de la Fundación Pies Descalzos, ubicados en Barranquilla y en el Chocó.

Angie Paola Rodriguez es uno de los seis jóvenes beneficiarios de nuestro programa. Esta joven barranquillera, habitante del corregimiento de La Playa, es estudiante de Administración de Empresas en la Universidad del Atlántico y su meta es convertirse en una empresaria del sector textil.

Desde que comenzó su carrera ha contado con el apoyo de su familia y es un ejemplo no solamente para sus primos menores sino para toda la comunidad, con quien ha seguido directamente vinculada a través de un proyecto de jóvenes educadores en comunicación social de la Fundación Pies Descalzos, el cual ella misma lidera.

Apoyar la educación de la niñez y juventud colombiana se ha convertido en uno de nuestros lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial.

Nuestro objetivo es continuar desarrollando alianzas público privadas, que a largo plazo aseguren programas de alto impacto económico y social que nos permitan seguir acompañando los sueños de niños y jóvenes líderes como Angie Paola.

En el 2013 la alianza con la Fundación Pies Descalzos continuará fortaleciéndose a través de la generación de nuevas estrategias que impacten a más estudiantes de las instituciones educativas donde opera la fundación.

GENERACION DE EMPLEO PARA LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD

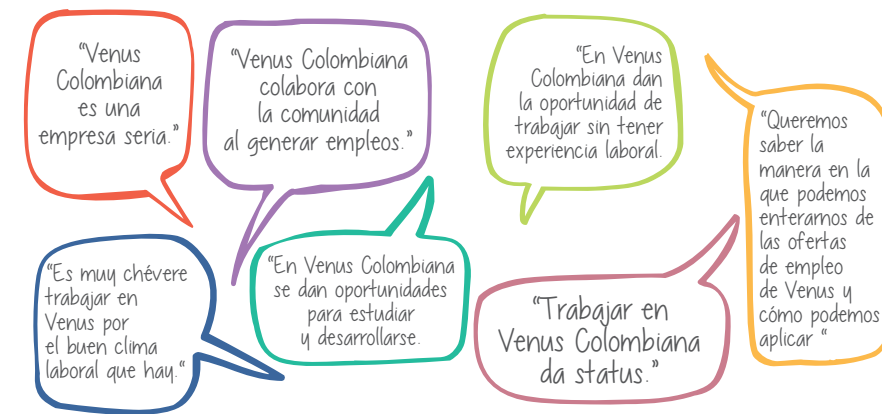
En el 2012 continuamos con el programa de Formación para el Trabajo y Desarrollo Humano, para los habitantes de la comunidad de Dapa y Yumbo, a través del Curso taller para operarios y confeccionistas de alto rendimiento, el cual realizamos en alianza con la Fundación Singer y la Red Unidos.

En este programa se beneficiaron 30 personas, quienes a partir de los resultados en su desempeño académico, tendrán la oportunidad de tener una vinculación laboral con la compañía.

Como parte del proceso de evaluación del programa de formación para el trabajo, en el 2012 a través de la metodología de grupos

focales, 50 habitantes de la comunidad nos dieron su percepción respecto a la compañía y la manera en la que esta se relaciona con los habitantes de Dapa y de las veredas cercanas:

En este espacio la comunidad nos retroalimentó respecto al Informe de Sostenibilidad 2011, el cual fue compartido a cada uno de los asistentes a los grupos focales. Los habitantes de la comunidad manifestaron su interés en que el informe utilice ayudas visuales y resúmenes de los programas más importantes con la comunidad y el medio ambiente.



En este espacio la comunidad nos retroalimentó respecto al Informe de Sostenibilidad 2011, el cual fue compartido a cada uno de los asistentes a los grupos focales. Los habitantes de la comunidad manifestaron su interés en que el informe utilice ayudas visuales y resúmenes de los programas más importantes con la comunidad y el medio ambiente.

MISIÓN AL CHOCÓ

En diciembre de 2012 dos representantes de nuestra compañía tuvieron la oportunidad de conocer de cerca los programas que la Fundación Pies Descalzos realiza con las comunidades de la región y realizar el proceso de selección del beneficiario de la beca universitaria en la comunidad.

La ganadora de esta beca fue Leidy Shirley Mosquera, quien en el 2013 comenzará su carrera de psicología, a través de la beca por 5 años que la compañía le otorgó.

En esta oportunidad la compañía realizó la donación de 800 pares de zapatos a los beneficiarios directos e indirectos de la fundación.



PACTO DE PRODUCTIVIDAD

En el 2012 continuamos fortaleciendo nuestro programa de inclusión social, vinculando más colaboradores en situación de discapacidad a la compañía.

Continuamos fortaleciendo nuestros procesos internos de selección, capacitación y comunicación para lograr una adecuada integración de los colaboradores a la compañía.

En el periodo del reporte se vincularon dos colaboradoras con discapacidad auditiva al equipo de producción.

TABLA GRI



Perfil		
INDICADOR GRI		RESPUESTA
Estrategia y análisis		
1,1	Declaración del máximo responsable	Ver Mensaje de Jorge Andrés Zuluaga - Gerente General pg. 5
1,2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	Ver Mensaje de Jorge Andrés Zuluaga - Gerente General pg.5
Perfil de la organización		
2,1	Nombre de la organización	Venus Colombiana S.A
2,2	Principales marcas, productos y servicios	Ver capítulo 2, Nuestra Esencia, pg 17
2,3	Estructura operativa de la organización.	Ver capítulo 2, Nuestra Esencia, pg 15
2,4	Localización de la sede principal de la Organización	Nuestras sede principal se encuentra en la Cra 35 # 13-55 Acopi, Yumbo. Valle del Cauca, Colombia.
2,5	Número de países en los que opera la organización	Venus Colombiana S.A opera en Colombia, Suramérica.
2,6	Naturaleza de la Propiedad y forma jurídica	Venus Colombiana S.A
2,7	Mercados Servidos	Ver capítulo 2, Nuestra Esencia, pg 16
2,8	Dimensiones de la organización informante.	Ver capítulo 2, Nuestra Esencia, pg 15-17
2,9	Cambios Significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Mensaje de Jorge Andrés Zuluaga - Gerente General pg. 5
2,10	Premios y Distinciones Recibidos durante el periodo informativo	Ver capítulo 2, Nuestra Esencia, pg 17
Parámetros del reporte		
3,1	Periodo Cubierto por la información contenida en la memoria (año fiscal, año calendario)	La información en esta memoria comprende el periodo entre Enero y Diciembre de 2012.
3,2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere)	Informe de Sostenibilidad 2011 - Dejando nuestras huellas
3,3	Ciclo de Presentación de memorias (anual, bienal)	Este informe se presenta anualmente.
3,4	Punto de Contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido	Lina Paola Pachón, Jefe de RSE y Comunicaciones, lpachon@plasticaucho.com
Alcance y cobertura del reporte		
3,5	Proceso de definición del contenido de la Memoria.	Ver capítulo 1, Nuestro informe, pgs. 8-10
3,6	Cobertura de la memoria (países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores)	Este informe cubre todas las operaciones de Venus Colombiana S.A a nivel nacional.
3,7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	No se presentan limitaciones en el alcance o cobertura de la memoria.

3,8	Base para incluir negocios conjuntos	Durante el año 2012 la compañía firmó un contrato de usufructo de acciones con opción de compra con las empresas Industrias SIA S.A.S y C.I Skeeper S.A.S, ubicadas en la ciudad de Medellín, dedicadas a la producción y comercialización de calzado. El 30 de diciembre de 2012 se da por terminado el contrato de usufructo con mutuo acuerdo y se generan alternativas para la continuidad de las unidades productivas y el pago de las acreencias generadas con Venus Colombiana.
3,9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos	Los indicadores calculados este reporte de sostenibilidad, se han levantado bajo el marco metodológico propuesto por protocolos técnicos que ofrece el Global Reporting Initiative GRI para dicho proceso.
3,10	Reexpresión de información de memorias anteriores	No se presentan reexpresiones de información de memorias anteriores.
3,11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria	Ver capítulo 1, Nuestro informe, pgs. 8-10
Índice del contenido GRI		
3,12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria	Ver Tabla GRI, pg. 64
Verificación		
3,13	Política y Verificación del Informe	Para este informe no contamos con una verificación externa. La información contenida se basa en nuestros informes de gestión.
Gobierno, compromisos y participación de grupos de interés		
4,1	Estructura de Gobierno de la organización	Ver capítulo 2, Nuestra Esencia, pg. 15
4,2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno también ocupa un cargo ejecutivo	El presidente de la junta directiva no cuenta con un cargo ejecutivo en las empresas de la organización.
4,3	Estructura de la Junta Directiva	Ver capítulo 2, Nuestra Esencia, pg. 15
4,4	Mecanismos que tienen los empleados y accionistas para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de Gobierno	Los mecanismos de comunicación con los que contamos son: Comité Gerencial, Comité Corporativo y Junta Directiva. Asimismo, anualmente se realiza la Asamblea General de Accionistas.
4,5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono), y el rendimiento de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	En relación con el desempeño del comité gerencial, este se evalúa de acuerdo a los resultados de la organización en términos de crecimiento, generación de valor económico y social, rentabilidad del negocio y adecuada utilización del capital de trabajo, los cuales son tenidos en cuenta en la liquidación de su bonificación por resultados anual.
4,6	Relación de la remuneración entre los miembros de la junta directiva y los directivos de alto nivel de la empresa	Este indicador no se reporta
4,7	Definición de las competencias para miembros de la Junta Directiva	La definición de las competencias se realizan con base en la Matriz de Talentos definida por la compañía.

4,8	Misión, Visión Valores, Código de Conducta y principios relevantes	Ver capítulo 2, Nuestra Esencia, pg. 14
4,9	Mecanismos de control de la junta directiva. Indicar la frecuencia con la cual la junta directiva o el máximo órgano de gobierno evalúa su desempeño	El comité gerencial, el comité corporativo y la junta directiva evalúa su desempeño mensual, mensual y semestral respectivamente. Por su lado, la asamblea general de accionistas realiza la evaluación anualmente.
4,10	Mecanismos de autoevaluación del máximo órgano de gobierno o junta directiva	Anualmente se evalúa el desempeño y satisfacción de los miembros que conforman la Junta Directiva y el Comité directivo de cada País.

Compromiso con iniciativas externas		
4,11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Mensaje de Jorge Andrés Zuluaga - Gerente General pg. 5
4,12	Programas Sociales, económicos y ambientales desarrollados externamente	<ul style="list-style-type: none">• Compromiso ético y social, Nuestro compromiso con la Sociedad. Págs. 59-61• Desarrollo de nuestros socios de negocio, Desarrollo de Pequeños proveedores. Pág. 55• Compromiso Ambiental. Págs. 24-29
4,13	Principales asociaciones a las que pertenece la Empresa	Pertenecemos a la junta directiva de Acicam seccional Valle del Cauca[Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas]. Hacemos parte de la junta directiva de la Asociación de gestión humana del Valle del Cauca, ACRIP. En la Asociación Nacional de Industriales, ANDI, participamos de los comités de: Responsabilidad Social, Ambiental, Salud Ocupacional y Logística. Igualmente tenemos afiliación en la siguientes asociaciones: Fenalco, Cámara de Comercio de Cali, Cámara de Comercio Industrias Colombo Panameña, Cámara de Comercio e Integración Colombo-China, Cámara Colombo Ecuatoriana y Cámara Colombo Americana.

Participación de los grupos de interés		
4,14	Grupos de Interés incluidos por la empresa	Ver capítulo 1, Nuestro Informe, pg. 11
4,15	Metodología de selección de grupos de interés	Ver capítulo 1, Nuestro Informe, pg. 11
4,16	Criterios para la selección de grupos de interés	Ver capítulo 1, Nuestro Informe, pg. 11
4,17	Principales preocupaciones de los grupos interés recogidas	Ver capítulo 1, Nuestro Informe, pg. 11 - 13

INDICADOR GRI		ALCANCE	RESPUESTA
Desempeño económico			
EC1	Valor Económico directo generado y distribuido.	Total	Ver capítulo 3, Construyendo País, pg. 20-21
EC2	Consecuencia financiera y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Total	El Cambio Climático altera la demanda de diversos productos, trayendo como consecuencia desabastecimiento o exceso de inventarios en la cadena. Adicionalmente, las afectaciones en la infraestructura vial del país impactan la labor de distribución del producto en las diferentes zonas, afectando los tiempos de entrega prometidos a nuestros clientes. El reto es empezar a medir dichos impactos
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	Total	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg 37
EC4	Ayudas Significativas recibidas de gobiernos	Total	En el 2012 no recibimos ayudas financieras por parte del gobierno.
	Presencia en el mercado		
EC5	Rango de las relaciones entre el salario base y el salario mínimo.	Total	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg. 37
EC6	Política, prácticas y proporción del gasto correspondiente a proveedores locales.	Parcial	Ver capítulo 7, Desarrollo de nuestros socios de negocio, pg. 54
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	Parcial	El Comité Gerencial está conformado por cinco colombianos y un venezolano. En la actualidad no contamos con una política para seleccionar altos ejecutivos procedentes de comunidades locales.
	Impactos económicos indirectos		
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados.	Parcial	En el 2012 se hicieron inversiones en la comunidad por un valor de \$119M en los programas de Responsabilidad Social de la compañía.
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos.	Parcial	El número de empleos indirectos generados es de aproximadamente 6.000 entre proveedores y clientes.
Desempeño ambiental			
Materiales			
EN1	Materiales usados por peso y por volumen	Parcial	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pg. 26

EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizables	Parcial	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pg. 26
Energía			
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	Total	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pg. 26
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	Total	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pg. 27
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación o mejoras en la eficiencia	No se reporta	Por el momento este indicador no se reporta
EN6	Iniciativas para proporcionar productos eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto y resultado de dichas iniciativas	Parcial	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pg. 27
Agua			
EN8	Captación total de agua por fuentes	Total	El consumo de agua fue de 11000 m3 por año. Se incrementó en un 50% con respecto al 2011, debido al incremento del número de colaboradores.
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas por la captación de aguas	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
Biodiversidad			
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.

EN15	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
Emisiones, vertidos y residuos			
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	Parcial	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, págs.. 27 - 29
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	Parcial	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pg 24-29
EN19	Emisiones totales de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN20	NO, SO, y otras emisiones significativas al aire por tipo y por peso	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN21	Vertimiento total de aguas residuales según su naturaleza y destino	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN22	Peso total de residuos gestionados, según el tipo y método de tratamiento	Total	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pg. 28
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
Productos y servicios			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos o servicios y grado de reducción de ese impacto	Parcial	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pgs. 24 - 29

EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de producto	No Material	Para el 2012 Este indicador no es material para las operaciones de Venus Colombiana S.A.
Cumplimiento normativo			
EN28	Coste de multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normatividad ambiental	Total	No se reportó ninguna multa por incumplimiento de la normativa ambiental.
Transporte			
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la compañía, así como el del transporte personal	Parcial	Ver capítulo 4, Compromiso Verde. Pg. 29
General			
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	Total	Ver capítulo 4, Compromiso Verde, pg. 24
Desempeño social: prácticas laborales y ética del trabajo			
Empleo			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	Total	Ver capítulo 5, Gente Venus, pgs. 34 y 35
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Parcial	Ver capítulo 5, Gente Venus, pgs. 34 y 35
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrece a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal	Total	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg. 37
Relación empresa / trabajadores			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Total	En la actualidad Venus Colombiana no cuenta con un convenio colectivo. De igual forma velaremos por el estricto cumplimiento del marco normativo colombiano a través del Código Sustantivo del Trabajo en su artículo 353, donde se promueve el derecho de la libertad de asociación
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Total	La organización hace uso permanente de los diferentes medios de comunicación con los que cuenta, tradicionales (correo corporativo, carteleras, intranet, displays), cara a cara (reuniones trimestrales de resultados- juntos somos más y grupos focales con la Gerencia- conversemos), con el fin de mantener a todos los colaboradores informados sobre los cambios organizacionales que se presentan en las diferentes áreas, así como aspectos importantes del desempeño del negocio.

Salud y seguridad laboral			
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Total	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg. 38
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Total	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg. 38
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Parcial	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg. 39-40
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Total	La compañía no cuenta con sindicato, sin embargo cumple con todas las normativas de salud y seguridad para todos sus colaboradores.
Formación y evaluación			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Parcial	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg. 36
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continúa que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Total	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg. 33,36
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Total	Ver capítulo 5, Gente Venus, pg. 33
Diversidad e Igualdad de Oportunidades			
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Total	“
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	No se reporta	Estamos trabajando en el desarrollo de este indicador para el 2013

Empleo			
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Parcial	En el 2012 , tres mujeres disfrutaron de su licencia de maternidad acorde con la legislación colombiana. A cierre del 2012 todas continuaron laborando con la compañía. El indicador de licencias de paternidad no se está calculando en el momento.
Desempeño social: Derechos Humanos			
Prácticas de inversión y abastecimiento			
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	Total	En el periodo del Informe no se incluyen clausulas de derechos humanos en los acuerdos.
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Total	En nuestros procesos de evaluación del 100% de proveedores vemos por el estricto cumplimiento de la normatividad colombiana en materia condiciones laborales.
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados	Total	Durante el 2012 dedicamos 200 horas en formación a los nuevos colaboradores en materia de derechos humanos y de los principios promovidos por el Pacto Global de Naciones Unidas.
No discriminación			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	Total	“En el año 2012 no se presentaron incidentes de discriminación en materia de relaciones laborales .
Libertad de asociación			
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos	Total	El derecho a la libertad de asociación es un derecho reconocido y legitimado por la compañía a través del articulo 45 capítulo 12 de nuestro reglamento interno de trabajo.
Explotación infantil			
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Total	En cumplimiento a la legislación colombiana y como parte de las políticas de la compañía, no contratamos menores de edad. Esta política es extendida a nuestra principal cadena de proveedores.

Trabajos forzados			
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Total	A través del control y seguimiento a nuestras políticas de selección y contratación garantizamos que no se generen situaciones de trabajo forzado.
Prácticas de seguridad			
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Total	Nuestro servicio de seguridad privada es facilitado a través del proveedor externo Seguridad Atlas, empresa signataria del Pacto Global y quien a través de sus prácticas de gestión, garantizan la formación de sus colaboradores en materia de Derechos Humanos. En el 2012 se formaron 8.385 personas.
Derechos de los indígenas			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No Material	La compañía no cuenta con operaciones cercanas a asentamientos indígenas.
Evaluación			
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	Total	Al 2012 no hemos tenido operaciones que hayan sido objeto de revisión en materia de derechos humanos.
Medidas correctivas			
HR11	“Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.”	Total	En el 2012 no se presentaron quejas relacionadas con los derechos humanos.
Desempeño social: Sociedad			
Comunidad			
S01	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Parcial	Ver capítulo 8 , Compromiso Ético y Social, pg. 59-61

Corrupción			
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	total	La totalidad de las unidades de negocio de Venus Colombiana fueron auditadas por nuestra firma de revisoría, encontrándose ninguna situación de corrupción en los procesos de la compañía.
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	Parcial	La compañía cuenta con un programa de prevención de lavado de activos, dentro del cual participan anualmente las áreas contables y de compras en procesos de formación.
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Total	No se presentaron incidentes de corrupción en el periodo del reporte.
Políticas Públicas			
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.	Total	A través de los gremios en los que participamos, especialmente el gremio del calzado (ACICAM), realizamos aportes a la definición de políticas públicas.
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Total	Venus Colombiana no realiza aportes financieros a partidos políticos ni a instituciones relacionadas.
Comportamiento de competencia desleal			
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Total	La empresa no ha sido relacionada con acciones monopolísticas y contra libre competencia.
Cumplimiento normativo			
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Total	En el 2012 tuvimos una multa de \$124M por reajuste en la declaración de renta de 2010.
Comunidades locales			
S09	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	total	La empresa opera en el sector de ACOPI, Yumbo. De igual forma ha detectado comunidades cercanas de impacto a las que la empresa a través de su Compromiso con la Sociedad. Págs. 59-61
S010	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	Total	“• Compromiso ético y social, Nuestro compromiso con la Sociedad. Págs. 59-61 • Compromiso Ambiental. Págs. 24-29”
Desempeño social: responsabilidad sobre el producto			
Salud y seguridad del cliente			
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan los impactos del mismo en la seguridad.	Parcial	Ver capítulo 3, Compromiso Verde, pg. 25

PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Total	No se han presentado incidentes por incumplimientos de regulación legal y voluntaria relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad de los clientes.
Etiquetado de productos y servicios			
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Total	Cumplimos con la normativa vigente, según resolución número 0933 de 2008 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, sobre la información de materiales que utilizamos en nuestros productos.
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	Total	“No se tuvo ningún incidente de este tipo en el 2012
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	Parcial	Ver capítulo 7, Desarrollo de nuestros socios de negocio, pg. 53
Comunicaciones de marketing			
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	Total	Nuestra publicidad no incluye alusiones a temas políticos o religiosos. Esta enfocada a mostrar situaciones positivas alineadas a los gustos de nuestro target, con contenidos reales y comprobables.
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Total	“No se tuvo ningún incidente de este tipo en el 2012
Privacidad del cliente			
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Total	“No se tuvo ningún incidente de este tipo en el 2012
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Total	“No se tuvo ninguna multa en el 2012

NUESTROS AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a toda la Gente Venus por su apoyo y participación en el proceso de elaboración de nuestro tercer informe de sostenibilidad. Este es, sin duda, el reflejo de nuestra gestión y el resultado del compromiso con la sostenibilidad de nuestra Compañía.

GERENTE GENERAL

Jorge Andrés Zuluaga S.

Gerente de Talento Humano
Responsabilidad Social
Giselle Bueno G.

Comité editorial

Lina Paola Pachón C.
Angela María Quintero F.

Asesoría

Fortalecerse

Dirección Creativa,
Diseño y Diagramación
Partner Comunicación S.A.S.

INFORME DE
SOSTENIBILIDAD

2012

VENUS COLOMBIANA S.A.