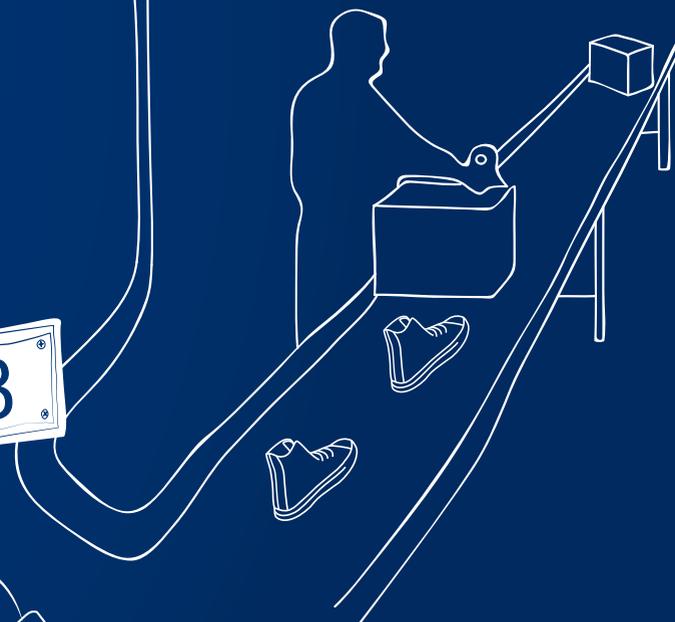




Origen

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2013



 **Plasticaucho**
COLOMBIA

Una Mirada a Nuestra Región



Tenemos presencia
con productos en
 **10 PAISES**

80 AÑOS
de experiencia



Ventas
Us 180MM



Pares
24MM

Somos más de
2.700 Colaboradores



Origen

VENUS COLOMBIANA S.A.

Ha evolucionado

Ahora somos

 **Plasticaucho**
COLOMBIA

Una empresa del Grupo Plasticaucho.

Contamos con más de 80 años de experiencia en el mercado del calzado, con presencia de nuestros productos en más de 12 países y ventas anuales de 24 millones de pares.

Volver al origen es tomar un tiempo para mirar los caminos que hasta hoy hemos recorrido, darle valor a nuestras raíces y retomar la simplicidad de nuestra esencia. La autenticidad, practicidad, espontaneidad y creatividad que nos ha permitido siempre adaptarnos al entorno y buscar satisfacer las necesidades de nuestros grupos de interés, con la firme convicción que a través de nuestros valores, el trabajo en equipo y la pasión por lo que hacemos, podremos seguir contribuyendo al desarrollo y crecimiento de nuestro país.

Contenido

| | |
|---|--|
|  | CAPÍTULO 1 Nuestro Informe7 |
|  | CAPÍTULO 2 Nuestra Esencia13 |
|  | CAPÍTULO 3 Construyendo País21 |
|  | CAPÍTULO 4 Compromiso Verde25 |
|  | CAPÍTULO 5 Nuestros Colaboradores31 |
|  | CAPÍTULO 6 Acompañamos tus Pasos45 |
|  | CAPÍTULO 7 Desarrollo de Nuestros Socios de Negocios51 |
|  | CAPÍTULO 8 Compromiso Ético y Social55 |
| | TABLA GRI |

Encuentra la tabla de indicadores GRI del informe de sostenibilidad en www.venuscolombiana.com

Gerente General

Jorge Andrés Zuluaga S.

Comité Editorial

Lina Paola Pachón C.
Ángela María Quintero F.

Asesoría

Fortalecerse

Dirección Creativa, Diseño y Diagramación

Partner360.co

DATOS DE LA EMPRESA Venus Colombiana S.A.

Carrera 35 No. 13-55
Acopi - Yumbo
Valle del Cauca - Colombia
PBX: (57)(2) 4858999
Línea gratuita: 018000188999
www.venuscolombiana.com





Plasticaucho

COLOMBIA



MENSAJE DE NUESTRO GERENTE GENERAL

El 2013 fue un año lleno de cambios y retos para nuestra compañía, en el cual tuvimos la oportunidad de encontrar soluciones creativas para continuar garantizando a nuestros grupos de interés una gestión social, económica y ambientalmente sostenible.

El primer cambio que tuvimos fue el de adquirir el nombre de nuestro grupo corporativo y comenzar a llamarnos Plasticaucho Colombia, lo que permitió una alineación de los nombres de las empresas, en los países en los cuales el grupo Plasticaucho tiene presencia.

Este año sin duda tuvo muchos retos para nuestra empresa y para el sector del calzado, pues diferentes factores sociales y económicos, afectaron directamente la industria y el comercio de calzado en todo el País.

Sin embargo, en el 2013 el gobierno apoyó la industria con el decreto 074 del Ministerio de Industria y Comercio, a través de la protección arancelaria para los productos que ingresan al país provenientes del exterior, lo que permitió la reactivación del sector industrial, incentivando la producción local y para el caso de Plasticaucho Colombia, profundizó nuestra

vocación de productores y de desarrolladores de encadenamientos productivos, generando nuevos empleos para la región.

Continuamos con el desarrollo de la ruta al mercado que permitió incrementar nuestra participación en nuevos canales de distribución, así como ampliar el portafolio con nuevas marcas y productos que aumentaron nuestra oferta hacia los canales y usuarios.

Implementamos la planta de calzado vulcanizado generando 100 nuevos empleos y con la cual buscamos atender las necesidades de calzado de moda especialmente de mujeres y niños; En el 2014 estimamos con este proyecto producir 20.000 pares mensuales de zapatos.

En el 2013 continuamos enfocándonos en emplear los recursos adecuados, en simplificar y racionalizar los procesos, logrando con ello eficiencias operacionales de largo plazo.

Continuamos fortaleciendo las relaciones con nuestros grupos de interés, principalmente los Colaboradores en quienes seguimos enfocando nuestras apuestas de desarrollo y formación de habilidades para el liderazgo, que les permita continuar creciendo dentro de la organización.

Gracias a la generación de alianzas público – privadas, este año tuvimos la oportunidad de desarrollar apuestas a gran escala en el fortalecimiento de las competencias técnicas y laborales para los habitantes de nuestra comunidad con la generación de aulas sostenibles de aprendizaje productivo.

Nuestro enfoque ambiental sigue siendo el de desarrollar técnicas innovadoras con prácticas limpias en nuestros procesos de producción que nos permitan garantizar un entorno ambientalmente sostenible

Tenemos muchos retos como compañía en el 2014, entre ellos consolidar el crecimiento rentable de nuestra compañía, continuar generando eficiencias operacionales y especialmente continuar trabajando en el desarrollo de nuestros socios de negocio, fortaleciendo la manera de interactuar con cada uno de ellos.

Como elemento clave para resaltar, nuestro reporte se estructuró bajo las recomendaciones de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (Guía GRI), en su versión G4, la cual fue lanzada en mayo del 2013. Bajo esta nueva guía continuamos construyendo la ruta que nos guiará en el cumplimiento de nuestros desafíos y metas hacia la sostenibilidad.

Jorge Andrés Zuluaga
Gerente General



Nuestro Informe

1

Nuestro Informe de Sostenibilidad

Cubre el año 2013 y fue realizado bajo los lineamientos de la NUEVA guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI). Este reporte cuenta con un nivel ESCENCIAL O CORE. Así mismo nuestros indicadores de desempeño están correlacionados con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, al cual Venus Colombia S.A se encuentra adherido desde el año 2010.

La presentación del reporte es anual y fue realizado por el equipo de Talento Humano y RSE con el apoyo de las distintas áreas de gestión de la empresa. De igual forma contamos este año con la facilitación de Fortalecerse, Sostenibilidad Empresarial, que nos brindó su apoyo en la formulación y elaboración de nuestro reporte.

Aspectos Materiales y Cobertura

En abril del año 2013 se desarrollaron dos sesiones de trabajo con un grupo de 8 personas representantes de diversas áreas de gestión de la empresa, donde se realizó el TEST DE MATERIALIDAD. Cabe anotar que este test fue realizado para Venus Colombiana S.A, siendo esta la persona jurídica que responde por la operación en el país.

Esta prueba tuvo como objetivo identificar los asuntos materiales de sostenibilidad para la empresa. La vigencia es de dos (2) años.

Asuntos Materiales

Asuntos de Sostenibilidad

- Se identificaron seis asuntos de sostenibilidad. Estos provienen de una serie de talleres que se realizaron a 90 colaboradores de la empresa, donde se encontraron cuáles son los temas importantes para la gestión de la RSE y sostenibilidad de la empresa.
- Estos asuntos se definieron teniendo en cuenta qué temas son relevantes para empresas del sector del calzado y las confecciones, las tendencias en materia de sostenibilidad que otorga el **Standars Maps** de la Organización Mundial del Comercio OMC.

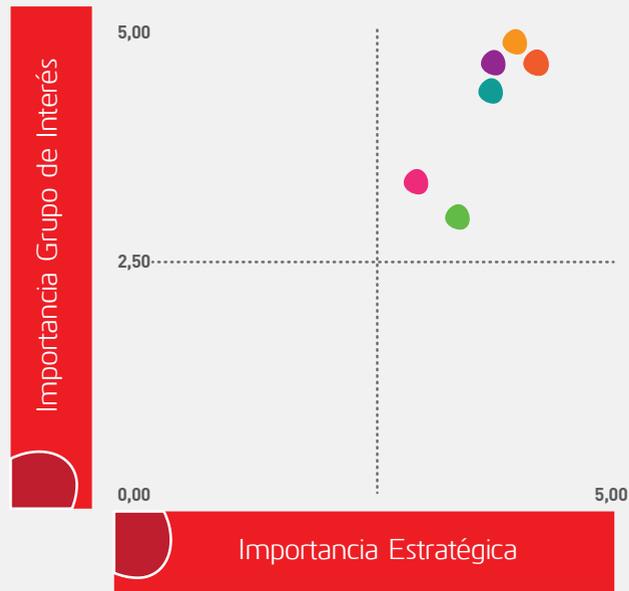
Materialidad

- Validación de los seis (6) asuntos de sostenibilidad de la empresa, utilizamos los criterios formulados por la **SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)** de los Estados Unidos, donde a través de unos criterios, se define la importancia estratégica tanto para la empresa como para los grupos de interés de los asuntos de sostenibilidad propuestos.

Asuntos Materiales

- El resultado de este proceso, es identificar cuáles son los asuntos materiales de sostenibilidad, para esto se calificó cada asunto en función de la importancia para la estrategia de la empresa como para la relevancia para grupos de interés.

**MATRIZ DE MATERIALIDAD
PLASTICAUCHO COLOMBIA S.A.**



Convenciones:

- Nuestros Colaboradores
- Construyendo País
- Desarrollo de Nuestros Socios de Negocio
- Compromiso con el Medio Ambiente
- Acompañando tus Pasos
- Compromiso Ético y Social

En este ejercicio, los seis asuntos de sostenibilidad planteados, resultaron ser materiales para la empresa y los grupos de interés. En este sentido la gestión de RSE y Sostenibilidad de la empresa para

el año 2014 se centrará en estos grandes temas, especialmente en el Desarrollo de Nuestros Socios de Negocio, Nuestros Colaboradores y Compromiso con el Medio Ambiente, debido a la profundización de la producción (transformación) en Colombia.

Participación de los Grupos de Interés

VALIDACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS:

A través de los criterios formulados por la AA1000 (Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad) se identificaron nuevos grupos de interés, se validaron los propuestos en periodos anteriores y finalmente se priorizaron en función de los impactos que generan y reciben.

Los criterios utilizados para priorizar radican en la capacidad de influencia que tienen los diversos grupos de interés sobre operaciones claves de la empresa y como ella de igual forma con su operación afecta las decisiones de estos grupos.

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

La priorización se hizo con 8 colaboradores de diversas áreas de la empresa. Este proceso se realizó como actividad clave para definir la materialidad del reporte.

Los grupos de interés identificados y priorizados son:

| GRUPO | SCORE |
|---------------|-------|
| Colaboradores | 5 |
| Clientes | 5 |
| Accionistas | 5 |
| Proveedores | 4,25 |

| GRUPO | SCORE |
|---------------|-------|
| Usuarios | 4,25 |
| Gremios | 3,25 |
| Comunicadores | 3,25 |
| Gobierno | 2,75 |

NOTA: Escala de calificación de 1 a 5

Nuestros canales de Diálogo con Grupos de Interés:

| Grupos de Interés | Carácter de la Comunicación | Mecanismos de interacción con grupos de interés |
|---------------------------------|-----------------------------|--|
| Accionistas y comité directivos | Bidireccional | Comité gerencial, comité corporativo, Junta Directiva, Asamblea general accionistas, medios de comunicación cara a cara (reuniones trimestrales de resultados y grupos focales mensuales con la gerencia). |
| Colaboradores | Bidireccional | Plan de comunicaciones basado en el fortalecimiento de nuestra plataforma de medios tradicionales (Intranet, comunicados corporativos, boletines, cartelera física y virtual, displays, encuestas de satisfacción, buzón de sugerencias, perfil facebook) y en el fortalecimiento de los medios de comunicación personal, promoviendo espacios comunicacionales entre los diferentes niveles y áreas con una programación anual establecida. |
| Proveedores | Bidireccional | Página web, Contact Center, contacto directo y personalizado. |
| Clientes | Bidireccional | Asesores comerciales, Contact Center, página web corporativa. |
| | Unidireccional | Boletín Marcando el Paso. |
| Comunidad | Unidireccional | A través de ONGs con las que hemos construido alianzas, Contact Center. |

| Grupos de Interés | Carácter de la Comunicación | Mecanismos de interacción con grupos de interés |
|-------------------|-----------------------------|---|
|-------------------|-----------------------------|---|

Usuarios

Bidireccional

Página web para tenis Venus (www.tenisvenus.com)
 Página web corporativa (www.venus.com)
 Facebook para tenis Venus (www.facebook.com/tenisvenus.com)
 Contact Center (Línea 018000188999)

Para el reporte del 2013, se abrió un espacio de diálogo con los proveedores. A continuación presentamos el balance de la actividad realizada el 7 de marzo de 2014 con el grupo de maquiladores de Plasticaucho Colombia.

Se contó con una participación de 8 personas pertenecientes a las 7 maquilas con las que actualmente trabajamos. Por parte de Plasticaucho Colombia S.A, participaron en la actividad 4 colaboradores: Los objetivos de este dialogo con proveedores están centrados en:

- Abrir un espacio de diálogo con el grupo de maquiladores de Plasticaucho Colombia.
- Compartir con el grupo de maquiladores la estrategia de sostenibilidad de Plasticaucho Colombia.
- Fortalecer la relación con el grupo de maquiladores.

Con base en una encuesta de 10 preguntas quisimos orientar el dialogo y con ello poder capturar expectativas y requerimientos para la mejora de nuestra relación comercial con este grupo de proveedores críticos.

Estos son los resultados de la encuesta:

| Proveedores y relaciones comerciales | Sí | No |
|--|------|-----|
| 1 ¿Conoce usted si Plasticaucho Colombia posee un reglamento que oriente la relación comercial con proveedores? | 43% | 57% |
| 2 ¿Plasticaucho Colombia ofrece información completa sobre las expectativas y requerimientos que deben cumplir sus proveedores? | 71% | 29% |
| 3 ¿Cree usted que la relación con Plasticaucho Colombia apunta a la formación de alianzas estratégicas con miras a largo plazo que permita la estabilidad en la actividad productiva? | 100% | 0% |
| 4 ¿Conoce usted si Plasticaucho Colombia realiza de forma sistemática acciones para desarrollar a sus proveedores tales como programas de capacitación, formación, transferencias de tecnologías y facilidades al acceso a créditos? | 43% | 57% |

| Proveedores y relaciones comerciales | Sí | No |
|---|------|-----|
| 5 ¿Conoce usted si en Plasticaucho Colombia se han generado instancias en las que se comparten conocimientos y técnicas con proveedores con el fin de mejorar los procesos productivos? | 43% | 57% |
| 6 ¿Plasticaucho Colombia cumple oportunamente con los compromisos contractuales adquiridos con sus proveedores? | 100% | 0% |
| 7 ¿Conoce usted si Plasticaucho Colombia tiene un sistema de comunicación frecuente con sus proveedores? | 100% | 0% |
| 8 ¿Plasticaucho Colombia estimula la formalización y la capacitación de pequeños proveedores locales, ayudándolos a adecuarse a las exigencias del mercado? | 43% | 57% |
| 9 ¿Conoce usted que Plasticaucho Colombia cuenta con una política de trato equitativo con sus proveedores y contratistas? | 71% | 29% |
| 10 ¿Considera que Plasticaucho Colombia es un buen cliente para su negocio? | 100% | 0% |

De este ejercicio se tomaron expectativas y experiencias de nuestros proveedores con Plasticaucho Colombia S.A. Los proveedores en su totalidad destacan la relación comercial cuando manifiestan que la empresa es un buen cliente para su negocio. De forma complementaria a la encuesta, manifestaron lo siguiente:

- "Es buena para mi negocio...Porque genera empleo y el crecimiento de nuestra empresa"
- "Es buena para mi negocio...Porque es una empresa que tiene compromiso con el crecimiento social y económico de nuestra región"
- "Es buena para mi negocio...Porque hace factible el crecimiento de mi empresa"
- "Es buena para mi negocio... Porque me permite estar dentro del marco del respeto legal y tributario"
- "Es buena para mi negocio...Porque nos ayuda a fortalecernos y formalizarnos"

A partir de este ejercicio, valoramos estas apreciaciones y las incluimos en este ejercicio de materialidad y nos muestra una nueva ponderación en la matriz de materialidad. Este hecho hace que este asunto se ponga dentro de los temas prioritarios de gestión en RSE y sostenibilidad para el 2014, con ánimo de afrontar los retos que encarna una relación sostenible con nuestros proveedores.



Nuestra Esencia

2

MISIÓN

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



VISIÓN

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



NUESTROS VALORES

- Estamos comprometidos con la ética.
- Respetamos la tradición.
- Innovamos en todo lo que hacemos.
- Le apostamos al desarrollo de las personas.
- Actuamos con calidez.
- Somos sensibles frente a nuestros clientes.
- Nos apasiona el trabajo en equipo.
- Somos solidarios.

Política Integral

En Plasticaucho Colombia tenemos un claro compromiso con:

- Respetar y cumplir las leyes de los países donde actuamos, en particular las que se relacionan con nuestros sistemas de Gestión de Calidad, S&SO, ambiental y de Seguridad Física.
- Practicar y promover la transparencia y la ética en todas nuestras acciones.
- Identificar, controlar y buscar prevenir y/o minimizar nuestros impactos y riesgos al medio ambiente, a la salud ocupacional, a la seguridad física, a la financiación del terrorismo y lavado de activos y hacia nuestros grupos de interés en general.
- Trabajar en la detección de las necesidades de nuestros grupos de interés y buscar continuamente mejorar en la forma como damos respuesta a ellas, a través de nuestros sistemas de gestión, en particular a nuestros clientes para aumentar su satisfacción con nuestros productos y servicios, cumpliendo los requisitos establecidos.

Nuestro Compromiso con la RSE

Plasticaucho Colombia bajo su política de Responsabilidad Social Empresarial, desarrolla acciones contenidas bajo un modelo de RSE estratégico sostenible.

NUESTROS PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE RSE

- . Rendición de cuentas.
- . Transparencia.
- . Comportamiento ético.
- . Respeto a los intereses de las partes involucradas.
- . Respeto a la ley.
- . Respeto a la normativa internacional de comportamiento.
- . Respeto a los Derechos Humanos.



This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

Pacto Global

En el año 2010 firmamos nuestra adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas, comprometiéndonos a integrar los cambios necesarios en nuestras operaciones con el fin de que los 10 principios de Pacto Global sean parte de la gestión, la estrategia, la cultura y el día a día de nuestra actividad empresarial.

Gobierno Corporativo

Junta Directiva

Principales

Mauricio Cuesta

Patricio Cuesta

Jose Filometor Cuesta

Gonzalo Callejas

Patricio German Toro

Suplentes

Francisco José Cuesta

Diego Hernán Cuesta

Xavier Hernán Cuesta

Francisco Javier Vivero

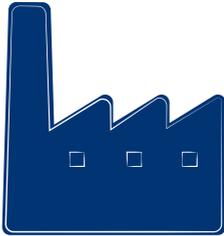
Andrés Fernando Cisneros

Estructura Operativa de la Organización



Conoce nuestra cadena de valor

PROVEEDORES



Más que nuestros proveedores, nuestros aliados estratégicos, son aproximadamente 580 grandes, medianas y pequeñas empresas quienes nos brindan sus servicios en materias primas, producto terminado, consultoría, asesoría técnica y servicios generales. Empresas con las que hemos emprendido y otras de las que hemos sido partícipes de su desarrollo.



COMUNIDAD



Los habitantes del municipio de Yumbo y corregimientos aledaños conforman nuestra comunidad. Es por ellos que trabajamos para brindar alternativas de desarrollo social y económico a través de la oferta de empleos de calidad.

CLIENTES



Canal alternativo:.....10
Canal Cadenas:.....17
Canal Institucional:.....329
Canal DAM:.....147
Canal Tiendas:.....4.922

USUARIOS



Nuestros usuarios son niños, jóvenes y adultos latinoamericanos, quienes cada vez más buscan zapatos cómodos, asequibles y que se adapten a sus necesidades.

Mercados Atendidos



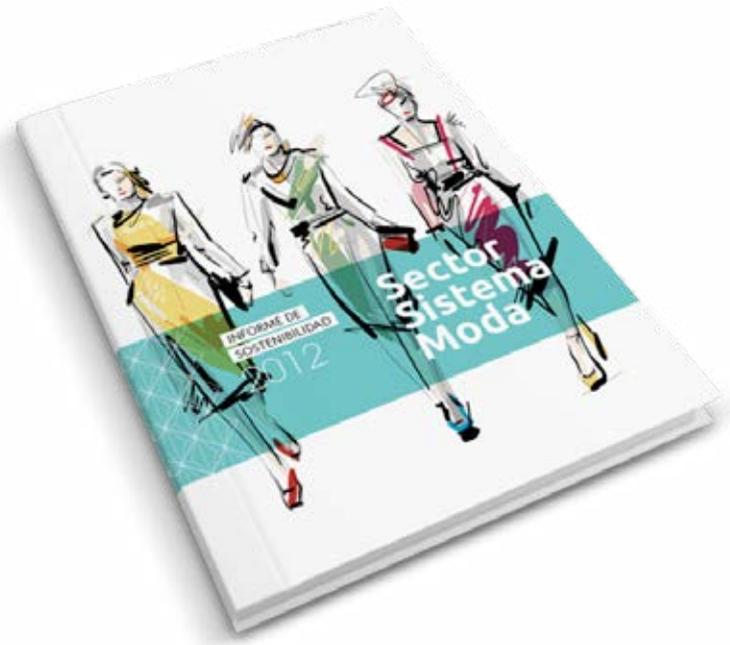
Asociaciones y gremios en los que participamos

- Pertenece a la junta directiva de ACICAM seccional Valle del Cauca (Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas).
- Hacemos parte de la junta directiva de la Asociación de Gestión Humana del Valle del Cauca, ACRIP.
- En la Asociación Nacional de Industriales, ANDI, participamos de los comités de: Responsabilidad Social, Ambiental, Salud Ocupacional y Logística.
- Igualmente tenemos afiliación en las siguientes asociaciones: Fenalco, Cámara de Comercio de Cali, Cámara de Comercio Industrias Colombo Panameña, Cámara Colombo Ecuatoriana y Cámara Colombo Americana.
- En el 2013 se presentó el primer Informe de Sostenibilidad del Sector Sistema Moda, incluyendo los sectores de Textiles y Confecciones, y de Cuero, Calzado y Marroquinería. Este presenta los principales impactos, retos y oportunidades de la gestión en sostenibilidad de las

empresas a nivel nacional y también analiza de qué manera la gestión gremial y sectorial ha impulsado la actuación sostenible y responsable del Sistema Moda en el país.

Nuestra compañía como empresa agremiada de ACICAM, participó en la medición de la línea base en sostenibilidad 2012, cuyo objetivo fue recolectar información cuantitativa sobre la gestión y el desempeño social y ambiental de las empresas del sector para el beneficio de la sociedad colombiana.

Ver aquí: <http://goo.gl/Jv1JOW>





Construyendo País

La importancia estratégica de este asunto de sostenibilidad se define en el imperativo de la empresa de garantizar la generación de valor económico para nuestros accionistas y demás grupos de interés. Para ello nuestra gestión se enfoca en la evaluación, control y mitigación de riesgos inherentes a la Compañía y al Grupo Corporativo. Este asunto nos pone como reto principal la eficiencia operativa y nos brinda oportunidades a futuro como el fortalecimiento encadenamientos productivos.



Indicadores Financieros



Para Plasticaucho Colombia el compromiso con la generación de empleo y salario justo, el pago oportuno de impuestos, el cumplimiento de las normas y la ejecución de proyectos de desarrollo comunitario son clave a la hora de apoyar el desarrollo de Colombia.

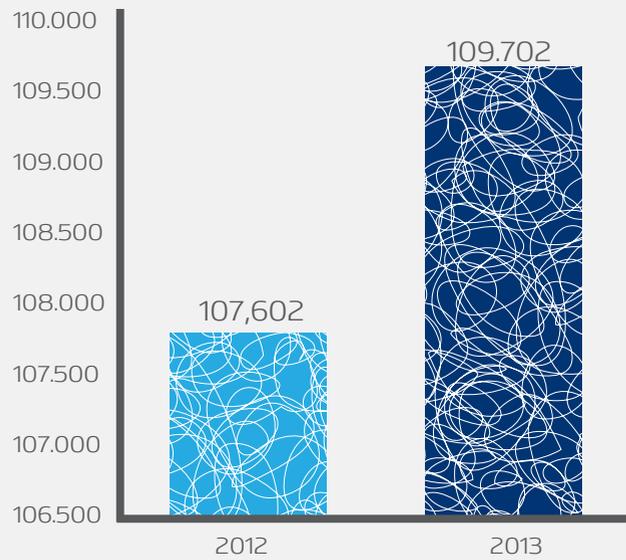
*cifras en millones de pesos Colombianos

Por decisión de la Asamblea de Accionistas no se decretó reparto de dividendos durante 2013. Las utilidades del ejercicio fueron reinvertidas en la compañía.



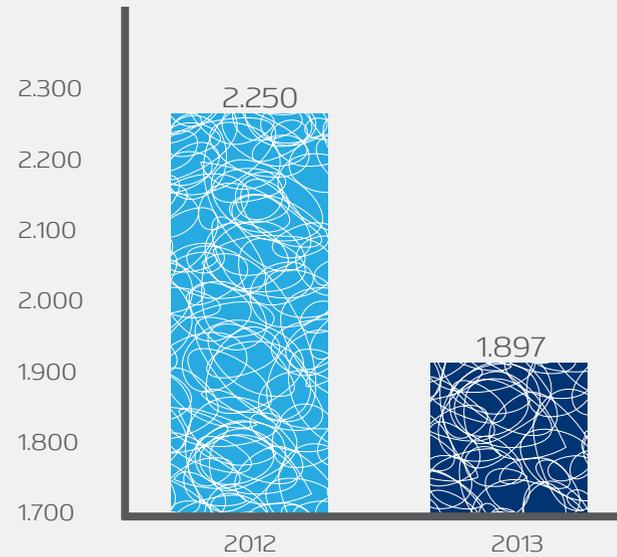
VED

Valor económico distribuido



VER

Valor económico retenido



Durante el año 2013 las inversiones en infraestructura alcanzaron **\$1.154** millones de pesos, mejorando la capacidad de producción y logística en general. Estas obras permitieron un aumento en las capacidades competitivas de la compañía y por lo tanto del sector económico en la región.



Salarios y Beneficios Sociales para nuestros colaboradores.

Cop \$11.892M



Pagos a Gobiernos

Cop \$1.590M



Ingresos

Cop \$111.599M



Otros Costos

Cop \$2.473M



Inversiones en la Comunidad

Cop \$613M



Costos Operativos

Cop \$93.134M

Compromiso Verde

Entendemos que el cuidado de los recursos ambientales y su sostenibilidad es uno de nuestros objetivos. Para ellos hacemos gestión de proyectos estratégicos y programas enfocados al uso eficiente de recursos y residuos. Nuestros principales retos para este asunto es reducir la cantidad de residuos en el proceso productivo y reutilización interna de materiales, con ánimo de reducir nuestro impacto y ser más eficiente en nuestra producción



Planta de calzado vulcanizado

En el último trimestre del año comenzó a operar la nueva planta de producción de calzado vulcanizado, convirtiéndose en la tercera línea de producción de Plasticaucho Colombia. Este proyecto contó con una etapa previa de control ambiental, donde se procedió a la adecuación de la infraestructura y la medición de: emisiones a la atmósfera; solventes; material particulado y ruido ambiental. Estas mediciones permitieron garantizar que este proceso productivo no representaría peligro ambiental para la comunidad, pues no se emiten gases ni material particulado al medio ambiente. Adicionalmente, se ajustaron algunos elementos de protección personal, buscando asegurar la salud de los colaboradores.



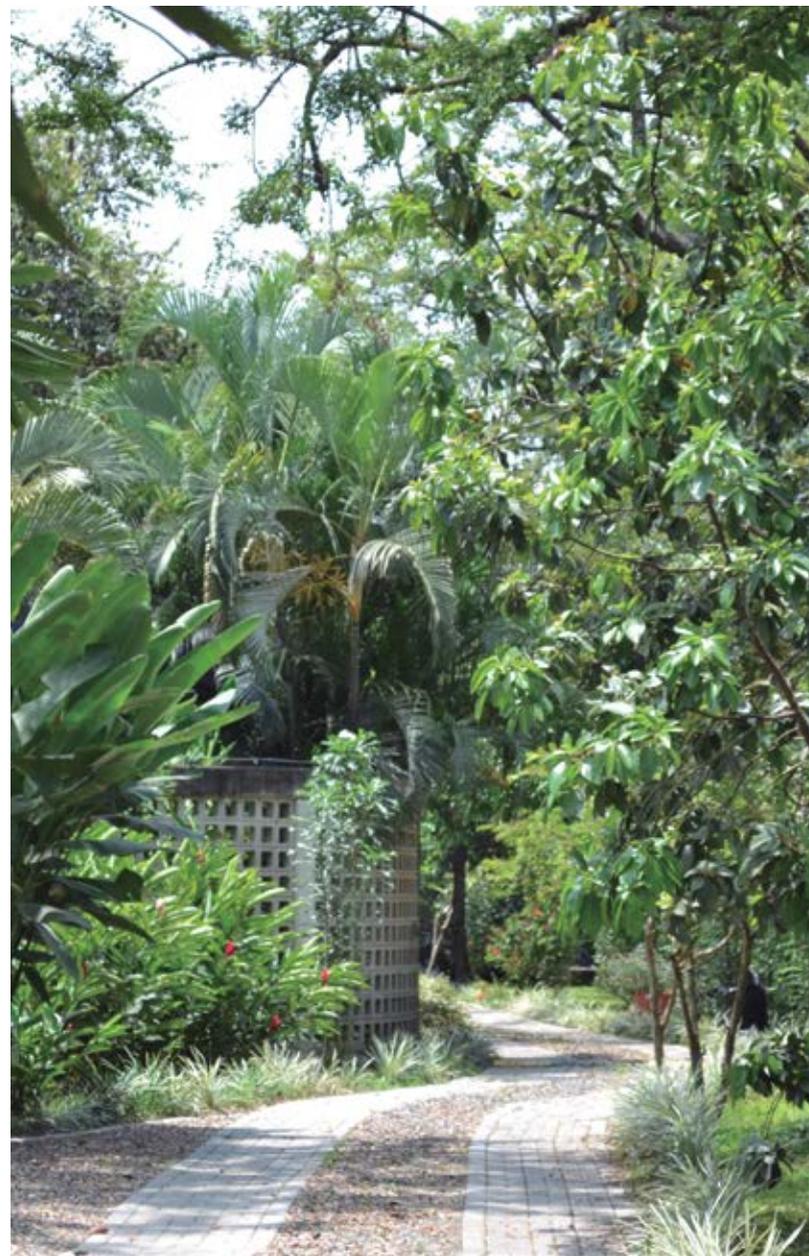
MATERIALES

A continuación presentamos los materiales utilizados en nuestro proceso de producción y la relación del consumo de cada uno.

| Materiales no renovables | Unidad | Consumo |
|---|----------|-----------|
| Artículos de aluminio ncp | Kg | 14,099 |
| Bolsas de material plástico sin impresión | Kg | 19,160 |
| Capelladas de lona para calzado | Pares | 3,243,902 |
| Cartón acanalado-corrugado | Unidades | 307,951 |
| Cinta autoadhesiva | Kg | 1,277 |
| Cordones para calzado de materias textiles | Kg | 20,025 |
| Etiquetas impresas autoadhesivas de papel | Unidades | 4,235 |
| Grapas metálicas ncp | Kg | 1,332 |
| Hilo industrial de nylon | Kg | 15,896 |
| Pegantes sintéticos | Kg | 1,340 |
| Pinturas sintéticas (oleo resinosas) | Gal | 4,780 |
| Plantillas de plástico espumado flexible para | Pares | 6,649,878 |
| Resinas vinílicas | kg | 2,956,223 |

Adicionalmente en el 2013, gracias a la apertura de la planta de calzado vulcanizado se comenzaron a utilizar los siguientes materiales:

| Materiales no renovables | Unidad | Consumo |
|---|--------|-----------|
| Caucho natural en formas primarias o en planchas, hojas o tiras | kg | 785.04 |
| Caolín | Tn | 0.13 |
| Thiner f.d.r. | Gal | 10,585.00 |
| Ácido esteárico | Kg | 35.29 |
| Bióxido de titanio | Kg | 131.21 |
| Carbonato de cal o calcio | kg | 356.98 |
| Silicato de Sodio | kg | 727.71 |
| Azufre pulverizado, micro pulverizado o micronizado | kg | 25.00 |
| Poli etilenglicol | kg | 43.91 |
| Mezclas de caucho natural con caucho sintético | kg | 565.61 |
| Pigmentos preparados | kg | 23.47 |
| Lubricantes para plásticos | kg | 50.77 |



Gestión de Residuos Sólidos

En Plasticaucho Colombia somos conscientes de que nuestros procesos administrativos y productivos generan una gran cantidad de residuos que, de no ser tratados adecuadamente, pueden afectar nuestro entorno. Es así como nuestros esfuerzos se encaminaron en la consolidación del Programa de Gestión de Residuos Sólidos de la mano de un aliado estratégico, quien compra nuestros residuos y gestiona su rehúso con el clúster de reciclaje de Cali, garantizando la sostenibilidad de esta operación.



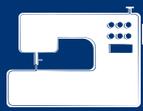
Admón.

Residuos
Papel



Inyección

Pirola
Media
Plásticos (bolsas,
zuncho, estrech film)



Aparado

Sesgo
Tela
Terry (Algodón o espuma)
Plástico (bolsa, estrech film)
Tubos de Pvc (tubos de hilo
y sesgo)



Logística

Cajas Cartón
Estibas de Madera
Plástico (bolsas, zuncho,
estrech film)



Reciclaje Interno
5% capelladas
20% PVC

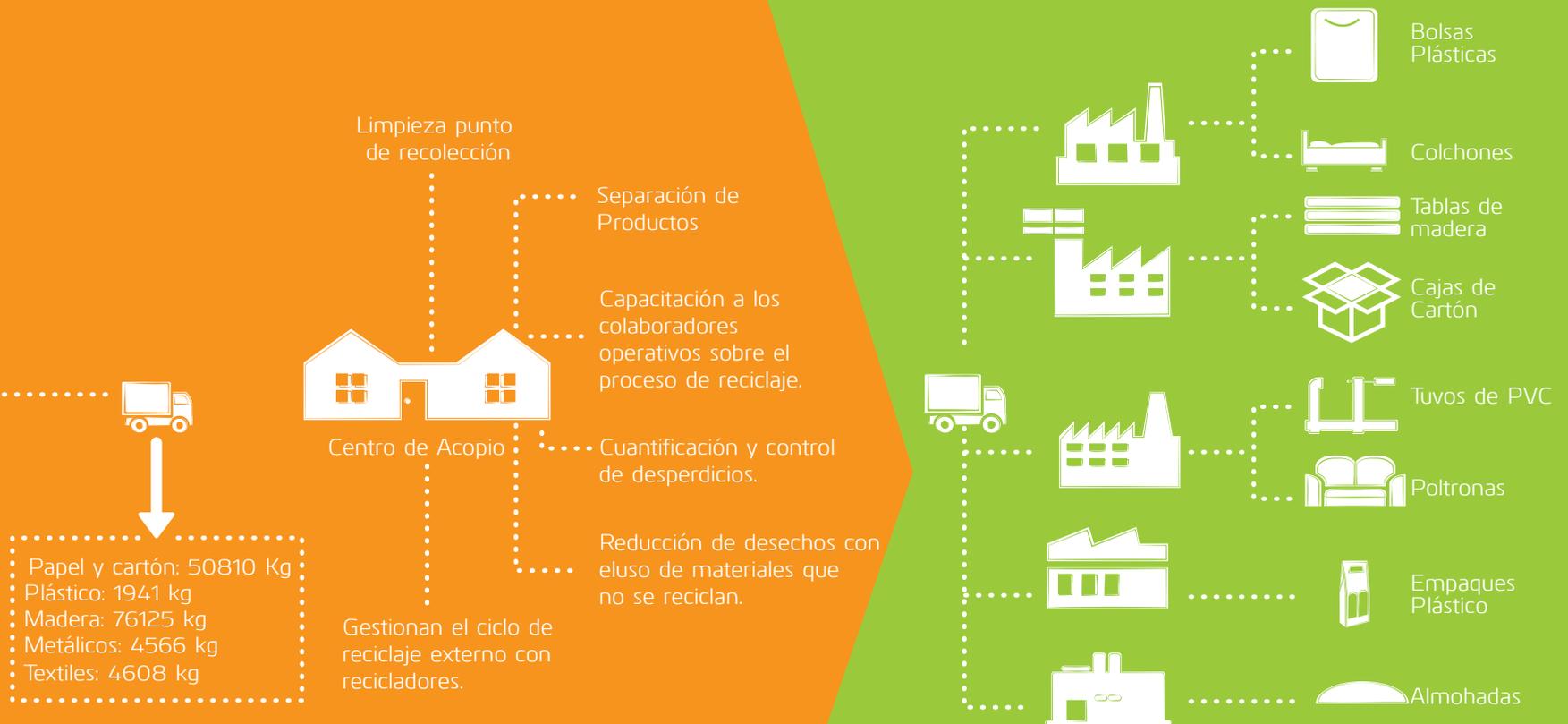


Punto de
Recolección



Durante cada proceso el mismo colaborador es el encargado de hacer la recolección y disposición del material en los recipientes destinados.

Programa de Gestión de Residuos Sólidos



Aliado Estratégico

Tres veces en la semana el aliado estratégico se encarga de realizar la recolección de este material en las instalaciones de plasticaucho Colombia.

Recicladores

Mediante un proceso productivo se encargan de convertir los residuos en materiales útiles.

Energía

CONSUMO ENERGÉTICO

| | Consumo 2012 | Consumo 2013 |
|--------------------------|--------------|--------------|
| Cantidad consumida (gal) | 20.50 | 450 |
| Energía generada (kWh) | 770 | 16,895 |
| Emissiones Ton CO2e | 0,2 | 4.55 |

La planta de generación eléctrica, que tenemos provista para soportar las caídas de energía de la red, operó 79.1 horas durante el 2013. El aumento en comparación con el año anterior se produjo por un incremento en los niveles de producción y fallas en el servicio de energía. Para el 2014 la compañía implementará una planta de generación de energía eléctrica por micro turbinas a gas, que reduciría considerablemente el uso de combustibles fósiles.

¡Por cada par de zapatos consumimos 0.26KWh en el proceso de producción y logístico!

En el 2013 continuamos la ejecución de iniciativas para la reducción del consumo energético. El equipo especial (Kvar) implementado en una de las máquinas de inyección de lona permitió ahorrar el 1.7% del consumo energético de esta máquina, lo que representa una disminución de 4.39 Ton de Co2. Adicionalmente se instalaron 30 campanas LED en la nueva edificación de producción y logística, lo que representó un ahorro de 80% del consumo tradicional de energía y una disminución de 369.32 Ton de Co2.

| Inversiones Ambientales | Descripción | Valor |
|----------------------------|--|-----------------------|
| Conservación de Recursos | | |
| Energía | Inversión en suministro de gas natural para la compañía. | \$ 60.000.000 |
| | Lamparas LED | \$ 40.000.000 |
| Agua | Mantenimiento PTAR | \$ 1.000.000 |
| Materiales | Hornos para desarmar capelladas. | \$ 2.000.000 |
| Conservación de Recursos | | |
| Residuos Sólidos | Limpieza/ Disposición residuos de la PTAR. | \$ 12.000.000 |
| | Adecuación Zona Reciclaje | \$ 2.000.000 |
| Mantenimiento Zonas Verdes | | \$ 68.773.224 |
| Total Inversión | | \$ 185.773.224 |



Nuestros Colaboradores

Bajo este asunto orientamos la gestión hacia nuestros colaboradores. El objetivo es incrementar la capacidad de ejecución de nuestra compañía. Para esto debemos alinear la cultura organizacional con el direccionamiento estratégico y responder fehacientemente a nuestros principios, valores, visión, misión, modelo de competencias y sistemas de gestión. Nuestras iniciativas están enmarcadas en desarrollar una Estrategia Gestión de Talento, la gestión del programa CreSer, sobre el desarrollo de líderes Plasticaucho, la comunicación estratégica, el bienestar social, la Seguridad y Salud en el trabajo. Nuestros retos son: Fortalecer estrategia Gestión del Talento, reducir en un 20% la cantidad de accidentes laborales, extender el programa CreSer a más líderes administrativos de todas las áreas de la compañía.



¡Le apostamos al talento interno!

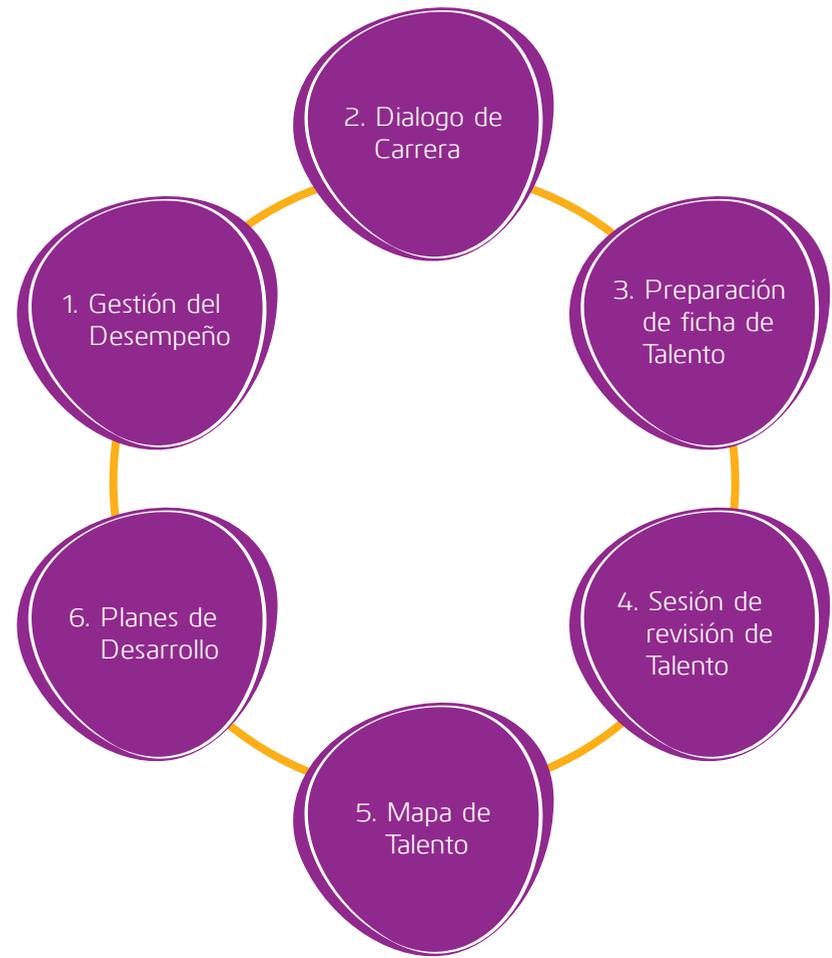
Gestión del Talento

Con la intención de responder al ritmo de los cambios y objetivos del negocio se empezó a trabajar en la estrategia de Gestión de Talento que busca asegurar un proceso de planeación de talento para de manera proactiva, proteger a la organización ante la fuga de talento y mantener preparado el talento necesario para alcanzar los objetivos de negocio. Este programa integra la gestión de desempeño, procesos de desarrollo de personas, identificación de talento clave, altos potenciales, movilidad laboral interna y sucesión.

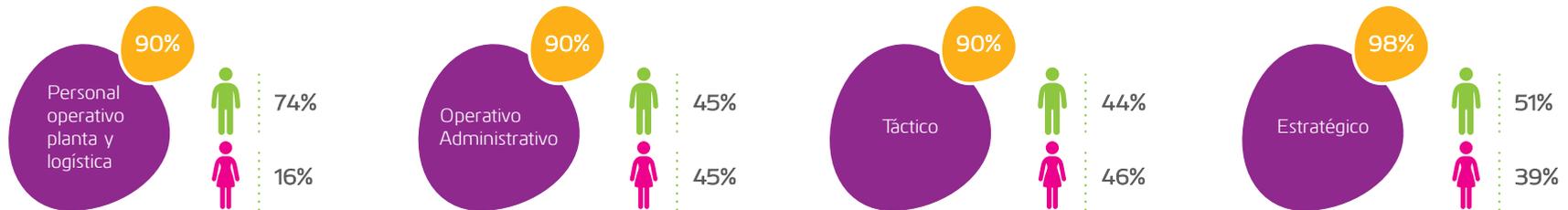
RESULTADOS ESPERADOS:

- Mayores niveles de retención del talento crítico.
- Aumento de disponibilidad y éxito cuando los líderes asumen nuevos roles.
- Reducción del riesgo de vacantes talento y los costos de reclutamiento externas.
- Mayor responsabilidad por el seguimiento de las acciones de desarrollo.

Ciclo Gestión de Talento



Colaboradores evaluados bajo el esquema de gestión del talento



CreSer—Programa de Desarrollo de líderes Plásticaucho

Con la consigna de apostarle al talento interno iniciamos el programa “CreSer” enfocado a desarrollar las competencias del grupo de líderes de nivel táctico de todas las áreas de la compañía y alinearlos en su estilo de liderazgo.

El programa CreSer impacta a 45 líderes tácticos a nivel nacional y está compuesto por 5 talleres grupales que se desarrollan en jornadas de 8 horas. Estos talleres son conducidos por colaboradores de Talento Humano, quienes se entrenaron en

Educación Experiencial y en la concepción del modelo de liderazgo de la compañía.

Simultáneamente a los talleres grupales, se está llevando a cabo un proceso de coaching individual con los líderes elegidos para el programa con lo que se busca proporcionar un acompañamiento a los líderes tácticos en la búsqueda de sus objetivos de desarrollo personal, focalizando en habilidades y acciones para producir en forma exitosa resultados relevantes para la organización y para el colaborador.

BENEFICIOS

- Fortalecer las competencias de comunicación, desarrollo de personas, orientación al logro y gestión en los líderes del nivel tácticos.
- Lograr una mayor integralidad en los líderes de la organización.
- Mejorar la comunicación de los equipos de trabajo.
- Desarrollar a las personas.
- Mejorar el clima laboral.

COMPETENCIAS

- Autodesarrollo
- Comunicación
- Desarrollo de personas
- Gestión
- Orientación a resultados

COMENTARIOS PARTICIPANTES

- “Me parece excelente que se abran este tipo de espacios en la compañía porque ayudan a afianzar el liderazgo de los colaboradores”

- “Me gustó que el programa se dicte in house. ¡Desconocía la faceta de docentes de las compañeras de Talento Humano y lo hacen súper bien!”.
- “Muy bueno todo, es bueno saber que la compañía lo tiene en cuenta y nos considera líderes en formación”.



La cultura es el ADN de nuestra organización

En el 2013 realizamos el estudio de cultura organizacional, el cual nos permitió identificar elementos en coincidencia directa sobre los resultados del negocio: rentabilidad, calidad, crecimiento en ventas, satisfacción de colaboradores, participación de mercado, innovación.

El modelo Denison de Cultura Organizacional aplicado, relacionó la cultura corporativa y la efectividad organizacional, identificando cuatro dimensiones básicas:

- Participación.
- Adaptabilidad.
- Coherencia.
- Misión.

DIAGNÓSTICO CULTURA PLASTICAUCHO COLOMBIA

Alta capacidad de ejecución, con tendencia a la estabilidad y enfoque interno favoreciendo variables como indicadores financieros, calidad y satisfacción de los colaboradores.

Capacidad de reaccionar de manera ágil y recursiva a los cambios del entorno.

Se requiere revisar y actualizar los procesos de la organización para enfrentar las exigencias del mercado (Adaptabilidad-Consistencia).

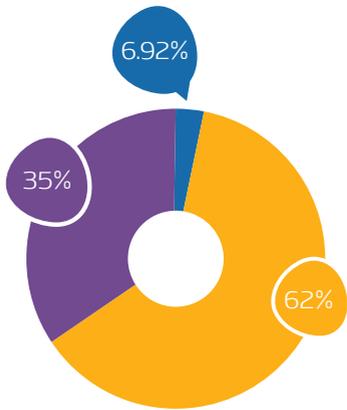
Comunicarnos es parte de nuestra cultura

Como parte de la gestión de la comunicación en doble vía con uno de nuestros grupo de interés prioritario: Colaboradores, continuamos fortaleciendo las reuniones JUNTOS SOMOS +, estrategia sostenible que se realiza a nivel nacional trimestralmente, orientada a la socialización a nuestros colaboradores de los resultados del negocio, avances y proyectos especiales.

Año a año nuestros colaboradores han resaltado la importancia de este espacio y la pertinencia para el desempeño de sus labores.

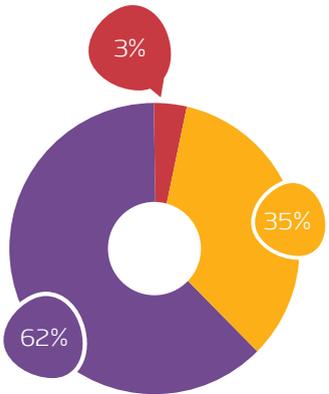


**Juntos
somos+**
Plasticaucho



¿La presentación de resultados me permitió obtener una visión más completa del desempeño del negocio en lo corrido del 2013?

- Totalmente en desacuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente de acuerdo



¿Considero que las reuniones trimestrales Juntos Somos + un medio efectivo de obtener un panorama integral del negocio?

- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente de acuerdo



Igualmente a través de nuestra estrategia de comunicación Conversemos, se ha promovido el acercamiento de la Gerencia General a los colaboradores de toda la compañía, donde se ha conocido de primera mano sus intereses, motivaciones y principales inquietudes sobre el negocio.

ALGUNOS VERBATIMS

- “Creo que el Juntos Somos + va bien complementado con el Conversemos, espero que se sigan realizando, los considero necesarios”.
- “La percepción mía es que esta compañía cada día quiere seguir creciendo e innovando negocios nuevos, que van hacer muy rentables para la compañía y para nosotros”.

La comunicación con las familias de nuestros colaboradores sigue creciendo:

Gracias al poder de las redes sociales para acercarnos más a las personas, nuestro perfil de Facebook con colaboradores ha ido aproximando también a sus familias, en su mayoría niños y adolescentes, quienes con frecuencia la visitan para expresar sus sentimientos y percepciones sobre la compañía y las acciones que lleva a cabo con ellos.

TESTIMONIOS

"Ustedes son los mejores, de verdad hoy que estuve en las vacaciones recreativas vi que no sólo es recibir sino también dar. Gracias por el día tan maravilloso de hoy, Gente Venus mis mejores deseos para ustedes, que Dios los bendiga grandemente".

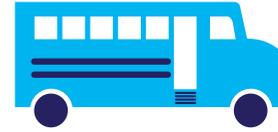
Luisa María Carvajal Aricapa,
hija de Luz Adriana Aricapa, operaria de aparato.

"Muchas gracias, es un honor pertenecer a esta gran familia y compañía".

John Kelter Betancur Castillo
operario de producción.

"Muchas gracias Gente Venus, son lo máximo".
Maria Iliá Carlosama
operaria de aparato

Inversiones en beneficios:



Rutas de transporte:
\$261,800,000



Pago de Pensiones:
\$787M



Inversión Actividades
Bienestar:
\$95M



Subsidio de alimentación:
\$ 213M

Nuestro salario mínimo
en la compañía respecto
al salario mínimo legal
vigente es:

SUPERIOR
32%

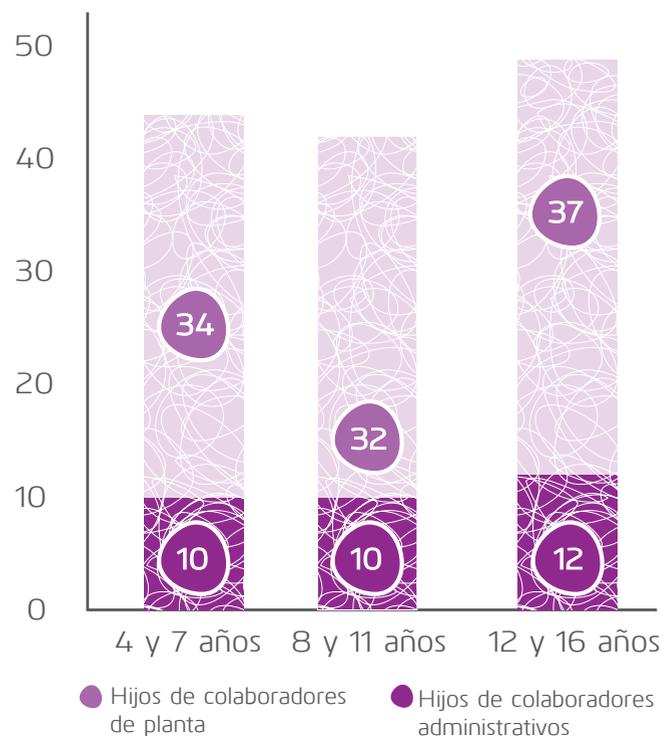
Recreación, diversión y mucha vocación

Alineados con nuestra estrategia de brindar alternativas de recreación para los hijos de nuestros colaboradores, integrando el concepto de la responsabilidad social, en el 2013 el grupo de adolescentes participó, en el marco de las vacaciones recreativas, en una jornada de voluntariado comunitario, donde a través de la visita a un hogar de adultos mayores en situación de alto riesgo y en abandono, colocaron en juego sus apuestas creativas para brindar un día de recreación, alimentación y diversión a 60 personas mayores de la comunidad de Yumbo.



Los niños entre 4 y 12 años disfrutaron en diferentes actividades interactuando con el medio de forma activa y compartiendo nuevas experiencias en convivencia con los demás, destacando habilidades sociales como la comunicación, asertividad en afecto, asertividad en oposición, toma de decisiones y manejo de emociones.

Grupo de niños asistentes a las vacaciones recreativas





Las mujeres en plasticaucho Colombia, son nuestras diosas

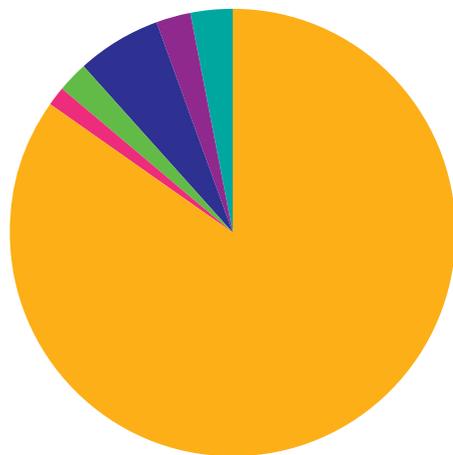
Para nuestra compañía el papel que desempeña la mujer en la sociedad es fundamental y es así como reconocemos y celebramos en el mes de mayo, el papel de las mujeres como esposas, hijas, madres y colaboradoras.

Dedicamos un día especialmente para ellas, donde abordamos temas de salud y belleza, recreación, capacitación y crecimiento interior.



Indicadores Laborales

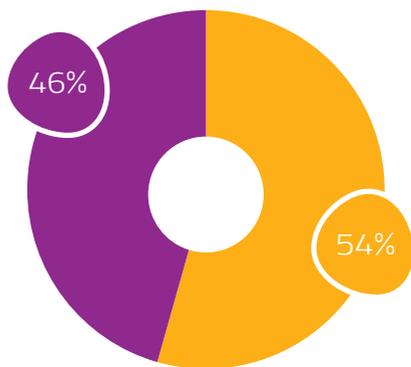
Colaboradores por región



- Yumbo: 84,72%
- Bogotá: 5,90%
- Bucaramanga: 2,60%
- Otras ciudades: 2,95%
- Barranquilla: 2,25%
- Envigado: 1,56%

Somos
576
Colaboradores

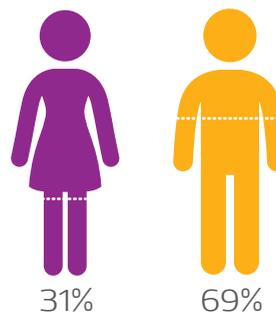
Colaboradores por tipo de contrato



- Directos por la CIA
- En Misión

En el 2013 apoyamos la gestión de habilidades y de formación continua de nuestros colaboradores con una inversión superior a los COP \$92Millones

Colaboradores por género



- Femenino
- Masculino

Capacitación anual por empleados

| Categoría laboral | Horas |
|--------------------|-------------|
| Nivel estratégico | 588 |
| Nivel operativo | 468 |
| Nivel táctico | 2718 |
| Total horas | 2718 |

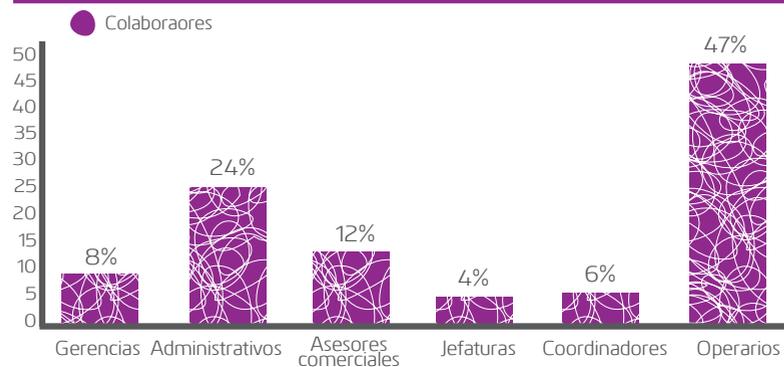


2460 Horas

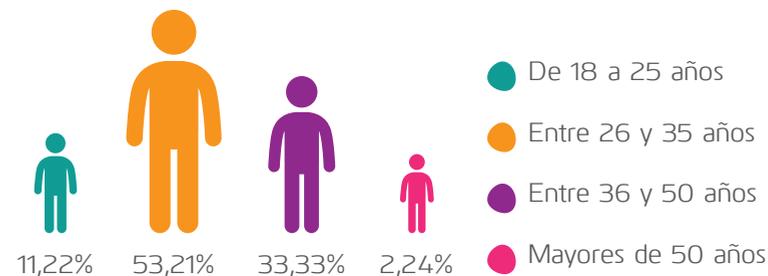


1314 Horas

Colaboradores por niveles laborales



Colaboradores por rango de edad



índice de rotación

| Region | ROTACIÓN | | TOTAL |
|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | F | M | |
| Barranquilla | 0,00% | 0,32% | 0,32% |
| Bogotá | 0,32% | -0,96% | -0,64% |
| Bucaramanga | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Envigado | 0,00% | -0,96% | 0,00% |
| Ibague | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Manizales | 0,00% | -0,32% | -0,32% |
| Yumbo | 1,60% | 7,05% | 8,65% |
| TOTAL | 1,92% | 5,13% | 7,05% |

En el 2012 este indicador se calculó incluyendo solamente los retiros voluntarios. La fórmula utilizada este año fue: $(\text{Contrataciones} - \text{retiros}) / \text{total headcount compañía}$.

Seguridad y salud en el trabajo

Para nuestra compañía es de suma importancia proveer a todos nuestros colaboradores unas condiciones de Salud y Seguridad óptimas, que contribuyan tanto al bienestar de ellos como al éxito de las operaciones. Para ello el área de Seguridad y Salud en el trabajo cuenta con programas y capacitaciones a los que tienen acceso todos nuestros colaboradores.



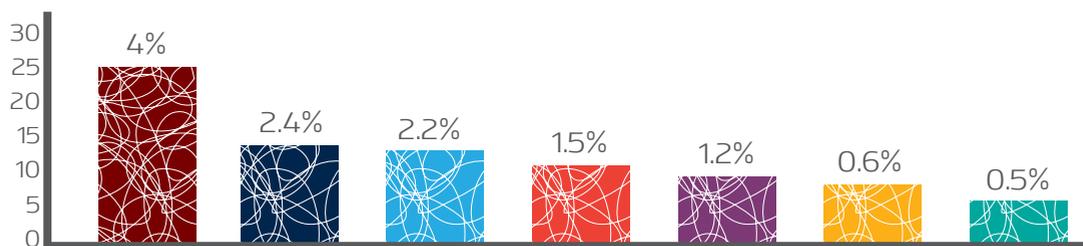
Indicadores de Salud Ocupacional

| | |
|--|-----------|
| Tasa de accidentalidad | 5,2% |
| Índice de Frecuencia | 4,1% |
| Tasa de incidencia por enfermedad laboral | 0,34% |
| Índice de frecuencia de enfermedad laboral | 0,000056% |
| Tasa de absentismo (AT, EG, permisos) | 1,8% |

En el 2013 no se presentaron víctimas mortales.

De acuerdo a los accidentes de trabajo presentados en el año, la siguiente tabla muestra el tipo de lesión por cada uno de ellos.

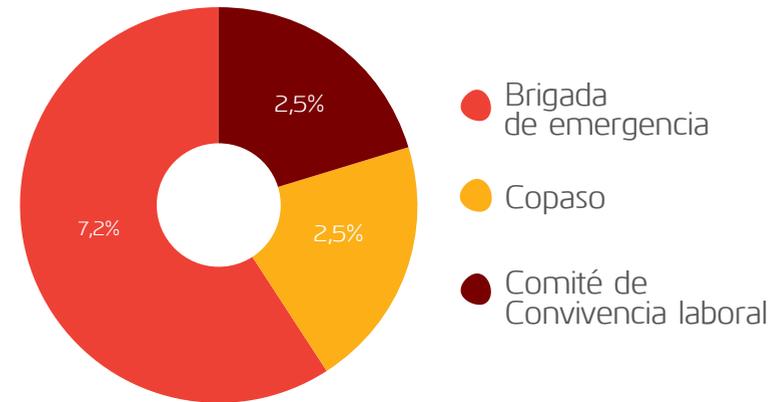
Tipo de lesión por cada tipo de accidente



- Herida
- torcedura, esguince, o desgarramiento muscular.
- Golpe o contusión o aplastamiento
- Trauma superficial (incluye rasguño, punción o pinchazo y lesión en el ojo por cuerpo)
- Quemadura
- Conmocion o trauma superficial
- Fractura

Distribución Comites laborales

El 13% de nuestros colaboradores forman parte de nuestros comités laborales, los cuales se distribuyen de la siguiente forma:



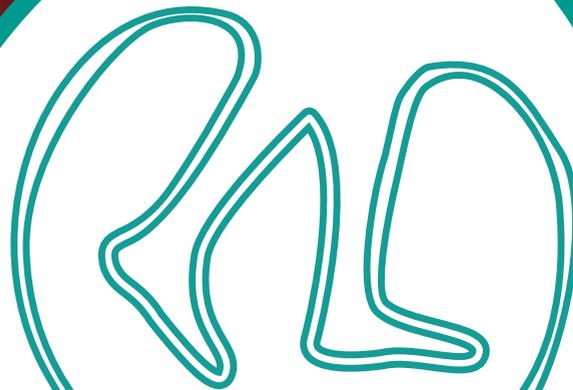
De acuerdo a nuestra matriz de peligro y análisis de riesgos, se han identificado los siguientes riesgos y mecanismos de control para los siguientes cargos:

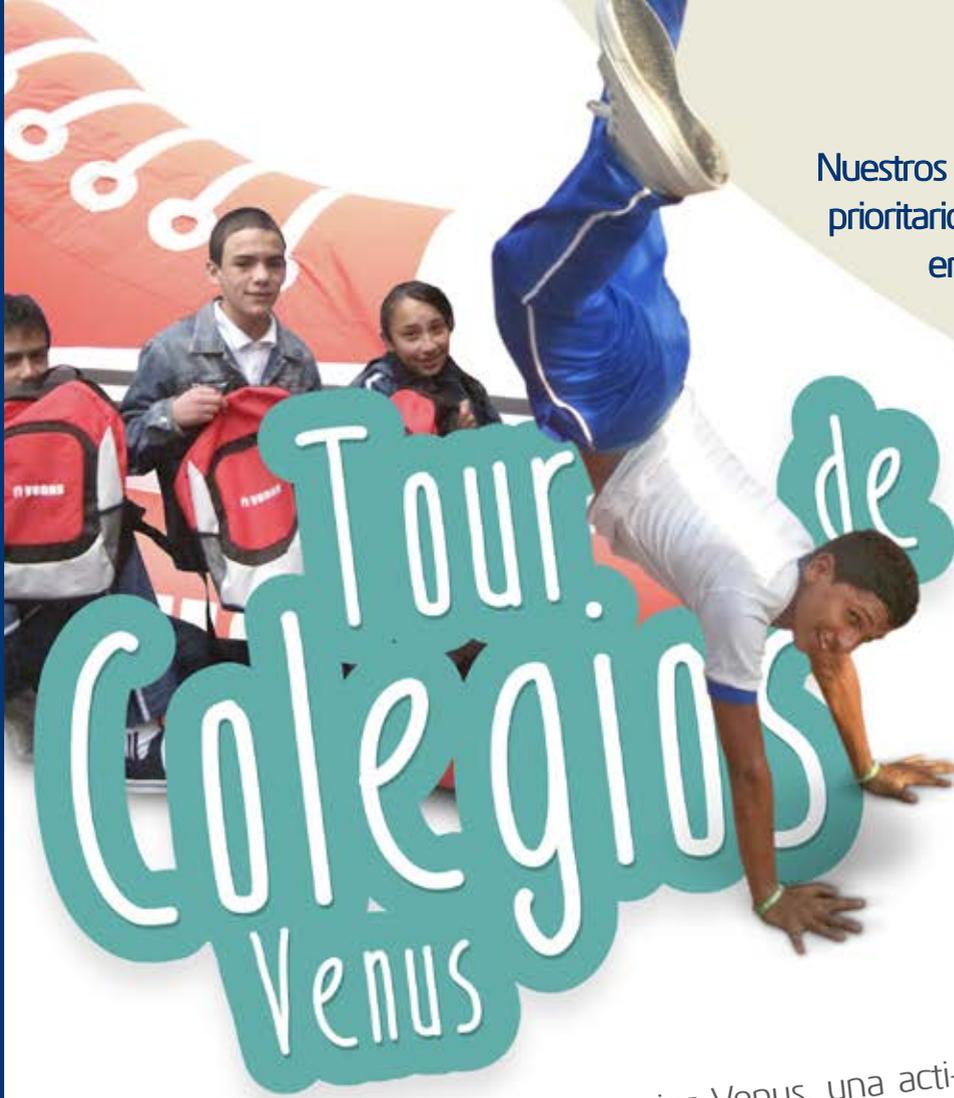
| Cargo | Riesgo | Control |
|---|--|---|
| Operario de producción (Inyección Lona) | Riesgo ergonómico (movimientos repetitivos – enfermedades de tipo osteomuscular) | <ul style="list-style-type: none"> -Pausas activas -Rotación en los puestos de trabajo -Programa prevención del riesgo osteomuscular |
| Operario de producción (Aparado) | Riesgo ergonómico (movimientos repetitivos – enfermedades de tipo osteomuscular) | <ul style="list-style-type: none"> -Pausas activas -Rotación en los puestos de trabajo -Programa prevención del riesgo osteomuscular |
| Operario de Logística | Riesgo ergonómico (movimientos repetitivos – enfermedades de tipo osteomuscular) | <ul style="list-style-type: none"> -Instructivo para el manejo de cargas -Capacitaciones de autocuidado -Pausas activas -Programa prevención del riesgo osteomuscular |



Acompañamos tus Pasos

Dentro de la orientación estratégica este asunto compartimos nuestro compromiso con la satisfacción de las necesidades explícitas e implícitas de nuestros usuarios con respecto a productos y servicios. Nuestro objetivo es fortalecer del portafolio y diversificación de los canales de venta, brindar actividades de entretenimiento y diversión sana que incentiven el desarrollo de actitudes y momentos positivos. Finalmente nuestro reto es mantener la fidelización de usuarios.





Nuestros usuarios continúan siendo uno de los grupos de interés prioritarios, es por esto que nuestro compromiso va más allá de entregar productos de excelente calidad a un precio asequible; nuestra apuesta es acompañarlos en su día a día y, a través de la innovación, ofrecerles productos que satisfagan sus necesidades.

En el 2011 nació el Tour de Colegios Venus, una actividad cuyo objetivo es tener contacto directo con los estudiantes dentro de su contexto habitual y hacer de la rutina del colegio algo divertido y agradable con la marca Venus. A través de la experiencia, donde se mezcla la música, el deporte y la tecnología interactiva se pretende llevar a los estudiantes mensajes clave como el respeto, la honestidad y la competencia sana.

2011 "Estudia a tu ritmo con Venus"
Conciertos y torneo de fútbol tenis

5 ciudades 248 colegios

150.000 estudiantes

500 ganadores

2012 "Baila al ritmo de tu mundo Venus"
Inter colegiado de Dance Revolution, juego de tecnología interactiva (baile sobre tapete)

10 ciudades 100 colegios

60.000 estudiantes

230 ganadores

2013 "Conquista tu mundo Venus"
Juego de realidad Aumentada

10 ciudades 120 colegios

75.000 estudiantes

360 ganadores

Actividad Familias Venus

Por segundo año consecutivo llegamos a las familias Venus con la actividad "Compra Venus y gana fácil", cuyo objetivo es premiar las compras de nuestros usuarios, apoyando los gastos que se generan en esta época del año.

En la actividad del 2.013 también contamos con productos de marcas afines a la temporada escolar y a la familia, que alivian las compras relacionadas con el ingreso al Colegio.

PREMIOS

30 Tarjetas bono de regalo por **\$500.000 cada una**, para un total de \$15.000.000.

3.000 kits para la familia conformado por los siguientes productos:



Resultados:
31.343
redenciones



Tomas de Plazas

En el 2013 regresamos con nuestra toma de plazas en 56 municipios del país. Esta tradicional actividad, cuyo objetivo es afianzar las relaciones con nuestros usuarios de zonas rurales a través del fortalecimiento del vínculo emocional con la marca Llanera de Venus, consiste en ubicar en las plazas de mercado principales de los municipios una carpa con el logo de Llanera Venus, música y diversos juegos tradicionales como rana y bolos. A través de estas dinámicas los participantes puedan ganar diferentes premios útiles para su labor diaria como portacomidas, camisetas, termos, encendedores y botas.

2011 Juegos tradicionales y piscina de marranos en aceite

8 departamentos 22 municipios

6.040 personas impactadas

2012 Juego de Sapo

11 departamentos 54 municipios

50.000 personas impactadas

2013 Juego de Rana

10 departamentos 56 municipios

56.970 personas impactadas



6.807
ganadores

Nuevas Marcas

En Plasticaucho Colombia estamos buscando estar más cerca de nuestros usuarios y servir a nuevos segmentos con los mismos principios de calidad y relación costo-beneficio que nos caracterizan. Es por esto, que en el 2013 nuestro portafolio se diversificó, atendiendo a las nuevas necesidades de nuestros usuarios.

KIBUC

La marca Kibuc es diseñada bajo la premisa del calzado de cuero para trabajo de campo en épocas de verano y para uso de dotación.



 Este producto es fabricado en Colombia.

skeeper

La marca skeeper es diseñada para calzado infantil en donde se quiere transmitir la creatividad, felicidad, fortaleza, independencia, confianza y seguridad que requiere cada niño(a) en sus diferentes etapas de caminante.



 Calzado producido en la nueva planta de calzado vulcanizado.

GESSATI

La marca Gessati se creó para un hombre joven, moderno, con estilo, que busca elegancia al vestir. Es un zapato 100% cuero, de uso frecuente, ideal para la vida laboral y ocasiones formales o que requieran este tipo de calzado.



 Este producto es fabricado en Colombia.

Nuevos Desarrollos

recreo

BOTA INFANTIL SUBLIMADA

Pensando en los más pequeños de la familia, se desarrolló esta bota infantil. El molde de la suela fue diseñado con unas características propias para los niños (moderno y divertido).

Estas son botas traslúcidas con inyección de una media con diseño hecho a partir de la técnica de sublimación.



Más Garantías para nuestros usuarios

En el 2013, en línea con la Ley 1480 de 2011 estatuto del consumidor, se creó la política de atención a la garantía de productos para usuarios, la cual comprende los aspectos sustanciales y procedimentales relativos a la totalidad del trámite de efectividad de garantía. Éste proceso inicia con la solicitud de garantía efectuada por nuestros usuarios a través de cualquiera de nuestros canales de comunicación, y termina con la respuesta que se da por parte de Plásticauco Colombia al mismo.



Desarrollo de Nuestros Socios de Negocio

Ofrecer a nuestros clientes y proveedores un servicio de atención y productos de alta calidad. Entendemos que solo en la medida que estos grupos de interés se fortalezcan y crezcan, nuestra empresa va a continuar su desarrollo y posicionamiento en el mercado. Para ello trabajamos en el desarrollo de MIPYMES dedicadas a la fabricación de calzado, así como nuevos canales en la ruta de mercado. Nuestros retos son reducir el índice de devolución y el fortalecimiento de encadenamientos productivos.



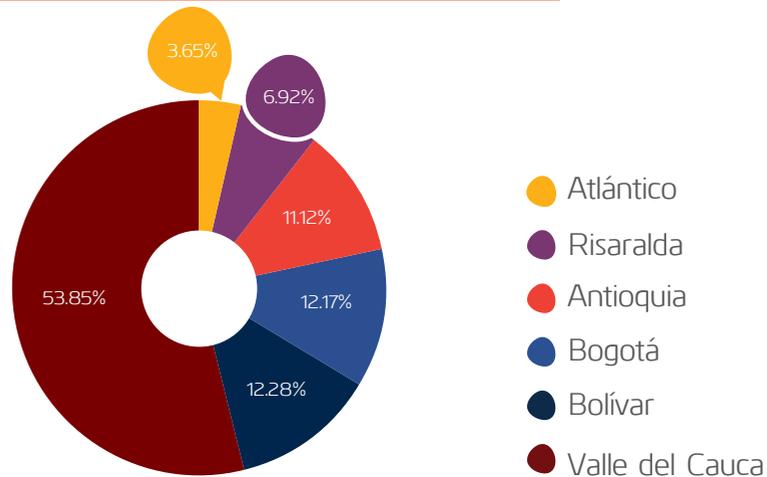
Con el fin de cumplir el objetivo de brindar a nuestros usuarios un excelente servicio y productos que cumplan los más altos estándares de calidad, hemos trabajado de la mano de nuestros socios de negocio buscando diariamente potencializar su desarrollo integral.

Proveedores

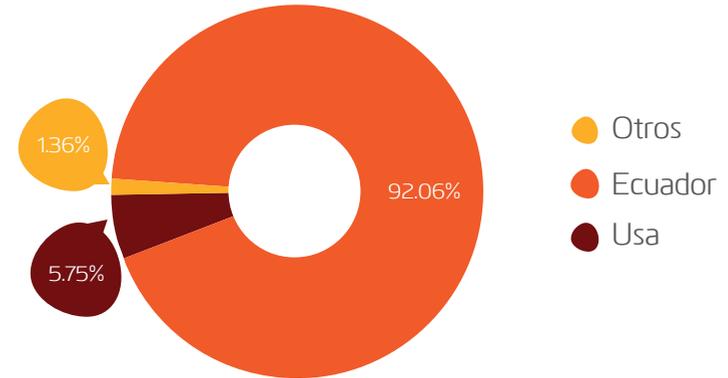
La relación con nuestros proveedores hace la diferencia gracias a un marco de sólidos principios éticos, basados en la calidez, la confianza y la convicción de un crecimiento mutuo.

Durante 2013, 327 proveedores participaron en el desarrollo de nuestra gestión empresarial, con contratos por valor de \$ 77.668 millones.

Participación Compras Nacionales



Participación Compras Internacionales



Desarrollando MIPYMES dedicadas a la fabricación de calzado

Continuamos fortaleciendo este relacionamiento a partir del acompañamiento a proveedores considerados como críticos para las operaciones de la compañía. A partir de evaluaciones de procesos de desempeño y de capacidad de volumen, identificamos oportunidades de desarrollo

con el fin de garantizar, bajo un marco ético, procesos de aprendizaje estratégico, dinámico y productivo.

Durante el año 2013 se apoyó a 5 MIPYMES para la compra de maquinaria, anticipos económicos y pago de contado, lo que facilitó su flujo de caja y así la estabilidad económica.

Inversión total en desarrollo de MIPYMES dedicadas a la fabricación de calzado: \$128 millones de pesos. Se presentó un aumento del 32% en comparación con la inversión en el año 2012



Clientes

Para Plasticaucho Colombia el mejoramiento continuo del servicio a nuestros clientes es una prioridad. Aspectos como la calidad de la atención, la gestión efectiva de las PQRs, la digitación de pedidos y la captación de nuevos clientes han sido procesos en los que nos enfocamos este año.

Nuevos Canales

Con el objetivo de tener una mayor cobertura en nuevos mercados y/o usuarios y lograr el posicionamiento de Plasticaucho Colombia con marcas especializadas por canal de venta, en el 2013 la estrategia comercial se enfocó en la apertura a nuevos canales. Esta gestión permitió que hoy en día tengamos presencia en grandes cadenas de locales comerciales y ventas por catálogo, lo que nos llevó a que contemos con una especialización por canal de venta y un conocimiento e impacto a usuarios diferentes al canal tradicional.

Contact Center

En el último trimestre del año reforzamos el acompañamiento del Contact Center a la estrategia comercial, a través de la combinación de venta presencial a través de la visita de un asesor comercial y la venta telefónica por medio de un agente comercial de nuestro Contact Center. Este proceso ha ido de la mano de una campaña con el fin de generar cultura de venta telefónica a nuestros clientes, quienes se han mostrado receptivos.



En el 2013 el Centro de Atención al Usuario (CAU), centro encargado de gestionar y solucionar todos los requerimientos relacionados con las TIC (tecnologías de la información y comunicaciones) de manera remota o presencial, pasó a ser un área del Contact Center. De esta forma, se garantizó la disponibilidad de recursos de tecnología e información de la compañía y empresas aliadas.

INDICADORES DE GESTIÓN CONTACT CENTER

| Concepto | 2012 | 2013 |
|--|------|------|
| Número de novedades /valor venta neta. | 1.09 | 2.92 |
| Número de pares devueltos pares vendidos | 2.0 | 2.79 |

Los tres principales motivos por lo que se dieron las devoluciones de nuestros productos durante este año fueron: cliente con pago inmediato no consigna (17%), cambio de fecha en factura por cierre contable (12%) y pedido mal tomado (9%).

| Concepto | 2012 | 2013 |
|------------------------------|--------|--------|
| Número de llamadas entrantes | 41.601 | 54.876 |
| Nivel de Servicio | 95% | 96.5% |
| Llamadas promedio mes | 3.467 | 4.572 |



Compromiso ético y social

Este asunto muestra nuestro compromiso con establecer prácticas éticas y transparentes con todos los grupos de interés. Para ellos desarrollamos canales de comunicación adecuados para conocer expectativas de los grupos de interés y que logremos compartir con ellos la gestión de la compañía de una manera responsable. Nuestras actividades encaminadas a este asunto son:

- Programa de Formación de operarios en Guarnición de Calzado.
- Alianza Fundación Pies Descalzos.
- Desarrollo de competencias habitantes de la comunidad.
- El reto principal de nuestra empresa frente a este asunto es fortalecer y ampliar canales de comunicación con todos los grupos de interés.



“Comprometidos con el crecimiento de nuestras comunidades”

Con el fin de generar programas de desarrollo sostenible que beneficien social y económicamente a los habitantes de la comunidad rural del municipio de Yumbo, en el 2013 en alianza con la alcaldía de Yumbo y el Sena dimos apertura a programas de formación para el fortalecimiento de las competencias técnicas y laborales de un grupo de Jóvenes, en su mayoría mujeres cabeza de hogar de la comunidad.

Gracias a que en el 2013 el gobierno nacional favoreció la industria de calzado en el país controlando y restringiendo el ingreso de productos del exterior, estimulando con esto la contratación de mano de obra local y la creación de empresas dedicadas a la fabricación de calzado, el programa tiene como propósito formar personas con conocimientos técnicos en la fabricación de calzado y marroquinería.

NUESTRO OBJETIVO

- Articular diferentes sectores (Empresa Privada, Gobierno, Gremios y Comunidad) para desarrollar acciones de formación y capacitación en diseño y fabricación de calzado para los habitantes de la comunidad.

- Permitir que habitantes de la comunidad generen ingresos para ellos y sus familias a través de:
 - La vinculación laboral a las empresas del sector.
 - La generación de proyectos de emprendimiento dedicados al diseño y fabricación de calzado.



Nota: El Corregimiento del Chocho ha sido una zona que se ha caracterizado por tener pequeñas familias dedicadas a la fabricación de calzado artesanal por cerca de 30 años.



PLASTICAUCHO COLOMBIA

- Gestionó y articuló las redes para la realización del proyecto.
- Donó 4 máquinas de costura de calzado.
- Vinculó los 23 estudiantes como aprendices SENA voluntarios, devengando un salario mínimo legal vigente por el periodo de la formación (6 meses).

• ALCALDÍA

- Facilitó sede de aprendizaje y su acondicionamiento según las necesidades técnicas.
- Donó 4 máquinas de costura de calzado.
- Facilitó el transporte diario del docente del Sena.

• SENA

- Facilitó el docente para desarrollar el programa de operarios en guarnición de calzado
- Facilitó dos máquinas de costura de calzado.
- Facilitó los materiales para el aprendizaje.

• GREMIO DE ZAPATEROS DEL CORREGIMIENTO

- Apoyaron el proceso de convocatoria con la comunidad.
- Facilitaron máquinas de costura de calzado.
- Facilitaron el acceso de los estudiantes a sus talleres en la etapa de práctica.
- Un líder comunitario del gremio articula los intereses de todos los involucrados, en este proceso.

Nuestra alianza con la fundación Pies Descalzos sigue creciendo:

La Fundación Pies Descalzos desarrolla un modelo de intervención integral que consiste en apoyo privado a la educación pública con el propósito de aportar a la calidad educativa. En este sentido, en el 2013 PLASTICAUCHO COLOMBIA desarrolló en conjunto con la fundación una propuesta de promoción y potencialización del talento humano de sus instituciones educativas y de este modo dejar instaladas capacidades para el mejoramiento permanente.

NUESTRA APUESTA

1. Fortalecer el talento docente a través de un proceso de formación en torno a desarrollo de competencias.
2. Vincular a los docentes y su desarrollo profesional de forma más directa en procesos de preparación a los estudiantes en pruebas censales SABER11.
3. Diseñar una estrategia institucional que fortalezca los procesos de evaluación por competencias.
4. Presentar resultados satisfactorios en las pruebas censales SABER 11

RESULTADOS PRUEBAS



El proceso desarrollado permitió que la institución educativa distrital Pies Descalzos Barranquilla mejorará los resultados de las pruebas ICFES 2013 en comparación con el año anterior. En el caso de la institución educativa Gabriel García Márquez de la Fundación Pies Descalzos en Altos de Cazucá, logró mantener su resultado en el nivel medio.

Seguimos fortaleciendo las competencias técnicas de los habitantes de la comunidad de Dapa

En conjunto con la Corporación para el desarrollo del gran Dapa (CORDAPA), en el 2013 dimos apertura al curso de formación en manejo de máquina de costura de calzado, para 20 mujeres cabeza de familia, habitantes de la comunidad.

Con el apoyo de la Oficina de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Yumbo y del SENA, recibieron formación en habilidades para el emprendimiento, asesorías legales y tributarias.

Tabla de indicadores GRI

| 1. Estrategia y análisis | | | | |
|--------------------------|---|---|----------------------|--|
| | Descripción | Información/Ubicación | Verificación Externa | Pacto Mundial |
| G4-1 | Declaración del máximo responsable de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización. | Mensaje del Gerente General Jorge Andrés Zuluaga, Pág. 5. | | Ver Mensaje de Jorge Andrés Zuluaga – Gerente General, pág. 5. |

| 2. Perfil de la organización | | | | |
|------------------------------|--|---|--|--|
| G4-3 | Nombre de la organización. | Plasticaucho Colombia S.A. | Se verificó a través de nuestro sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 (Sistema de Gestión de Calidad SGC). | |
| G4-4 | Principales marcas y servicios. | Capítulo Nuestra Esencia, Pág. 18 | | |
| G4-5 | Localización de la sede principal de la organización. | Nuestra sede principal se encuentra en la Cra. 35 #13-55. Acopi, Yumbo. Valle del Cauca-Colombia. | | |
| G4-6 | Número de países donde opera la organización. | Venus Colombiana opera en Colombia, Suramérica. | | |
| G4-7 | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | Venus Colombiana S.A. NIT 805014351. | | |
| G4-8 | Mercados servidos. | Capítulo Nuestra Esencia. Pág 19. | | |
| G4-9 | Dimensiones de la organización. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Construyendo País y Nuestra Esencia. Págs, 17, 24 y 40. | | |
| G4-10 | Desglose de las características de la plantilla de colaboradores. | Capítulo Nuestros Colaboradores, 40 y 41. | | Principio 6. |
| G4-11 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos. | No contamos con convenios colectivos. | | Principio 3 |
| G4-12 | Describe la cadena de suministro de la organización. | Capítulo Nuestra Esencia, pág. 18. | | Se verificó a través de nuestro sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 (Sistema de Gestión de Calidad SGC). |
| G4-13 | Cambios significativos de la organización durante el periodo de reporte. | Mensaje Gerente General Página # 5 y 6; Capítulo Nuestra Esencia , página # 19; Capítulo Compromiso verde página #26; En el 2013 generamos una alianza comercial con la empresa LG Household & Healthcare (LG H&H), asumiendo la administración del marketing, distribución y venta de los productos LG H&H en Colombia, inicialmente de su producto líder TECH, Detergente Concentrado en Polvo. | | |

3. Participación en iniciativas externas

| | | | | |
|-------|---|--------------------------------------|--|--|
| G4-14 | Descripción de como aborda la organización el principio de precaución. | Capítulo Nuestra Esencia, Página 13 | | |
| G4-15 | Principios o programas económicos, sociales y ambientales desarrollados externamente. | Capítulo Nuestra Esencia Página 16 | | |
| G4-16 | Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. | Capítulo Nuestra Esencia, página #20 | | |

4. Aspectos materiales y cobertura

| | | | | |
|-------|---|--|--|--|
| G4-17 | Listado de las entidades cubiertas en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. | Lo estados financieros reportan la información para la única empresa Venus Colombiana S.A. | Se verificó a través de auditorías realizadas por la firma Deloitte. | |
| G4-18 | Descripción del proceso que realizo para determinar el contenido de la memoria. | Capítulo Nuestro Informe, página 8 y 9. | Se verificó a través de la evaluación de Fortalecerse, Sostenibilidad Corporativa. | |
| G4-19 | Listado de los aspectos materiales que se identificaron para la organización. | Capítulo Nuestro Informe, página 9. | | |
| G4-20 | Cobertura de los aspectos materiales dentro de la organización. | Capítulo Nuestro Informe, página 8 y 9. | | |
| G4-21 | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos. | Capítulo Nuestro Informe, página 8 y 9. | | |
| G4-22 | Reexpresión de información de memorias anteriores. | No se presentan reexpresiones de memorias anteriores | | |
| G4-23 | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria. | No se presentan cambios significativos en el alcance y la cobertura de aspectos anteriores | | |

5. Participación de los Grupos de Interes

| | | | | |
|-------|--|------------------------------------|--|--|
| G4-24 | Listado de los grupos de interés vinculados a la organización. | Capítulo Nuestro Informe, página 9 | Se verificó a través de la evaluación de Fortalecerse, Sostenibilidad Corporativa. | |
| G4-25 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se comprometió. | Capítulo Nuestro Informe, Página 9 | | |
| G4-26 | Enfoques empleados por la organización sobre la participación de los grupos de interés. | Capítulo Nuestro Informe, Página 8 | | |
| G4-27 | Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización. | Capítulo Nuestro Informe, Página 9 | | |

6. Perfil de Memoria

| | | | | |
|-------|--|--|--|--|
| G4-28 | Periodo objeto de la memoria. | La información de la presente memoria comprende el periodo entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013. | Se verificó a través de la evaluación de Fortalecerse, Sostenibilidad Corporativa. | |
| G4-29 | Fecha de la última memoria. | Informe de Sostenibilidad 2012, "Coherencia". | | |
| G4-30 | Ciclo de presentación de memoria. | Esta memoria tiene una periodicidad anual. | | |
| G4-31 | Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria. | Lina Paola Pachón, Jefe de Comunicaciones y RSE. lpachon@plasticaucho.com. | | |

7. Índice

| | | | | |
|-------|---|-------------------------------------|--|--|
| G4-32 | Nivel alcanzado, tabla de indicadores (GRI) y referencia a la verificación externa del reporte. | Capítulo Nuestro Informe, Página 8. | | |
|-------|---|-------------------------------------|--|--|

8. Verificación

| | | | | |
|-------|--|-------------------------------------|--|--|
| G4-33 | Política y prácticas de la verificación externa. | Capítulo Nuestro Informe, Página 8. | | |
|-------|--|-------------------------------------|--|--|

9. Gobierno

| | | | | |
|-------|--|--------------------------------------|--|--|
| G4-34 | Estructura de gobierno de la organización y sus comités. | Capítulo Nuestra Esencia, Página 17. | Se verificó a través de información presentada ante la Superintendencia de Sociedades (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo). | |
|-------|--|--------------------------------------|--|--|

10. Ética e Integridad

| | | | | |
|-------|---|---|--|--|
| G4-56 | Declaraciones de los valores, principios, estándares y las normas de la organización. | Capítulo Nuestra Esencia, Página 14 y 15. | Se verificó a través de nuestro sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 (Sistema de Gestión de Calidad SGC). | |
|-------|---|---|--|--|

INDICADORES ECONÓMICOS

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|-------------------------|--|--|---------|--|---------------|
| DESEMPEÑO ECONÓMICO | Enfoque de Gestión | Construyendo País, Página 21. | | | |
| | G4-EC1 Valor económico directo generado y distribuido. | Capítulo Construyendo País, Páginas 22 y 23. | | Se verificó a través de los procesos realizados por el Departamento Financiero y Administrativo que cuenta con la Revisoría Fiscal de la firma Deloitte. | |
| | G4-EC2 Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático. | El principal riesgo que se presenta dentro de la operación de Plasticaucho Colombia respecto al cambio climático se refiere a la alteración de los ciclos invernales en Colombia: un exceso de lluvias derivan en un mayor consumo de los productos de plástico. Así mismo, la red propia de distribución que llega a lugares remotos debe incurrir en sobre costos por el mal estado de las vías. | | | |
| | G4-EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Página 37. | | Se verificó a través de los procesos realizados por el Departamento Financiero y Administrativo que cuenta con la Revisoría Fiscal de la firma Deloitte. | |
| | G4-EC4 Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno. | En el 2013 no se han recibido ayudas económicas otorgadas por entes estatales. | | | |
| PRESENCIA EN EL MERCADO | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | |
| | G4-EC5 Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Página 37. | | | |
| | G4-EC6 Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas. | El comité está conformado por cinco Colombianos y un extranjero oriundo de Venezuela. | | | |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|-------------------------------------|--|---|---------|----------------------|---------------|
| CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS | Enfoque de Gestión | Construyendo País, Página 21. | | | |
| | G4-EC7 Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios. | Capítulo Construyendo País, Página 24. | | | |
| | G4-EC8 Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos. | Capítulo Compromiso Ético y Social, Páginas 55-58. | | | |
| PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN | Enfoque de Gestión | Desarrollo de Nuestros Socios de Negocio, Página 51. | | | |
| | G4-EC9 Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales. | Capítulo Desarrollo de Nuestros Socios de Negocio, Página 52. | | | |

INDICADORES AMBIENTALES

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|------------------|--|--|---------|--|---------------------|
| MATERIALES | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | |
| | G4-EN1 Materiales por peso o volumen | Capítulo Compromiso Verde, páginas 26 27 | | Se verificó a través Departamento de Logística y Producción y el Sistema de Gestión Ambiental implementado por la compañía. Este sistema, a pesar de estar en funcionamiento, no se encuentra certificado. | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados | Compromiso Verde | | | Principios 7, 8 y 9 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|------------------|--|--|---|--|---------------------|
| MATERIALES | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | |
| | G4-EN1 Materiales por peso o volumen. | Capítulo Compromiso Verde, páginas 26 y 27. | | Se verificó a través Departamento de Logística y Producción y el Sistema de Gestión Ambiental implementado por la compañía. Este sistema, a pesar de estar en funcionamiento, no se encuentra certificado. | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados. | Compromiso Verde, página 28. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| ENERGÍA | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN3 Consumo energético interno. | Capítulo Compromiso Verde, página 30. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN4 Consumo energético externo. | Este indicador no se reporta pues no existe la disponibilidad de esta información. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN5 Intensidad energética. | Capítulo Compromiso Verde, página 30. | | Se verificó a través Departamento de Logística y Producción y el Sistema de Gestión Ambiental implementado por la compañía. Este sistema, a pesar de estar en funcionamiento, no se encuentra certificado. | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN6 Reducción del consumo energético. | Capítulo Compromiso Verde, página 30. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN7 Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios. | | Por la naturaleza de nuestros productos no se evalúa este ítem. | | Principios 7, 8 y 9 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|----------------------------|--|------------------------|-----|---------------------|------------------|--------|----------------------------|---------------------------|----------|------|-----------------------|--|--|---------------------|
| AGUA | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | | | | | | | | | | | | | |
| | G4-EN8 Captación total de agua según la fuente. | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Descripción</th> <th>Método de determinación</th> <th>Cantidad captada en m3</th> <th>Uso</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Acueducto Municipal</td> <td>Medidor de flujo</td> <td>1473,2</td> <td>Consumo Humano y Domestico</td> </tr> <tr> <td>Aljibe (Agua Subterránea)</td> <td>Estimado</td> <td>1872</td> <td>Riego de zonas verdes</td> </tr> </tbody> </table> | Descripción | Método de determinación | Cantidad captada en m3 | Uso | Acueducto Municipal | Medidor de flujo | 1473,2 | Consumo Humano y Domestico | Aljibe (Agua Subterránea) | Estimado | 1872 | Riego de zonas verdes | | | Principios 7, 8 y 9 |
| | Descripción | Método de determinación | Cantidad captada en m3 | Uso | | | | | | | | | | | | | |
| Acueducto Municipal | Medidor de flujo | 1473,2 | Consumo Humano y Domestico | | | | | | | | | | | | | | |
| Aljibe (Agua Subterránea) | Estimado | 1872 | Riego de zonas verdes | | | | | | | | | | | | | | |
| G4-EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. | No se afecta ninguna zona para la captación de agua. | | | Se verificó a través Departamento de Logística y Producción y el Sistema de Gestión Ambiental implementado por la compañía. Este sistema, a pesar de estar en funcionamiento, no se encuentra certificado. | Principios 7, 8 y 9 | | | | | | | | | | | | |
| G4-EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. | El 0% del agua se reutiliza o recicla, pues se realiza tratamiento terciario que elimina los contaminantes generados en el agua. su uso dentro de la empresa que solo es doméstico. | | | | Principios 7, 8 y 9 | | | | | | | | | | | | |
| EMISIONES | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | | | | | | | | | | | | | |
| | G4-EN15 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1). | <p>EMISIONES DIRECTAS DE GASES EFECTO INVERNADERO SON PRODUCIDAS EN LA NUEVA PLANTA DE CALZADO VULCANIZADO:</p> <p>Oxígeno diatómico: 0.4%</p> <p>Monóxido de Carbono: N.D. mg/m3</p> <p>Eff: 84.7%</p> <p>Dióxido de Carbono: 11.6%</p> <p>T-Stk: 152</p> <p>Ex. Air: 1.3%</p> <p>Monóxido de Nitrógeno: 25mg/m3</p> <p>Oxidos de Nitrógeno: 26mg/m3</p> <p>Dióxido de Azufre: 2.307 ppm</p> | | Se verificó a través Departamento de Logística y Producción y el Sistema de Gestión Ambiental implementado por la compañía. Este sistema, a pesar de estar en funcionamiento, no se encuentra certificado. | Principios 7, 8 y 9 | | | | | | | | | | | | |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|------------------|--|--|---|--|---------------------|
| EMISIONES | G4-EN16 Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2). | Capítulo Compromiso Verde, página 30. | | Se verificó a través Departamento de Logística y Producción y el Sistema de Gestión Ambiental implementado por la compañía. Este sistema, a pesar de estar en funcionamiento, no se encuentra certificado. | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN19 Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. | Capítulo Compromiso Verde, página 30. | | | |
| | G4-EN20 Emisiones de sustancias que agotan el ozono. | | En las evaluaciones realizadas la compañía no genera este tipo de emisiones, y por ende no son medidas. | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN20 Emisiones de sustancias que agotan el ozono. G4-EN21 NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas. | EMISIONES DIRECTAS DE GASES EFECTO INVERNADERO SON PRODUCIDAS EN LA NUEVA PLANTA DE CALZADO VULCANIZADO: Oxígeno diatómico: 0.4% Monóxido de Carbono: N.D. mg/m3 Eff: 84.7% Dióxido de Carbono: 11.6% T-Stk: 152 Ex. Air: 1.3% Monóxido de Nitrógeno: 25mg/m3 Oxidos de Nitrógeno: 26mg/m3 Dióxido de Azufre: 2.307 ppm | | | Principios 7, 8 y 9 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|-----------------------|--|---|--|--|---------------------|
| EFLUENTES Y RESIDUOS | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | |
| | G4-EN22 Vertido total de aguas, según su calidad y destino. | El 100% del agua que se usa se trata antes de vertirse al alcantarillado. | | Se verificó a través Departamento de Logística y Producción y el Sistema de Gestión Ambiental implementado por la compañía. Este sistema, a pesar de estar en funcionamiento, no se encuentra certificado. | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN23 Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento. | Capítulo Compromiso Verde, pagina #. 26 y 27 | | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN24 Número y volumen totales de los derrames significativos. | No se ha generado derrames de materiales. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN25 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del convenio de Basilea, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | | Por la naturaleza de nuestros productos no se ha evalúa este ítem. | | Principios 7, 8 y 9 |
| | | | | | |
| PRODUCTOS Y SERVICIOS | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | |
| | G4-EN27 Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios. | Contamos con estudios de medición de nuestra huella de carbono corporativa y de producto. Estas mediciones han permitido incorporar prácticas en nuestro negocio para reducir el impacto ambiental de nuestros productos y servicios. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN28 Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos. | Este indicador no se reporta pues no existe la disponibilidad de esta información. | | | Principios 7, 8 y 9 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|---|--|---|---|----------------------|---------------------|
| CUMPLIMIENTO REGULATORIO | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | |
| | G4-EN29 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. | No hemos tenido multas por incumplimiento de la legislación y la norma ambiental. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| TRANSPORTE | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | |
| | G4-EN30 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. | En el 2013 se renovó la flota comercial. Esta renovación redujo el consumo de combustible en un 27% . | | | Principios 7, 8 y 9 |
| GENERAL | Enfoque de Gestión | | | | |
| | G4-EN31 Desglose de los gastos y las inversiones ambientales. | Capítulo Compromiso Verde, pagina 30. | | | Principios 7, 8 y 9 |
| EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página # 25 | | | |
| | G4-EN32 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales. | Este indicador no se reporta pues no existe la disponibilidad de esta información. | No se tiene información por el momento ya que no se han llevado las mediciones pertinentes. | | Principios 7, 8 y 9 |
| | G4-EN33 Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto. | Este indicador no se reporta pues no existe la disponibilidad de esta información. | Este es un tema abordado por la organización y se tiene como reto la evaluación y medición de aspectos sociales y ambientales de los proveedores. | | Principios 7, 8 y 9 |
| MECANISMOS DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL | Enfoque de Gestión | Compromiso Verde, Página 25. | | | |
| | G4-EN34 Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | En el 2013 no se presentaron reclamaciones por incumplimiento de la regulación ambiental. | | | Principios 7, 8 y 9 |

INDICADORES SOCIALES

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|--|--|---|---------|--|------------------|
| EMPLEO | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | |
| | G4-LA1 Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por edad, sexo y región. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Página 40 y 41. | | Se verifica internamente a través de los procesos realizados por el Departamento de Talento Humano y RS. | Principio 6 |
| | G4-LA2 Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Página 37. | | | Principio 6 |
| | G4-LA3 Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo. | En el 2013 1 mujer ejerció su derecho de baja por maternidad y 5 hombres por paternidad. El 100% de estos colaboradores se reincorporaron a sus labores tras finalizarse la baja y el 83.3% continúan en la compañía. | | | Principio 6 |
| RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | |
| | G4-LA4 Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos. | Cuando se realizan cambios operativos significativos a los colaboradores se les entrega una notificación con dicho cambio en donde se especifican todas las condiciones de este. La compañía no dispone de convenios colectivos ni sindicatos, por lo tanto los periodos de preaviso, consultas y negociaciones se realizan directamente entre la Gerencia del Área en cuestión y el área de Talento Humano con el objetivo de garantizar todas y las mejores condiciones de los cambios operativos del colaborador. | | | Principios 3 y 6 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|---------------------------------|--|---|---------|---|---------------|
| SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | |
| | G4-LA5 Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Pagina 44. | | | Principio 6 |
| | G4-LA6 Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Pagina 43. | | | Principio 6 |
| | G4-LA7 Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Página 44. | | | Principio 6 |
| | G4-LA8 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos. | En Plasticaucho Colombia no contamos con sindicato. | | | Principio 6 |
| CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | |
| | G4-LA9 Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Página 41. | | | Principio 6 |
| | G4-LA10 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Páginas 32, 33 y 34. | | Verificado a través del programa de Salud Ocupacional de la compañía, que esta sujeto a vigilancia y control de Entidades del Estado. | Principio 6 |
| | G4-LA11 Porcentaje de empleados cuyo desempeño y desarrollo profesional se evalúa con regularidad, desglosado por sexo y por categoría profesional. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Página 33. | | | Principio 6 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|-----------|----------------------|-----------------|---|----------------------|---|-----------|-----|---------------|-----|-----------|---|--|--|
| DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | | | | | | | | | | | | |
| | G4-LA12 Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. | Capítulo Nuestros Colaboradores, Pagina 31 | | | Principio 6 | | | | | | | | | | | |
| IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31 | | | | | | | | | | | | | | |
| | G4-LA13 Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad. | <p>Relación salario base hombre/mujer</p> <table border="0"> <tr> <td>Gerencias</td> <td>0.8</td> </tr> <tr> <td>Administrativos</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Asesores Comerciales</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Jefaturas</td> <td>0.7</td> </tr> <tr> <td>Coordinadores</td> <td>1.3</td> </tr> <tr> <td>Operarios</td> <td>1</td> </tr> </table> <p>Los valores menores a 1 indican remuneración mayores para los Hombres. Valores iguales 1 implican remuneraciones iguales. Y valores mayores a 1 remuneraciones mayores en las Mujeres..</p> | Gerencias | 0.8 | Administrativos | 1 | Asesores Comerciales | 1 | Jefaturas | 0.7 | Coordinadores | 1.3 | Operarios | 1 | | |
| Gerencias | 0.8 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Administrativos | 1 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Asesores Comerciales | 1 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jefaturas | 0.7 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Coordinadores | 1.3 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Operarios | 1 | | | | | | | | | | | | | | | |
| EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | | | | | | | | | | | | |
| | G4-LA14 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales. | El 100% de los nuevos proveedores son evaluados mediante el proceso de compras que incluyen los cumplimientos normativos. Para el grupo de maquiladores se estipula un contrato con unos mínimos legales en la parte de prácticas laborales. | | | Principio 6 | | | | | | | | | | | |
| | G4-LA15 Impactos negativos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto. | A la fecha no se ha presentado ningún impacto negativo a la cadena de suministros. | | | Principio 6 | | | | | | | | | | | |
| MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | | | | | | | | | | | | |
| | G4-LA16 Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | <p>Numero total de reclamaciones: 2</p> <p>Reclamaciones abordadas: 2</p> <p>Reclamaciones resueltas: 1</p> <p>Total reclamaciones sobre practicas laborales: 1</p> | | | Principio 6 | | | | | | | | | | | |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|--|--|---|---------|---|---------------------|
| INVERSIÓN | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | |
| | G4-HR1 Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. | Los contratos o acuerdos de inversión no incluyen cláusulas en materia de derechos humanos. | | La empresa tiene el reto la evaluación y medición en DD.HH. en diversos aspectos del negocio, para considerarlo en actividades como las de inversión. | Principios 1 y 2 |
| | G4-HR2 Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados. | En el 2013 el 50% de nuestros agentes Contact Center recibieron capacitación en la norma Habeas Data. | | | Principios 1 y 2 |
| NO DISCRIMINACIÓN | Enfoque de Gestión | Desarrollo de nuestros socios de negocio, Página 51. | | | |
| | G4-HR3 Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas. | En el 2013 no se presentaron casos de discriminación. | | | Principios 1, 2 y 6 |
| LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA | Enfoque de Gestión | Desarrollo de nuestros socios de negocio, Página 51. | | | |
| | G4-HR4 Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos. | No se realizan este tipo de evaluación o identificación para los proveedores. | | | Principios 1, 2 y 3 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|----------------------|--|---|---------|----------------------|---------------------|
| TRABAJO INFANTIL | Enfoque de Gestión | La empresa tiene una cultura de compromiso con la defensa de los derechos humanos, y se ha planteado como reto y necesidad ahondar esfuerzos y recursos para impulsar y verificar a lo largo de la cadena de valor el cumplimiento de estos, planteándose con ello un espacio de tiempo de mediano plazo. | | | |
| | G4-HR5 Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil. | El 100% de los nuevos proveedores son evaluados mediante el proceso de compras que incluyen los cumplimientos normativos. Para el grupo de maquiladores se estipula un contrato con unos mínimos legales en la parte de prácticas laborales, entre ellos el no trabajo infantil. | | | Principios 1, 2 y 5 |
| TRABAJO FORZOSO | Enfoque de Gestión | Desarrollo de nuestros socios de negocio, Página 51. | | | |
| | G4-HR6 Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso. | El 100% de los nuevos proveedores son evaluados mediante el proceso de compras que incluyen los cumplimientos normativos. Para el grupo de maquiladores se estipula un contrato con unos mínimos legales en la parte de prácticas laborales, entre ellos el no trabajo forzoso. | | | Principios 1, 2 y 4 |
| MEDIDAS DE SEGURIDAD | Enfoque de Gestión | Desarrollo de nuestros socios de negocio, Página 51. | | | |
| | G4-HR7 Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones. | Nuestro servicio de seguridad privada es facilitado a través del proveedor externo Seguridad Atlas, empresa signataria del Pacto Global y quien a través de sus prácticas de gestión, garantizan la formación de sus colaboradores en materia de Derechos Humanos. | | | Principios 1 y 2 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|--|--|---|--|----------------------|--------------------|
| EVALUACIÓN | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31. | | | |
| | G4-HR9 Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.3 | En los sitios de operaciones no se han realizado este tipo de exámenes. | No se tiene información por ser un tema en construcción dentro de la organización. Sin embargo, la empresa tiene como reto la evaluación y medición en DD.HH. en diversos aspectos del negocio. | | Principios 1 y 2 |
| EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS | Enfoque de Gestión | La empresa tiene una cultura de compromiso con la defensa de los derechos humanos, y se ha planteado como reto y necesidad ahondar esfuerzos y recursos para impulsar y verificar a lo largo de la cadena de valor el cumplimiento de estos, planteándose con ello un espacio de tiempo de mediano plazo. | | | |
| | G4-HR10 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos. | | La empresa ha tomado la evaluación y medición en DD.HH. a lo largo de la cadena como un reto relevante. Así que la compañía evaluará los procesos pertinentes en aspectos sociales y ambientales para los proveedores en el mediano plazo. | | Principios 1 y 2 |
| | G4-HR11 Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas. | | | | Principios 1 y 2 |
| MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS | Enfoque de Gestión | Nuestros Colaboradores, Página 31 | | | |
| | G4-HR12 Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | En el 2013 no se presentaron reclamaciones sobre derechos humanos. | | | Principios y 1 y 2 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|----------------------------|--|--|---------|---|---------------|
| COMUNIDADES LOCALES | Enfoque de Gestión | Compromiso ético y social Página 55. | | | |
| | G4-SO1 Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. | Compromiso Ético y Social, En el 100% de nuestros centros de operaciones realizamos programas de desarrollo comunitario. | | La empresa tiene el reto la evaluación y medición en DD.HH. en diversos aspectos del negocio, para considerarlo en actividades como las de inversión. | Principio 1 |
| | G4-SO2 Centros de operaciones con impactos negativos significativos, reales o potenciales, sobre las comunidades locales. | Capítulos Compromiso Verde y Compromiso Ético y Social, páginas 25 y 55. | | | Principio 1 |
| LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN | Enfoque de Gestión | Compromiso ético y social Página 55. | | | |
| | G4-SO3 Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados. | Plasticaucho Colombia tiene evaluados los riesgos de corrupción y entre las medidas que se toman para evitar posibles actos se encuentran las auditorías internas, y el establecimiento de un Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT). | | | Principio 10 |
| | G4-SO4 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. | * Trimestralmente se presenta al comité gerencial un informe donde se detalla el estado y posibles hallazgos del sistema SARLAFT. Adicionalmente se ha capacitado en dicho sistema al 100% del área de compras y de cartera lo cual busca minimizar los riesgos financieros y de corrupción a los que está expuesta la organización. * En el 2013, 10 colaboradores de nivel estratégico de la compañía se capacitaron en el marco normativo y generalidades de la certificación Operador Económico Autorizado (OEA). Durante 2014 iniciaremos el proceso para obtener la certificación como OEA. | | Verificado por medio del Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT). | Principio 10 |
| | G4-SO5 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas. | En la actualidad no se conocen casos de corrupción en la organización o contra ella. | | | Principio 10 |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|--|---|--|---|---|---------------|
| POLÍTICA PÚBLICA | Enfoque de Gestión | Compromiso ético y social Página 55. | | | |
| | G4-SO6 Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario. | Por política corporativa no hace aportes a partidos políticos. | | | Principio 10 |
| PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL | Enfoque de Gestión | Compromiso ético y social Página 55. | | | |
| | G4-SO7 Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas. | No se han presentado demandas por este concepto. | | Verificado por medio del Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT). | Principio 10 |
| CUMPLIMIENTO | Enfoque de Gestión | Compromiso ético y social Página 55. | | | |
| | G4-SO8 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa. | No se presentaron multas por incumplimientos legales en el 2013. | | | |
| EVALUACIÓN DE LA REPERCUSIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES | Enfoque de Gestión | Compromiso ético y social Página 55. | | | |
| | G4-SO9 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social. | No se ha realizado este tipo de examen a proveedores. | La empresa ha tomado como desafío la evaluación y medición de temas sociales como ambientales. Así que la compañía evaluara los procesos pertinentes para realizar este tipo de seguimientos. | | |
| | G4-SO10 Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas. | No se han evaluados estos impactos. | | | |
| MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL | Enfoque de Gestión | Compromiso ético y social Página 55. | | | |
| | G4-SO11 Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | No se han presentado reclamaciones de este tipo. | | | |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|---|---|---|---------|--|---------------|
| SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES | Enfoque de Gestión | A pesar que el "core" de la empresa no se enfoca en productos con impactos directos en la salud del usuario, se reconoce la importancia de este aspecto y se propende por buscar reducir los riesgos inherentes en la producción y en el uso de nuestro producto, investigando sobre los impactos ambientales de nuestras materias primas antes y después de la venta del bien final. | | | |
| | G4-PR1 Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras. | El 100 % de nuestros productos indica en el etiquetado la composición del calzado en capellada, suela y forro, además de la información del fabricante. | | Se mantiene verificados a través de la vigilancia y control de entidades del Estado | |
| | G4-PR2 Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | No se han presentado incidentes por este tipo de incidentes | | | |
| ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS | Enfoque de Gestión | Plasticaucho Colombia S.A. mantiene su compromiso explícito con la calidad y satisfacción sobre nuestro producto (Política de Calidad), el cual comprende desde el cumplimiento de las especificaciones técnicas, hasta los requerimientos dispuesto por la ley colombiana para su venta y comercialización. | | | |
| | G4-PR3 Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos. | Cumplimos con la normativa vigente, según resolución número 0933 de 2008 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, sobre la información de materiales que utilizamos en nuestros productos. | | Se verificó a través del Sistema de Gestión de la Calidad, auditado y certificado por la compañía SGS. | |

| Aspecto Material | Enfoque de Gestión e Indicador | Desarrollo/Ubicación | Omisión | Verificación Externa | Pacto Mundial |
|---|---|--|---------|--|---------------|
| ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS | G4-PR4 Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado. | En el 2013 no se presentó esta situación. | | Se verificó a través del Sistema de Gestión de la Calidad, auditado y certificado por la compañía SGS. | |
| | G4-SO6 Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario. | En el 2013 no se realizó encuesta para medir la satisfacción de los clientes, sin embargo a través del Contacto Center se canalizan las PQRs. | | | |
| COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA | Enfoque de Gestión | Plasticaucho Colombia SA. mantiene su compromiso explícito con la calidad y satisfacción sobre nuestro producto (Política de Calidad), el cual comprende desde el cumplimiento de las especificaciones técnicas, hasta los requerimientos dispuestos por la ley colombiana para su venta y comercialización. | | | |
| | G4-PR6 Venta de productos prohibidos o en litigio. | La compañía no cuenta con ningún tipo de producto prohibido o se considere que esté en litigio. | | | |
| PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES | Enfoque de Gestión | Plasticaucho Colombia SA. mantiene su compromiso explícito con la calidad y satisfacción sobre nuestro producto (Política de Calidad), el cual comprende desde el cumplimiento de las especificaciones técnicas, hasta los requerimientos dispuestos por la ley colombiana para su venta y comercialización. | | | |
| | G4-PR8 Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes. | En el 2013 no se presentaron reclamaciones de este tipo. | | Se verificó a través del Sistema de Gestión de la Calidad, auditado y certificado por la compañía SGS. | |
| CUMPLIMIENTO REGULATORIO | Enfoque de Gestión | Plasticaucho Colombia SA. mantiene su compromiso explícito con la calidad y satisfacción sobre nuestro producto (Política de Calidad), el cual comprende desde el cumplimiento de las especificaciones técnicas, hasta los requerimientos dispuestos por la ley colombiana para su venta y comercialización. | | | |
| | G4-PR9 Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios. | No se presentaron multas por incumplimientos legales en el 2013. | | | |

 **Plasticaucho**
COLOMBIA

