



Triple CUENTA 2012

GENERANDO VALOR COMPARTIDO

corona



COLABORADORES



COMUNIDADES



Contenido

1. Mensaje del Presidente	5
2. Triple Cuenta de Resultados	6
La Estrategia	7
Triple Cuenta con indicadores	8
• Logros 2012	10
• Retos 2013	12
3. Acerca del Informe	14
Metodología	15
Alcance y límites	15
Alineación con principios del Pacto Global	16
Verificación externa	19
4. La Organización	20
Unidades Estratégicas de Negocio (UEN)	21
Gobierno Corporativo	23
Estructura societaria	24
Marcas y productos	25
Arquitectura de marca	25
Productos	26
Presencia de Corona en el mundo	28
Valores Corporativos	30
Premios, distinciones y cambios 2012	32
Certificaciones	34
Aliados – Entidades apoyadas por Corona	37
5. Gestión Económica: crecimiento rentable y sostenible	38
Desempeño económico directo	40
Desempeño económico indirecto	42
Viste Tu Casa (VTC)	44
Sistema de Gobierno Corporativo	45
Modelo de Innovación	49
Modelo de Gestión del Riesgo	52



CLIENTES



PROVEEDORES



GOBIERNO Y ONG'S

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

6. Gestión Ambiental: cuidamos los recursos

54

Plan de Sostenibilidad Ambiental	56
Proyectos destacados 2012	57
• Medición Huella Hídrica Corporativa	58
• Modelo de eficiencia energética	61
• Cultura ambiental en Corona	62
Desempeño de indicadores ambientales - Frentes de trabajo	64
• Recursos Naturales	65
• Cambio Climático	68
• Ecoeficiencia	75
• Cumplimiento	79
• Productos Responsables con el medio ambiente	84
Balance ambiental	88

7. Gestión Social: construimos un mejor país

90

Plan de Sostenibilidad Social	91
Proyectos destacados 2012	91
• Encuesta "Familias Corona"	91
• Banco de Materiales	92
• Programa de Voluntariado Corporativo	93
Desempeño de indicadores sociales - Grupos de interés	97
• Colaboradores	97
• Comunidades	117
• Proveedores	124
• Clientes	127
• Gobierno y ONG's	128
Programas Fundación Corona	130
Balance Social	132

8. Tabla GRI – Pacto Global

134

Generando
VALOR
compartido

1. Mensaje

DEL PRESIDENTE



Mensaje del Presidente

Queremos compartir con ustedes nuestro sexto Informe Anual de Sostenibilidad, enmarcado en el concepto de la Triple Cuenta de Resultados, en el que reportamos los logros alcanzados durante el 2012, nuestros avances en la implementación de los principios del Pacto Global de Naciones Unidas y los retos del 2013. Es de resaltar que en esta oportunidad obtuvimos nuevamente la más alta calificación (a+) en la verificación externa del informe realizada por la firma Deloitte and Touche.

En Corona creemos que para que una compañía sea sostenible en el tiempo debe asegurar su rentabilidad financiera y contribuir de manera relevante al desarrollo social y a la protección del medio ambiente, generando valor compartido con sus grupos de interés.

El 2012 presentó un entorno macroeconómico y competitivo difícil. Aun así reportamos un crecimiento en nuestros ingresos operacionales frente al año anterior debido en gran parte a las medidas que tomamos para mejorar nuestra oferta de valor para los clientes y consumidores, reforzar la productividad y reducir la estructura de gastos.

En el ámbito social nos enfocamos de manera importante en nuestros colaboradores. En primer lugar, con el objetivo de contar con información que nos permita apoyarlos para que mejoren su calidad de vida diseñamos y aplicamos la encuesta Familias Corona que nos permitió conocer aspectos demográficos, de formación, economía del hogar, estructura y relación familiar, salud y utilización de tiempo libre de nuestra gente. A partir de estos resultados construimos un plan de acción a tres años en el que trabajaremos conjuntamente con múltiples aliados.

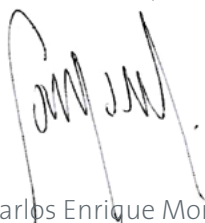
Así mismo, pusimos en marcha el Banco de Materiales que tiene como propósito que los colaboradores con mayores necesidades tengan acceso a nuestros productos para mejorar sus hogares y lanzamos el Programa de Voluntariado Corona - Sodimac que busca facilitarles a los colaboradores hacer realidad nuestro valor de ser responsables con la sociedad trabajando en beneficio de las comunidades de las zonas de influencia de nuestras operaciones.

En el ámbito ambiental seguimos implementando iniciativas que nos permitan optimizar el uso de los recursos naturales en los procesos productivos. Medimos la Huella Hídrica corporativa a fin de tener un punto de partida verificado por un tercero para implementar planes de acción para reducir el impacto de nuestra actividad productiva en el consumo de agua. Con esta medición completamos las tres líneas base fundamentales para guiar y medir nuestra gestión ambiental, pues se une a la Huella de Carbono y Evaluación Energética realizadas anteriormente. Debo resaltar los buenos resultados del modelo de eficiencia energética que han permitido identificar proyectos de gestión y baja inversión con los cuales continuamos reduciendo el consumo de energéticos y las emisiones de gases efecto invernadero.

Para el 2013 nos hemos propuesto grandes retos. Vamos a ampliar la oferta de Voluntariado y la cobertura de Corona Es Tu Casa que es nuestro programa de contacto con las comunidades y autoridades locales de los municipios donde estamos presentes. Tenemos el compromiso de seguir beneficiando a nuestros colaboradores con el Banco de Materiales y adelantar los planes de acción definidos como resultado de la Encuesta Familias Corona. Igualmente, actualizaremos la evaluación energética para verificar los avances logrados para mejorar nuestros indicadores de ahorro de energía y tenemos proyectos que esperamos nos permitirán aumentar el uso del agua reciclada. Continuaremos con iniciativas tan importantes como el estudio de empaques y embalajes y la valorización de residuos sólidos que son frentes de gran potencial de ahorro e impacto positivo en el medio ambiente.

Seguiremos comprometidos con el desarrollo de nuestras actividades teniendo siempre en mente la Triple Cuenta de Resultados lo cual nos permitirá continuar aportando a la sostenibilidad no solo de Corona, sino de todos nuestros grupos de interés y del país en general.

Cordial saludo,



Carlos Enrique Moreno Mejía

2. Triple Cuenta

DE RESULTADOS



La Estrategia

¿QUIÉNES SOMOS?

- + de 130 años de vida empresarial.
- Seis unidades estratégicas de negocio dedicadas a la manufactura y comercialización de productos para el hogar y la construcción.
- 18 plantas de manufactura en Colombia (1 en construcción), 2 en Estados Unidos y 1 en construcción en Brasil.
- Oficinas en China y México.
- Ventas consolidadas de 3.5 Billones de pesos.
- Más de 12.000 empleados.
- Exportaciones a 45 países.

¿POR QUÉ LO HACEMOS?

“Corona mejora tu vida”

¿CÓMO LO HACEMOS?

“Facilitamos soluciones y enriquecemos los espacios para vivir mejor”

Viviendo los valores - Seamos mediante la gestión efectiva de la Triple Cuenta de Resultados.

¿QUÉ HACEMOS?

Somos una Multilatina enfocada en el sector de la construcción, contamos con Unidades de Manufactura y Retail para proveer las soluciones completas a nuestros consumidores.

Tenemos el mejor talento, promovemos el desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores.

Ayudamos a mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades de influencia.



Triple Cuenta

CON INDICADORES

Gestión social

Corona es socialmente sostenible en el diseño e implementación de proyectos, programas y acciones.

Cubrimiento de cargos críticos con talento propio.

Número de voluntarios.

Tasa de Accidentalidad.

Indicador de clima organizacional.



Colaboradores



Comunidades



SOSTE



Proveedores



ONGS/
Gobierno / Gremios



Productos
Responsables
con el Medio Ambiente

Número de intervenciones de voluntariado + Número de voluntarios

Número de personas beneficiadas con banco de materiales.

Gestión económica

Nuestra misión está encaminada en facilitar soluciones y enriquecer los espacios para vivir mejor.



Cumplimiento



Ecoeficiencia



Cambio Climático



Recursos Naturales

Vitalidad de portafolio

Desarrollo de nuevos negocios

Supply Chain de UBN* lean

EBITDA

Ventas

ENIBILIDAD



Gestión ambiental

Corona es ambientalmente sostenible en el ciclo de vida de todas las operaciones de su cadena de valor.



Clientes

Voltaje de marca

Market Share

Reducción consumo de agua

Reducción Huella de Carbono

* Unidad Básica de Negocio

Logros 2012



Gestión Económica

CRECIMIENTO RENTABLE Y SOSTENIBLE



Ventas
Netas

\$3.5
Billones de pesos



Donaciones en
Especie

\$ 2.877
Millones de pesos



Impuestos
Causados

\$ 27.496
Millones de pesos



Donaciones
en Dinero

\$ 7.691
Millones de pesos



Integración de Sistema de
Gobierno Corporativo

Gestión Ambiental

CUIDAMOS LOS RECURSOS



Consumo Materia
Prima Reciclada

88.244
Ton



Consumo de Agua

1.204.189
m³/año



Huella Hídrica:
Cálculo de Huella
Hídrica Corporativa

Huella Gris
1.478.761
m³

Huella Azul
207.812
m³

Huella Verde
270.754
m³



Inversión Ambiental

3.058
Millones de pesos

Gestión Social

CONSTRUIMOS UN MEJOR PAÍS



Resultados
Programa
de Voluntariado

4.160
Horas de Voluntariado
520
Voluntarios Corona
- Sodimac



Resultados Banco
de Materiales

535
Beneficiarios



Generación de Empleo
(directos e indirectos)

17.931
Colaboradores



Encuesta
"Familias Corona"

86%
Convertura



Inversión Beneficios
Extralegales

\$55.239
Millones de pesos



Inversión en Formación
para Colaboradores

\$3.906
Millones de pesos



Inversión UEN en Proyectos
Sociales para sus Grupos de Interés

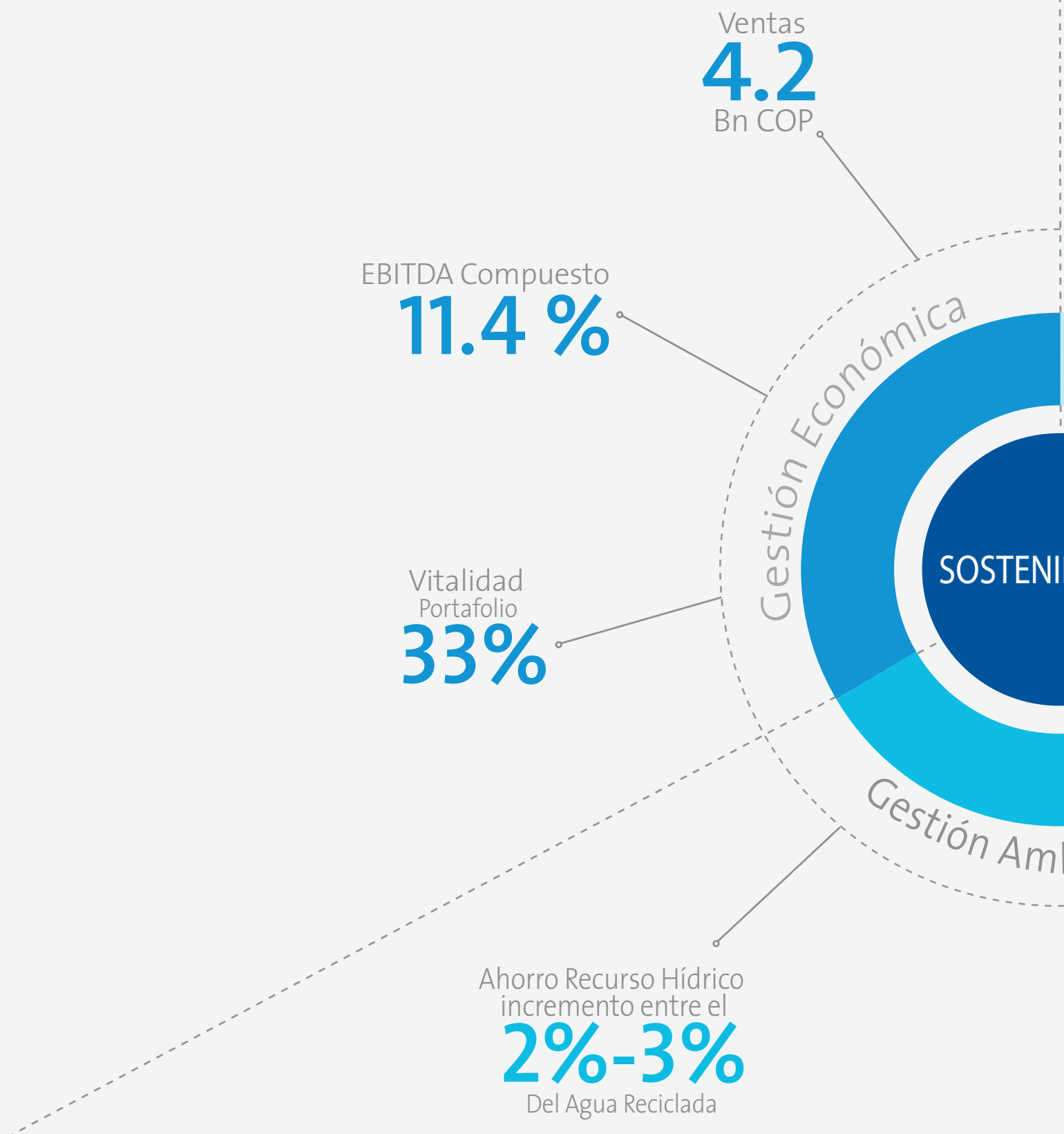
\$5.598
Millones de pesos



Corona es tu Casa

5
Municipios

Retos 2013



550 Mejoramientos - Banco Materiales

14 Intervenciones de Voluntariado - **500** Voluntarios

81% GPTW

0.1 ILI
Índice de Lesión Incapacitante

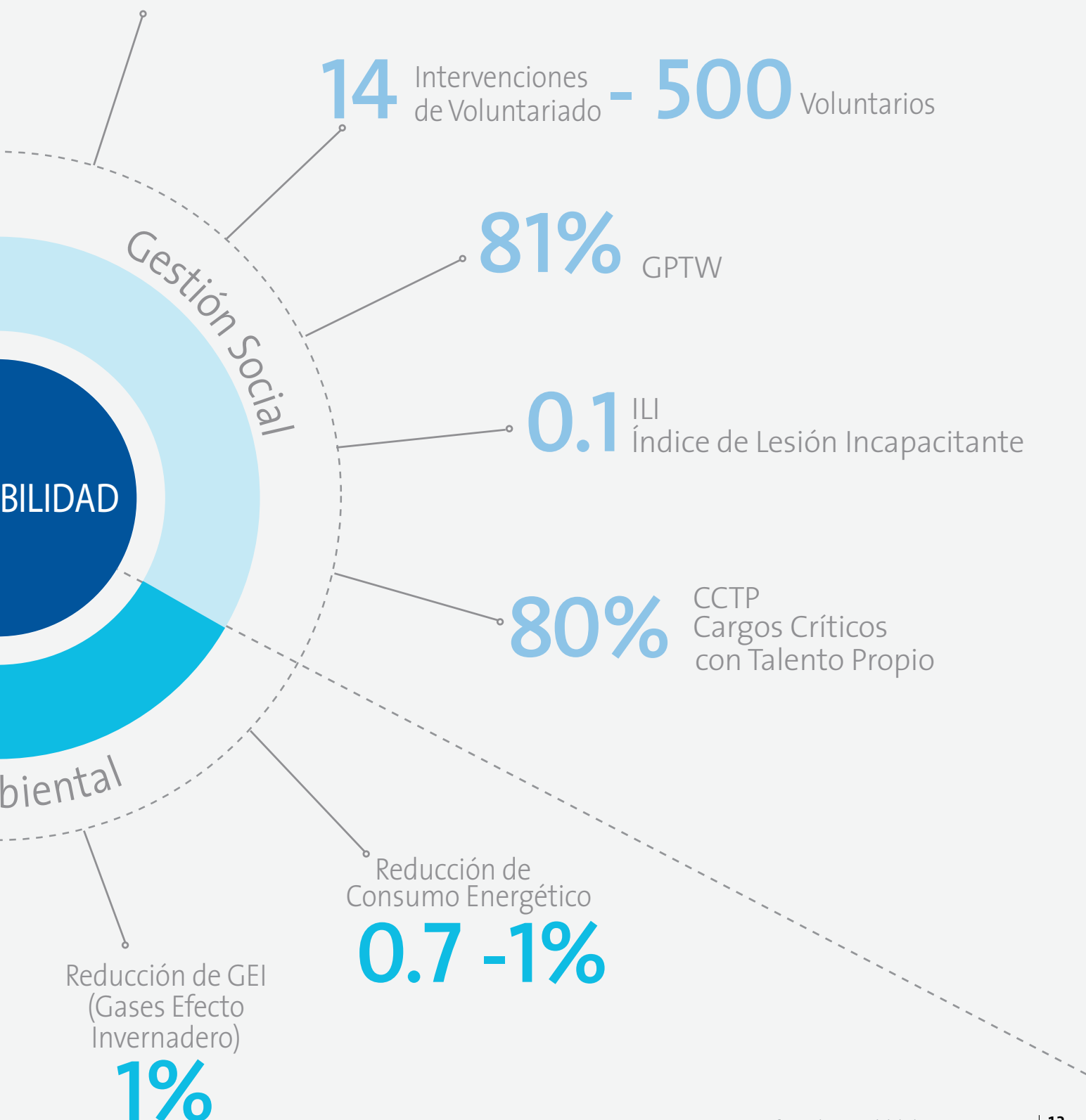
80% CCTP
Cargos Críticos con Talento Propio

Reducción de Consumo Energético

0.7 -1%

Reducción de GEI
(Gases Efecto Invernadero)

1%



3. Acerca DEL INFORME



Gonzalo Alcalá, diseñador Sanitario Crescento

Metodología

ESTE INFORME FUE ELABORADO SIGUIENDO LAS DIRECTRICES DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) VERSIÓN G3, EN CONCORDANCIA CON LOS LINEAMIENTOS DEL PACTO GLOBAL Y LOS REQUERIMIENTOS DE COMUNICACIÓN DEL MISMO (COMUNICACIÓN EN PROGRESO - CoP)



Se reportan 63 indicadores presentados de la siguiente manera:

LA (Prácticas Laborales), EN (Desempeño Ambiental), SO (Sociedad), HR (Derechos Humanos), PR (Responsabilidad del Producto) y EC (Económicos). Adicionalmente, el informe se desarrolla desde la perspectiva de la Triple Cuenta de Resultados (Económico, Ambiental y Social), articulado con la estrategia de Responsabilidad Corporativa de Corona.

A lo largo del informe se utilizan las siguientes siglas para las Unidades Estratégicas de Negocio (UEN):

Unidades de Manufactura	Siglas
Corona Colcerámica	CC
Vajillas Corona	VC
Insumos, Materiales y Pinturas	SM
Minerales Industriales	MI
Gamma – Aisladores Corona	GM
Unidades de Servicio	Siglas
Unidad de Servicios Compartidos	USC
Logística y Transporte	L&T
Centro Corporativo	CCORP
Unidades de Retail	Siglas
Almacenes Corona	AC
Sodimac	SD



El Pacto Global de las Naciones Unidas, del cual Corona es miembro desde 2005, es una iniciativa empresarial voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados. Este informe muestra nuestra gestión de los diez principios.

Alcance y límites

El informe abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012, e incluye para la mayoría de los indicadores información comparativa desde el 2010.

Alineación con principios del Pacto Global



1

PRINCIPIO 1:

Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

2

PRINCIPIO 2:

Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.



3

PRINCIPIO 3:

Las Empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

4

PRINCIPIO 4:

Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

5

PRINCIPIO 5:

Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

6

PRINCIPIO 6:

Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

**DERECHOS
HUMANOS**

**ESTÁNDARES
LABORALES**



7

PRINCIPIO 7:

Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

8

PRINCIPIO 8:

Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

9

PRINCIPIO 9:

Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

10

PRINCIPIO 10:

Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

**MEDIO
AMBIENTE**

ANTICORRUPCIÓN

Verificación

EXTERNA





Deloitte & Touche Ltda.
Edificio Corficolombiana
Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10
A.A 404
Nit 860.005.813-4
Medellín
Colombia

Tel : 57(4) 313 88 99
Fax : 57(4) 313 32 25
www.deloitte.com.co

Informe de revisión independiente

Revisión independiente del Informe de Sostenibilidad 2012 de la Organización Organización Corona S.A

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del informe de sostenibilidad del 2012 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales propuestos en dicha Guía. Por lo anterior, en nuestra revisión no se verificaron datos de ejercicios anteriores que se hayan incluido para efectos comparativos.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAE 3000 - *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la *International Federation of Accounts (IFAC)*.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas unidades de Organización Corona que han participado en la elaboración del reporte de sostenibilidad y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Organización Corona para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el reporte de sostenibilidad 2012 mediante visitas a las Unidades Estratégicas de Negocio Colceramica, Vajillas Corona, Almacenes Corona y Homecenter.
- Análisis de la adaptación de los contenidos e indicadores del informe de sostenibilidad a los recomendados en la guía G3 de GRI.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluidos en el informe de sostenibilidad 2012 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de la Organización Corona.

Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de sostenibilidad 2012 contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).

De acuerdo con nuestra revisión de indicadores y contenidos consideramos que el reporte cumple con los requisitos del nivel de calificación A+ según los estándares GRI.

Responsabilidades de la Dirección de Organización Corona y de Deloitte

- La preparación del Informe de Sostenibilidad 2012, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos de la Organización Corona, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Organización Corona de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la Organización Corona.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de Sostenibilidad 2012 de la Organización Corona.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.
Jorge Enrique Múnera D.
Socio

Bogotá, Marzo 2013

4. La Organización



Unidades

ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO (UEN)

Unidades de Manufactura

Corona Colcerámica



Está dedicada a la fabricación y comercialización de productos que conforman soluciones integrales para Baños, Cocinas y Revestimientos para hogares, oficinas, establecimientos comerciales e institucionales. Colcerámica opera ocho plantas de producción ubicadas en los departamentos de Cundinamarca y Antioquia en Colombia y dos en Estados Unidos que cuentan con tecnología de punta y cumplen con los más altos estándares de calidad para ofrecer a sus clientes y consumidores los mejores productos con el respaldo de las marcas CORONA y GRIVAL. Ofrece una gran variedad de productos que incluyen aparatos sanitarios, lavamanos, accesorios, asientos sanitarios, griferías, duchas, herrajes, muebles, elementos de plomería, pisos, paredes, porcelanatos y decorados. Es líder en el mercado colombiano y tiene posiciones importantes en los mercados de Estados Unidos, México, Brasil, Ecuador, Chile y Venezuela, entre otros.

Insumos, Materiales y Pinturas Corona

Esta unidad de negocio cuenta con dos divisiones:



Insumos Industriales Corona: dedicada a la producción de insumos y materias primas principalmente para las industrias cerámica, de vidrio y pintura. Es una fuente de competitividad para sus clientes, ofreciendo un suministro de insumos y minerales estable y de un alto nivel de desempeño.

Materiales y Pinturas Corona: está dedicada a la producción y comercialización de productos que constituyan soluciones integrales para cuatro sistemas constructivos: instalación de revestimientos en pisos y paredes (pegantes, boquillas, limpiadores, herramientas de instalación e impermeabilizantes), acabados (estucos, yesos, pinturas, acabados texturizados), Drywall (masillas para juntas entre paneles y masillas para acabados, pinturas flexibles) y obra gris (morteros, aditivos para morteros, juntas y sellos e impermeabilizantes).

Vajillas Corona



Es una de las fabricantes más antiguas y reconocidas de lojería de Colombia y Latinoamérica. Produce dos líneas de productos, una para el hogar con múltiples y variadas colecciones y otra institucional dirigida a atender el mercado de hoteles y restaurantes, además de productos exclusivos para terceros. Los principales destinos de exportación de Vajillas Corona son Venezuela, Perú, México y Ecuador, además de Inglaterra y Estados Unidos, mercados donde se comercializan productos con marcas mundialmente reconocidas.

Unidades de Retail

Almacenes Corona



Comercializa soluciones para pisos, baños y cocinas, ofrece diseño asequible para todos los gustos, así como amplias opciones de financiación y de servicios relacionados con la transformación del hogar. Almacenes Corona cuenta con tres formatos:

Hipercentro Corona, que actualmente tiene trece (13) puntos de venta a nivel nacional, Tiendas Cerámicas Corona, que son almacenes de formato de precio bajo, de los cuales hay diecinueve (19) al servicio de los consumidores y Corona Centro de Inspiración que actualmente tiene seis (6) almacenes a nivel nacional.

Sodimac Colombia S.A



Es una empresa colombo chilena con una participación accionaria de 51% de Organización Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia S.A., cuyo inversionista es el Grupo Falabella de Chile. De la compañía hacen parte los formatos de negocio Homecenter y Constructor. Homecenter y Constructor cuentan a nivel nacional con 27 almacenes ubicados en las 15 ciudades donde tiene presencia:

Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Ibagué, Cartagena, Villavicencio, Cúcuta, Bucaramanga, Montería, Manizales, Neiva, Valledupar y Santa Marta. Estas cadenas ofrecen todos los productos y servicios que necesitan los consumidores para llevar a cabo proyectos grandes y pequeños relacionados con el mejoramiento del hogar y la construcción.

Unidades de Servicio y Logística:



USC Unidad de Servicios Compartidos

Presta servicios administrativos, financieros, de gestión humana, de informática y telecomunicaciones a las unidades de negocio.



L&T Logística y Transporte

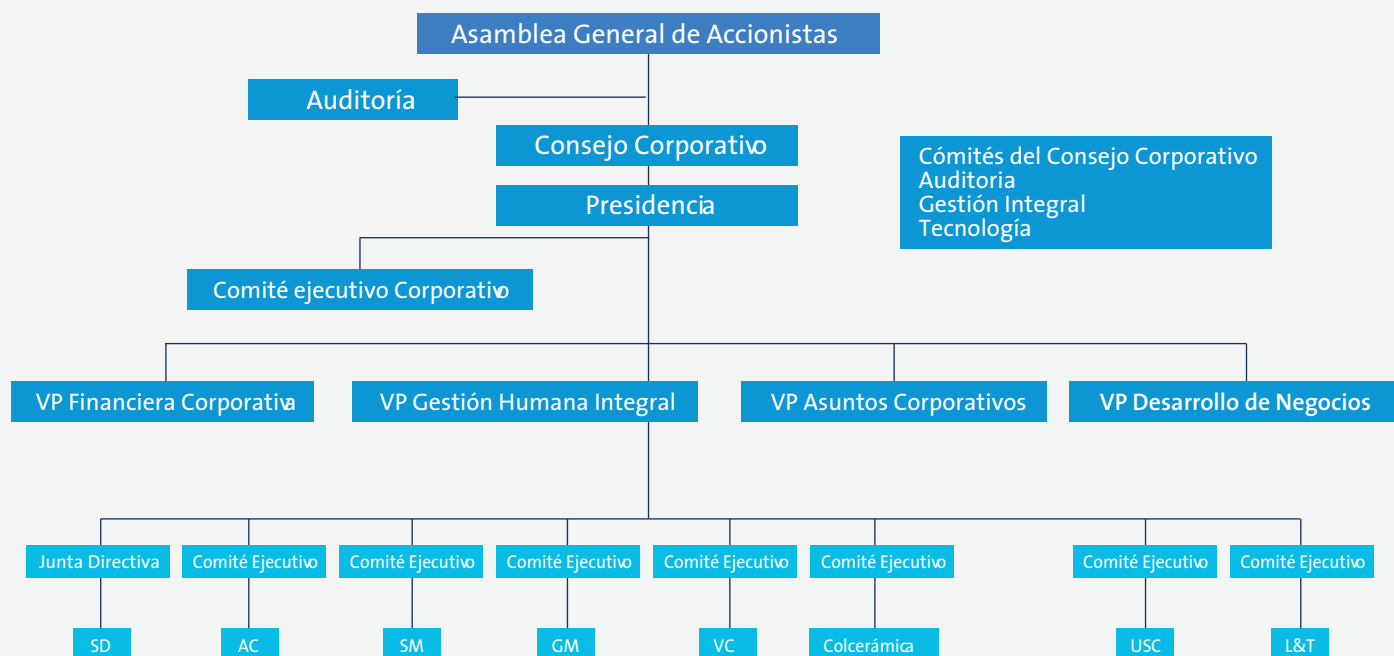
Ofrece servicios de transporte, comercio exterior, operaciones logísticas y asesoría tanto para CORONA como para clientes externos.

Gobierno

CORPORATIVO

CONSCIENTES DE LA IMPORTANCIA DE LA EXISTENCIA DE UNA ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO QUE GARANTICE LA TRANSPARENCIA Y LA REALIZACIÓN DE NUESTROS VALORES, COMO EXPRESIÓN DE NUESTRO COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE, EN CORONA CONTAMOS CON UN SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO. EL CUAL CONSISTE EN EL CONJUNTO DE NORMAS, PRÁCTICAS Y POLÍTICAS QUE GUIADAS POR NUESTROS PRINCIPIOS ÉTICOS, VALORES Y CULTURA CORPORATIVA REGULAN LA ACTUACIÓN DE ORGANIZACIÓN CORONA S.A., SUS FILIALES Y SUBSIDIARIAS Y SUS CORRESPONDIENTES ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL FRENTE A SUS DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS.

Estructura de Gobierno Corporativo





Estructura

SOCIETARIA

Organización Corona S.A. controla las siguientes sociedades:

- Compañía Colombiana de Cerámica S.A.
- Suministros de Colombia S.A.
- Corlanc S.A.S.
- Minerales Industriales S.A.
- Locería Colombiana S.A.
- Electroporcelana Gamma S.A.
- Sodimac Colombia S.A.
- Almacenes Corona S.A.
- Despachadora Internacional de Colombia S.A.S.
- Panimex S.A.S. Agencia de Aduanas Nivel II.
- Interseguros y Cia. LTDA.
- Cerámicas y Materiales Corona S.A. de C.V.
- Gamma Insulators Corp

Cada una de las citadas sociedades desarrolla su objeto social y cuenta con procesos y equipos de dirección o gerencia propios, apoyados por Organización Corona S.A. como matriz.

De estas sociedades 4 se encuentran registradas en el Registro Nacional de Valores y Emisores y tienen la calidad de emisores de bonos:

Compañía Colombiana de Cerámica S.A., Suministros de Colombia S.A., Locería Colombiana S.A., y Electroporcelana Gamma S.A.

Organización Corona S.A. tiene además participación, directa y/o a través de sus sociedades vinculadas, en Falabella Colombia S.A., Banco Falabella S.A., ABC de Servicios S.A., Corona Hotelware Corporation, Gamma Insulators Corp., Companhia Sulamericana de Cerâmica S.A., Ceramicorp Inc., propietaria de Mansfield Plumbing Products, LLC, y Orchid Ceramics LLC. y Diacerven S.A., estas dos últimas en proceso de liquidación.

Marcas

Y PRODUCTOS

Arquitectura de Marca

Nombre Corporativo	ORGANIZACIÓN CORONA				
Marca Corporativa	corona	Corona Colcerámica	Vajillas Corona	Aisladores Corona	Insumos Materiales y Pinturas Corona
Productos y formatos de retail	   	 corona	corona		corona PEGACOR CON-COLOR ESTUCOR
Estados Unidos		 corona Orchid Ceramics		 	
México					
Otros países					
Otras marcas					



Productos

Pisos y Paredes

Pisos de cerámica y porcelánicos en las categorías de pizarras, exteriores, comerciales, marmolizados, terrazos, ornamentales, cerámicos madera y planos. En paredes tenemos las categorías cerámicas de naturales, modernas, marmolizadas y estructuradas. También manejamos los portafolios de decorados y complementos y el exclusivo para el canal constructor.

Sanitarios y Lavamanos

Aparatos sanitarios, lavamanos, orinales, bidets y accesorios de porcelana; además contamos con las líneas Infantil e Institucional.

Grifería y Complementos

Griferías para baños y cocinas (lavaplatos), accesorios para los baños, complementarios para regaderas, teleduchas, llaves terminales, válvulas de control, plomería, regulaciones, acoples flexibles, accesorios LVP, rejillas, desagües, sifones, ahorradores de agua, repuestos complementarios y griferías de tanque.

Insumos, Materiales

Insumos y materias primas para la industria cerámica de Corona y para terceros, así como 4 sistemas constructivos: instalación de revestimientos en pisos y paredes (pegantes, boquillas, limpiadores, herramientas de instalación e impermeabilizantes), acabados (estucos, yesos, pinturas, acabados texturizados), Drywall (masillas tipo joint compound para acabados en placas de panel yeso y masillas para placas fibrocemento, productos complementarios como la cinta y el sellalón y pinturas especiales para el sistema liviano) y para el sistema obra gris (morteros, aditivos para morteros, juntas y sellos e impermeabilizantes).

Aisladores

Amplio portafolio de productos especializados para el sector de transmisión de energía eléctrica dentro del que se cuentan aisladores para distribución y transmisión, pasatapas para alta y baja tensión, porcelanas para seccionadores, pararrayos y cortacircuitos, entre otros.

Pinturas Corona

Ofrecemos pinturas con una tecnología de Microesferas Cerámicas, de bajo olor, libres de amoníaco, solventes tóxicos, metales o plomo, que cuidan la salud, protegen mejor las superficies y son amigables con el medio ambiente.



Vajillas

Institucional: productos para la mesa servida de hoteles, restaurantes y catering. Énfasis en vajillas de porcelana y loza. 6 líneas de productos.

Hogar: vajillas para uso en el hogar, más de 30 decoraciones con lanzamientos anuales siguiendo tendencias internacionales.

Mugs: énfasis en productos de moda y reconocidas licencias internacionales.

B2B: productos personalizados utilizados principalmente como medio publicitario, de promoción o premio. Pueden incluir o no la marca Corona, dependiendo del requerimiento del cliente.

Formatos de Retail

Almacenes Corona

Comercializa soluciones para pisos, baños y cocinas, ofrece diseño asequible para todos los gustos.

Corona Centro de Inspiración: es el único formato de su tipo en el mercado colombiano y es una opción ideal para aquellas personas que quieran renovar los ambientes de su casa y escoger entre el más amplio portafolio y las más novedosas tendencias de diseño.

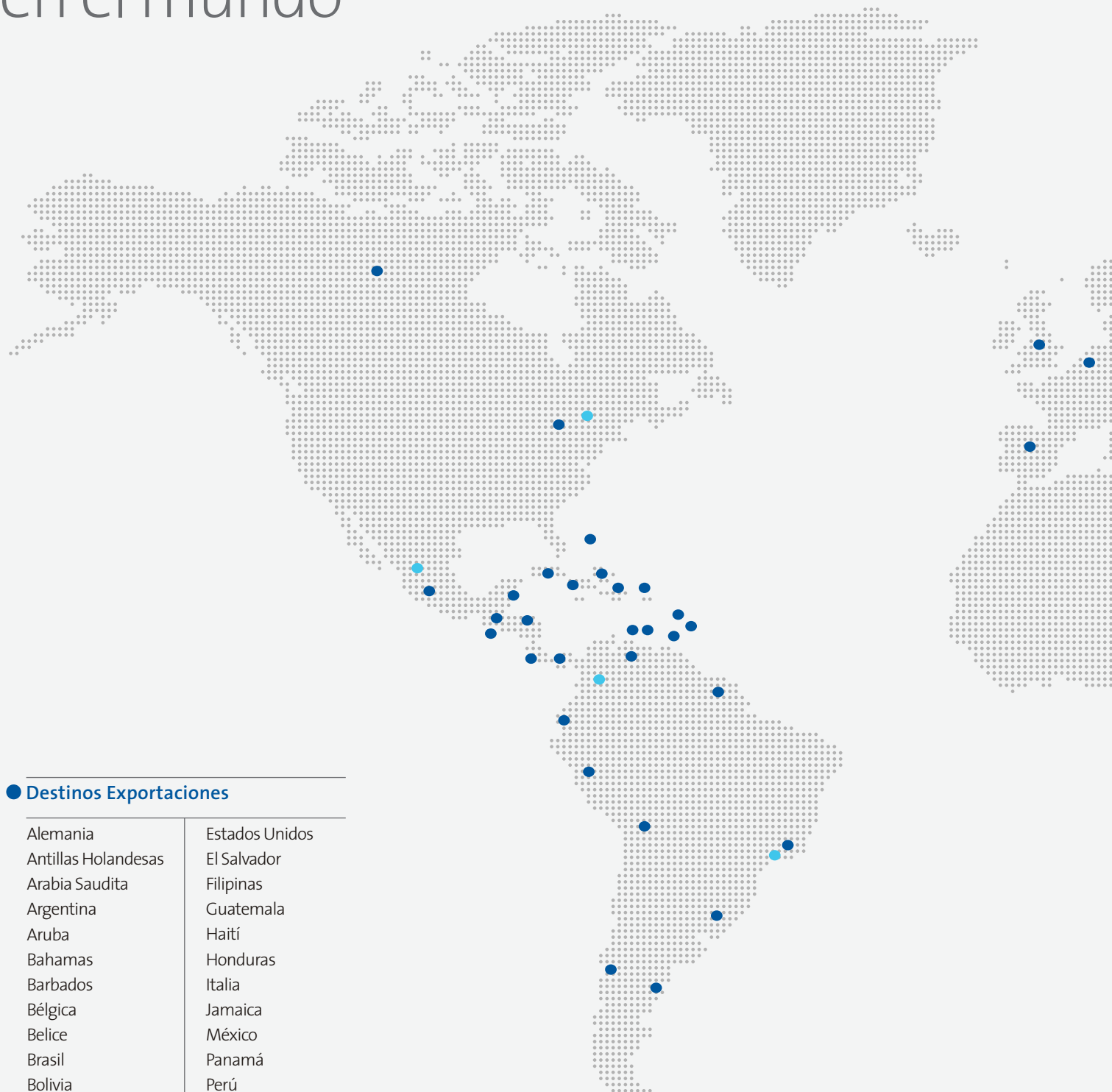
Hipercentro Corona: ofrecemos una solución integral y garantizada a las necesidades de remodelación de su hogar, tales como baños, cocinas y otros espacios.

Tienda Cerámica Corona: ofrecemos los mejores precios del mercado en productos para la remodelación.

Sodimac

Ofrece todos los productos y servicios que necesitan los consumidores para llevar a cabo proyectos relacionados con el mejoramiento del hogar y la construcción. Por otra parte, a través de Venta a Empresas proporciona a las empresas del país un completo surtido multimarcas, convirtiéndose en un aliado efectivo y estratégico para su negocio. Sodimac Colombia S.A. ofrece a sus clientes 700 categorías de productos, 21 familias con cerca de 45.000 referencias, que integran sus 5 departamentos: Jardín, Construcción, Ferretería, Acabados y Hogar.

Presencia de Corona en el mundo

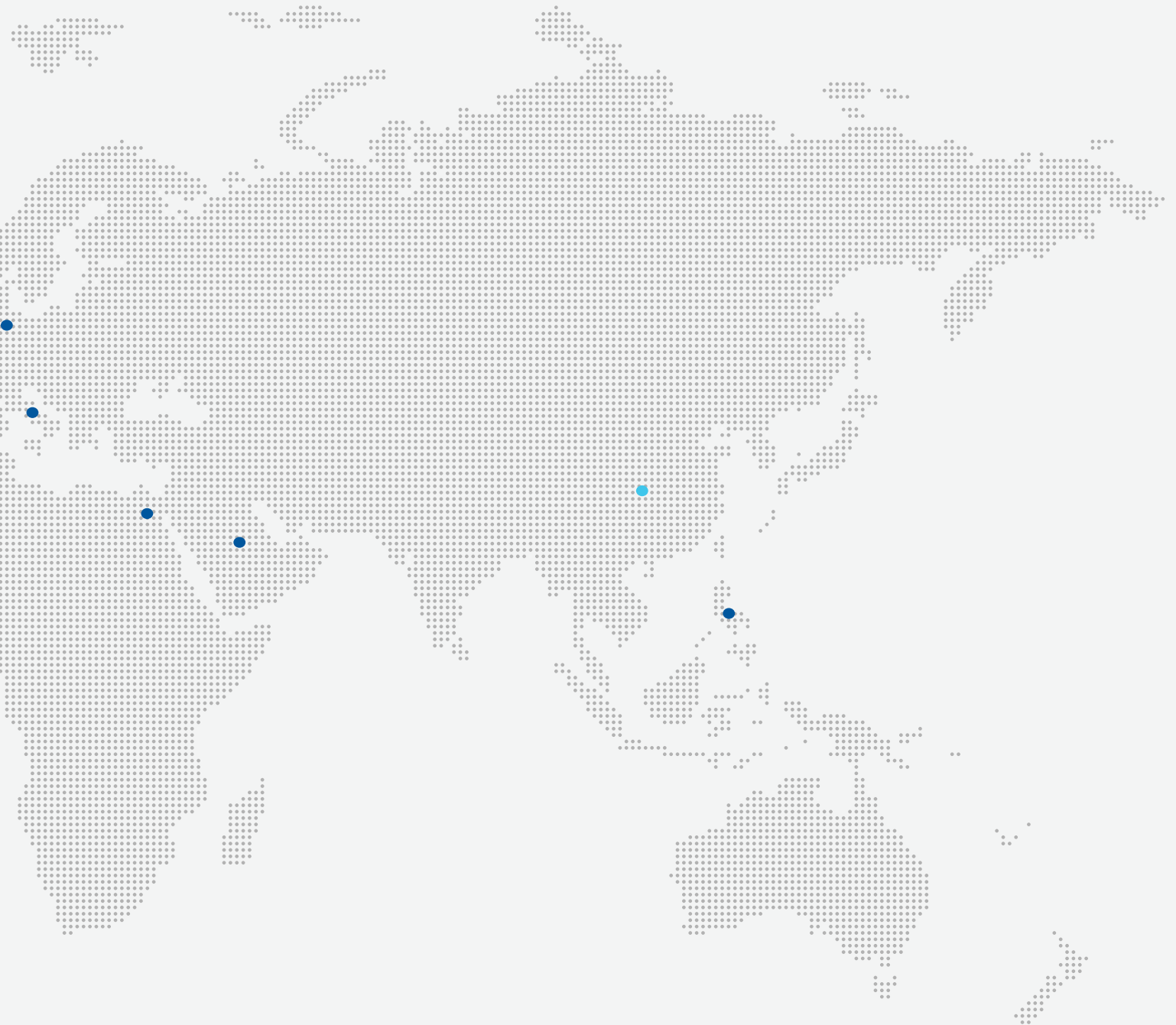


● Destinos Exportaciones

Alemania	Estados Unidos
Antillas Holandesas	El Salvador
Arabia Saudita	Filipinas
Argentina	Guatemala
Aruba	Haití
Bahamas	Honduras
Barbados	Italia
Bélgica	Jamaica
Belice	México
Brasil	Panamá
Bolivia	Perú
Chile	Puerto Rico
Canadá	Reino Unido
Costa Rica	República Dominicana
Cuba	Suriname
Curazao	St. Lucía
Ecuador	Trinidad y Tobago
Egipto	Uruguay
España	Venezuela

● Oficinas almacenes y plantas de manufactura

Colombia
Estados Unidos
México
China
Brasil (planta en construcción)





Valores

CORPORATIVOS

Seamos pasión por el servicio a nuestros clientes

Creemos que la satisfacción de nuestros clientes es nuestra razón de ser. Indagamos y entendemos sus necesidades, nos apasiona agotar alternativas para satisfacerlas con respuestas oportunas, expertas y amables. Logramos con nuestra gestión anticiparnos a sus necesidades y satisfacer sus expectativas a través de nuestros productos y servicios.

Seamos innovadores

Creemos que todo puede hacerse mejor y que la innovación es esencial para lograr el éxito. Por esto siempre buscamos identificar el resultado de nuestras acciones, para mejorarlas. Identificamos y llevamos a la práctica nuevas ideas. Nos interesa siempre, encontrar la mejor forma de hacer las cosas. Buscamos soluciones novedosas, creativas y personalizadas que agreguen valor a nuestros clientes.

Seamos cada vez mejores

Creemos en el mejoramiento permanente y nos inspiran altos estándares de excelencia. Buscamos hacer nuestro trabajo teniendo como referente prácticas de categoría mundial. Trabajamos con altos niveles de compromiso y somos perseverantes; buscamos la excelencia en cada paso de nuestro trabajo.

Seamos personas íntegras

Creemos en la coherencia entre el pensar, el sentir y el actuar. Nos caracteriza la honestidad, la ética y el cumplimiento estricto de la ley y los compromisos en todas nuestras actuaciones. Obramos de acuerdo a lo que decimos y defendemos por encima de todo los valores en que creemos. Nuestro comportamiento genera confianza en todos nuestros públicos.

Seamos ejemplo de respeto hacia los demás y de compromiso en la búsqueda de su desarrollo

Creemos en el talento humano, en su diversidad y potencial de desarrollo. La calidez, la sencillez y el trato respetuoso son la manera de relacionarnos en Corona.

Valoramos el desarrollo de todos en el ámbito personal y profesional y orientamos el trabajo diario como fuente de aprendizaje, de crecimiento y proyección de las personas. Reconocemos sus realizaciones y nos ocupamos por aportar a un ambiente de trabajo amable, informal, con equipos conformados por personas motivadas y con capacidad para lograr un excelente desempeño.

Seamos austeros y sencillos

Creemos en la austeridad y la sencillez. Por esto actuamos sin ostentación, con sentido práctico y discreción en nuestra forma de trabajar, de relacionarnos y de mostrar lo que hacemos. Invertimos lo esencial para el desarrollo actual y futuro de nuestros negocios, empleando los recursos estrictamente necesarios.

Seamos responsables con nuestra sociedad

Creemos que somos responsables frente a la sociedad en la que participamos y contribuimos a su transformación. Nos destacamos por participar activamente en su desarrollo, en la protección del medio ambiente y los recursos naturales, iniciando con nuestros colaboradores, sus familias, nuestros clientes y proveedores y las comunidades donde operamos. Somos solidarios y avanzamos en acciones concretas que evidencian nuestro compromiso con el mejoramiento, la sostenibilidad, el desarrollo y el cambio.

Premios

DISTINCIONES Y CAMBIOS

2012

Premios y Reconocimientos

Merco 2012

En el ranking Merco Colombia 2012, que permite identificar de manera rigurosa las cien mejores empresas en Colombia, Corona ocupó el noveno puesto entre las 100 empresas de mejor reputación del país y por quinto año consecutivo, fue reconocida como la empresa con mejor reputación en el sector de materiales de construcción, ocupando el primer lugar.

Merco líderes

Nuestro Presidente, Carlos Enrique Moreno ocupó el puesto 16 entre los mejores directores del país.

Merco empresas

Corona ocupó el 15º lugar entre las empresas colombianas de mayor reputación.

Merco empresas responsables

Corona ocupó el 12º puesto entre las empresas colombianas más responsables.

Great Idea

La Unidad de Materiales & Pinturas Corona, con su producto Pegacor, obtuvo el primer premio Great Idea al empaque más innovador en la categoría de pegante de construcción.

Great Idea es un reconocimiento a la innovación y al esfuerzo que realizan las marcas y sus equipos de marketing otorgado por los consumidores a través del voto directo en el estudio de mercado más grande que se realiza en Colombia el cual se realiza entre empresas de diversos sectores y en 5 ciudades del país por parte de Ipsos Napoleón Franco.

Premio Ptak

El centro de distribución de sanitarios y lavamanos de Corona Colcerámica en Planta Girardota fue reconocido, como el mejor Centro de Operación Logística por el premio Ptak Prize for Supply Chain Excellence.

Este reconocimiento, entregado por la Alianza Internacional de Cadena de Suministro y Educación -ISCEA-, por sus siglas en inglés, se otorga a las empresas cuyas cadenas productivas y logísticas cumplen con los más altos estándares internacionales, apoyándose en estrategias innovadoras y enfoques propositivos.

Rep Track Pulse Colombia 2012

Corona ocupó el 10º puesto en el ranking Rep Track Pulse Colombia 2012, el cual hace parte del “Global Reputation Pulse 2012”, que mide las percepciones del público sobre qué impulsa la reputación empresarial alrededor del mundo.

El estudio, mide la admiración, confianza, respeto, buena impresión y estima que generan entre los colombianos las 100 empresas más importantes en el país, pertenecientes a 17 diferentes sectores económicos, seleccionadas con base en sus ingresos y visibilidad.

Premio a la excelencia en Seguridad

En el marco de la Asamblea ordinaria de afiliados al capítulo BASC de Antioquia, Colcerámica recibió el Premio a la Excelencia en Seguridad, por cumplir con los más altos estándares en su sistema de prevención, control y seguridad de exportaciones en sus cinco plantas.

El reconocimiento especial fue otorgado entre 247 empresas certificadas BASC, a las plantas productivas exportadoras de Colcerámica ubicadas en Madrid, Funza y Sopo, municipios de Cundinamarca y en Caldas, Girardota y La Estrella en Antioquia, dedicadas a la fabricación de productos que conforman soluciones integrales para baños, cocinas y revestimientos.

El Business Alliance for Secure Commerce, BASC, es una alianza empresarial internacional con más de doce años de existencia que se encuentra presente en más de quince países y que promueve el comercio seguro global en cooperación con gobiernos y organismos internacionales.

Ceramic World Review

Corona fue resaltada por la revista italiana Ceramic World Review, dentro de los principales fabricantes de sanitarios y revestimientos cerámicos en el mundo.

Principales Fabricantes de Sanitarios y Principales Fabricantes de Revestimientos Cerámicos son los rankings que contempla el reporte en el que Corona ocupó el puesto séptimo y el número 24 respectivamente de acuerdo con su producción durante el 2011.

La revista Ceramic World Review, publicación que se edita en inglés e italiano, tiene gran prestigio e influencia en la industria cerámica y es un punto de referencia para productores y comercializadores de sanitarios y productos cerámicos a nivel mundial. Es considerada una fuente confiable por productores, compradores, inversionistas y firmas consultoras a la hora de realizar negocios en el sector.





Certificaciones

BASC

Corona una vez más ratifica su liderazgo en la implementación de sistemas de gestión en prevención, control y seguridad de exportaciones al recibir por 12 años consecutivos la certificación del Business Alliance for Secure Commerce (BASC) para las operaciones de manufactura y logística de sus plantas productivas exportadoras en Colombia. La recertificación fue otorgada a siete plantas de Corona entre las que se incluyen cinco de Colcerámica ubicadas en Madrid, Funza, Sopó, Girardota y La Estrella; una de Vajillas Corona de Caldas, y a la de Electroporcelana Gamma en Sabaneta.

Así mismo, la recertificación fue concedida a los Centros Logísticos y de Transporte en la Tablaza (Antioquia) y Mosquera (Cundinamarca) y a las operaciones de la empresa de logística y transporte Despachadora Internacional de Colombia y a la agencia de aduanas PANIMEX en Cartagena, ambas de Corona.

Aisladores Corona es recertificada por el Icontec

Como resultado del proceso de auditoría externa realizado en julio para la recertificación del Icontec, Gamma recibió la recertificación por parte de este organismo para sus Sistemas de: Gestión de la Calidad NTC-ISO 9001:2008, Gestión Ambiental NTC-ISO 14001:2004 y Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional NTC-OHSAS 18001:2007.

Certificación ISO 14001: 2004

La certificación ISO 14001: 2004, que fue otorgada a Vajillas Corona por Bureau Veritas, es de carácter internacional y está acreditada por el ONAC (Organismo Nacional de Acreditación en Colombia), por el UKAS (United Kingdom Accreditation Service) y el ANAB (National Accreditation Board), organismos de certificación de los sistemas de gestión de la Calidad y de gestión medioambiental.

La certificación es el resultado del compromiso de Vajillas Corona con el medio ambiente y el desarrollo sostenible. A lo largo de su cadena de valor, Vajillas Corona ha desarrollado sistemas de gestión que le permiten tener un control efectivo de los posibles impactos de su actividad en el medio ambiente y en el entorno.

Certificación tienda Homecenter Manizales LEED categoría Gold

Las tiendas Homecenter y Constructor de la ciudad de Manizales fueron galardonadas con la primera certificación LEED® New Construction - Retail de Latinoamérica en el nivel Oro, convirtiéndose en el décimo proyecto del mundo en obtener una certificación en esta categoría y nivel.

LEED®, que por sus siglas en inglés significa Liderazgo en diseño energético y ambiental, es un estándar internacional creado en los años noventa con el que se evalúa la sostenibilidad de una construcción desde las perspectivas de eficiencia energética, uso de energías alternativas, mejora de la calidad del ambiente interior, la eficiencia del consumo de agua, y desarrollo de sitio en el que fue construida.



Cambios

Integración Corona Colcerámica

Durante el 2012 se consolidó la integración de la operación de tres (3) unidades de negocio (Pisos & Paredes, Sanitarios & Lavamanos y Grifería & Complementos) para conformar Corona Colcerámica.

Esta integración ha permitido fortalecer nuestra posición en el mercado, hacerle frente a un entorno competitivo más agresivo, ofrecer un servicio de primera a nuestros clientes y un portafolio de productos innovador y completo que les sea entregado de manera oportuna. La nueva Colcerámica integrada tiene un carácter más comercial, innovador, competitivo y ágil, que genera mayor valor para sus accionistas, empleados y comunidades en las que opera.

Expansión de Homecenter

Como parte del proyecto de expansión y con el objetivo de tener presencia en todo el territorio colombiano abrimos nuevos almacenes de Homecenter y Constructor en, Santa Marta, Barranquilla, Envigado, Palmira Valledupar y Bogotá (Cedritos), este último se encuentra en proceso de certificación LEED.

Alianza Aisladores Corona y Hyundai Corea para ampliar soluciones para el sector eléctrico

Gamma Aisladores Corona, unidad de negocio de Corona y Hyundai Corea a través de su división Heavy Industries, anunciaron una alianza estratégica para ampliar la oferta de soluciones para el sector eléctrico en Colombia.

Esta alianza reunirá el amplio portafolio de primer nivel de la línea Electro Electric System de Hyundai Corea, con el conocimiento del mercado, canales de distribución, calidad y reconocimiento con el que cuenta Gamma Aisladores Corona.

Gamma Aisladores Corona será el distribuidor del portafolio de productos para protección eléctrica y maniobra en media y baja tensión para el mercado regional, aumentando las soluciones para el sector en Colombia.

Aliados

ENTIDADES APOYADAS POR CORONA

Educación



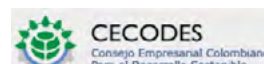
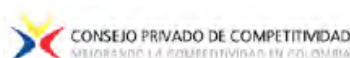
(Colegio
Gabriel Echavarría
(Madrid))



Colegio
Tercer Milenio
(Caldas)

Organizaciones no gubernamentales

Fundación **corona**



5. Gestión

ECONÓMICA

corona

“Hoy en día Corona emplea directamente a más de 12 mil personas a través de sus operaciones en Colombia”

Carlos Enrique Moreno, Presidente Organización Corona

Crecimiento

RENTABLE Y SOSTENIBLE

A LO LARGO DE SUS AÑOS DE TRAYECTORIA EN EL MERCADO, CORONA HA GENERADO VALOR A SUS ACCIONISTAS, SUS COLABORADORES, SUS PROVEEDORES Y SUS CLIENTES EN TODA SU CADENA DE OPERACIONES. ACTUALMENTE SE CONSTITUYE COMO UNA MULTILATINA LÍDER EN EL NEGOCIO DE MANUFACTURA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PARA EL HOGAR Y LA CONSTRUCCIÓN.

Durante 2012 se llevaron a cabo importantes operaciones que permitieron consolidar un resultado económico positivo a pesar de la coyuntura del mercado y la situación que afronta la industria nacional. De una parte, la integración de tres unidades de negocio, Pisos & Paredes, Sanitarios & Lavamanos y Grifería & Complementos, en una sola unidad denominada Corona Colcerámica permitió consolidar la oferta de valor para nuestros clientes. Comenzamos la construcción de una nueva planta de pinturas, ampliamos nuestra red de almacenes Homecenter y Constructor y continuamos con el montaje de una nueva planta de sanitarios en Brasil.

Nuestra misión continuará encaminada a facilitar soluciones y enriquecer los espacios para vivir mejor, desde la perspectiva de **Triple Cuenta de Resultados**: estaremos enfocados en incrementar la rentabilidad de nuestros negocios, asegurar los riesgos inherentes a la operación, desarrollar nuevos productos y servicios orientados a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, buscando disminuir los impactos ambientales y procurando generar mayor bienestar para nuestros colaboradores y las comunidades donde operamos.

• multilatina

líder en manufactura y comercialización

• una sola UEN: Colcerámica

Pisos & Paredes, Sanitarios & Lavamanos
y Grifería & Complementos

• ampliación

de operaciones



Desempeño Económico Directo

EC1

Valor económico directo generado y distribuido (en millones de pesos)

CONCEPTO	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Ventas Netas	2.599.239	3.106.652	3.546.176	14%
Utilidad Neta	56.980	80.557	90.715	13%
Impuesto de Renta causado	25.604	30.119	27.496	-9%
Salarios pagados a trabajadores propios a término indefinido y fijo (operarios y empleados)	200.164	220.497	238.628	8%
Donaciones (incluidas en dinero y en especie y aportes en programas)	5.787	12.533	13.429	7.1%

Nuestra gestión conjunta ha logrado ventas netas en 2012 por 3,5 billones de pesos, lo que representa un crecimiento consolidado del 14% con respecto al resultado económico logrado en 2011. Así mismo, durante 2012 nuestro impuesto de renta causado asciende a 27.496 millones de pesos.

8 EC₂**Impacto financiero del cambio climático**

No se presentan impactos.

EC₃**Monto de pensiones total o parcialmente a cargo de la empresa (en millones de pesos)**

	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Monto de pensiones total o parcialmente a cargo de la empresa	3.258	3.053	2.982	-2%

1 EC₅**Salario Inicial comparado con el Salario mínimo local**

	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Salario mínimo mensual básico	631.571	654.407	699.373	23%
Salario mínimo legal mensual (pesos)	515.000	535.600	566.700	23%

Es de resaltar que, al igual que en años anteriores, el salario mínimo de Corona continua estando por encima del salario mínimo legal mensual vigente.

EC₆**Prácticas y proporción del gasto en proveedores (en millones de pesos)**

CONCEPTO	2011	2012
Total compras a proveedores nacionales	1.725.328	2.110.255
Total compras a proveedores extranjeros	479.857	548.851
TOTAL COMPRAS	2.205.185	2.659.106
Proporción compras Nacional	78%	79%
Proporción compras Extranjero	22%	21%

Aunque las cifras de compras a proveedores crecieron de manera similar al crecimiento de las ventas consolidadas, la proporción de compras a proveedores nacionales sobre proveedores extranjeros se mantiene muy parecida al año 2011.

Desempeño Económico Indirecto

Donaciones

Corona cuenta con un programa de donaciones en dinero y de donaciones en especie que constituye un pilar fundamental de la estrategia de Responsabilidad Corporativa y de generación de valor compartido a favor los diferentes grupos de interés.

Las donaciones en dinero están orientadas a organizaciones no gubernamentales y Fundaciones que son aliados estratégicos para el desarrollo de iniciativas fundamentales para el desarrollo y el crecimiento del país. Estas instituciones orientan sus esfuerzos a aspectos tales como el fortalecimiento de la democracia, la promoción de políticas públicas, la transformación del sistema de justicia en Colombia y la construcción de paz entre otros. Dentro de estos aportes, el principal se destina a la Fundación Corona con el fin de apoyar su funcionamiento y el desarrollo de sus programas.

Por su parte, las donaciones en especie están orientadas a diversas entidades sin ánimo de lucro y entidades territoriales y su propósito fundamental es mejorar la calidad de vida de las comunidades de nuestras zonas de influencia.

Donaciones en Dinero y especie

	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Donaciones del Centro Corporativo	1.897	6.472	7.691	18.8%
Aportes a ONG y Fundaciones	477	1.439	1.767	22.8%
Funcionamiento Ordinario Fundación Corona	1.420	5.033	5.924	17.7%
Donaciones de las UEN	3.890	6.061	5.738	-5.3%
Apoyo a proyectos en beneficio de grupos de interés	3.390	5.601	5.481	-2.1%
Apoyo programas Fundación Corona	500	460	257	-44.1%
TOTAL GENERAL	5.787	12.533	13.429	7.1%

Donaciones en especie

PRODUCTO	2011	2012	Variación
PAREDES (m2)	3.047	18.034	492%
PISOS (m2)	14.985	49.890	233%
SANITARIOS (UD)	455	2.315	409%
LAVAMANOS (UD)	364	792	118%
ORINALES (UD)	104	184	77%

Inversiones con beneficio público:

Donaciones en especie

Durante el año 2012, el programa de donaciones en especie tuvo un crecimiento significativo, principalmente debido a una mayor disponibilidad de inventario de productos para donaciones y a que dicho inventario fue reorientado hacia proyectos que permitieran maximizar sus beneficios. Como resultado de esta gestión en 2012 se apoyaron 250 entidades, con más de 83.456 beneficiarios directos, por un valor de \$1.334 millones.

■ Proyecto de vivienda de interés prioritario Fundación Catalina Muñoz

En el marco de una alianza con empresas del sector privado y autoridades locales, la Fundación Catalina Muñoz lideró la construcción de 84 unidades de vivienda de interés prioritario en el municipio de Soacha, con el fin de beneficiar a las familias damnificadas por la ola invernal del 2010 de los sectores La Capilla y Loma Linda. Nos vinculamos a este proyecto con la donación de materiales necesarios para los acabados básicos de las 84 unidades de vivienda entregando 1.850 M2 de paredes y 3.780 M2 de piso.

■ Institución Educativa Tercer Milenio

El Colegio Tercer Milenio nace del trabajo conjunto de la Iglesia Diocesana del municipio de Caldas, Antioquia, y nuestra unidad de negocio Vajillas Corona. En su proceso de mejoramiento la institución, buscó remodelar sus instalaciones con el fin de brindar un espacio que permita a los estudiantes realizar sus actividades escolares en medio de un ambiente agradable y digno para todos. En esta oportunidad nos vinculamos mediante el aporte de 2.268 M2 de piso para ser instalados en las aulas de clase de los niños, oficinas administrativas, baños, sala de profesores y corredores.



Casa del Pueblo, El Salado

EC9

Viste tu casa (VTC)

Viste tu Casa es un modelo de negocio inclusivo desarrollado por Corona - Colcerámica desde el año 2005. Se basa en la comercialización de productos en comunidades de bajos recursos a través de promotoras que son mujeres cabeza de familia. Los productos son a precios asequibles y bajo un esquema de financiación que ha permitido el mejoramiento de las condiciones de habitabilidad de más de 76.000 familias al cierre de 2012.

Durante el año 2012, el modelo de negocio fue reconocido en la publicación de “Principios Para La Inversión Social: Experiencias De Los Participantes Del Pacto Mundial En América Latina y El Caribe” liderada por el Centro Regional para América Latina y el Caribe en apoyo al Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Los principales resultados del programa durante 2012 fueron:

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012
Ciudades donde se desarrolla el programa	Barranquilla, Bogotá, Cali, Cartagena, Medellín, Palmira y Pereira	Barranquilla, Bogotá, Cali, Palmira, Cartagena, Medellín, y Pereira	Barranquilla (Baranoa, Sabanagrande, Sabanalarga, Soledad, Caracolí, Juan de Acosta, Malambo, Puerto Colombia), Bogotá (Funza, Madrid, Mosquera, El Rosal, Cajicá, Chia, Zipaquirá), Cali (Tuluá, Palmira, Buga, Jumbo, Jamundí, Candelaria, Buenaventura, Cabuyal, Caloto, Cerrito, Florida, Ginebra, Miranda, Padilla, Santander de Quilichao, Villarica) y Cartagena
Promotoras de Ventas vinculadas al programa (#)	237	250	171
Familias vinculadas al programa (#)	41.625	58.097	76.065
Total metros vendidos a través de las promotoras	541.000	605.147	681.312
Centro de servicio (#)	13	13	6
Inversión en proyectos sociales	\$ 241.023.718	\$ 100.000.000	-
Proyectos sociales desarrollados en la comunidad con aportes del programa (#)	11	9	-

Debemos resaltar que a pesar de que el consolidado de familias y ventas creció durante 2012, la operación del negocio resultó afectada debido a varias circunstancias del entorno: de una parte, la situación de seguridad en las comunas de la ciudad de Medellín por la actividad delincriminal de grupos al margen de la ley, que llevaron al cierre de operaciones en dicha ciudad. Adicionalmente, la caída de las remesas del exterior a la región del eje cafetero impacto la operación en la ciudad de Pereira.

En cuanto a la inversión en la comunidad esta fue reorientada por medio del programa de voluntariado corporativo.

Sistema

DE GOBIERNO CORPORATIVO

UNO DE LOS PRINCIPALES LOGROS DURANTE 2012 FUE LA CONSOLIDACIÓN DE VARIOS ELEMENTOS DE BUENO GOBIERNO EN UN ÚNICO SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO ORIENTADO A ASEGURAR LA GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS Y LA TRANSPARENCIA DE LAS ACTUACIONES DE LOS ADMINISTRADORES Y LOS COLABORADORES



Los principales conceptos que enmarcan el Sistema de Gobierno Corporativo son:

1. Ética y Valores
2. Reporte y Transparencia
3. Manejo de Riesgos
4. Buena Ciudadanía Corporativa
5. Buen Gobierno
6. Cumplimiento de la Ley



El Sistema de Gobierno corporativo se basa principalmente en el código de ética, el cual traduce los principios y valores de Corona al diario quehacer en la gestión de los negocios y a la manera en que nos relacionamos entre nosotros, con nuestros proveedores y clientes.

Este instrumento describe el clima ético que la Organización aspira a alcanzar y, para ello, integra la reflexión, la experiencia y la práctica de una organización perdurable que se ha convertido en un importante referente en la ética empresarial. Sus contenidos constituyen una guía de desempeño y comportamiento y proporcionan orientación.

Contamos con diversos canales que permiten a los distintos grupos de interés reportar dudas e inquietudes relacionadas con la gestión ética.

**SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO FUNDAMENTADO EN SÓLIDOS VALORES
Y UNA FUERTE CULTURA ORGANIZACIONAL.**

Los principales canales son:

- **Grupo natural:** es el espacio de reunión de cada uno de los grupos de trabajo donde se da la oportunidad de promover el comportamiento ético.
- **Comunicación directa con el jefe:** basado en la confidencialidad y la buena fe, el jefe directo ofrece la oportunidad de compartir dudas e inquietudes con sus subalternos.
- **Diálogo permanente con el Gerente de Gestión Humana Integral y el Gerente General de cada una de las unidades de negocio:** como representantes de Corona éstos referentes de contacto y asesoría que colaboran en la toma de decisiones acorde con los lineamientos éticos de la organización.
- **Comité Ético Corporativo:** este comité considera qué acciones deben ser tomadas cuando una violación al Código de Ética es recibida. El Comité está conformado por el Presidente de la Organización, el Vicepresidente Corporativo y el Gerente de Relaciones Laborales Corporativas.
- **Comité Ético en cada unidad de negocio:** este comité es responsable de recibir las dudas, inquietudes o denuncias relacionadas con violaciones al Código de Ética, así como llevar a cabo el análisis correspondiente y adoptar las decisiones pertinentes. Está compuesto por un mínimo de tres miembros, incluido el Gerente General y el Gerente de Gestión Humana Integral, y se reúne trimestralmente.
- **Comité de Auditoría del Consejo de Administración Corporativa:** este Comité da seguimiento al cumplimiento de las políticas y criterios generales de comportamiento ético de la Organización.

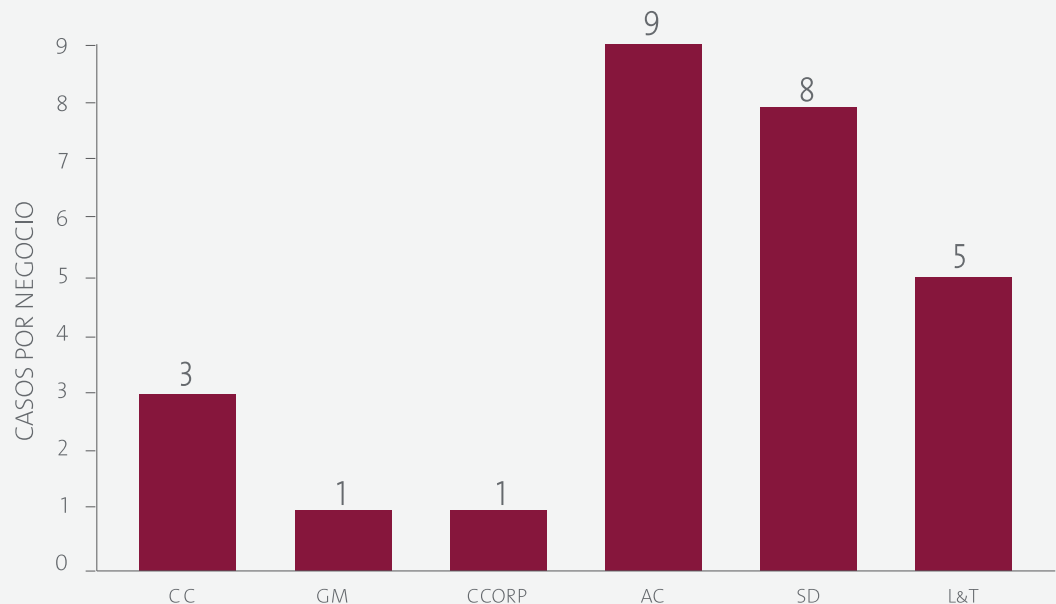
El sistema de Gobierno Corporativo facilita una adecuada administración y un mayor control de los niveles de riesgo pues contamos con políticas que le permiten a nuestros órganos de administración y control y colaboradores desarrollar de manera adecuada y eficiente sus actividades, disminuyendo las contingencias y riesgos de nuestra operación. Las decisiones son tomadas teniendo en cuenta los intereses de Corona y sus accionistas y respetando a nuestros grupos de interés

Así mismo nos permite generar confianza en todos los grupos de interés, ya que en Corona actuamos con transparencia y suministramos oportunamente la debida información a nuestros grupos de interés, manteniendo con ellos adecuados canales de comunicación.

Finalmente contribuye a fortalecer nuestro comportamiento como Buen Ciudadano Corporativo, reafirmando el compromiso con el bienestar de los grupos de interés, actuando dentro del marco de nuestros principios éticos y valores y con sujeción a la Ley.

Incidentes relacionados con corrupción

Durante 2012, a través de los diferentes canales para el reporte de situaciones relacionadas con la gestión ética se recibieron y activaron los mecanismos para la revisión de 27 casos, distribuidos de la siguiente manera en las diferentes unidades de negocio:



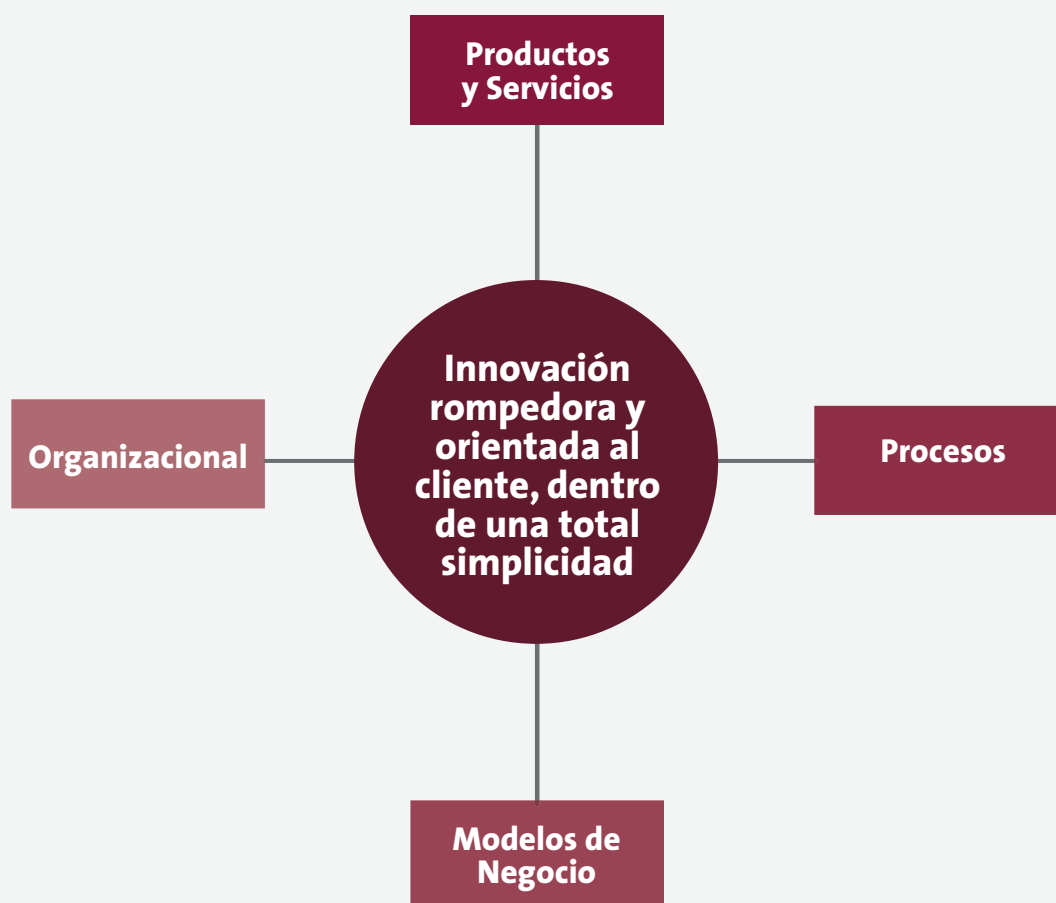
Dentro de estos casos se encuentran diversidad de situaciones relacionadas con una gestión inadecuada y no conforme a los principios y valores contenidos en el Código de Ética de Corona así como casos de incumplimiento de los estándares y lineamientos establecidos en las políticas corporativas. Entre estos pueden mencionarse algunos casos aislados de apropiación de recursos, indebidos manejos en la relación con proveedores, entre otros. Estos casos dieron lugar a investigaciones, descargos y algunos despidos.

TIPO DE CASO	2012
Relaciones y trato interpersonal	13
Manejos indebidos con proveedores	7
Apropiación de recursos	2
Conflictos de interés no gestionados	2
Otras denuncias	2
Incumplimiento a procesos	1
TOTAL	27

Modelo

DE INNOVACIÓN

CORONA HA DEFINIDO LA INNOVACIÓN COMO LA FORMA EXITOSA DE INTRODUCIR EN EL MERCADO NUEVOS Y MEJORES PRODUCTOS Y SERVICIOS, MODELOS DE NEGOCIO, PROCESOS Y PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES QUE PERMITAN ASEGURAR UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE. ES POR ESTO QUE LA INNOVACIÓN ES UNA DE NUESTRAS GRANDES PROMESAS Y HACE PARTE CENTRAL DE NUESTRA ESTRATEGIA.



La estrategia de innovación comprende:



Para el desarrollo de esta estrategia, contamos con un Equipo Mentor de Innovación conformado por el Presidente de la Organización como promotor de Innovación y otros órganos ejecutivos, quienes lideran las iniciativas para la obtención de resultados. En las Unidades de Negocio contamos con los Agentes de Cambio, conformados por Coaches de Innovación Cinturones Kit Corona, Facilitadores Lean/TOC, líderes y expertos MPT, que permanentemente están motivando y desarrollando el talento entre los colaboradores.

Para lograr el fortalecimiento de este modelo se han desarrollado las siguientes iniciativas:

- Semana de la Innovación – Feria del Conocimiento
- Evento de los mejores
- Evento de Mejoramiento de resultados
- Junta Anual de Gestión de planta
- Ideación para reducción de gastos

Semana de la innovación

En el marco del modelo de la innovación se realizó la semana de la innovación que es la evolución de la Feria del conocimiento que en sus dos versiones anteriores (2010 y 2011) trabajaba con foco en compartir el conocimiento que se derivaba de los proyectos de innovación y mejora de Corona.

En el 2012 la llamamos “La semana de la innovación y el conocimiento” fue un espacio en el trabajamos 3 ejes temáticos:

Compartir	Nuestros colaboradores nos comparten experiencias exitosas en proyectos de mejoramiento e innovació. Las lecciones aprendidas se aplican en otras unidades de negocio.
Conocer	Contamos con charlas de invitados externos que nos dieron una mirada fresca y nos generaron inquietud sobre cómo ocurre la innovación en sus empresas.
Aprender	Tuvimos unas jornadas de formación en metodologías de innovación y mejoramiento con el apoyo de nuestros Agentes de Cambio: Coaches de Innovación y Cinturones Negros.

El verdadero sentido de los Agentes de Cambio

En Corona somos conscientes que para asegurar un crecimiento rentable y sostenido en el tiempo, debemos desarrollar capacidades organizacionales que nos permitan ser una compañía Innovadora y con una impecable excelencia operacional. Es así como identificamos que el desarrollo de nuestros Agentes de Cambio, es uno de los pilares fundamentales para la obtención de dichas capacidades organizacionales. Durante el año 2012 continuamos con la formación de nuevos Agentes de Cambio, y entrenamos a más de 360 personas dando prioridad a las herramientas de “Lean Manufacturing” e Innovación. Hoy ya somos más de 2500 Agentes de Cambio que están al servicio de las transformaciones requeridas por la compañía en un entorno global altamente competido.

Estamos utilizando la innovación para no solo desarrollar productos y servicios que nos diferencien y agreguen valor a nuestros consumidores, sino también para desarrollar nuevos y mejores procesos, prácticas organizacionales y nuevos modelos de negocio.

Con respecto a la formación en herramientas de “Lean Manufacturing” lo que buscamos es desarrollar buenas prácticas en nuestra gente y nuestros procesos para convertirnos en una compañía más ágil, más veloz y con unos niveles de servicio excelentes.

Modelo

DE GESTIÓN DEL RIESGO

UNO DE LOS FOCOS PRINCIPALES DE NUESTRA OPERACIÓN HA SIDO LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS ASOCIADOS A OPERACIÓN. DURANTE 2012 LLEVAMOS A CABO UN IMPORTANTE ESFUERZO DESDE LA METODOLOGÍA RISK FOCUS PARA ACTUALIZAR NUESTRAS MATRICES DE RIESGO POR CADA UNIDAD ESTRATÉGICA DE NEGOCIO Y AVANZAR EN LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRO MODELO DE GESTIÓN DE RIESGO.

Los riesgos de cada proceso son identificados y evaluados en cada negocio por su respectivo Comité de Gerencia, bajo el acompañamiento de la firma Delima Marsh. A finales de 2011 se consolidaron en una sola matriz los riesgos corporativos estratégicos, unificando los principales riesgos, unificando las escalas de medición de los mismos y el nivel de tolerancia a nivel corporativo.

La consolidación del Modelo de Gestión de Riesgo ha llevado a la gestión de los riesgos de una manera articulada con la estrategia, los indicadores y planes de desempeño de nuestros colaboradores, permitiendo una temprana identificación y calificación de los riesgos que pueden interferir con el cumplimiento de objetivos del negocio.



Modelo de Gestión de Seguridad:

Durante el año 2012 se logró la consolidación del modelo de gestión de seguridad. Este modelo permitió integrar a nivel corporativo diferentes buenas prácticas que venían adelantándose en las unidades de negocio en relación con la gestión de riesgos de seguridad y protección, buscando estandarizar los servicios de seguridad y la optimización de los mismos, capturando sinergias y promoviendo una cultura de seguridad al interior de la organización.

El modelo se fundamenta en tres pilares: prevención, protección y cumplimiento normativo (tanto de legislación como de nuestras políticas y estándares internos de Corona), que buscan promover una cultura seguridad de autocuidado, de respeto y de solidaridad en torno a los aspectos asociados a seguridad.

Para la gestión del modelo se estableció un mapa de procesos a nivel corporativo el cual parte de un análisis de riesgos de seguridad, clasificándolos en atención a la probabilidad de ocurrencia y la gravedad de los mismos. Se establecieron medidas de protección electrónica y de seguridad física para prevenir su ocurrencia y se definieron los procedimientos y protocolos de actuación en caso de que se presenten incidentes o ilícitos que comprometan la seguridad de los bienes o las personas. El modelo hace énfasis en la promoción de una cultura de seguridad divulgando las medidas adoptadas y facilitando la conciencia en los colaboradores.

Por último, el modelo integra un componente de mejoramiento continuo. Durante el año se desarrolla un esquema de auditorías internas para evaluar el cumplimiento de los procedimientos y estándares, permitiendo evidenciar hallazgos y medidas correctivas que permitan asegurar el cumplimiento de cada unidad de negocio e integrar toda la gestión a través de un control de mando corporativo alineado con indicadores internacionales reconocidos (como Basc y CTPat).



6.Gestión

AMBIENTAL



“Con Corona aprendemos a cuidar el agua y nos comprometemos a tener un mejor planeta”
Niños Institución Educativa Alfonso López - Nemocón

Cuidamos

LOS RECURSOS

CORONA ES AMBIENTALMENTE SOSTENIBLE EN LAS OPERACIONES DE SU CADENA DE VALOR: MINERÍA, MANUFACTURA, DISTRIBUCIÓN, VENTA Y DISPOSICIÓN DE PRODUCTOS. ADOPTAMOS LAS MEJORES PRÁCTICAS AMBIENTALES CON EL FIN DE APROVECHAR DE MANERA ÓPTIMA LOS RECURSOS NATURALES, REDUCIR NUESTRA HUELLA DE CARBONO, OFRECER PRODUCTOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE, MINIMIZAR LOS RIESGOS INHERENTES A NUESTRAS OPERACIONES Y GENERAR EFICIENCIAS EN NUESTROS PROCESOS.

Así mismo, promovemos en nuestros proveedores comportamientos y medidas tendientes a lograr su Sostenibilidad Ambiental. La gestión Ambiental está estructurada bajo un Plan de Sostenibilidad que cuenta con cinco frentes de trabajo. Con la ejecución del Plan desarrollamos proyectos alineados con las fortalezas y buenas prácticas de negocio generando conocimiento y agregando valor para todos nuestros grupos de interés.

● **reducir**
nuestra huella de carbono

● **productos responsables**
con el medio ambiente

● **generar eficiencias**
en nuestros procesos

Plan de Sostenibilidad Ambiental

FRENTE DE TRABAJO	OBJETIVOS 2016	INICIATIVAS 2013
 <p>RECURSOS NATURALES</p>	Asegurar el suministro de energéticos y recursos naturales en todas las localidades.	Identificar nuevos proyectos e iniciativas que permitan incrementar el agua reciclada entre 2% y 3% (teniendo en cuenta línea base: Huella Hídrica)
 <p>CAMBIO CLIMATICO</p>	Reducir las emisiones de GEI (Gases Efecto Invernadero) en un 5% sobre la huella de carbono base (línea base 2010).	Calcular la de huella de carbono 2012 y actualizar el modelo de eficiencia energética.
 <p>ECOEficiENCIA</p>	Reutilizar el 80% de residuos cerámicos y el 80% del agua industrial.	Realizar estudio de valorización de residuos. Desarrollar eco- indicadores de consumo como resultado del estudio de empaques y embalajes.
 <p>PRODUCTOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE</p>	Desarrollar productos responsables con el medio ambiente.	Consolidar el trabajo de fichas técnicas de productos con criterios LEED.
 <p>CUMPLIMIENTO</p>	Prevenir, mitigar, disminuir y/o eliminar impactos ambientales reales y potenciales de los procesos. Efectivo cumplimiento de la ley.	Continuar con el desarrollo del due diligence ambiental.

Proyectos

DESTACADOS

2012

Medición Huella Hídrica en la cadena de abastecimiento

El agua juega un papel fundamental en el ciclo productivo de Corona, tanto en la extracción de materias primas como en el proceso de manufactura. Conscientes de la importancia de proteger este recurso, nos hemos empeñado en desarrollar e implementar procesos eficientes en su uso y en diseñar y poner a disposición de nuestros clientes productos de bajo consumo de agua.

A lo largo de las últimas décadas hemos implementado estrategias que han permitido disminuir, reciclar y recircular el agua al interior de los procesos industriales. Con ellas nos vamos acercando a lograr la manufactura con “cero vertimientos” a cuerpos de agua, a la vez que nos permiten ejercer una menor presión sobre el recurso en las áreas en donde están instaladas nuestras plantas de producción.

Durante el 2012 realizamos la medición de la Huella Hídrica Corporativa. Como resultado del proyecto se identificaron los puntos críticos en la cadena de valor de la gestión del recurso hídrico, la brecha que existe entre las exigencias actuales y futuras de las autoridades ambientales y las oportunidades de mejora. Estos resultados le permitirán a Corona diseñar e implementar estrategias y planes encaminados a disminuir progresivamente la Huella Hídrica. Este cálculo se desarrolló con el acompañamiento y verificación del Centro Latinoamericano de Investigación (CLI) y la Fundación Chile. La investigación se realizó con la metodología desarrollada por Water Footprint Network, co-fundado por el Prof. A. Hoekstra de la Universidad de Twente (Holanda) en 2008.

Consideraciones de Interpretación de los resultados:

- El ideal es tener únicamente huella verde y huella azul.
- Tener huella gris no es negativo en si mismo, ni implica desconocimiento alguno de las normativas aplicables.
- El ideal es lograr convertir la huella gris en verde y azul.
- El esquema de “Ciclo cerrado de agua” que se ha venido implementando en Corona va en la dirección correcta.

Huella Hídrica Corporativa

corona

Huella Gris

Agua que se requiere para diluir la carga contaminante de los vertimientos teniendo presente la normatividad y los objetivos de calidad. 1.336.976 m³

Huella Azul

Agua proveniente de fuentes superficiales, subterráneas o acueducto destinada al proceso productivo. 857.298 m³

Huella Verde

Volumen de agua lluvia evapo-transpirada por un cultivo, que esta almacenada en el suelo como humedad.

45%

55%



Colcerámica



85%

15%



Sumicol (Mina)



Mineria

Vajillas



Manuf

na



61%

39%

Sumicol (Plantas)



43%

57%

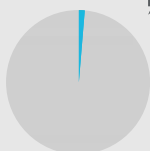
Gamma



97%

3%

Sodimac



SODIMAC



96%

4%

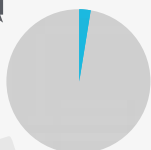
Almacenes Corona



corona

95%

5%



actura

Comercialización



Las principales recomendaciones que surgen de la medición de la Huella Hídrica son:

- Instalar medidores en puntos de abastecimiento de agua con el objetivo de comparar facturación vs. consumo.
- Realizar registros y monitoreo continuo del caudal de vertimiento para gestionar la huella gris de Gamma y Vajillas Corona.
- Fortalecer la cultura ambiental para la gestión del uso eficiente del agua por medio de campañas de comunicación.
- Sensibilizar y generar conciencia acerca del crecimiento de la demanda de agua frente a la escasez.

Nuestros compromisos para el 2013:

- Identificar nuevos proyectos e iniciativas que permitan incrementar el agua reciclada entre 2% y 3% (teniendo en cuenta línea base: Huella Hídrica).
- Incrementar la capacidad del volumen de agua reciclada en las plantas, esto permitirá reducir la huella gris y la azul.
- Hacer esfuerzos para un mayor aprovechamiento de agua lluvia y uso eficiente del agua en la cadena de valor.

Modelo de eficiencia energética

Partiendo de la auditoría energética realizada en el 2011 y teniendo en cuenta la meta que nos planteamos de reducción de consumos y de gases efecto invernadero en 1% para el 2012, el Modelo de Eficiencia Energética se trazó los siguientes objetivos:

- Conformar el comité energético de Corona
- Realizar el cálculo de la huella de carbono 2012
- Realizar el despliegue de la auditoría energética
- Ejecutar y acompañar los proyectos por UEN
- Construir el indicador energético de Corona

Con la gestión del 2012 logramos avanzar significativamente en la implementación del modelo de eficiencia energética:



Cultura ambiental en Corona

Algunas acciones a destacar por UEN son las siguientes:

Colcerámica

Planta Girardota y La Estrella

Construimos el modelo de implementación de cultura ambiental iniciando con el manejo integral de residuos en planta Girardota y La Estrella. Desarrollamos capacitaciones y conformamos equipos por áreas para la construcción de los puntos verdes de cada localidad.

Como resultado de la iniciativa anterior se lanzó la Campaña “Museo Ecológico Corona” que permitió realizar la separación de residuos y elaborar productos tales como lámparas, percheros y relojes entre otros.

Adicionalmente, buscando involucrar y empoderar a los colaboradores con los conceptos de sostenibilidad realizamos la adecuación en los parques industriales de Girardota y La Estrella de un espacio conocido como “Comunícate pues”.

Vajillas Corona

Se realizó la campaña de comunicaciones «sigue la corriente, enciende el ahorro, apaga la luz» que tiene como objetivo principal hacer uso racional de la energía eléctrica en los puestos de trabajo. También se creó un personaje llamado eMIRSon cuya función es generar conciencia acerca del manejo y la separación de los residuos sólidos.


Vajillas Corona fue invitado a participar en el programa Plan Planeta de EPM en donde se resaltó la gestión ambiental y social del negocio. Su emisión se dio por Tele Antioquia, Tele Medellín y Canal Une, entre otros.

<http://www.youtube.com/watch?v=eHIMzbnQ83w>

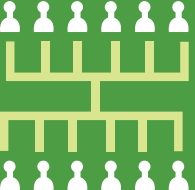


Gamma

La sinergia entre las áreas ambientales, de coordinación de proyectos y de comunicaciones permitió realizar dos eventos en el 2012 orientados al tratamiento de fuentes de contaminación y capacitación acerca del manejo de sustancias químicas. Estos espacios permitieron construir conocimiento para aprovechar mejor los insumos químicos y evitar accidentes por el uso inadecuado de los mismos.



Pronto...
Conocerás acciones que contribuyen a disminuir
IMPACTOS AMBIENTALES Y COSTOS.
Espéralo porque de eso tan bueno, ¡Si dan tanto!



Te esperamos...
En el primer encuentro de Tratamiento de Fuentes de Contaminación, presentado por los Pequeños Equipos de TPM
viernes 15 de junio de 8 a.m. a 3:30 p.m. en el Salón TPM
Espéralo porque de eso tan bueno, ¡Si dan tanto!

Proyecto de Empaques y Embalajes

En equipo con la USC identificamos y caracterizamos los consumos (en cantidad y valor) de madera, cartón y plástico. La metodología de análisis de ciclo de vida es el insumo principal para el desarrollo de proyectos e iniciativas durante el 2013 buscando revisar y cambiar los materiales que utilizamos para tener un menor impacto sobre los recursos naturales.



Desempeño de indicadores ambientales

Al igual que en el 2011, para el año 2012 se consolidaron los indicadores de manera que tengan relación con los objetivos establecidos en cada frente de trabajo.

FRENTE	RECURSOS NATURALES	CAMBIO CLIMÁTICO	ECOEficiencia	CUMPLIMIENTO	PRODUCTOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE
Compromisos 2016	Recuperación de terrenos explotados	Reducir las emisiones de GEI en un 5% sobre la huella de carbono base	Reutilizar el 80% del agua durante el ciclo productivo	Prevenir, mitigar, disminuir y/o eliminar impactos ambientales reales y potenciales de los procesos	Desarrollo e innovación de productos con atributos ambientales
	Reutilizar el 80% de los residuos cerámicos		Efectivo cumplimiento de la ley		
	Porcentaje de materiales reciclados no inferior al 20%				
Indicadores GRI relevantes	EN 1	EN 5	EN 2	EN 20	EN 26
	EN 8	EN 16	EN 3	EN 21	EN 27
	EN 11	EN 17	EN 4	EN 22	
	EN 12	EN 19	EN 10	EN 23	
	EN 13	EN 29		EN 28	
		EN 18			
	EN 30				





Recursos naturales

8 EN1

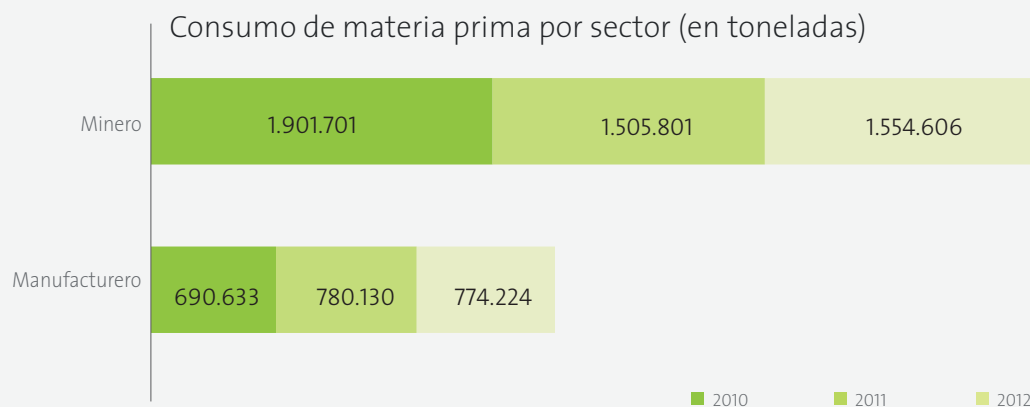
Consumo de materias primas vírgenes

El 2012 muestra un incremento del 2% en el consumo de materias primas. El sector minero representó un crecimiento del 3% mientras que el sector manufacturero decreció en 1%. El crecimiento en el sector minero se debe al trabajo con nuevos socios comerciales.

Materias primas utilizadas (toneladas)

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	652.950	747.897	736.923	-1%
	GM	8.912	8.211	9.555	16%
	VC	28.772	24.022	27.745	15%
	TOTAL	690.633	780.130	774.224	-1%
Minero	SM	1.833.184	1.445.411	1.503.501	4%
	MI	68.517	60.390	51.104	-15%
	TOTAL	1.901.701	1.505.801	1.554.606	3%
O. Corona	TOTAL	2.592.334	2.285.931	2.328.829	2%

Consumo de materia prima por sector (en toneladas)



9 EN8

Captación total de agua por fuentes

Consumo total de agua (m3)

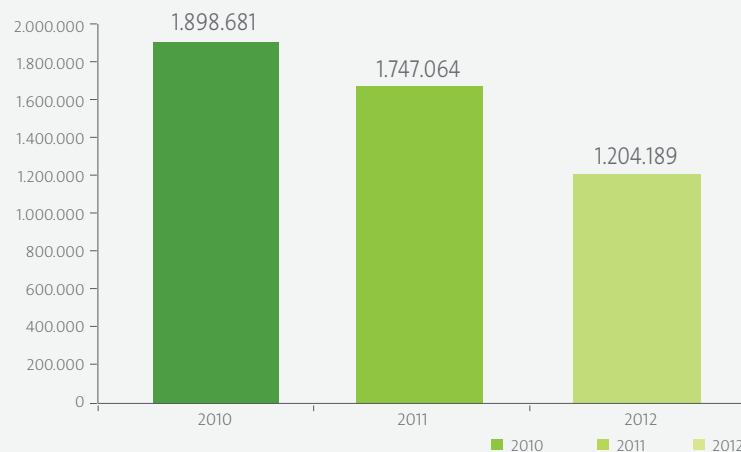
	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	483.759	459.409	438.545	-5%
	GM	53.869	53.980	49.913	-8%
	VC	168.223	148.144	168.950	14%
	TOTAL	705.851	661.533	657.408	-1%
Minero	SM	661.865	653.974	249.908	-62%
	MI	381.506	265.891	217.064	-18%
	TOTAL	1.043.371	919.865	466.972	-49%
Retail	AC	6.324	-	12.469	100%
	SD	142.079	164.555	60.249	-63%
	TOTAL	148.403	164.555	72.718	-56%
Servicios	L&T	1.056	1.111	7.091	538%
O. Corona	TOTAL	1.898.681	1.747.064	1.204.189	-31%

El consumo de agua durante el 2012 se redujo en 31% con respecto al 2011. Lo anterior debido a la implementación de buenas prácticas de reutilización del agua industrial en los procesos de lavado de maquinaria y equipos, especialmente en el sector Minero. En el sector Manufacturero se presenta una disminución de 1% relacionada con la instalación de sistemas automatizados para ahorrar agua y en el aumento en la producción para el caso de Vajillas.

Se destaca la reducción de consumo de agua en un 56% del sector de Retail principalmente por las buenas prácticas en el centro de distribución y por las nuevas tiendas Certificadas LEED que contemplan el aprovechamiento de agua lluvia.

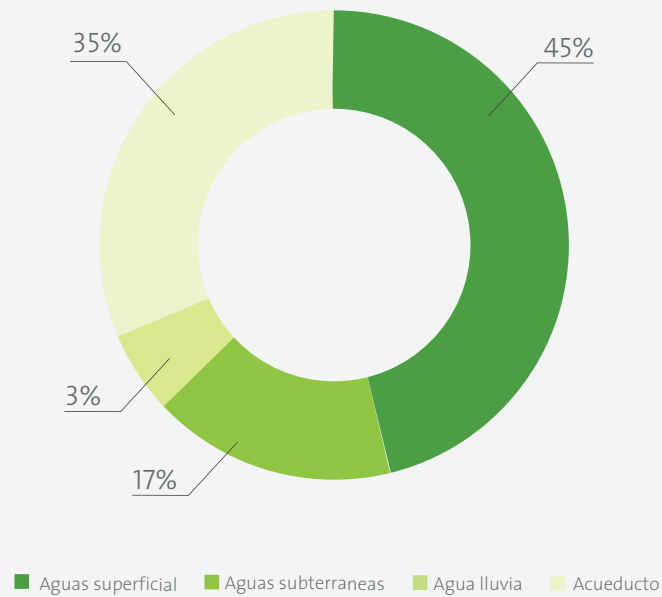
El consumo de agua de L&T se incrementó significativamente principalmente por la apertura de nuevas bodegas y al aumento de personal.

Consumo total de agua (m3)



Corona abastece sus procesos productivos en un 45% de agua superficial, 17% de agua subterránea y el restante 35% de agua potable para el consumo doméstico de las operaciones

Distribución de consumo de agua por fuentes 2012



8 EN13

Hábitat protegidos o restaurados

Corona trabaja permanentemente en la restauración de terrenos por medio de programas de manejo, recuperación y restitución del paisaje, suelo, flora y fauna de las zonas intervenidas. En el 2012 se regeneraron 20.55 km² con una inversión de \$334 millones.





Cambio Climático

8 EN5- EN18

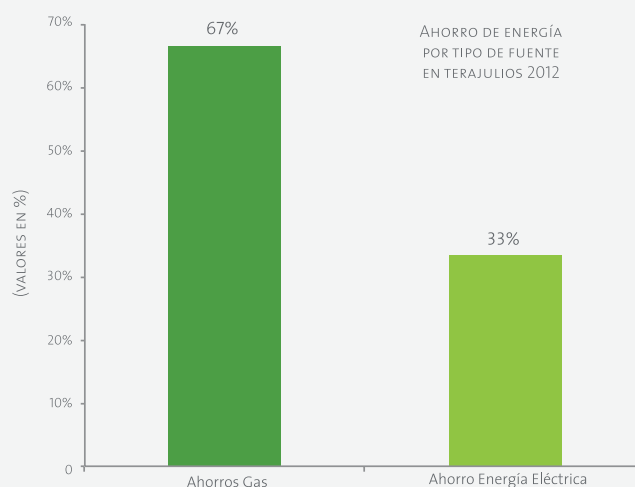
Iniciativas de generación de ahorro de energía (eléctrica y térmica) y reducción de huella de carbono

En el 2012 se avanzó significativamente en la implementación del modelo de Eficiencia Energética, teniendo como punto de partida la auditoría energética realizada en el 2011 y la meta de reducción de consumos y de gases efecto invernadero en 1% para el 2012. Se logró reducir la huella de carbono en 2.812 toneladas de CO₂e.

INICIATIVAS DE AHORRO DE ENERGÍA TÉRMICA		
UEN	INICIATIVA	AHORRO EN TERAJULIOS
COLCERÁMICA	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminación de pérdidas horno y atomizadores. - Piloto de recuperación de calor en hornos. 	25.96
GAMMA	<ul style="list-style-type: none"> - Optimización en las curvas de temperatura de hornos. 	3.82
MINERALES	<ul style="list-style-type: none"> - Medidores de gas a la entrada de la red de gas del horno. - Montaje de motores de alta eficiencia. 	-
SUMICOL	<ul style="list-style-type: none"> - Racionalización y optimización energética de Colorificio. 	7.75
VAJILLAS	<ul style="list-style-type: none"> - Reconversión tecnológica de la planta. - Cogeneración de energía (aires calientes). 	1.68
TOTAL O. CORONA		39.21



INICIATIVAS DE AHORRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA		
UEN	INICIATIVA	AHORRO EN TERAJULIOS
COLCERÁMICA	<ul style="list-style-type: none"> - Montaje de motores de alta eficiencia en planta manufactureras. - Proyecto iluminación en instalaciones de plantas. - Estudio de iluminación. 	5.11
GAMMA	- Intalación de motores de alta eficiencia y cambio de e iluminarias.	2.15
MINERALES	- Instalación de medidores de consumo de potencia.	2.97
SUMICOL	- Cambio de motores tradicionales por motores de alta eficiencia.	0.82
VAJILLAS	- Campañas para identificar la iluminación innecesaria.	-
SODIMAC	- Complementó el estudio de la auditoría energética para los nuevos diseño de instalación de medidores y cambio de iluminación interior y exterior de las 13 tiendas de mayor impacto.	8.67
TOTAL O. CORONA		19.72



8 EN16 - EN17

Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso

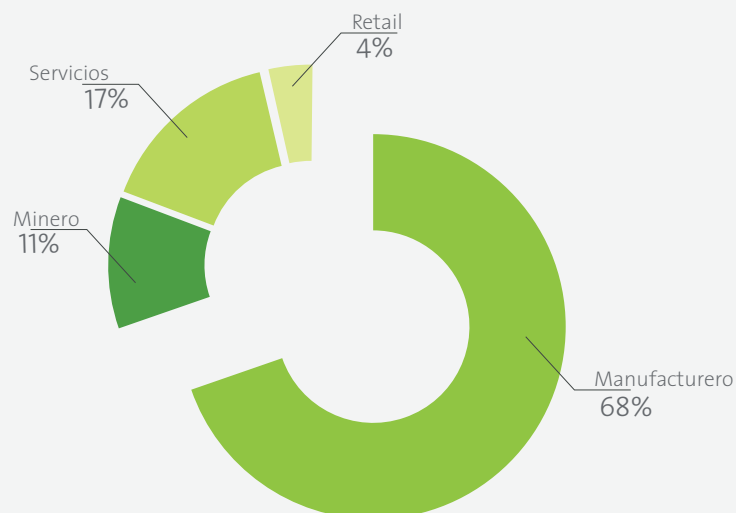
Para el 2012 las emisiones de gases de efecto invernadero fueron 311.109 toneladas de CO₂ equiv./año. Comparado con el año anterior se logró una disminución del 2%. Frente a la línea base la implementación de la cultura de eficiencia energética y los proyectos de baja inversión lograron una reducción de 2.812 toneladas de CO₂e.

Total emisiones de GEI* (ton CO₂ equiv./año)

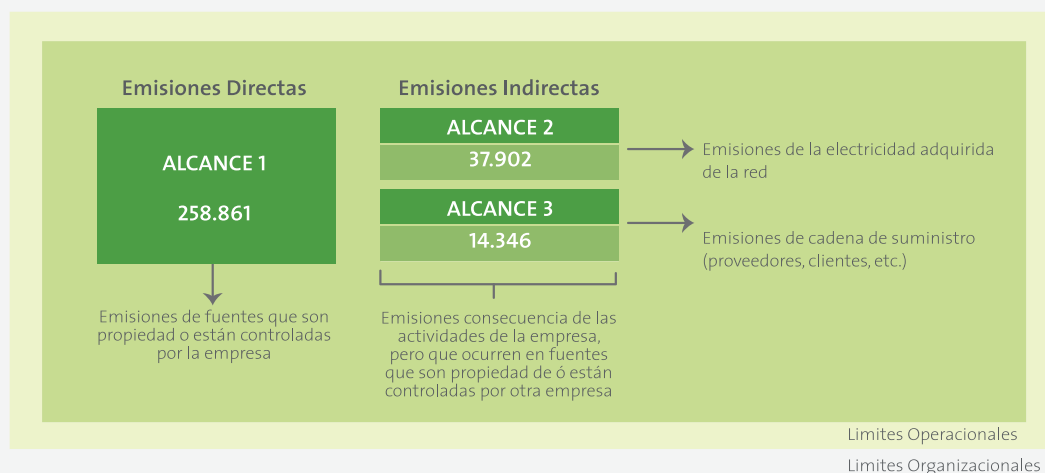
	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	191.961	202.089	185.398	-8%
	GM	5.489	5.357	6.569	23%
	VC	19.651	17.814	20.038	12%
	TOTAL	217.101	225.259	212.005	-6%
Minero	SM	28.277	34.026	34.762	2%
	MI	2.510	2.192	1.226	-44%
	TOTAL	30.787	36.218	35.988	-1%
Retail	AC	234	520	555	7%
	SD	7.319	8.716	10.633	22%
	TOTAL	7.553	9.236	11.188	21%
Servicios	L&T	55.990	46.865	51.929	11%
	TOTAL	55.990	46.865	51.929	11%
O. Corona	TOTAL	311.431	317.578	311.109	-2%

* Gases Efecto Invernadero

Porcentaje de emisiones GEI 2012



El 68% de las emisiones fueron generadas por el sector manufacturero que logró una disminución del 6%. El sector minero representa un 11% de las emisiones totales y logró una reducción del 1%. Por último, el sector retail presentó un aumento de 21% debido a la apertura de nuevas tiendas en el país.



Límites Operacionales

- Minería
- Logística. Incluye las operaciones de:
 - Transporte materiales y Producto Terminado
 - Operación Centros de Distribución (CEDIS)
- Manufactura
- Retail:
 - Homecenter
 - Hipercentros Corona
 - Tiendas Cerámicas
 - Centros de Inspiración



Huella de Carbono 2012

Minería

Minas Bogotá
5.562



2.875



Minas Medellín
3.150

Transporte



Importados
6.628



Reaprovisionamiento
600

Manufactura



Colcerámica

185.398



Vajillas

20.038



Sumicol

31.887



Aisladores Gamma

6.569



Minerales industriales

1.226

Distribución



Centro de Distribución

1.100

Comercialización

Operaciones

Despachos Urbanos
2.716



Otros Clientes

Tiendas
HOMECENTER
10.633



Almacenes
CORONA
555



Despachos Nacionales
24.193



Cliente Externo



Despachos Exportación
7.980

50.829

Transporte

245.117

Manufactura

1.100

Cedis

11.188

Retail

2.875

Mina

311.109

TOTAL

*Cifras en Ton CO2 equiv/año



9 EN29

Impactos ambientales significativos del transporte de productos, otros bienes y materiales utilizados para la producción

Categoría Transporte	Total toneladas de CO ₂			Variación 2011-2012
	2010	2011	2012	
Minas	13.407	13.839	8.713	-37%
Bogotá	7.582	8.854	5.563	-37%
Medellín	5.825	4.985	3.150	-37%
Despachos	40.640	31.674	41.517	31%
Nacionales	22.116	15.682	24.193	54%
Exportación	11.760	9.934	7.980	-20%
Importación	4.304	3.637	6.628	82%
Urbanos	2.460	2.421	2.716	12%
Reaprovisionamiento	503	679	600	12%
TOTAL	54.550	46.192	50.830	10%

Se consideran las emisiones indirectas de la cadena de valor que corresponde a los vehículos contratados por L&T para el transporte de materias primas desde las minas y de los productos terminados a los centros de distribución y a los puntos de venta.

Para el 2012 se definió llevar el control de los transporte masivos que son las categorías de minas y despachos por lo que no se contemplaron las entregas domiciliarias en razón a la complejidad en la medición y el número de viajes que se realizan.

La exclusión de este valor no influye de manera significativa en las emisiones totales del negocio.



Ecoeficiencia

Producción

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	601.473	633.265	577.923	-9%
	GM	5.758	5.664	6.809	20%
	VC	18.359	15.060	18.489	23%
	TOTAL	625.590	653.989	603.221	-8%
Minero	SM	1.872.052	1.452.478	1.464.617	1%
	MI	15.371	19.937	18.034	-10%
	TOTAL	1.887.423	1.472.415	1.482.652	1%
O. Corona	TOTAL	2.513.013	2.126.404	2.085.873	-2%

La producción consolidada del 2012 del sector manufacturero se redujo en un 8%, principalmente por los resultados de ventas. El sector minero aumentó un 1% por las ventas a nuevos clientes, desarrollo de nuevos punto de venta de materiales de construcción y nuevos socios comerciales.

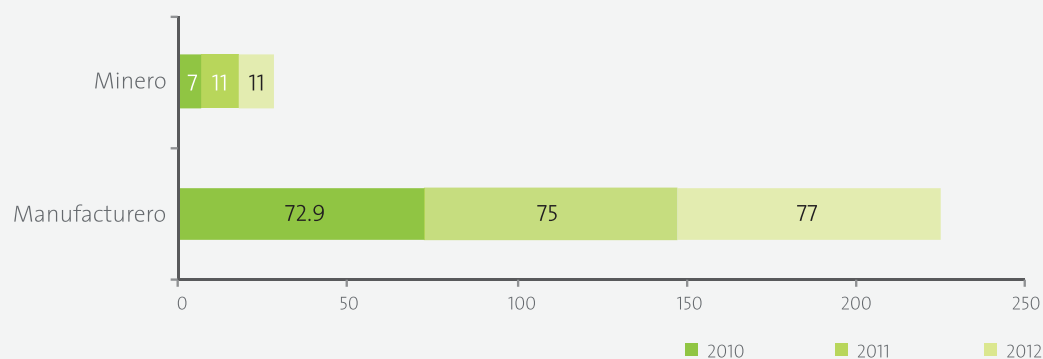
8 EN2

Porcentaje de materiales utilizados que provienen de reciclaje

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	59.660	61.939	60.779	-2%
	GM	12.898	12.303	16.043	30%
	VC	344	323	641	99%
	TOTAL	72.902	74.565	77.463	4%
Minero	SM	7.016	10.760	10.780	0.2%
	MI	-	-	-	-
	TOTAL	7.016	10.760	10.780	0.2%
O. Corona	TOTAL	79.918	85.325	88.244	3%

La gestión de materiales reciclados/reutilizados en el 2012 para el sector manufacturero aumentó un 4%. Se destaca la gestión de Vajillas asociada al mayor volumen de rotura de bizcocho utilizada en reemplazo de la dolomita usada para la pasta. Gamma incrementa el uso de material de recorte del proceso productivo, la rotura quemada y el vidrio proveniente de pruebas técnicas se envían a Sumicol, que ha iniciado el liderazgo de consumo Post- Industrial para incrementar su portafolio de productos como aditivos ecológicos.

Materiales utilizados provenientes del reciclaje (ton x mil)



8 EN3 - EN4

Consumo de energía desglosado por fuentes primarias:

Consumo total de energía (terajulios)

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	3.611	3.786	3.461	-9%
	GM	110	107	128	20%
	VC	386	343	386	13%
	TOTAL	4.107	4.237	3.975	-6%
Minero	SM	314	340	316	-7%
	MI	51	42	24	-42%
	TOTAL	365	382	340	-11%
Retail	AC	7	13	13	1%
	SD	223	242	248	3%
	TOTAL	230	255	262	3%
Servicios	L&T	12	11	15	40%
	TOTAL	12	11	15	40%
O. Corona	TOTAL	4.715	4.884	4.591	-6%

El consumo energético total se redujo en 6% al cierre del 2012. Del total de la reducción 20% está atribuido a la implementación de los proyectos de eficiencia energética, lo demás corresponde a la reducción en la producción.

La reducción del consumo en los sectores de manufactura y minero se debe a las importantes acciones implementadas en busca de la eficiencia energética en los procesos productivos. La principal acción es el desarrollo de la cultura de eficiencia energética (medición y monitoreo).

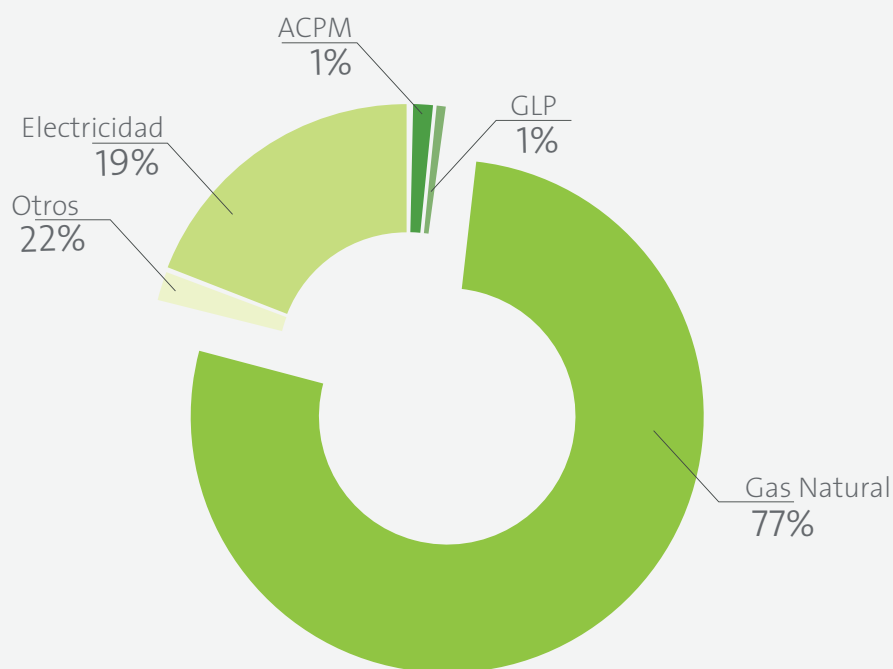
El incremento en el consumo energético de Vajillas Corona y Aisladores Gamma está asociado al aumento de producción de aisladores y en el caso de vajillas a la entrada de nuevos equipos.

Uno de los proyectos principales en la obtención del ahorro de consumo energético en el sector minero (12%) fue la optimización energética del centro industrial de La Unión donde se encuentran Minerales Industriales y Sumicol.

El aumento de 3% en retail está relacionado con la expansión de Sodimac a nivel nacional (para el 2012 se inauguraron 6 nuevas tiendas Homecenter). Sin embargo, con respecto al consumo de línea base, se logró una disminución de consumo energético del 3.8%.

Incluye los aumentos en área de 4 centros de distribución de L&T y a la mejora en la recolección de la información.

Distribución del consumo de energía por fuente 2012



La mayor fuente de energía térmica utilizada durante el 2012 fue el gas natural (96%) lo que nos permite asegurar una menor emisión de gases efecto invernadero, un bajo nivel de material particulado y de emisiones de óxido de azufre.

Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada

Agua reciclada (m³/año)

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	199.051	237.766	203.414	-14%
	GM	3.240	5.040	3.600	-29%
	VC	43.885	37.544	47.103	25%
	TOTAL	246.176	280.350	254.117	-9%
Minero	SM	1.383.091	1.536.701	1.247.913	-19%
	MI	-	-	-	-
	TOTAL	1.383.091	1.536.701	1.247.913	-19%
O. Corona	TOTAL	1.629.267	1.817.051	1.502.030	-17%

Vajillas Corona aumentó su volumen de agua reciclada en un 25% fundamentalmente utilizando aguas recicladas en los procesos de pulido de platos, torres y bombas de enfriamiento.

Sumicol disminuyó el consumo de agua reciclada por requerimientos técnicos de calidad de agua en proceso de caolín, sin embargo el objetivo de cero vertimiento se sigue manteniendo.

Colcerámica disminuyó el 14% de aguas recicladas por la disminución de sus volúmenes de producción adicionalmente a que en las plantas de tratamiento de planta Funza y Madrid hubo dificultades de operación y calidad de agua respectivamente.

Porcentaje de agua reciclada o reutilizada (m³/año)

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	96%	109%	105%	-3%
	GM	6%	9%	7%	-2%
	VC	21%	20%	28%	8%
	TOTAL	26%	30%	28%	-2%
Minero	SM	68%	70%	83%	13%
	MI	-	-	-	-
	TOTAL	57%	63%	73%	10%
O. Corona	TOTAL	46%	51%	56%	5%



Cumplimiento

8 EN20

NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso

El 96% del consumo de energía térmica se obtiene de la combustión del gas natural, razón por la cual las emisiones de óxidos de azufre (SOx) son mínimas. Adicionalmente, la tecnología de quemadores utilizada en los procesos de cocción en los hornos permite un menor impacto en la generación de óxidos de nitrógeno (NOx).

SOx (ton)				
UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
CC	0.89	0.95	0.87	-9%
MI	-	0.01	0.01	-41%
GM	0.03	0.03	0.03	23%
SM	0.04	0.05	0.05	0%
VC	0.10	0.08	0.10	14%
O. Corona	1.05	1.12	1.05	-5%

NOx (ton)				
UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
CC	205	220	200	-9%
MI	-	2	1	-41%
GM	6	6	7	23%
SM	9	11	11	0%
VC	22	19	22	14%
O. Corona	242	259	242	-6%

8 EN21

Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino

UEN	2010			2011			2012		
	Carga anual (ton/año)		Caudal (m³/año) ARI Caudal ***	Carga anual (ton/año)		Caudal (m³/año) ARI Caudal ***	Carga anual (ton/año)		Caudal (m³/año) ARI Caudal ***
	SST*	DBO*		SST*	DBO*		SST*	DBO*	
CC	40	11	303.773	121	19	296.691	58	13	215.401
GM	420	5	26.806	420	5	26.806	516	5	49.913
VC	3	1	151.565	2	1	73.720	0	0.04	82.786
SM	5	1	96.733	26	5	307.276	22	2	67.185
MI	17	1	374.297	13	1	259.564	74	-	202.465
TOTAL	484	18	953.175	583	30	964.057	670	20	617.749

ARI	Aguas Residuales Industriales
ARD	Aguas Residuales Domésticas
DBO	Demanda Bioquímica de Oxígeno
SST	Sólidos Suspendidos Totales
SQO	Demanda Química de Oxígeno

El caudal de aguas residuales en fuentes hídricas durante el 2012 muestra una disminución del 36%, esto obedece a la disminución de los volúmenes de producción y al incremento de volúmenes de agua reciclada.

Todos los vertimientos presentan características físico químicas inferiores a los límites permitidos establecidos en las normas actuales debido a que los sistemas y plantas de tratamiento de agua garantizan eficiencias de remoción de contaminantes superiores al 90% (cuando la normativa actual exige el 80% de eficiencia de remoción).

8 EN22

Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento

Total residuos peligrosos (en toneladas)

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	453	439	586	34%
	GM	3	3	3	-15%
	VC	19	14	20	43%
	TOTAL	475	456	609	33%
Minero	SM	18	28	37	32%
	MI	1	1	1	-51%
	TOTAL	19	29	38	28%
Retail	SD	24	61	65	7%
Servicios	L&T	-	-	-	-
O. Corona	TOTAL	518	546	711	30%

La generación de residuos peligroso representó en el 2012 el 2% del total de residuos generados por Corona. Este indicador presenta un incremento del 30% respecto al año anterior y se da debido a los mayores volúmenes de residuos incinerados de Vajillas Corona y a los incremento de resinas y poliuretano en Colcerámica.

Sodimac trató 198.6 toneladas de RESPEL (Residuos Peligrosos), más de 7 toneladas de residuos fueron entregados a los programas de post-consumo de pilas e iluminación

Total residuos no peligrosos (en toneladas)

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	18.854	25.227	40.491	61%
	GM	824	724	1.028	42%
	VC	2.381	1.421	2.912	105%
	TOTAL	22.059	27.372	44.431	62%
Minero	SM	20.055	2.798	2.584	-8%
	MI	61.490	5	4	-17%
	TOTAL	81.546	2.803	2.588	-8%
Retail	SD	2.335	18	13	-24%
Servicios	L&T	0.07	392	636	62%
O. Corona	TOTAL	105.940	30.585	47.669	56%

El 2012 presenta un aumentó de 56% en los residuos no peligrosos generados principalmente por el sector manufacturero debido al volumen de material de rotura que Colcerámica planta Sopo localidad de Pisos y Paredes envió a la mina de Checua en Nemocón como parte de la recuperación de terrenos de la mina.

Vajillas Corona aumentó sus volúmenes de residuos inertes con ocasión del arranque de nuevos equipos productivos, L&T incrementó el volumen de residuos por manipulación de materiales en la ampliación de centros de distribución.



Total residuos valorizados / donados (en toneladas)

	UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Manufacturero	CC	13.736	21.750	25.638	18%
	GM	13.431	407	586	44%
	VC	4.715	213	3.389	1493%
	TOTAL	31.882	22.369	29.613	32%
Minero	SM	130	156	134	-15%
	MI	2	3	3	-2%
	TOTAL	132	159	136	-14%
Retail	SD	12.668	17.594	3.216	-82%
Servicios	L&T	2	11	4	-64%
O. Corona	TOTAL	44.683	40.134	32.969	-18%

En este reporte se han separado las cantidades de residuos valorizados y/o donados del total de residuos industriales que tradicionalmente se reportaban en una gráfica. Para el 2013 se construirá la línea base de la valorización de residuos.

8 EN23

Incidentes ambientales más significativos

En el 2012 se presentaron 132 incidentes ambientales asociados principalmente a escapes de barbotinas, contingencias en las plantas de tratamiento de aguas y derrames de pinturas. Todos los incidentes fueron menores y no generaron daños permanentes ni en el medio ambiente ni en las personas gracias a los sistemas de control.

2012			
	Tipo	Peso	Número
CC	Derrame del vehículo de abastecimiento de engobe y esmaltes a cárcamos de agua lluvias. Fue controlado y no contaminó fuentes hídricas. Vertimientos fuera de norma en la PTARI	10 m3 No cuantificable	1 40
GM	-	1.1 m3	8
MI	-	-	-
SM	-	-	-
VC	Esmalte, colaje, agua	No cuantificable	24
AC	-	-	-
SD	Derrames accidentales de pinturas y sustancias químicas. Los residuos de estos derrames fueron recogidos y dispuestos como residuos peligrosos.	No más de 3 a 5 galones y pudieron ser todos controlados siguiendo el procedimiento de contingencias ambientales.	59
L&T	-	-	-
O. CORONA			132

8 EN28

Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental

Durante el 2012 no se registraron multas significativas ni sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental aplicable a las UEN.



Productos Responsables con el medio ambiente

7 9 EN26

Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos

■ Hogar Verde Sodimac

A mediados de 2012 Sodimac lanzó el programa HOGAR VERDE con el objetivo de fomentar la cultura de cuidado con el planeta a través de prácticas desde el hogar y lugar de trabajo a través de acciones pedagógicas que eduquen y motiven a generar conciencia. Este programa fue dirigido tanto para colaboradores como para las familias colombianas.

■ Vajillas recibió la Certificación ISO 14001

Vajillas Corona recibió la certificación ISO 14001 otorgada por Bureau Veritas, líder mundial en evaluación y certificación, que la acredita a nivel nacional e internacional como una empresa que garantiza la sostenibilidad y además cumple los requerimientos de la norma.

Bureau Veritas destacó el alto compromiso de todos los que integran el Sistema de Gestión Ambiental. También resalta el trabajo en la identificación y prevención de impactos ambientales y el cumplimiento de las normas. Así mismo destacó el cuidado de los recursos naturales, el soporte y sistema documental de sus diferentes procesos y su contribución al medio ambiente y a la comunidad.

Esta certificación es un reconocimiento al compromiso de Corona con el medio ambiente y la sostenibilidad.



9 EN27

Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos

Proyecto de empaques y embalajes

En equipo con la USC identificamos y caracterizamos los consumos en (cantidad y valor) de madera, cartón y plástico. La metodología de análisis de ciclo de vida es el insumo principal para el desarrollo de proyectos e iniciativas durante el 2013 buscando revisar los materiales que utilizamos para tener un menor impacto sobre los recursos naturales.

Durante el 2012 planta Sopó, localidad del negocio de Pisos y paredes continuó trabajando con la fundación PRODENSA (Prodesarrollo del Norte de la Sabana de Bogotá) bajo el modelo de negocio inclusivo en el centro de acopio para el programa de manejo integral de residuos industriales. Para el 2013 la planta Madrid generó alianza con la fundación PRODEOCSA (Prodesarrollo Occidente de la Sabana de Bogotá) para trabajar bajo el mismo modelo.

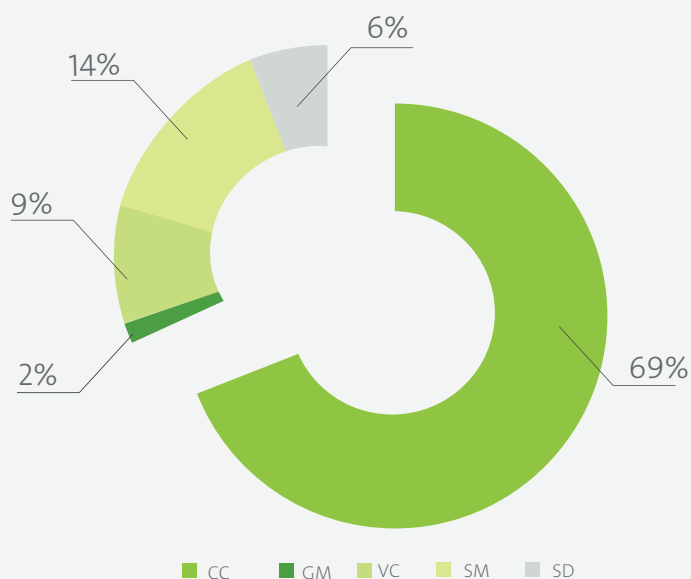


7 9 EN30

Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales para todos los frentes de trabajo

TOTAL GASTO (en millones de pesos)				
UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
CC	1.380	2.667	2.858	7%
GM	65	93	63	-32%
VC	384	362	370	2%
SM	319	775	585	-25%
MI	41	13	16	23%
AC	-	-	-	-
SD	2	206	246	19%
O. Corona	2.191	4.117	4.140	1%

Distribución de los gastos ambientales por UEN 2012

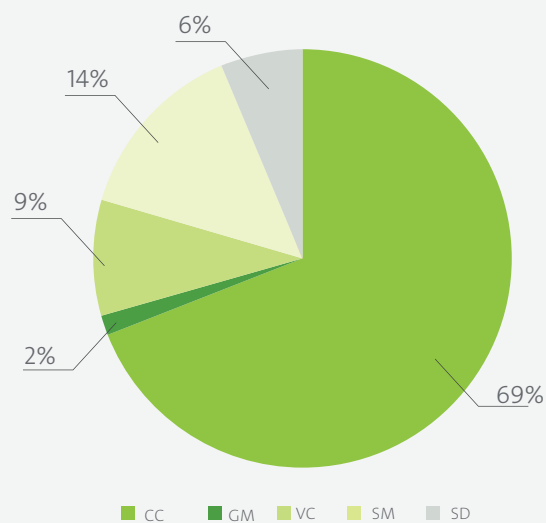


Durante el 2012 se incrementó el gasto en 1% en razón a las mediciones atmosféricas que se realizaron y el manejo y los costos de disposición de los residuos peligrosos, inertes y ordinarios.

El incremento de Vajillas Corona se presenta por la instalación de equipos de control de ruido. Para el caso de Sodimac el incremento obedece a los residuos generados en los programas de post consumo.

TOTAL INVERSION (en millones de pesos)				
UEN	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
CC	82	194	513	165%
GM	14	25	35	39%
VC	200	65	50	-24%
SM	645	597	939	57%
MI	-	4	-	-100%
AC	-	10	-	-100%
SD	368	1.296	1.522	17%
O. Corona	1.309	2.191	3.058	40%

Distribución de la inversión ambiental por UEN 2012



Balance Ambiental 2012

Materias primas

Total
2.417.083 Ton

Vírgenes
2.328.839 Ton

Recicladas
88.244 Ton



Energéticos

Total
4.591 Terajoules



Agua m3/año

Total
1.204.189 m3/año

Superficiales
543.570 m3/año

Acueducto
424.876 m3/año

Subterráneas
205.499 m3/año

Lluvia
30.245 m3/año



Residuos a la tierra

Peligrosos: 711 Ton

No peligrosos: 47.669 Ton

Valorizados/Donados:

29.757 Ton



Ahorro de energía

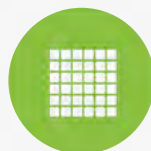
59 Terajoules

Agua reciclada/recirculada

1.502.030 m³/año

Total

2.085.873 Ton



Colcerámica

577.923 Ton



Vajillas Corona

18.489 Ton



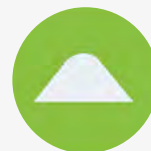
Sumicol

1.464.617 Ton



Aisladores Gamma

6.809 Ton



Minerales industriales

18.034 Ton



Emisiones al aire

CO₂: 11.109 Ton

SO_x: 242 Ton

NO_x: 1.05 Ton



Vertimientos al agua

ARI: 617.749 m³/Año

STT: 670 Ton/año

DBO: 20 Ton/año

GEI: Gases efecto invernadero
SOX: Óxido de azufre
NOX: Óxido nítrico
ARI: Aguas residuales industriales
SST: Sólidos suspendidos totales
DBO: Demanda biológica de oxígeno

7. Gestión

SOCIAL



“Corona me dió la oportunidad de innovar y la vajilla que diseñé, que lleva el nombre de mi nieta, pronto estará en el mercado”

Julio Mejía - Vajillas Corona

Construimos un mejor país

Plan de Sostenibilidad Social

Corona es socialmente sostenible en el diseño e implementación de proyectos, programas y acciones que contribuyen a generar valor compartido entre los grupos de interés y a mantener su licencia social para operar los cuales hemos identificado de manera estratégica. Dentro del mapeo realizado hemos identificado nuestros principales grupos de interés (colaboradores, las comunidades en las que operamos, los clientes, proveedores, gobierno y ONGs) y hemos priorizado los aspectos relevantes en los que debemos trabajar con cada uno de ellos. A través de nuestra gestión social aprovechamos nuestras fortalezas y competencias organizacionales para promover políticas públicas, alianzas público privadas y el desarrollo de una cultura de buena ciudadanía corporativa.

Para esto hemos desarrollado un Plan de Sostenibilidad Social que resume nuestros compromisos con cada uno de los grupos de interés y en el cual se enmarcan nuestros proyectos estratégicos.

Proyectos DESTACADOS 2012

Encuesta “Familias Corona”

Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los colaboradores, en el 2012 diseñamos e implementamos una encuesta denominada “Familias Corona” en los negocios de Logística y Transporte, Colcerámica, Gamma, Vajillas, Corlanc y la localidad de la Unión (Sumicol y Minerales Industriales). Esta iniciativa abordó aspectos demográficos, de formación, economía del hogar, estructura y relación familiar, salud y tiempo libre. El tamaño de la muestra fue de 4.200 colaboradores cubriendo el 86% del total de la población.

Los resultados más relevantes se concentraron en los aspectos de vivienda y relaciones familiares. Para el primero se detectó que un 38% de colaboradores no tienen vivienda propia y un 26% la tienen en obra negra o gris. Para el segundo caso se identificó deterioro en la relación familiar sobre todo en los aspectos de comunicación, salud, manejo del dinero y adicciones.

A partir de estos resultados construimos un plan de acción a tres años cuyo objetivo es el cierre de brechas a través de la identificación de oportunidades trabajando en sinergia con los aliados de Corona. Adicionalmente en el 2013 se espera llevar a cabo la aplicación de la encuesta en los negocios de Sodimac, Almacenes Corona, Sumicol, USC y Centro Corporativo.

Dentro del plan de acción para el 2013 se incluyen iniciativas como realizar talleres a los colaboradores que tienen familias con relaciones afectadas, explorar distintas alternativas con entidades municipales que respondan a la necesidades de vivienda propia para los colaboradores y articular los resultados de la encuesta con programas internos como el Banco de Materiales para temas de mejoras de vivienda.

Banco de Materiales

El Banco de Materiales es un programa de mejoramiento de las condiciones físicas de las viviendas de los colaboradores, por medio de la asignación y entrega de producto, en calidad de obsequio.

Este programa cuenta con una política que establece criterios de acceso al beneficio con el fin de asegurar que este llegue a la población objetivo, respondiendo a las necesidades de mejoramiento de vivienda identificados. Para la asignación del producto se tuvo en cuenta los requerimientos técnicos promedio de una vivienda y con base en esto se establecieron las cantidades a entregar.

En el primer año de funcionamiento logramos beneficiar a más de 500 colaboradores pertenecientes a las distintas plantas y zonas no fabriles de Corona – Colcerámica, entregando 52.514 mts de pisos y paredes, 101 sanitarios y 101 lavamanos.

UEN	BENEFICIO	NRO DE BENEFICIARIOS
Funza	- Kit (Pisos, paredes, sanitarios, lavamanos)	156
	-Paquetes (Pisos, paredes)	175
Sopó	- Combo sanitario (Sanitarios, lavamanos, griferia)	50
Girardota	- Kit (Pisos, sanitarios, lavamanos)	40
Colcerámicas (Comerciales y L&T)	-Paquetes (Pisos y paredes)	114
TOTAL BENEFICIARIOS		535

Para el 2013, no solo se ampliará la cobertura del programa buscando llegar a las demás unidades de negocio de manufactura y servicios, sino que a su vez se buscará la articulación con otras iniciativas adelantadas por la Organización como la encuesta de “Familias Corona”.

Testimonio beneficiario:

“Es una ayuda muy grande en lo económico, que mejora la presentación y la comodidad de mi casa. Mis papas y mi esposa están felices por la calidad y buen diseño de los productos que me entregaron para mi sala, comedor y cocina. Quiero agradecer a la compañía por esta ayuda e invitar a mis compañeros a que participen y aprovechen todo lo que Corona nos da”,

-Walter Gutiérrez, Colaborador de Corona - Colcerámica - Planta Funza.



Programa de Voluntariado Corporativo

El Programa de Voluntariado Corona - Sodimac es una iniciativa que promueve y facilita la participación de los colaboradores en proyectos y actividades en beneficio de las comunidades de nuestras zonas de influencia. Este programa pretende generar un espacio donde nuestros colaboradores puedan vivir de cerca y materializar el valor “Seamos Responsables con nuestra Sociedad”.

El programa de Voluntariado Corona – Sodimac se basa en una política corporativa que facilita la operación del mismo, permite articular las actividades de los voluntarios con la estrategia de sostenibilidad corporativa, sin afectar su desempeño ni las operaciones cotidianas. El programa contempla tres modalidades de participación: tiempo, dinero y especie, y permite llevar a la práctica estas actividades.

Durante el 2012, el primer año de operación, la gestión del Voluntariado estuvo enfocada en el mejoramiento locativo de instituciones educativas ubicadas en las distintas zonas de influencia y en jornadas ambientales de siembra de árboles.



soy voluntario
corona SODIMAC



¡Ayudar me hace bien!

14

Jornadas de voluntariado
2 ambientales

9.284

Beneficiarios

10

Municipios beneficiados

520

Voluntarios Corona Sodimac

4.160

Horas de voluntariado



Jornada Voluntariado

+ Jornada Voluntariado
+ Jornada Ambiental

+ Jornada Voluntariado
+ Taller proyecto de
vida con la ACR

\$ 116.253.986

Producto donado

\$ 70.005.372

Dinero invertido

\$ 40.464.320

Valor del tiempo

\$ 226.723.678

TOTAL

La Estrella

Funza

Nemocón

Bogotá
Suba

Bogotá

Soacha



con nuestra
sociedad
responsable



ayudar a los
demás



porque
me gusta

soy voluntario
corona SODIMAC





El programa nos ha permitido generar valor compartido para nuestros grupos de interés, acercando a nuestros colaboradores a las comunidades y creando sinergias con las autoridades locales en procura del mejoramiento de la calidad de vida y el desarrollo de las zonas de influencia.

Como parte del programa el equipo de gestión ambiental ha venido promoviendo intervenciones orientadas a la siembra de árboles y la concientización del cuidado del medio ambiente con el fin sensibilizar a los colaboradores y la comunidad frente al tema. En el 2012 se llevó a cabo una caminata por el humedal Gualí en Funza - Cundinamarca para crear conciencia de la importancia de preservar los recursos naturales. Observamos el deterioro ambiental del humedal por la poca conciencia ambiental.

La segunda jornada se realizó en la mina de Checua en Nemocón, área de influencia de la operación de Corona. Sembramos 50 árboles que permitirán reducir en 16 toneladas de CO₂e de huella de carbono en los próximos 20 años.

Para el 2013 ampliaremos la oferta de voluntariado para poder brindarle a nuestros colaboradores más y mejores oportunidades de acción logrando llegar a más personas y comunidades desarrollando iniciativas de manera conjunta.

Desempeño de indicadores sociales



Colaboradores

Generación de empleo

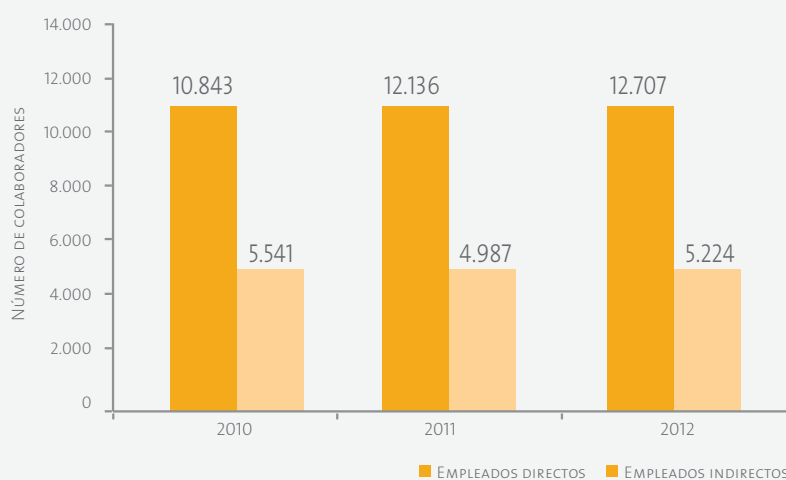
En Corona trabajamos día a día por el crecimiento personal y profesional de nuestros colaboradores, propiciando escenarios favorables para el desarrollo de talento, cuidado de la salud y seguridad y el mejoramiento continuo de las condiciones laborales, buscando que Corona sea un excelente lugar para trabajar.

6 LA1

Colaboradores por tipo de empleo y contrato

- **Empleo Directo:** actividad realizada por el personal a través de vinculación laboral con la Organización y por término de tiempo fijo o indefinido.
- **Empleo Indirecto:** actividad realizada por el personal cuya contratación ha sido realizada a través de empresas intermediarias como firmas de Outsourcing, Servicios Temporales, Cooperativas de Trabajo Asociado y/o contratistas independientes.

Creación de Empleo 2010-2012



En Corona contamos con un total de 17.931 colaboradores de los cuales 12.707, equivalente al 70.9%, se encuentran vinculados de manera directa con Corona y 5.224, equivalentes al 29.1%, prestan sus servicios a través de firmas de Outsourcing, Servicios Temporales, Cooperativas de Trabajo Asociado y/o contratistas independientes.

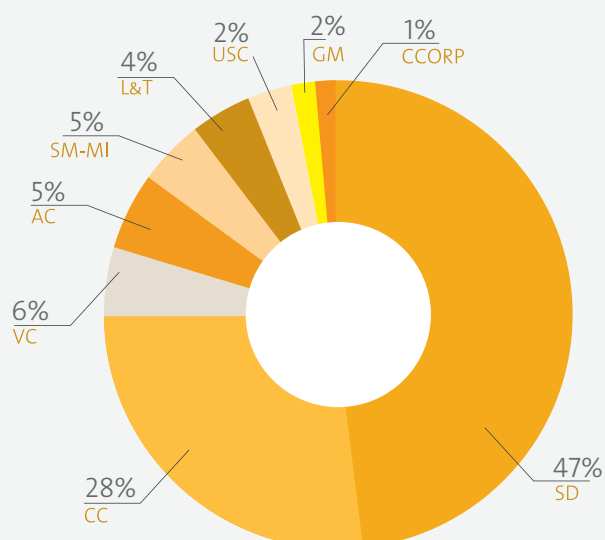
Empleos directos por UEN

Manufactura				
UEN	2010	2011	2012	% 2011-2012
CC	3.466	3.727	3.604	-3%
VC	785	769	766	0%
SM	577	601	614	2%
GM	279	273	267	-2%
MI	64	56	55	-2%

Retail				
UEN	2010	2011	2012	% 2011-2012
SD	4.336	5.262	5.834	11%
AC	607	688	646	-6%

Servicios				
UEN	2010	2011	2012	% 2011-2012
L&T	308	373	549	47%
USC	352	323	298	-8%
CCORP	69	64	74	16%
TOTAL ORG	10.843	12.136	12.707	5%

Distribución empleos directos por UEN 2012



En el 2012 tuvimos un crecimiento consolidado de vinculación directa de la planta de colaboradores en un 5%, que corresponde en su mayoría a la apertura de nuevas tiendas Homecenter y Constructor en, Santa Marta, Barranquilla, Envigado, Palmira, Valledupar y Bogotá (Cedritos). Así mismo L&T presentó un incremento de 47% debido al ingreso de la nueva operación logística de Colcerámica en las plantas de Madrid y Girardota y a la apertura de nuevas operaciones en Cali.

Sin embargo, en Corona – Colcerámica experimentamos un descenso en el número de trabajadores debido principalmente a la reducción de la producción que a su vez obedece a un tema de mercado.

Por tipo de Contrato Laboral

Teniendo como prioridad a nuestros colaboradores y pensando en su estabilidad profesional y económica hemos logrado mantener la vinculación directa en un porcentaje superior al 99%, generando gran sentido de pertenencia hacia la organización por parte de nuestros colaboradores.

TIPO DE CONTRATO	2010	2011	2012
Termino Indefinido	99.2%	99.6%	99.8%
Termino Fijo	0.8%	0.4%	0.2%

Buenas prácticas laborales

En el 2011 se comenzó a implementar un programa piloto de horario flexible en la USC. La compañía promueve entre sus colaboradores la autogestión y el cumplimiento de compromisos, sin necesidad de supervisión o el cumplimiento de un horario de trabajo estricto.

Así, los empleados tienen autonomía para organizar su horario de trabajo, teniendo en cuenta que deben cumplir con los planes de desempeño que ha acordado previamente con sus líderes. El porcentaje de la plantilla que se benefició en el 2012 con la flexibilidad horaria de la USC fue del 28%.

Adicionalmente Corona viene trabajando en la concepción y desarrollo de lo que se conoce como “Salario Emocional” en donde se contemplan como pilares fundamentales: calidad en el empleo, desarrollo profesional y flexibilidad horaria vinculada a la implementación del teletrabajo.

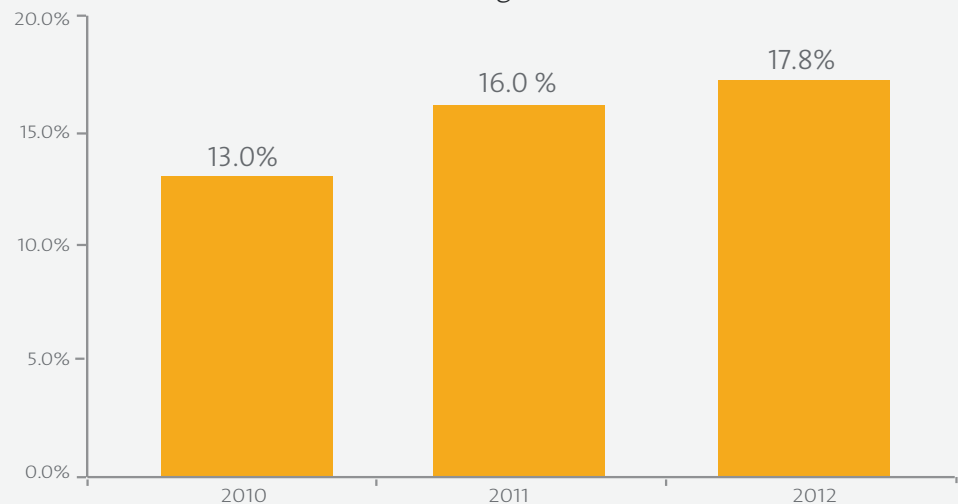
6 LA2

Rotación media desglosada por edad y género

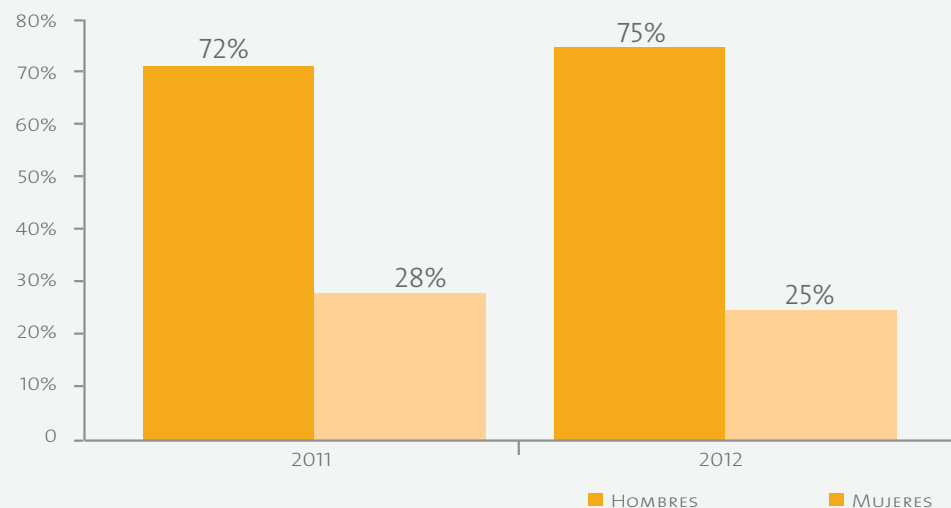
Corona enfoca sus acciones hacia la atracción y retención del mejor talento y el fortalecimiento de escenarios organizacionales que potencien el compromiso y la productividad de las personas. Durante el 2012 el índice de rotación fue del 17.8% presentando un incremento del 1.8% frente al año inmediatamente anterior, siendo este inferior al presentado en el periodo 2010-2011.

Este aumento obedece a la integración de Corona - Colcerámica (anteriormente tres unidades independientes de negocio Pisos & Paredes, Sanitarios & Lavamanos y Grifería & Complementos) y a la operación normal en el sector de retail (SD & AC).

Total rotación colaboradores Organización Corona 2010-2012



Rotación por Género 2010-2012



Rotación por unidad de negocio

Manufactura y Minería			
UEN	2010	2011	2012
CC	5%	6%	10%
VC	8%	9%	5%
SM	6%	4.5%	5%
GM	8%	5%	5%
MI	3%	8%	11%

Retail			
UEN	2010	2011	2012
SD	22%	26%	26%
AC	12%	29%	30%

Servicios			
UEN	2010	2011	2012
L&T	10%	22%	28%
USC	4%	9%	6%
CCORP	4%	14%	19%
TOTAL ORG	13.0%	16.0%	17.8%

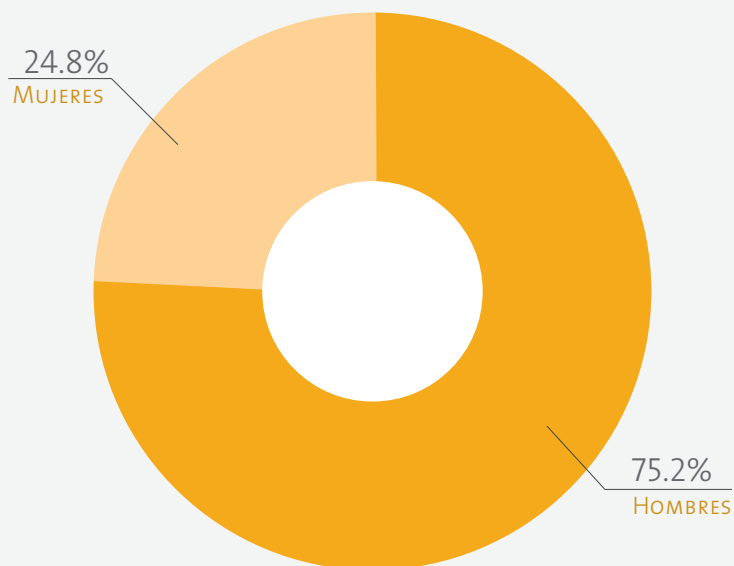
6 LA13

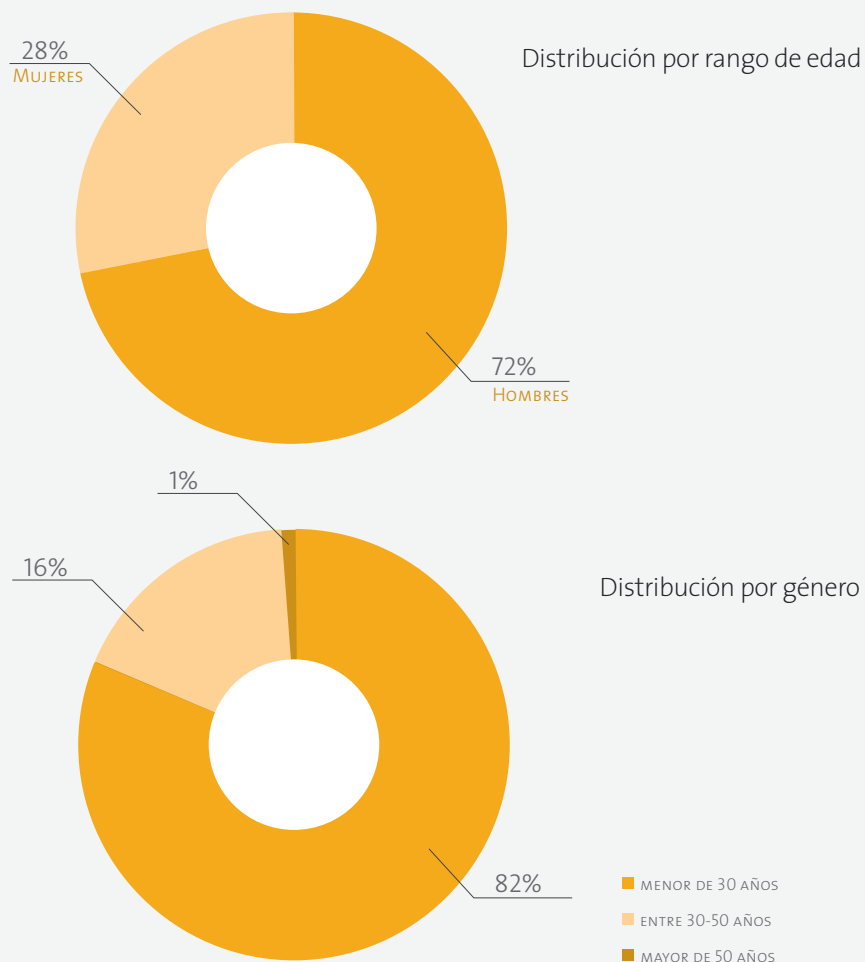
Distribución de Colaboradores por edad y género

Corona cuenta con un grupo de colaboradores esencialmente joven pues el 72% de los colaboradores se encuentran en un rango de edad ubicado entre los 21 y 40 años.

TOTAL ORGANIZACIÓN CORONA POR RANGO DE EDAD Y GÉNERO						
RANGO DE EDAD	2010		2011		2012	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Menor de 18	0	0	0	0	0	0
18 a 20	152	84	117	56	89	62
21 a 30	3.063	1.042	3.684	1.193	3.722	1.281
31 a 40	2.433	863	2.827	992	3.032	1.151
41 a 50	1.920	472	1.979	495	1.966	509
51 a 60	648	145	654	135	738	150
Mayor de 60	20	1	13	1	6	1
Total por género	8.236	2.607	9.264	2.872	9.553	3.154
% de género	76%	24%	76%	23.7%	75.2%	24.8%

Total Colaboradores distribuidos por Género 2012





Vale la pena resaltar que comparado con el año anterior el número de mujeres en los comités de gerencia se incrementó de 20% a 28% básicamente por el ingreso de 2 mujeres más a los mismos.

3 LA4

Colaboradores con contrato a término indefinido cubiertos por una Convención o Pacto Colectivo

En Corona el 100% del personal operativo que trabaja en las plantas de manufactura cuenta con acuerdos colectivos, en el marco de los cuales se desarrollan encuentros permanentes entre representantes de los colaboradores y la empresa para buscar de manera concertada acuerdos que beneficien a quienes representan.

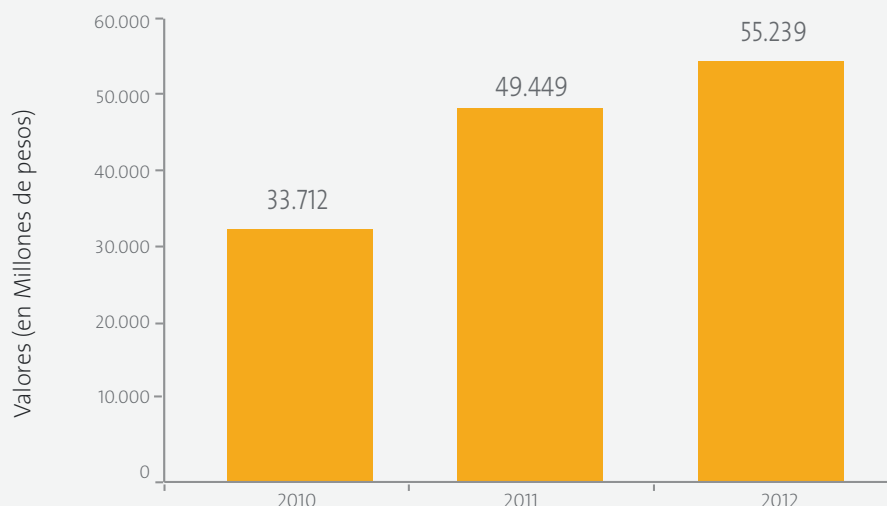
En Minerales Industriales se cuenta con una Convención Colectiva que agrupa a 29 operarios.

Beneficios Extralegales

En Corona estamos comprometidos con el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias para quienes hemos desarrollado un plan de beneficios que responde a las necesidades de salud, vivienda, educación y recreación.

6 LA3

Beneficios para los Colaboradores (en Millones de pesos)



En el 2012 se registró un aumento del 11.7% en comparación a los beneficios entregados en año 2011. El mayor incremento se presenta en las bonificaciones de diciembre y auxilios de vacaciones entregados a los colaboradores en el año de referencia. Este incremento responde esencialmente al número de bonificaciones y auxilios entregados por la ampliación de la planta de colaboradores en las diferentes unidades de negocio, especialmente Sodimac.

Formación y desarrollo

Corona valora el gran aporte que el conocimiento hace al desarrollo de competencias y talento de sus colaboradores. Permanentemente capacita y diseña programas encaminados a fortalecer las habilidades de los colaboradores para hacerlos personas altamente calificadas para el desempeño de sus colaboradores.

Con el propósito de desarrollar al máximo el potencial de nuestros colaboradores se continuaron los programas de formación en convenio y asociación con entidades de alto impacto como son:

- Formación en alta dirección con la escuela de negocios ISEAD, al cual está homologado en Europa y Estados Unidos.
- Formación especialización con la Universidad de la Sabana.
- Formación en Pregrado y especialización para colaboradores y sus familias a través del convenio con la Universidad EAN.

También se desarrollaron programas de alto impacto para toda la Organización como lo son:

Convenio de Cofinanciación con el SENA por valor de \$570 millones donde se integraron proyectos de alto impacto para la Organización y las siguientes acciones:

- Diplomado en Gestión Integral
- Diplomado en Gestión Logística - Sistema Logístico Nacional e Internacional
- Programa de estandarización de procesos asociados a la venta profesional
- Programa de dirección de procesos en la venta profesional
- Negociaciones exitosas con el gobierno y proveedores nacionales e internacionales
- Diplomado gestión en retail para puntos de venta
- Programa de alta productividad en el gerenciamiento de puntos de venta
- Negociación

Escuela de Liderazgo

La Marca de Liderazgo Corona Identifica a nuestros líderes en la forma como logran transformar las expectativas de los clientes, en resultados sobresalientes de los empleados, haciendo de ésta práctica un comportamiento organizacional.

Los retos de un líder corona son:

- Capacidad de negociación
- Asegura los resultados del negocio
- Desarrollar el talento a su cargo
- Fortalecer la cultura Corona
- Gestionar un clima laboral favorable

Teniendo en cuenta que la Marca de Liderazgo es el eje central de cómo se trabaja en Corona, nace la Escuela de Liderazgo cuyo objetivo es el desarrollo de los comportamientos asociados a los atributos de la marca, a través de una metodología teórico – práctica, en dónde se encuentran herramientas didácticas virtuales de aprendizaje como: historias, actividades y reflexiones de la vida real que llevan a los líderes a autoevaluarse y generar nuevas y mejores prácticas.

Cada módulo cierra con la participación en “conversatorios entre líderes”, en los cuales estos líderes exponen sus prácticas y comparten sus retos.

El programa inició en Julio de 2012 y su primera fase concluirá en agosto de 2013. En esta primera parte del programa participan alrededor de 700 líderes de todas las Unidades de Negocio y para su desarrollo han invertido \$142 millones de pesos.





Programa de habilidades conversacionales

Formación dirigida a los socios estratégicos de todas las Unidades de Negocio donde se desarrollaron competencias asociadas al desarrollo de este rol y sus habilidades como coach y agente de cambio que acompaña y reta al Jefe Líder. La Inversión de esta acción de formación fue de 22 millones de pesos y benefició a 34 colaboradores.

Gestión del conocimiento cerámico

Gracias al diagnóstico de brechas con respecto a los dominios de conocimiento técnico y a los retos de desarrollo tecnológico, se define y ejecuta la estrategia para el cierre de estas brechas y desarrollo de nuevos conocimientos usando diversas y engranadas herramientas, entre las que encontramos: programas formales de capacitación internos o en asocio con prestigiosas universidades, las pasantías y formaciones especializadas en el exterior.

Inversión en formación para colaboradores

La inversión total para el desarrollo de capacidades de los colaboradores fue de \$3.906 millones, 12.7% más que en el 2011. Esta inversión significó 495,235 horas de formación, con un promedio de 44 horas por empleado. Todas ellas a través de plataformas virtuales e-learning capacitaciones presenciales y entrenamientos comerciales entre otros.

	2011	2012	Variación 2012 -2011
Inversión total en formación (millones de pesos)	3.467	3.906	12.7%
Inversión en formación por empleado al año (millones de pesos)	286	331	15.8%
Promedio horas de capacitación por empleado (horas)	37.3	44.0	18%

LA12

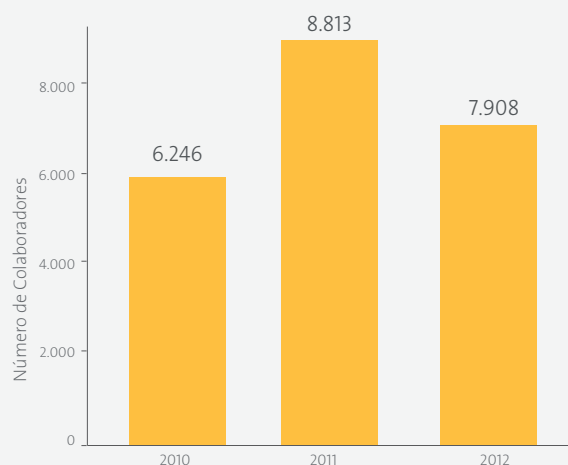
Gestión del desempeño

Evaluación del desempeño: compromiso con el mejoramiento continuo

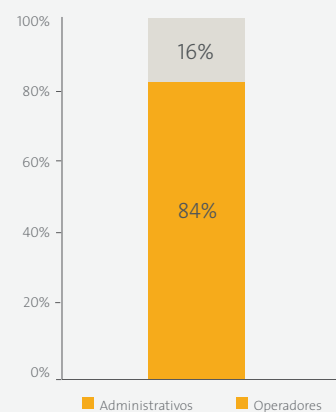
Secomomeva es el sistema de evaluación de desempeño con el que contamos en Corona, el cual permite realizar un seguimiento a las actividades que desarrollan nuestros colaboradores evidenciando el compromiso y cumplimiento con las metas propuestas a nivel personal y organizacional.

Esta herramienta proporciona adicionalmente información valiosa para la toma de decisiones en cuanto a promociones internas, compensación variable y plan de carrera de los colaboradores. En el 2012 se presenta una disminución del 10% en el número total de personas que reciben evaluaciones de desempeño. Esta variación responde principalmente al ajuste que se dio en los perfiles de cargo en las UEN Almacenes y Vajillas Corona.

Evaluaciones regulares de desempeño 2010-2012



% de colaboradores evaluados desglosados por tipo de actividad





Salud y Seguridad ocupacional

Corona consciente de la importancia de la salud integral de sus colaboradores, trabaja de manera permanente en la promoción de acciones que minimicen los riesgos ocupacionales, el ausentismo laboral, la prevención de la accidentalidad y la enfermedad profesional, a través de sistemas de vigilancia, control y promoción de hábitos de autocuidado y vida saludable.

1 LA6

Comités de salud y seguridad

Los comités paritarios de salud son órganos que están conformados por representantes de la empresa y los trabajadores con el fin de promocionar la salud ocupacional en todos los niveles de la empresa en función de logros, metas y objetivos concretos para la divulgación y motivación de las prácticas saludables y hábitos seguros.

En la actualidad contamos con once comités en las UEN. La composición de estos comités paritarios es la siguiente:

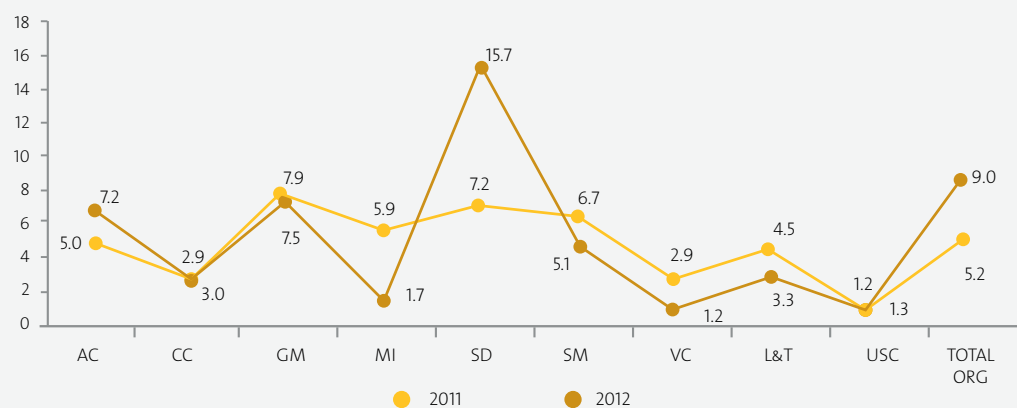
	2011	2012
Representantes del Empleador	53%	48%
Representantes del Trabajador	47%	52%



1 LA7

Ausentismo y accidentalidad

Tasa de accidentalidad por cada 100 colaboradores 2012



Para 2012 la tasa de accidentalidad incrementa en 3,8 principalmente por el aumento en el registro de accidentes en Sodimac, Almacenes Corona y el área comercial de Colcerámica; lo anterior por la movilización en el reporte oportuno de cualquier tipo de accidente.

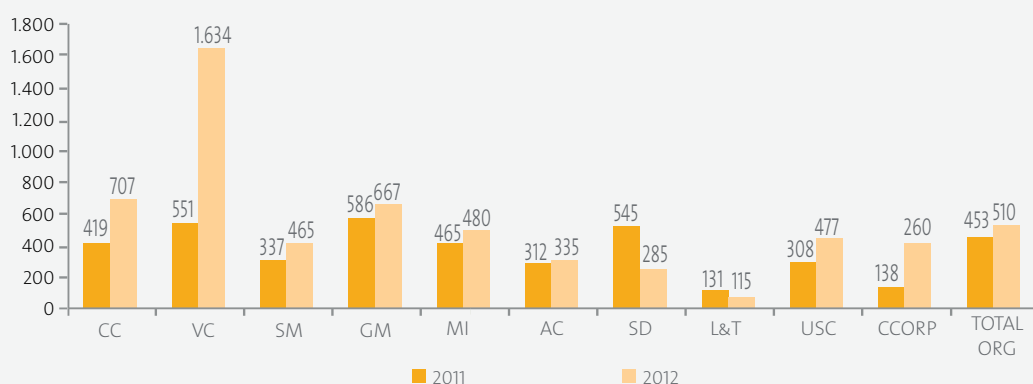
Índice de Ausentismo laboral (días de incapacidad) de origen común y laboral

Manufactura y Minería		
UEN	2011	2012
CC	419	707
VC	551	1.634
SM	337	465
GM	586	667
MI	465	480

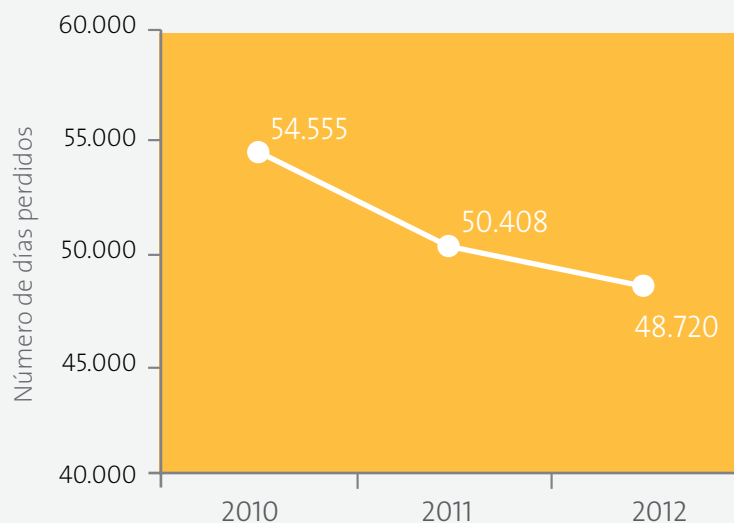
Retail		
UEN	2011	2012
AC	312	335
SD	545	285

Servicios		
UEN	2011	2012
L&T	131	115
USC	308	477
CCORP	138	260
TOTAL ORG	453	510

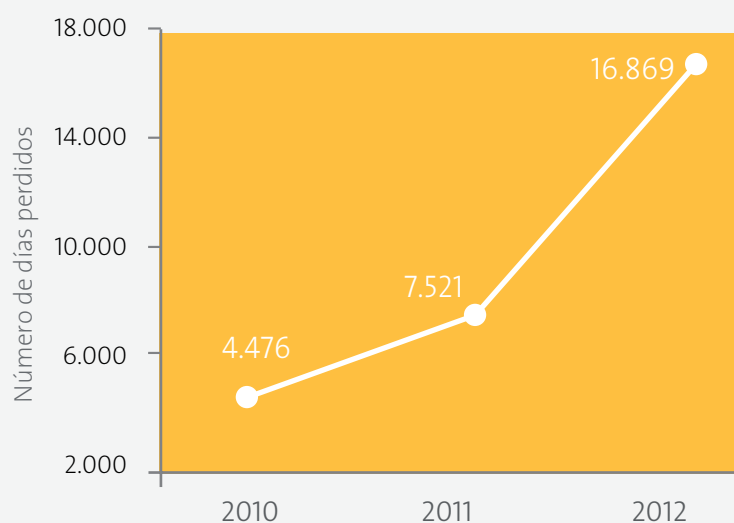
Índice de ausentismo laboral



Días perdidos por enfermedad general



Días perdidos por accidente de trabajo



En el 2012, el ausentismo se incrementa por el impacto de los días generados por los accidentes grave y fatal registrados; se reduce en los aspectos de enfermedad general y profesional por las acciones implementadas en prevención y promoción de la salud. Los accidentes registrados movilizaron acciones de intervención, realizados de manera conjunta con la ARP, tomando medidas de control de los riesgos, seguimiento y autocuidado a los colaboradores



Total días de incapacidad por tipo de ausencia y UEN - 2012

Manufactura y Minería			
UEN	Enfermedad General	Accidente de Trabajo	Enfermedad Profesional
CC	16.370	7.383	261
VC	7.498	4.098	204
SM	2.998	405	3
GM	1.858	337	64
MI	238	51	0

Retail			
UEN	Enfermedad General	Accidente de Trabajo	Enfermedad Profesional
SD	15.074	3.859	0
AC	2.614	534	0

Servicios			
UEN	Enfermedad General	Accidente de Trabajo	Enfermedad Profesional
L&T	520	138	0
USC	1.356	64	0
CCORP	194	0	0

TOTAL ORG	48.720	16.869	532	66,121
%	74%	26%	1%	



Consolidado para la Organización

	2010	2011	2012	% 2011-2012
Nro. promedio mes de trabajadores (empleados + operarios + temporales)	10.609	12.656	13.853	9%
Horas / hombres trabajadas en el período	26.950.859	30.961.528	35.641.607	15%
Nro. de accidentes de trabajo con pérdida de tiempo	784	658	1.242	89%
Total días perdidos en el año por accidente de trabajo	4.488	7.521	16.869	124%
Total días perdidos en el año por enfermedad general	54.555	50.408	48.720	-3%
Nro. total de enfermedades profesionales diagnosticadas (nuevas)	30	26	48	85%
Nro. total acumulado de enfermedad profesional	216	231	306	32%
Nro. de accidentes fatales en el período	1	0	1	

1 LA8

Programas educación y control de riesgos en salud ocupacional

En el año 2012, enmarcadas en la estrategia corporativa de Salud y Seguridad, se implementaron acciones en tres frentes:

■ **Control de Riesgos:** el diplomado busca revisar la experiencias de retailers de clase mundial, en términos de las mejores prácticas.

■ **Lineamientos, normas y procedimientos:** estandarización de procesos transversales para el control de la accidentalidad y enfermedad profesional en alturas, seguridad eléctrica, manejo seguro de sustancias químicas y mejoramiento participativo para la intervención del riesgo ergonómico.

■ **Movilización de la Cultura**

Como evidencia del interés por el cuidado de nuestra gente se realizaron acciones en:

- Sensibilización al autocuidado en campañas de promoción y prevención de la salud.
- Fortalecimiento en los equipos de trabajo en la conciencia de la responsabilidad de gestionar la salud y la seguridad de la gente.
- Recorridos por las unidades del negocio compartiendo metodología para motivar autocuidado como decisión personal.

Como soporte transversal a las acciones de la estrategia, se adelantaron acciones de comunicación en:

- Socialización de las Reglas Salvavidas
- Diálogos de Seguridad
- Campañas enfocadas en el consumo responsable de bebidas alcohólicas y prevención de consumo de sustancias psicoactivas
- Realización de la Semana de la Salud y Seguridad
- Reconocimiento a días seguros
- Despliegue de autocuidado para transportadores “Cuídate en el camino”
- Programa de 5 “S” para Negocios de Retail y Manufactura

No obstante los progresos en las actividades mencionadas, en el 2012 se registraron dos accidentes uno con consecuencias graves y uno fatal. Sobre estos accidentes se llevó a cabo la investigación de los mismos en conjunto con expertos de la ARP y la implementación de planes de acción enfocados a la prevención y control de accidentes por las mismas causas. Basados en estas acciones se realizó la divulgación de los aprendizajes aplicables a todas las Unidades de Negocio de la Organización con el objetivo de fortalecer la conciencia de los colaboradores frente a las decisiones que se toman y sus consecuencias.



Clima organizacional

En Corona trabajamos para construir un clima organizacional que favorezca la productividad y el desarrollo integral de nuestros colaboradores.

Para medir el clima organizacional utilizamos la metodología GPTW (Great Place To Work). El resultado obtenido para toda la organización fue de 75.5 que está por encima de la gestión sobresaliente y cercana a la gestión extraordinaria que era lo propuesto como meta corporativa.

Los resultados obtenidos son producto del esfuerzo, compromiso y dedicación de todo el gran equipo que conforma la Organización Corona, ratificando una vez más la importancia de la gente para la empresa.

El puntaje obtenido por Colcerámica no es comparable ya que para el momento de la medición del 2011 aún no se consolidaba Corona-Colcerámica y la medición se hizo por las UEN que existían en su momento (P&P, S&L y G&C).

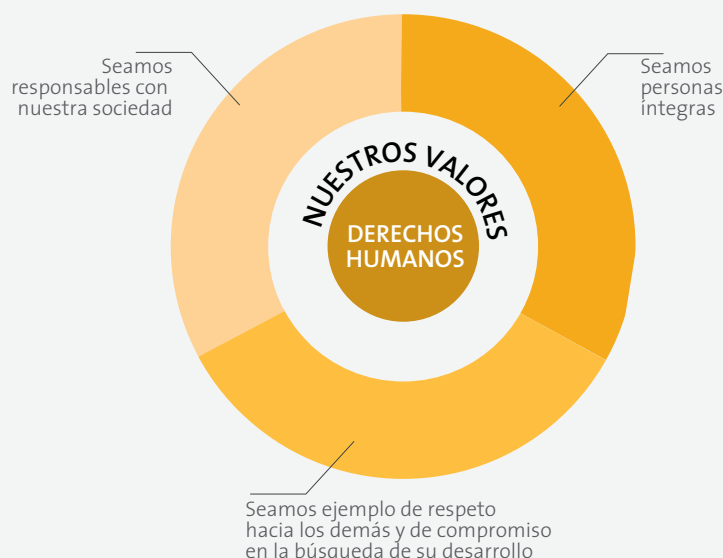
UEN	Puntos	
	2011	2012
SM-MI	82.2	91.2
USC	67.8	77.1
CC		75.0
VC	63.9	71.1
GM	57.2	71.0
SD	60.4	70.1
L&T	53.2	70.1
AC	69.5	70.0
CCORP	64.4	66.7
TOTAL ORG	69.0	75.5

4 HR7

Derechos humanos

En Corona estamos convencidos de la importancia de los derechos humanos y por esto estamos comprometidos con su respeto, defensa y promoción al interior de la organización y en nuestra cadena de valor. Entendemos los derechos humanos desde tres de nuestros valores corporativos mediante los cuales se materializan las conductas a nivel individual y organizacional en este tema.:

- Respeto a las normas nacionales e internacionales relativas al trabajo forzoso y obligatorio
- Respeto a las normas nacionales e internacionales relativas al trabajo infantil
- Inclusión laboral de personas con discapacidad
- Procesos de selección que brindan igualdad de oportunidades
- No discriminación por motivo de raza, sexo o creencias



Como parte de este compromiso durante el 2012 fortalecimos el eje de inclusión laboral.

Manos capacitadas

Este proyecto desarrollado por Homecenter materializa la convicción de la compañía de buscar una sociedad incluyente donde se reconozca el valor de cada persona y las capacidades diferentes con las que cuentan los seres humanos, a través de la inserción en el campo laboral. Desde el año 2007, la compañía de la mano con la fundación Best Buddies Colombia ha trabajado en la vinculación de las personas en condición de discapacidad.

	2010	2011	2012
Empacadores	76	89	93
Tiendas	17	22	24
Ciudades	8	12	13

Durante este año se evidencia como los principales logros del programa, el acompañamiento y seguimiento a las personas vinculadas en trabajo en equipo, comunicación asertiva, resolución de conflictos y formación de proyecto de vida. En el 2012 se invirtieron \$192.300.864 para el desarrollo del programa.

Taller de proyecto de vida para reinsertados

Respondiendo a la realidad Colombiana en el 2012 Corona realizó algunos acercamientos con la Agencia Colombiana para la Reintegración (ACR) con el objetivo de explorar diversas alternativas de colaboración en torno al fenómeno de la reinserción.

Fruto de este acercamiento desarrollamos el taller piloto de “Plan de Vida” donde participaron 22 reinsertados y una persona del equipo de trabajo de la ACR. El taller que fue dirigido por un profesional del área de formación de Corona se centró en propiciar para los participantes una reflexión sobre la manera de abordar la vida y brindarles herramientas prácticas que les permita enfrentar y tomar mejores decisiones frente los nuevos retos que se les presenta ya habiéndose desmovilizado.

Para el 2013 se espera poder replicar el taller de formación con el objetivo de ampliar su cobertura y seguir explorando nuevas estrategias de colaboración.



Comunidades

Sistema de involucramiento con grupos de interés

Conscientes de la necesidad de acercarnos a nuestras comunidades y de trabajar más estrechamente en iniciativas que promuevan el desarrollo de la región, hemos construido un sistema de involucramiento que permite definir los asuntos relevantes a tratar con los distintos grupos de interés y que define las distintas instancias y medios de comunicación para mantener un dialogo constante con los mismos.

Este sistema está estructurado principalmente sobre 4 pilares:

1. Grupos Naturales (interno - colaboradores).
2. Corona Es Tu Casa (externo - comunidades)
3. Programa de Voluntariado (interno y externo – colaboradores y comunidades)
4. Medios de comunicación (internos y externos)

Grupos Naturales

Espacios de reunión de cada uno de los grupos de trabajo de la organización, donde se comparten conocimientos, experiencias y aprendizajes, se concertan estrategias comunes de desarrollo de equipo y de proyectos. Adicionalmente es un espacio donde los miembros de un equipo pueden tratar temas que ayuden a mejorar el trabajo en equipo y en general el clima organizacional.



Corona es Tu Casa

Como parte de nuestro relacionamiento con los diferentes grupos de interés, durante el 2012 realizamos 5 encuentros denominados “Corona es Tu Casa”. Estos encuentros se constituyen en los escenarios de acercamiento y diálogo entre Corona, autoridades locales y miembros de la comunidad sobre distintos aspectos relevantes para el desarrollo de las regiones.

Temas Relevantes

SOPÓ	FUNZA	LA UNIÓN	GIRARDOTA	LA ESTRELLA
Vivienda	Plan de desarrollo del Municipio	Plan de desarrollo	Emprendimiento	Vivienda
Prospectiva Industrial (consolidación industrial)	Alianzas Publico Privadas	Calidad educativa	Competitividad	Generación de empleo
Mejoramiento infraestructura educativa	Plan de Ordenamiento territorial	Infraestructura educativa	Vivienda	Orden público
	Agua	Infraestructura de vivienda	Fortalecimiento proyectos productivos	Relación administración empresa
		Voluntariado en proyecto de infraestructura	Infraestructura educativa	Jornada de voluntariado José Antonio Galán



Nuestros compromisos:

“Conformación de la Mesa” de Trabajo por la Unión

Revisión de proyectos de construcción o mejoramiento de vivienda (La Estrella, Girardota, Sopó, La Unión)

Intervención voluntariado
(La Estrella, Girardota, Sopó, La Unión)

Participación en revisión del Plan de Ordenamiento Territorial como parte de empresariado (Sopó)

La “Mesa de Trabajo por la Unión” es el resultado del diálogo que se llevó a cabo en La Unión Antioquia, donde a partir del ejercicio realizado se conformó un equipo de trabajo donde tienen asiento empresas y gobierno local quienes de manera conjunta establecieron temas prioritarios respecto de los cuales girarán sus acciones.

Estos temas sobre los que se trabajará en el 2013 son: calidad educativa, infraestructura educativa e infraestructura de vivienda.

A través del programa de voluntariado hemos logrado acercarnos como organización y acercar a los colaboradores a las comunidades donde tenemos nuestras distintas operaciones.

Medios de Comunicación

Medios Internos

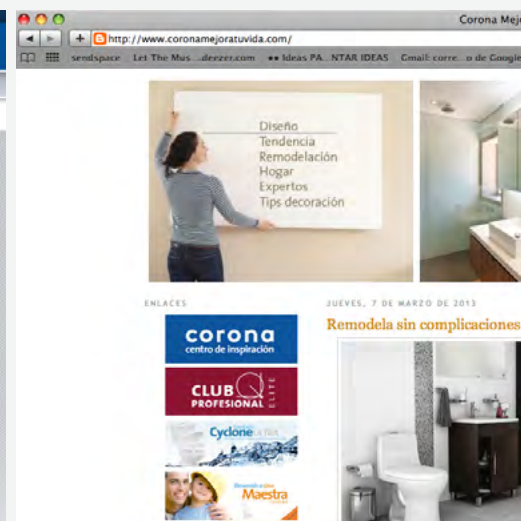
Lunes de Noticias : Es un medio digital e impreso en carteleras que está dirigido a todos los colaboradores de la Organización. Este medio semanal ofrece un contenido corto y dinámico que pretende mantener actualizados a los colaboradores con las noticias de corta vida.

Naturalmente Corona: Es un medio digital e impreso en carteleras dirigido a todos los colaboradores de la Organización. En él cada dos meses se entrega información de primera mano sobre la estrategia, el desarrollo, la cultura y el clima en Corona, los eventos que reportan cada uno de los negocios y temas relativos a su gestión.

Corona al Día : Es el medio audiovisual de Corona (noticiero) que se publica trimestralmente. Se creó para dinamizar la información y llegar de una manera más llamativa a los diferentes públicos de la Organización. Tiene una duración de ocho a diez minutos y cuenta con cinco secciones:

- Nuestro Presidente
- Innovación
- Sostenibilidad
- Mejoramiento
- Gente

Buenos Vecinos : Es el medio impreso con el cual Corona se comunica con las comunidades cercanas a sus centros productivos en el ejercicio de su rol de actor social participativo. Se desarrollan temas referentes a la gestión social y medioambiental de Corona y es publicado cada cuatro meses.



Medios Externos

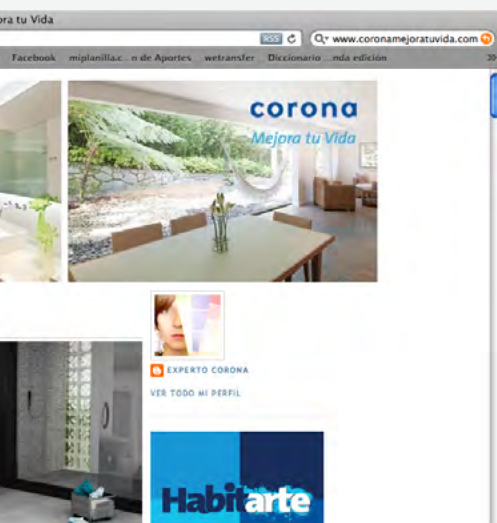
Estrategia Digital 2012

Durante el 2012 los equipos de Mercadeo y Comunicaciones corporativas trabajaron juntos en la redefinición de la estrategia digital de Corona, buscando alinearla aún más a los objetivos comerciales y de mercadeo de los negocios y mejorar la vida de nuestros clientes en el mundo digital.

Como parte de este trabajo, se lanzó la nueva página web de Corona, www.corona.com.co. Con un diseño más amigable y fácil de navegar, que muestra de manera integrada el portafolio de productos a través de un catálogo con referencias, fichas técnicas, fotografías y precios actualizados.

Además, los visitantes tienen acceso a información sobre la compañía, sus unidades de negocios, nuestros lanzamientos y novedades, así como a las últimas tendencias en diseño. Esta es una página que tiene en promedio 215.000 vistas al mes.

En cuanto a redes sociales, Corona mantiene un Blog y tiene presencia en Facebook y flickr y recientemente en Pinterest. Durante el 2012 alcanzamos casi 8.000 seguidores en Facebook, más de 11.600 en flickr y 3.000 visitas en nuestro Blog.



Presencia de Corona en Medios

Dentro de la estrategia de comunicaciones no sólo se encuentra la página web y las redes sociales sino la presencia en los distintos medios de comunicación donde las UEN se han convertido en referentes a nivel nacional y regional, permitiéndonos mantener informados a nuestros distintos grupos de interés. Los resultados principales son:

CATEGORIA	NOTAS 2011	NOTAS 2012	% CRECIMIENTO
Corporativo Corona	224	151	-32%
Colcerámica	1025	194	84%
Vajillas Corona	139	164	17%
Almacenes Corona	154	141	-8%
Materiales & Pinturas Corona	75	53	-29%
Total	697	703	0.8%

Proyectos sociales propios de la Organización Corona – SO1

CATEGORÍA	TOTAL	VALOR INVERTIDO	NÚMERO BENEFICIARIOS
Ambientales	1	302.402.444	Comunidad local
Sociales	7	575.068.660	1.981
Educación	5	1.044.290.800	12.785
Comercial	3	668.727.064	23.544
Bienestar	2	7.730.000	64
Total General	18	2.598.218.968	38.374

Corona Emprende

Corona Emprende es un programa que realiza Corona-Colcerámica en convenio con el SENA para guiar a los jóvenes que están cursando el último año de bachillerato en la realización de sus planes de vida. El programa que tiene un enfoque de emprendimiento se desarrolla en instituciones ubicadas en el norte del Valle de Aburrá, en Antioquia.

Durante el año 2012, se llevaron a cabo reuniones semanales con la participación de 64 jóvenes, quienes recibieron formación y asesoría para materializar nuevas ideas de negocio, entre las que se cuentan planes móviles, paredes luminosas, parques de diversiones en la localidad, spa, entre otros. A través de actividades de motivación se fortalecen las habilidades de los participantes del grupo, con técnicas de trabajo en equipo y talleres de reflexión.

Familia en Fábrica

Este es un programa desarrollado por la unidad de negocios Corona - Colcerámica que permite a la familia de los colaboradores conocer los procesos productivos del negocio además de fortalecer temas de valores y vida familiar. Dentro de los principales logros que se presentaron está un mayor sentido de pertenencia y autocuidado por parte de los colaboradores. Durante el 2012 asistieron al programa 660 personas.

Pisotón

Iniciativa desarrollada en el marco del Programa “Cliente Educa”, gracias a la donación voluntarias de las vueltas de los clientes que visitan los almacenes de Homecenter y Constructor en el país. Se desarrolló en alianza con UNICEF y la Fundación Universidad del Norte para el fortalecimiento de la calidad educativa de niñas y los niños de escasos recursos a través del uso de herramientas lúdicas y alternativas pedagógicas novedosas que promueven la salud emocional y el desarrollo integral de niños y niñas y sus familias. En el 2012 la iniciativa tuvo como resultado la formación de 500 agentes educativos y más de 2.500 niños beneficiados en Pereira, Villavicencio y Cúcuta y 250 agentes educativos en Ayapel Córdoba.

Premio Corona Pro Hábitat 30 años

El Premio Corona Pro Hábitat se ha dedicado desde 1982 a promover el mejoramiento del hábitat popular y la sostenibilidad ambiental, siendo hoy una ventana para que profesionales y estudiantes de arquitectura, ingeniería y diseño industrial puedan dar a conocer sus ideas, hallazgos y talento.

Durante los 30 años, el Premio Corona Pro Hábitat ha contribuido a generar conocimiento que está al servicio del país a través de la creación de un banco de proyectos que cuenta con cerca de 133 investigaciones. A este se suman 65 Talleres Corona de vivienda social que hemos realizado como apoyo a la actividad académica en varias facultades de arquitectura y 26 Cátedras Corona que han estado a cargo de conferencistas nacionales e internacionales y han generado espacios de aprendizaje abiertos al público en las principales ciudades del país.

Uno de los proyectos del Premio Corona que se ha hecho realidad es Ciudadela Terranova, conformada en la actualidad por 3.676 viviendas, situada sobre la vía Panamericana del municipio de Jamundí.

Este proyecto fue reconocido con un segundo lugar en la Convocatoria de Profesionales del Premio por sus altos estándares de calidad urbana y diseño arquitectónico.





Gloria Jaramillo, Directora Comercial - Empacor



Proveedores

Desarrollo y buenas prácticas

Buscamos que nuestros proveedores además de cumplir con los parámetros legales, brinden a sus colaboradores un trato justo, estén comprometidos con el medio ambiente y que nos proporcionen bienes y servicios de calidad con precios competitivos. De esta manera buscamos alinear a nuestros proveedores con nuestros valores y filosofía, fomentando su crecimiento comercial y su comportamiento ético. Sodimac lleva a cabo un programa de proveeduría social donde se busca vincular a la cadena de valor poblaciones vulnerables que reciben acompañamiento y capacitación para el desarrollo de su negocio.

Alineados con el plan de sostenibilidad desde el área de Negociaciones hemos venido trabajando en el desarrollo de iniciativas con nuestros proveedores buscando promover e incentivar el desarrollo sostenible en la cadena de valor.

Dentro de las principales actividades desarrolladas durante el 2012 podemos destacar las siguientes:

- Incorporar en nuestros procesos de calificación inicial de proveedores de insumos claves, criterios de evaluación y calificación con un puntaje que otorga y reconoce una evaluación diferenciadora para aquellos proveedores que se encuentren debidamente certificados bajo la norma ISO 14000.
- Trabajo en conjunto con los usuarios de plantas y proveedores en la búsqueda de implementar el uso de tecnologías que tengan un alto impacto en el bajo consumo de fuentes energéticas, tales como motores de alta eficiencia energética, elementos de transmisión de movimiento de producto, que resulten menores frente al consumo de energía eléctrica básicamente en los procesos de manufactura.
- Propiciamos en las plantas el uso de materiales de empaque biodegradables como el cartón corrugado de fuentes reciclables, mayor aprovechamiento de la madera en los casos que se requiera ser utilizada como material de embalaje realizando rediseños que con una menor cantidad de madera utilizada (22%) logra el mismo efecto final de resistencia requerido para el almacenamiento y manejo del producto.

Con servicios de outsourcing de empresas especializadas, hemos venido reduciendo el

- vertimiento de las aguas residuales reincorporándolas a los mismos procesos haciendo un mayor uso de medios mecánicos a cambio de químicos.

Buenas Prácticas

Caso EMPACOR :

Como resultado del Encuentro de Proveedores del 2011 donde se hizo un despliegue del compromiso de Corona con la responsabilidad social se empezaron a identificar buenas prácticas en los proveedores. En este informe destacamos a Empacor, empresa que se dedica a la producción de papeles y conversión de los mismos en empaques de cartón corrugado y laminado, productos que consumimos actualmente en algunas plantas en nuestros procesos de manufactura.

Dado que su principal materia prima es la reutilización del cartón para convertirlo en papel y posteriormente en cartón, tiene un programa de responsabilidad social empresarial que busca la generación de valor económico para la compañía en coherencia con el crecimiento social y comercial de los proveedores de fibra secundaria a través de una dinámica de gestión de las relaciones con fuentes de reciclaje del cartón, quienes se convierten en parte muy importante de su grupo de proveedores.

Caso LOGÍSTICA & TRANSPORTE

En el año 2012 L&T continuo con la contabilización de la emisión de gases de efecto invernadero en su flota de transporte. El equipo de Gerencia definió el seguimiento al indicador de emisión en gramos por tonelada transportada por kilómetro recorrido, durante lo recorrido del el año el equipo ha centrado su atención en hacer el seguimiento mensual y ha definido estrategias para lograr el Objetivo trazado para el 2012, que a nivel Corporativo quiere lograr reducir en un 1% las emisiones comparadas con el año base 2010.

El éxito para lograr el resultado fue el trabajo de equipo con las siguientes acciones:

- Controlar el nivel de ocupación de los equipos en el indicador del “Factor volumen”, buscando optimizar el uso de las capacidades de los camiones contratados.
- Rotación de nuestra flota fidelizada, cerrando en 3,5 viajes al mes en los despachos nacionales.
- Se inició operación de transporte urbano con un prototipo con motor híbrido (de combustión y eléctrico) para las entregas en la ciudad de Bogotá.
- Para las nuevas operaciones de ampliación de Corona se priorizó el ingreso de nuevos terceros con equipo de transporte actualizado tecnológicamente y preferiblemente modelos muy recientes (mínimo modelos 2002).

Para el 2013, trabajaremos en disminuir antigüedad promedio de la flota (Terceros Sin Renting) en el primer semestre de 2013 de 18 años a 17 años y en el segundo semestre pasaremos de 17 a 16 años para la flota utilizada en los despachos Urbanos. En las operaciones Nacionales y de Exportaciones mantendremos la edad promedio de la flota en 11 años. Para lograrlo acompañaremos a nuestros proveedores en el acercamiento con entidades de servicios financieros y proveedores de equipos con el fin de realizar la repotenciación de las flotas con mayor antigüedad.





Clientes

En Corona brindamos productos y servicios de calidad que mejoran la vida de nuestros clientes e influenciadores, estableciendo con ellos una relación de ética y confianza.

Desarrollo de clientes

Círculo de Especialistas Homecenter y Llave Maestra Corona

Estos programas agrupan a los profesionales de la construcción alrededor de beneficios de formación, capacitación y amparo en el ejercicio de su profesión, buscando que tengan mayores y mejores oportunidades laborales.

Por medio de estos proyectos se ha logrado que profesionales de la construcción formalicen su conocimiento, creen redes de colegas, legalicen sus negocios, aumenten su oferta laboral, tomen consciencia en el servicio y ética hacia sus clientes, todo esto reflejado en el mejoramiento de su trabajo y como consecuencia en su calidad de vida y la de su familia.

En el marco del Círculo de Especialistas se realizaron cursos técnicos para 343 personas con el apoyo del SENA. Se llegó a más de 160.000 socios en Colombia, se lanzó el primer catálogo trimestral de formación que cuenta con más de 40 programas permanentes para especialistas. Se crearon más de 1.000 nuevos cupos de capacitación y se desarrolló el primer programa de certificación de competencias con el SENA con más de 800 especialistas postulados para el proceso. Para el desarrollo de este programa se invirtieron \$250.000.000.

En el programa Llave Maestra Corona, durante el 2012, contamos con 24.000 socios (4 mil más que en el 2011) a lo largo del país, que disfrutaban de diversos beneficios.

El reto para el 2013 es lograr hacer que nuestros socios se vinculen de manera más constante con el programa y aumentar la cobertura de puntos de venta en los cuales ellos puedan lograr su acumulación de puntos de manera inmediata.



PR5

Estudio de Satisfacción de Clientes

Los clientes son parte fundamental de nuestros grupos de interés, por lo que conocer sus expectativas y opiniones se convierte en un elemento clave para Corona, a fin de poder brindarles un mejor servicio y establecer una mejor relación comercial. Por esta razón realizamos una encuesta a nuestros clientes anualmente en las diferentes unidades de negocios.

UEN	2010	2011	2012
AC	4.6/5	92%	93.7%
CC	76%	76%	no se realizó por integración de la UEN
GM	95%	92%	95.8%
MI	88%	88%	88.7%
SD	8.2	8.4	8.4
SM	85%	85%	86%



Gobierno y ONG's

La relación con nuestros grupos de interés se convierte en uno de los pilares para la planeación y desarrollo de los distintos proyectos y actividades en las distintas zonas de influencia de la Organización. En este sentido, las ONG locales se convierten en un actor clave que nos permite una mayor y mejor interacción con nuestras comunidades y autoridades locales de cada una de las zonas donde contamos con operaciones. Así mismo a través de ellas se logra la generación de alianzas con empresas de la región que permiten la construcción colectiva de planes que apoyan el desarrollo local en busca de la sostenibilidad de la región.

Durante el 2012, Corona participamos en las Juntas Directivas de las siguientes ONG con las cuales además se realizaron los siguientes proyectos:

ONG's Empresariales





Programas Fundación Corona

Amigos del agua

Este proyecto busca incrementar el conocimiento y la conciencia de maestros y estudiantes de preescolar y básica primaria sobre la importancia del agua generando una mejor comprensión de este recurso y propiciando hábitos que cambien rutinas frente al uso del agua en colegios, casa y comunidad

Durante el 2012 este proyecto logró fomentar la construcción de diagnósticos ambientales participativos en Caldas, La Estrella, Sopó, Madrid y Funza, así como el diseño de esquemas de acciones que deben ser adelantadas para el problema central en cada municipio con apoyo de la Alcaldía.



Palabrario y Numerario

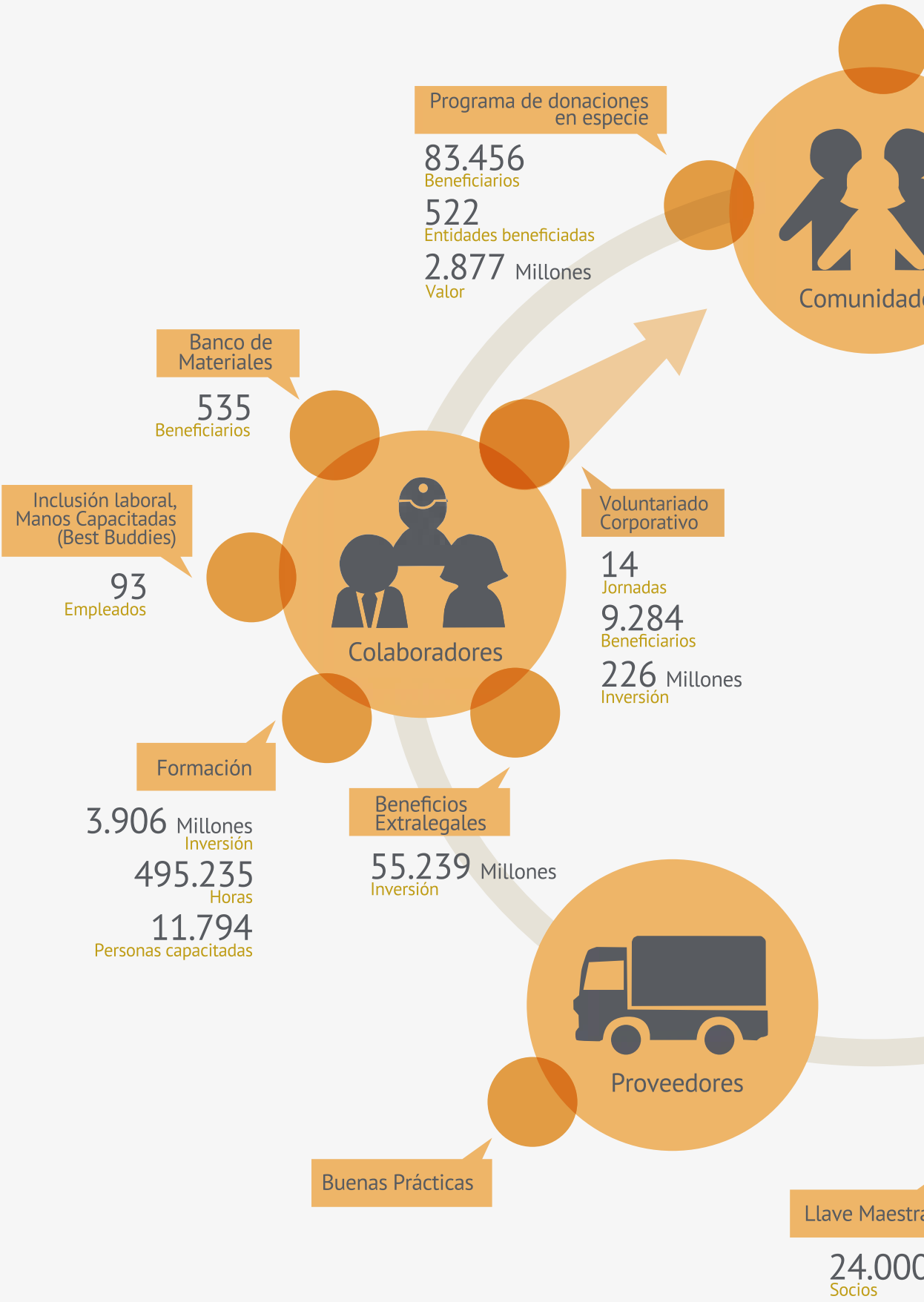
Promover y acompañar el mejoramiento de las habilidades y prácticas de los maestros y estudiantes de preescolar a 5° grado en lectura, escritura y habilidades matemáticas, desde su quehacer pedagógico en el salón de clase.

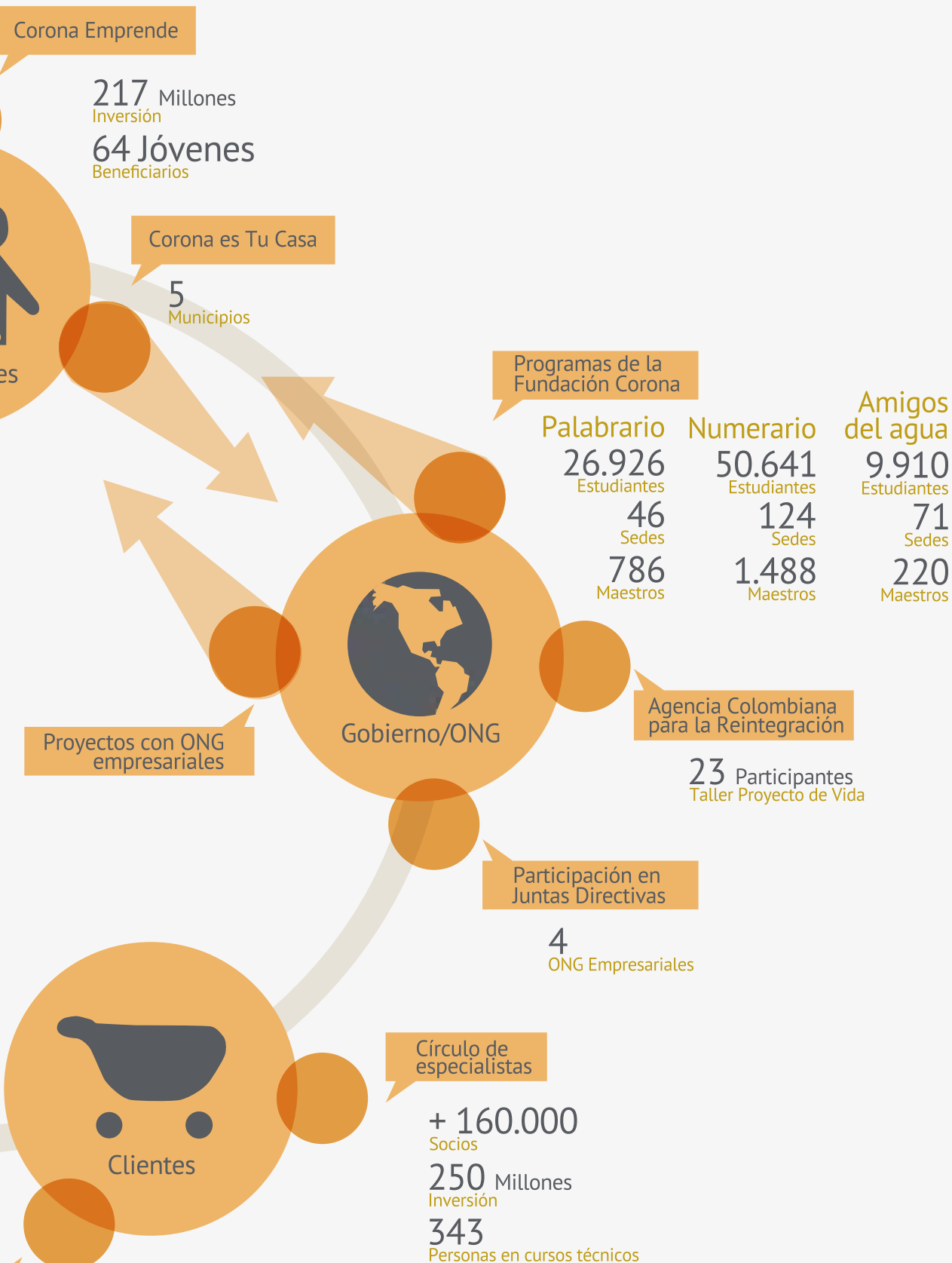
En el 2012 se trabajó en la consolidación de los programas Palabrario y Numerario que venían manejándose como dos programas separados con el fin de maximizar su impacto y la eficiencia de sus recursos.

La disminución en el número de estudiantes en el proyecto Amigos del Agua obedeció al diseño mismo del programa pues en el 2012 se tomó la decisión de fortalecer los Ecoclubes en Cundinamarca y sólo realizar las actividades en aula en Antioquia.

PROGRAMAS	Club amigos del agua			Palabrario			Numerario		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Número de estudiantes	22.638	22.688	9.910	72.890	80.125	26.926	11.963	24.819	50.641
Número de maestros	694	679	220	2.234	2.487	786	365	565	1.488
Sedes Educativas	69	71	71	314	378	46	27	85	124

Balance Social 2012







8.Tabla GRI

PACTO GLOBAL

Contenido GRI	Informe 2012	Página
Estrategia y análisis		
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la Organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la Organización.	Mensaje del Presidente	5
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	Triple Cuenta de Resultados en Corona - Estrategia - Indicadores - Logros 2012 - Retos 2013	6-13
Perfil de la Organización		
2.1 Nombre de la Organización.	La Organización	20
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	La Organización: marcas y productos	25-27
2.3 Estructura operativa de la Organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos.	La Organización: - Unidades Estratégicas de Negocio (UEN), - Estructura societaria	20-24
2.4 Localización de la sede principal de la Organización.	Oficina Corporativa Calle 100 No 8A - 55 torre C. piso 9 - PBX 6446500 Bogotá – Colombia	
2.5 Numero de países en los que opera la Organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas.	La Organización: presencia en el mundo	28-29
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	La Organización: estructura societaria	24
2.7 Mercados servidos (Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	La Organización: presencia en el mundo	28-29
2.8 Dimensiones de la Organización informante.	- Logros: Triple Cuenta 2012 - Retos: Triple Cuenta 2013	10 - 12
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la Organización.	La Organización: Premios, certificaciones y cambios 2012	36-37
2.10 Premios y distinciones obtenidas durante el periodo.	La Organización: Premios, certificaciones y cambios 2012	32-35
Parámetros de la memoria		
Perfil de la Organización		
3.1 Periodo cubierto por la información incluida en la memoria.	Acerca del informe: Alcance y límites	15
3.2. Fecha de la memoria anterior (Si la hubiere).	Informe publicado en Marzo de 2012, periodo reportado enero – diciembre 2011. Comunicación de progreso (CoP) Enviada Agosto de 2012	
3.3 Ciclo de presentación de la memoria (anual, bianual).	Acerca del informe: Alcance y límites	15
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	pcuellarm@corona.com.co	

Contenido GRI	Informe 2012	Página
Alcance y Cobertura de la Memoria		
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	De acuerdo con estrategia de Triple Cuenta de Resultados y metodología GRI V3 y lineamientos de DJSI, se reporta lo más relevante para la empresa.	15
3.6 Cobertura de la memoria (Países, divisiones, filiales).	El informe cubre las operaciones de Colombia.	24,28,29
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance y la cobertura de la memoria.	Acerca del informe: Alcance y límites	15
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar la comparabilidad entre periodos	Homecenter es una empresa colombo chilena con una participación accionaria de 51% de Organización Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia S.A	24
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	Los indicadores GRI que se presentan en el informe, detallan los comentarios que permiten entender la metodología y supuestos utilizados para su cálculo.	15
3.10 Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	<ul style="list-style-type: none"> - En el informe de 2011 se reportaron como unidades de Negocio independientes, Piso y Paredes, (P&P), Sanitarios y Lavamanos (S&L) y Griferías y Complementos (G&C). En 2012, con la integración de estas tres UEN, se reportan como Corona – Colcerámica (CC) y se hace la comparación para los años 2010, 2011 y 2012. - No se reporta puntaje de Great Place to Work de Corona – Colcerámica para 2011, por que la metodología no permite promediar los resultados. 	TABLA GRI
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados a la memoria.	- Inclusión Huella Hídrica corporativa	58-59
Índice del contenido del Informe		
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria.	Tabla GRI – Pacto Global	134 - 145
Verificación		
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	Acerca del informe: verificación externa	19
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés		
Gobierno Corporativo		
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la Organización.	La Organización: <ul style="list-style-type: none"> - Valores corporativos - Gobierno corporativo 	23, 30,31

Contenido GRI	Informe 2012	Página
Gobierno corporativo		
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	En el Consejo Corporativo hay 6 miembros independientes y 3 miembros dependientes.	TABLA GRI
4.4 Mecanismos de los accionistas y los empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Se realiza a través de la línea seamos Íntegros.	TABLA GRI
4.5 Vinculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	Sistema de Compensación Variable	TABLA GRI
4.6 Procedimientos implementados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	La Organización: Gestión Económica: Sistema de gobierno Corporativo. El Sistema de Gobierno corporativo de Corona establece procedimientos para la solución de conflictos en general y también del Consejo Corporativo.	45-47
4.8 Declaración de misión y valores desarrollados internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, social y ambiental, y el estado de su implementación.	La Organización: Valores corporativos Gestión Económica: Sistema de Gobierno Corporativo	30,31, 45-47
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Se realizan 6 Consejos directivos al año para evaluar el desempeño a los indicadores económicos, sociales y ambientales	TABLA GRI
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, social y ambiental.	Evaluación anual por parte del Presidente del desempeño de los miembros del consejo y viceversa.	TABLA GRI
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Gestión Económica: Modelo de Gestión del Riesgo	52-53

Contenido GRI	Informe 2012	Página
Compromisos con iniciativas externas		
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Gestión Social: Comunidades	117
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Triple Cuenta de resultados: Aliados	37
Participación de los grupos de interés		
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Triple Cuenta de Resultados	6-8
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Triple Cuenta de Resultados Gestión Social: Comunidades: Sistema de involucramiento con grupos de interés.	6, 8, 117
4.16. Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Gestión Social: Comunidades: Sistema de involucramiento con grupos de interés	117
4.17. Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Gestión Social: Comunidades: Sistema de involucramiento con grupos de interés	117

GRI - G3		Observaciones	Alcance	Principio del Pacto Global	Página
Indicadores Económicos					
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Se reportan: ingresos operacionales, utilidad neta, impuesto de renta causado, pago de salarios y donaciones.	Parcial		40
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	Durante 2012 no se presentaron impactos financieros significativos	Total	8	41
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Pensiones \$2.982 Millones	Total		41
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Incentivos o Bonificaciones Fiscales: <ul style="list-style-type: none"> Se realizó convenio de cofinanciación con el Sena por valor de \$ 570 Millones El gobierno creó un incentivo para la generación de empleo y la formalización laboral. Está cuantificado un descuento por \$755 millones para SD, por la vinculación de personal en situación de discapacidad 	Total		TABLA GRI
EC5	Salario Inicial comparado con el Salario mínimo local.		Total	1	41
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Los proveedores nacionales adhieren al Código de Ética y Conducta de la Organización y anualmente ratifican su entendimiento y compromiso.	Total		41
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	A cierre 2012, 96% de nuestros altos directivos (primer y segundo nivel de la Organización) son nacionales.	Total	6	TABLA GRI
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructura y los servicios soportados que proporcionan un beneficio público.	<ul style="list-style-type: none"> Gestión económica - Desempeño económico indirecto: Donaciones Gestión social - Proyectos destacados 2012 Programa de voluntariado. 	Total		TABLA GRI
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos incluyendo el alcance		Total		44

GRI - G3		Observaciones	Alcance	Principio del Pacto Global	Página
Indicadores Ambientales					
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen		Total	8	65
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que provienen de reciclaje		Total	8	75
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias		Total	8	76
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias		Total	8	76
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia		Total	8	68
EN8	Captación total de agua por fuentes		Total	9	66
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada		Total	8	78
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Gestión ambiental - Recursos naturales: - Las actuales operaciones mineras no se encuentran en terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas, ni ecosistemas vulnerables o sensibles. En general las materias primas de Corona se encuentran en zonas geográficas secas y con bajos niveles de biodiversidad.	Total	8	TABLA GRI
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Gestión ambiental - Recursos naturales: - Las actuales operaciones mineras no se encuentran en terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas, ni ecosistemas vulnerables o sensibles. En general las materias primas de Corona se encuentran en zonas geográficas secas y con bajos niveles de biodiversidad.	Total	8	TABLA GRI
EN13	Hábitats protegidos o restaurados		Total	8	67
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto de invernadero, en peso.		Total	8	70
EN17	Otras emisiones indirectas, de gases de efecto de invernadero, en peso.		Total	8	70
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas		Total	8	68

GRI - G3		Observaciones	Alcance	Principio del Pacto Global	Página
Indicadores Ambientales					
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono en peso: Estas emisiones son muy bajas por lo tanto no son consideradas en el cálculo de la huella de carbono.	Total	8	TABLA GRI
EN20	NOx SOx y Otras Emisiones significativas al aire por tipo y Peso		Total	8	79
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino		Total	8	80
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento		Total	8	80
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos		Parcial	8	83
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto		Parcial	7-9	84
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.		Total	9	85
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		Total	8	83
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos, otros bienes y materiales utilizados para la producción		Total	9	74
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales		Total	7-9	86

GRI - G3		Observaciones	Alcance	Principio del Pacto Global	Página
Indicadores Laborales					
LA1	Desglose de trabajadores por tipo de empleo, contrato y región.		Total	6	97
LA2	Número total trabajadores y rotación media desglosados por edad, género y región.		Total	6	100
LA3	Beneficios proporcionados a los empleados de tiempo completo.		Total	6	104
LA4	Número de trabajadores con contrato a término indefinido cubiertos por un convenio colectivo		Total	3	103
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Se realizó 1 notificación con un preaviso de 3 meses para formalizar la integración de las UEN de P&P, S&L y G&C bajo Corona - Colcerámica.	Total	3	TABLA GRI
LA6	Número y % de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo		Total	1	108
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, accidentes, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.		Total	1	109
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.		Total	1	114
LA10	Promedio horas de formación por año.		Total		106
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Para 2012 se inicia el proyecto Nueva Etapa en la UEN CC que busca sensibilizar y orientar a la familia y al trabajador próximo a pensionarse, se incluyó en esta primera etapa a 30 colaboradores que vivieron el proceso completo: Asesoría legal + Taller transformacional Para 2013 se involucraran trabajadores de otras UEN - Gestión social - Colaboradores: Formación y desarrollo	Total		TABLA GRI
LA12	Número y Porcentaje de empleados a término indefinido que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional		Total		107
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	6	102
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	El promedio ponderado de la relación del salario de hombres comparado al salario de mujeres es de 11.2%. Esta diferencia no está asociada a un tema de género sino a criterios de experiencia de cada perfil.	Total		TABLA GRI

GRI - G3		Observaciones	Alcance	Principio del Pacto Global	Página
Indicadores Sociedad					
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	<p>Durante 2012 se consolidó el sistema de involucramiento con grupos de interés que contempla escenarios de diálogo, mesas de trabajo y programas o proyectos para responder a los asuntos materiales identificados.</p> <p>- Gestión social - Comunidades: Proyectos sociales propios de la Organización Corona.</p>	Total		122
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Dentro del Capítulo Gestión Económica se incluye el Modelo de Gestión del riesgo el cual evalúa los riesgos asociados a corrupción o desconocimiento del Código de Ética y establecen una escala de medición para los mismos.	Total	10	52-53
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	En el 2012, 100% de los colaboradores suscribieron el nuevo Código de Ética y Conducta, manifestando su entendimiento y aceptación. Anualmente, este entendimiento es refrendado por ellos. Así mismo, el 100% de los colaboradores recibieron una capacitación sobre el manejo y cumplimiento del mismo.	Total	10	TABLA GRI
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		Total	10	48
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Corona participa en la construcción y promoción de políticas públicas a través de los gremios de los cuales es miembro (ANDI, CECODES, CCCS, ANDA, Pacto Global y ONG locales en zonas de influencia)	Total	10	TABLA GRI
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	No se presentaron sanciones significativas en el periodo.	Total		TABLA GRI

GRI - G3		Observaciones	Alcance	Principio del Pacto Global	Página
Indicadores Derechos Humanos					
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.	No es material.	No se reporta	1-6	TABLA GRI
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	La totalidad de los proveedores reciben y firman el Código de Ética de Corona, en el cual establecen el compromiso de abstenerse de realizar conductas que impliquen o promuevan la esclavitud, trabajo infantil y, en general, la afrenta a los derechos humanos	Parcial	1-6	TABLA GRI
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	No existieron incidentes relacionados con la discriminación	Total	1-3	TABLA GRI
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	No han existido casos en MI en los que la libertad sindical haya sido afectada. Se respeta el derecho a la libertad de asociación, en MI se cuenta con una Convención Colectiva que agrupa a 29 operarios.	Total	3	TABLA GRI
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	En Corona no se permite el trabajo de menores de edad en ninguna de sus Unidades de Negocio y adicionalmente se verifica que los proveedores de servicios y/o contratistas, cumplan con las leyes exigidas por el gobierno colombiano. A demás tanto el Pacto Global como nuestro Código de Ética, prohíben esta situación.	Total	5	TABLA GRI
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación		Total	4	116

GRI - G3		Observaciones	Alcance	Principio del Pacto Global	Página
Indicadores Producto Responsable					
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	<p>Contamos con las siguientes certificaciones de calidad: ISO9001: GM, G&C, SM, S&L, VC. ISO14001: GM, G&C, SM. OHSAS18001: GM, G&C.</p> <p>97% de los productos de S&L están certificados de acuerdo a la NTC 920 -2012. 97% de los productos de P&P están certificados de acuerdo a la NTC 919.</p> <p>Para 2013 se buscará unificar las certificaciones de las UEN P&P, S&L y G&C bajo una sola certificación de los productos para Corona - Colcerámica</p>	Parcial	1	TABLA GRI
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.	<p>El plan de sostenibilidad ambiental de Corona tiene un frente de trabajo Portafolio de productos verdes, que permite gestionar el desarrollo de estos productos en las UEN. El objetivo para 2016 es contar con un producto certificado en cada UEN. Hemos continuado el trabajo en la expedición de sellos ambientales colombianos para distintas categorías y durante 2013 trabajaremos en la certificación de algunos productos.</p> <p>Conservamos la certificación EPA – Watersense, otorgada a los inodoros de alta eficiencia.</p>	Total		TABLA GRI
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.		Total	1	128
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.	Todas las piezas publicitarias se elaboran de acuerdo con el Decreto 3466 de 1982 (Estatuto del Consumidor), el Código Colombiano de Autoregulación Publicitaria y la supervisión de ETESA para los sorteos promocionales.	Total		TABLA GRI
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	En 2012 se presentó 1 incidentes por publicidad engañosa en Sodimac Colombia.	Total	1	TABLA GRI
PR7	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	Sanciones impuestas a Sodimac Colombia S.A. por \$10.712.000 , por incumplimiento en fijación de precios y publicidad engañosa	Total	1	TABLA GRI

Vicepresidente Asuntos Corporativos

Ana María Delgado

Equipo de trabajo Responsabilidad Corporativa

Paula Cuellar, Directora de Responsabilidad Corporativa

Mario René Bernal, Jefe Corporativo de Asuntos Ambientales

Nicolás Contreras, Jefe Corporativo de Asuntos Sociales

Martha Rocío Alarcón, Coordinadora de Asuntos Sociales

Juliana Restrepo Torres, Coordinadora de Responsabilidad Corporativa

Valeria Baracaldo, Analista Gestión Ambiental

Responsables información Económica

Manuel Navas, Gerente Financiero Corporativo

Elizabeth Echeverry, Contadora Corporativa

Responsables información Social

Maria Inés Rueda, Gerente de Gestión Humana - USC y CCORP

Adriana Meza, Directora de Calidad y Formación - AC

Paola Ximena Hernández, Jefe de Responsabilidad Social - SD

María Carolina Vélez, Coordinadora de Gestión Integral - CC

María Adelaida Duque, Coordinadora Gestión Integral - SM y MI

Silvia Elena Gómez, Coordinadora de Gestión Integral - GM

Claudia Marcela Cano, Coordinadora Desarrollo y Cultura - VC

María Angélica Izquierdo, Asistente de Gerencia - L&T

Ángelica María Villota, Líder de Sistemas de Información de Gestión Integral

Inés Elvira Vega, Líder de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial Corporativa

Responsables información Ambiental

Andrés Mejía, Jefe de Sistema de Gestión Ambiental - Colcerámica

David Eduardo Penagos, Coordinador Ambiental - CC Madrid y Funza

Jorge Enrique Galvis, Coordinador Ambiental - CC Antioquia

Heidy Lorena Betancourt, Coordinadora Ambiental - CC Sopó

Jorge Humberto Araque, Jefe de Protección Ambiental - SM

Juan Felipe López, Facilitador Sistema de Gestión Integral - SM

Carlos Andrés Martínez, Coordinador Ambiental - GM

Janeth Isney Martínez, Cinturón Negro Maestro - VC

John Wilmar Henao, Ingeniero Ambiental - VC

Claudia Moesker, Jefe de Gestión Ambiental - SD

Juan Pablo Arango C, Jefe Inteligencia Comercial - AC

Luisa Fernanda Pérez, Analista Gestión Ambiental - SD

Jeison Alejandro Zapata, Facilitador Ambiental - MI

Andrea Robayo Mendoza, Facilitadora Ambiental - CC Funza

Comunicaciones y corrección de estilo

Liliana Toro, Directora Corporativa Comunicaciones

Diseño y diagramación

Elizabeth Gaviria

Hugo Nicolas Rivera

Fotografía

Federicoruiz.com

corona

Mejora tu Vida

Ven y conversa con nosotros:



Facebook



Flickr



Blog

www.coronamejoratuvida.com.co
www.corona.com.co