

SEIS PROMESAS SOSTENIBLES

GENERANDO IMPACTOS POSITIVOS



INFORME
DE SOSTENIBILIDAD
2014

corona

WWW.CORONA.CO

6 ORGANIZACIÓN CORONA

PROMESA

01

36 INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS

› PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES	40
› TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA	41
› DESARROLLO DE LA CULTURA DE INNOVACIÓN	41
› INNOVANDO PARA NUESTROS CLIENTES	43

PROMESA

02

44 CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES

› APERTURA NEXENTIA	48
› ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO DE CORONA	48
› VISTE TU CASA	49
› EXPANDIENDO NUESTROS MERCADOS	51

PROMESA

03

52 SER MÁS COMPETITIVOS

› TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL	56
› OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y GASTOS	57
› MEJORANDO NUESTRAS CAPACIDADES	59

PROMESA

04

60 PROMOVER A NUESTRA GENTE

› MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA	64
› AMBIENTE LABORAL	64
› SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL	65
› GESTIÓN DEL TALENTO	66
› PROGRAMA RED EN ACCIÓN - HOMECENTER	67
› MANOS CAPACITADAS - BEST BUDDIES HOMECENTER	67
› NUESTRA GENTE, NUESTRO MOTOR	75

PROMESA

05

74 SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

› CAMBIO CLIMÁTICO	80
› ECOEFICIENCIA	83
› RECURSOS NATURALES	88
› PRODUCTOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE	88
› CUMPLIMIENTO	89
› CREANDO UNA CULTURA AMBIENTAL	91

PROMESA

06

104 IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

› VOLUNTARIADO CORPORATIVO	108
› SOSTENIBILIDAD Y PROVEEDORES	108
› DONACIONES EN ESPECIE	108
› PROYECTOS ESTRATÉGICOS EN ALIANZA	109
› PREMIO CORONA	109
› UN BUEN VECINO	113

114 INDICADORES GRI



CUMPLIENDO NUESTRAS PROMESAS

DURANTE EL 2014 CONTINUAMOS ENFOCADOS en llevar a cabo nuestro trabajo desde la perspectiva de la triple cuenta de resultados, generando valor a nuestros grupos de interés en términos económicos, sociales y ambientales, lo que nos permite cumplir los 10 principios del Pacto Global. De esta manera, gestionamos diferentes proyectos y programas que enmarcamos en seis promesas, alcanzando logros y reconocimientos significativos y cerrando un año positivo para Corona.

INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS

Partiendo de las necesidades de nuestros consumidores, lanzamos innovadores productos y colecciones, para lo cual invertimos de manera importante en nuevas tecnologías. Algunos ejemplos de lanzamientos de Colcerámica incluyen pisos con tecnología de Alta Resistencia al Deslizamiento (ARD) y el sanitario Smart que asegura un consumo de agua de 4.9 litros en promedio. Por otra parte, Vajillas lanzó dos colecciones de su línea hogar, Home Sweet Home y Forever Summer. También Materiales & Pinturas lanzó dos colecciones una de pinturas y otra de impermeabilizantes con innovadoras tecnologías. Adicional a los lanzamientos hicimos un esfuerzo importante en la implementación de SAP.

CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES

Continuamos consolidando nuestra presencia en la región con la puesta en marcha de la planta de Sanitarios en Brasil y los avances en el fortalecimiento de la operación en Centro América tras la compra de Incesa. Igualmente tuvimos 6 aperturas, 4 de Almacenes Corona y 2 de Homecenter. Esto, acompañado de los lanzamientos del año anterior nos permitió tener un crecimiento en ventas del 13%.

SER MÁS COMPETITIVOS

Nuestro objetivo es llegar de manera eficiente a nuestros clientes, con una oferta integral. Hemos logrado reestructurar algunos de nuestros costos y gastos trabajando en más de 200 proyectos con la metodología de mejoramiento del Kit Corona generando ahorros por más de \$24 mil millones. De igual forma, hemos ganado competitividad y eficiencia en las operaciones logísticas implementando, entre otros, proyectos de conducción eficiente. Asimismo, a través de los assessment tecnológicos hemos avanzado en el cierre de brechas de nuestra situación tecnológica actual frente al estado del arte vigente siendo más eficientes y por lo tanto más competitivos.

PROMOVER A NUESTRA GENTE

Nos esforzamos en mantener un ambiente de trabajo amable, de respeto y camaradería que se refleja en los resultados sobresalientes en la medición de clima laboral realizada con Great Place to Work. Estamos siempre buscando mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores a través de diferentes programas como talleres de vivienda que les permiten acceder a asesoría y financiamiento. Durante el 2014, 134

personas obtuvieron crédito para vivienda y 615 fueron beneficiaros del Banco de Materiales.

Igualmente, Homecenter creó el programa Red en Acción a través del cual se beneficiaron 100 colaboradores con donación de producto, diseño arquitectónico y donación económica. También vale la pena destacar el trabajo realizado con Best Buddies donde Homecenter tiene contratados de manera directa e indefinida a 130 colaboradores en condición de discapacidad física, cognitiva y/o sensorial.

SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

Continuamos enfocados en consolidar una cultura de respeto y cuidado por el medio ambiente y esto se evidencia en los resultados del 2014 de nuestro Plan de Sostenibilidad Ambiental. Algunos logros para destacar son los ahorros de consumo energético que superaron el 5% frente a la línea base, meta que nos habíamos puesto para el 2016. Igualmente, la reutilización de agua basada en los ciclos cerrados (cero vertimientos) en las plantas, en la que logramos llegar a un 62% de recirculación, lo que nos acerca cada vez más a tener una huella gris de cero.

IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

Buscamos el desarrollo de las regiones donde operamos. En el 2014 quisimos madurar nuestro voluntariado a través de alianzas para tener un mayor impacto en las comunidades de influencia. De esta manera, cerramos el año con 18 jornadas de mejoramiento a instituciones educativas y/o servicios sociales, 12 jornadas ambientales y 14 mentores participando en Red Endeavor. Lo anterior equivale a 10.320 horas donadas, y más de 17.000 beneficiarios.

También es importante resaltar que buscamos robustecer nuestra cadena de valor a través de un diagnóstico en sostenibilidad que realizamos con 52 de los principales proveedores de Corona. Con 19 de ellos definimos un plan de acción detallado que busca su desarrollo y crecimiento, y que implementaremos en el 2015.

El resultado completo de nuestra gestión y nuestro compromiso se encuentra en el Informe que entregamos hoy y que los invito a recorrer en detalle.

Reciban un cordial saludo,

CARLOS ENRIQUE MORENO MEJÍA
Presidente





ACERCA DEL INFORME

Este informe fue elaborado de acuerdo con la estrategia de Corona, que está basada en seis promesas, y siguiendo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) versión G4 en su versión esencial (“core”), en concordancia con los lineamientos del Pacto Global y los requerimientos de comunicación del mismo (Comunicación de Progreso – CoP). El informe incluye el análisis de materialidad que fue realizado teniendo en cuenta las prioridades y expectativas de los grupos de interés, las cuales se ven reflejadas en la matriz correspondiente y en el desarrollo del informe.

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

UNIDADES DE MANUFACTURA	SIGLA
Corona Colcerámica	CC
Vajillas Corona	VC
Insumos, Materiales & Pinturas	SM
Minerales Industriales	MI
Gamma Aisladores Corona	GM
Erecos	ER
UNIDADES DE SERVICIO	SIGLA
Unidad de Servicios Compartidos	USC
Logística y Transporte	L&T
Centro Corporativo	CCORP
UNIDADES DE RETAIL	SIGLA
Almacenes Corona	AC
Sodimac	SD


ALCANCES Y LÍMITES

El informe abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2014, e incluye para la mayoría de los indicadores información comparativa desde el 2012.

Los indicadores GRI que se presentan detallan los comentarios que permiten entender la metodología y supuestos utilizados para su cálculo.

Además de la información de Colombia, este año se incluye información energética e hídrica correspondiente a nuestras operaciones controladas en Centro América y Estados Unidos.

CORONA EN CIFRAS



134 AÑOS
de historia empresarial



6 UNIDADES
Estratégicas de Negocio



26 PLANTAS
de manufactura

19 COLOMBIA
3 ESTADOS UNIDOS
3 CENTRO AMÉRICA
1 BRASIL



1 OFICINA
de suministros globales en China



1 COMERCIALIZADORA
en México



75 TIENDAS
en Colombia

53 DESTINOS DE EXPORTACIÓN / 5 CONTINENTES

AMÉRICA DEL NORTE
BAHAMAS
CANADÁ
ESTADOS UNIDOS
MÉXICO

CENTRO Y SUR AMÉRICA
ANTIGUA Y BARBUDA
ANTILLAS HOLANDEASAS
ARGENTINA
ARUBA
BARBADOS
BELICE
BOLIVIA
BRASIL
CHILE
COSTA RICA
CUBA
CURAZAO
ECUADOR
EL SALVADOR
GRENADA
GUATEMALA
GUYANA
HAITÍ
HONDURAS
JAMAICA
NICARAGUA
PANAMÁ
PARAGUAY
PERÚ
PUERTO RICO
REPÚBLICA DOMINICANA
SAN MARTÍN
SANTA LUCÍA
SURINAM
TRINIDAD Y TOBAGO
URUGUAY
VENEZUELA

EUROPA
ALEMANIA
ESPAÑA
FRANCIA
GRECIA
HOLANDA
INGLATERRA
ITALIA
TURQUÍA

ASIA Y OCEANÍA
CHINA
FILIPINAS
COREA
NUEVA ZELANDA

ÁFRICA
CAMERÚN
ARABIA SAUDITA
EGIPTO
NIGERIA
RUANDA



13%
CRECIMIENTO
EN VENTAS



4,5
BILLONES DE
PESOS EN VENTAS



4.834
TERAJOULES
CONSUMO
DE ENERGÍA



14.925
EMPLEOS
DIRECTOS
GENERADOS

68.744
MILLONES DE PESOS
EN BENEFICIOS
EXTRALEGALES
DE EMPLEADOS



84,2
GPTW
CORONA

VALORACIÓN GREAT
PLACE TO WORK

83,7
GPTW
HOMECENTER



SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

EN CORONA CONTAMOS CON UN SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO orientado a facilitar el cumplimiento de nuestras promesas. Este Sistema define los mecanismos que nos permiten fortalecer continuamente la administración de nuestras compañías, mejorar nuestra capacidad para la toma de decisiones y garantizar la transparencia en todo lo que hacemos.

El Sistema está compuesto por un conjunto de normas, políticas y buenas prácticas, en el cual los roles, derechos, facultades y responsabilidades de los órganos de administración de nuestras compañías se encuentran claramente definidos para responder a las necesidades de nuestros principales grupos de interés.

La base del Sistema de Gobierno Corporativo son nuestros valores, principios éticos y cultura organizacional, los cuales reflejan el compromiso histórico de Corona con la honestidad y la integridad y definen nuestro rol como compañía y cómo nos relacionamos entre nosotros, con nuestros proveedores y clientes.

El Sistema de Gobierno Corporativo cuenta con cinco grandes capítulos:

01
BUEN GOBIERNO

El Buen Gobierno facilita una adecuada administración de nuestras compañías a través de reglas y procedimientos claros para la toma de decisiones. Además de contar con reglas claras sobre la composición y funcionamiento de los órganos de administración, así como sobre sus funciones y responsabilidades, recogidas en los Estatutos, contamos con un Código de Buen Gobierno. Este contiene los principios y prácticas que deben regir las actuaciones de las compañías con el fin de promover la generación de confianza en nuestros grupos de interés, facilitar una adecuada administración y un mayor control de los niveles de riesgo.

Adicionalmente nuestros órganos de administración cumplen su función sobre la base de políticas claras que definen sus responsabilidades y atribuciones:

- i) **El Comité de Presidencia** establece las políticas aplicables a las sociedades que conforman el grupo industrial, con base en las directrices fijadas por la Junta Directiva y participa activamente en la planeación, dirección, ejecución y supervisión de los negocios de cada una de ellas. Éste Comité está conformado por el Presidente y los Vicepresidentes Financiero, de Asuntos Corporativos, de Gestión Integral, de Negocio de Acabados, de Insumos y Materiales de Construcción y de Desarrollo de Negocios.
- ii) **El Comité Ejecutivo Corporativo** hace la revisión de la estrategia de negocios de Corona, las promesas corporativas y sus objetivos. Está conformado por los miembros del Comité de Presidencia y los Gerentes Generales de las unidades de negocios y servicios: Sodimac, Vajillas, Almacenes Corona, Corlanc, Gamma, Erecos, Mansfield, Incesa, USC, L&T y Tecnología de la información.
- iii) **Los Comités de Gerencia** de cada Unidad de Negocios o Servicios hacen seguimiento a diferentes iniciativas de su operación y toman decisiones respecto de las mismas. Están conformados por el Gerente General y su equipo de gerencia.





02
MANEJO DE RIESGOS

Un aspecto central de nuestra gestión es el manejo de riesgos y la adopción de medidas de control para disminuir la probabilidad de ocurrencia del evento o para disminuir su impacto en el evento en que ocurran. Para facilitar esta gestión hemos definido:

i) **una Política Integral de Riesgos** que define los lineamientos generales para la identificación, el análisis, la evaluación, el tratamiento y el monitoreo adecuado de los riesgos asociados a la actividad de Corona; ii) **un Mapa de Riesgos** que contiene la identificación y valoración de los riesgos que se puede generar en la operación de cada Unidad de Negocio o de Servicios, su clasificación en escalas de evaluación y sus correspondientes planes de mitigación; y iii) **un Manual de Manejo de Comunicaciones en Situaciones de Crisis** que consagra información general acerca del manejo de situaciones de riesgo y las acciones específicas a seguir. También tenemos una Política de Auditoría que reglamenta la función de la auditoría interna e informa a las distintas áreas los lineamientos que sigue esta auditoría en la ejecución de sus labores. Asimismo contamos con Comités de Auditoría que funcionan como un órgano asesor de las Juntas Directivas de nuestras compañías en asuntos relacionados con control interno.

03
BUENA CIUDADANÍA CORPORATIVA

En Corona estamos comprometidos con impulsar, fortalecer y mejorar nuestro comportamiento como Buenos Ciudadanos Corporativos.

Hemos incorporado como parte esencial de nuestra estrategia una promesa de relacionada con el Desarrollo Social y una con la Responsabilidad Ambiental que nos han permitido gestionar nuestras operaciones desde la perspectiva de la triple cuenta de resultados, contemplando todos los impactos y oportunidades en el ámbito económico, social y ambiental. Para la ejecución de estas promesas contamos con un Plan de Sostenibilidad Social y uno Ambiental con proyectos y programas con metas definidas a largo plazo. Tenemos claramente identificados a nuestros grupos de interés y hemos creado una matriz de materialidad que refleja todos los asuntos que gestionamos. Adicionalmente, para lograr mejores resultados, hemos celebrado diversas alianzas estratégicas con entidades que nos apoyan con la gestión de estos proyectos.

Como parte de nuestro compromiso de ser Buenos Ciudadanos Corporativos estamos comprometidos a actuar con la diligencia necesaria para asegurar el respeto de los Derechos Humanos.

Sistema de Gobierno Corporativo



04
REPORTE Y TRANSPARENCIA

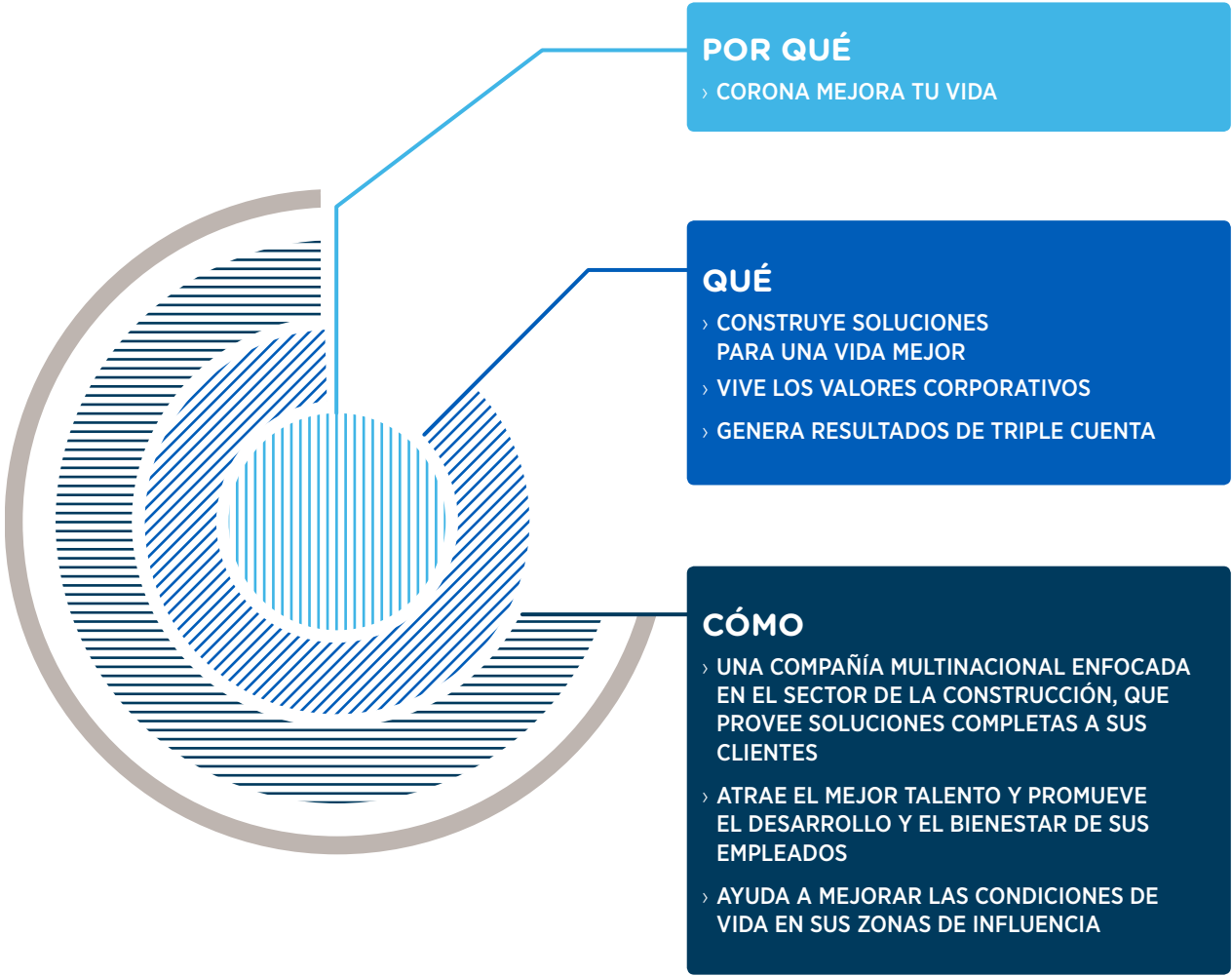
Contamos con una serie de mecanismos de divulgación de información orientados a promover confianza en todos nuestros grupos de interés. Para tal efecto publicamos nuestra Misión y Visión, nuestra estructura societaria, los Informes de Gestión, los Estados Financieros y los Informes de Revisoría Fiscal de todas nuestras compañías, así como nuestro Informe de Sostenibilidad.

05
CUMPLIMIENTO DE LA LEY

Estamos totalmente comprometidos con el estricto cumplimiento de las normas legales vigentes y aplicables a todas nuestras actividades en todos los países donde operamos.

¿HACIA DÓNDE VAMOS?

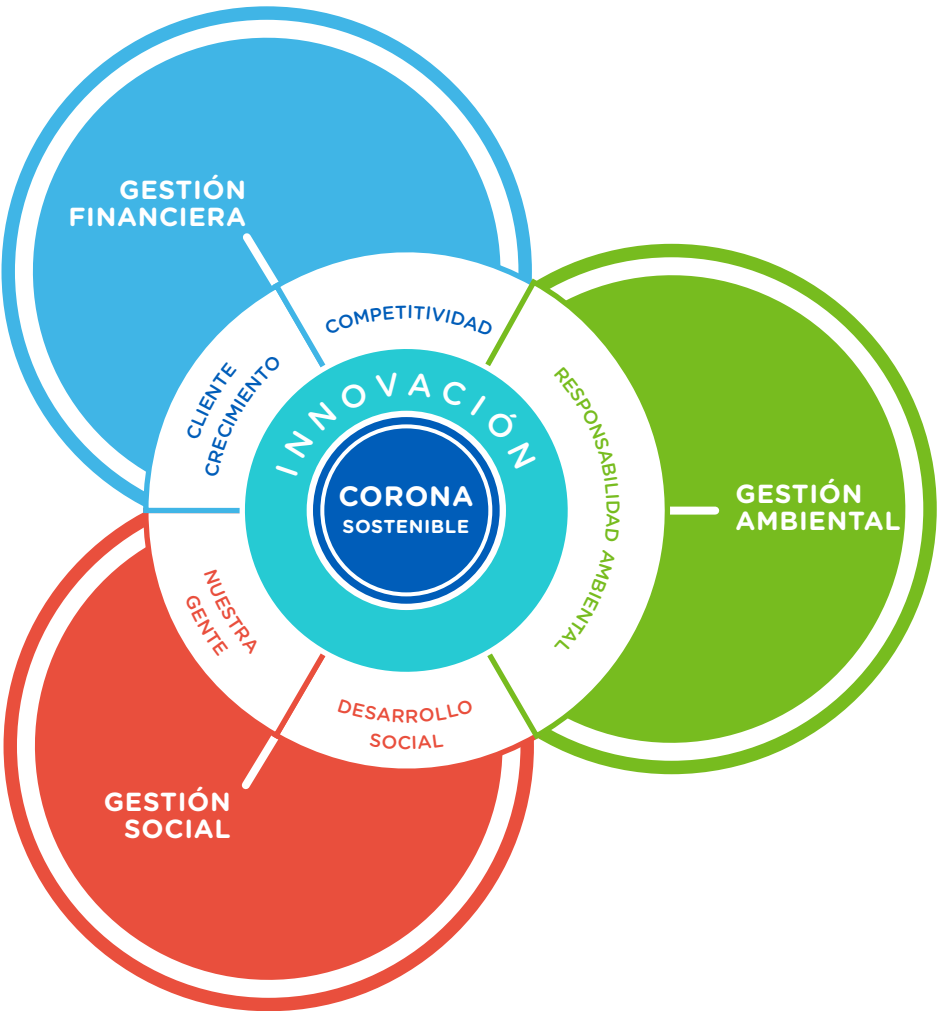
1. POR QUÉ, CÓMO Y QUÉ HACEMOS



2. MISIÓN

Corona será una multinacional diversificada, enfocada en soluciones y productos para el mejoramiento del hogar y la construcción nueva, especialmente en las Américas, generando valor compartido en términos económicos, sociales y ambientales.

3. TRIPLE CUENTA



NUESTRAS PROMESAS

Nuestro propósito fundamental es mejorar la vida de las personas, con soluciones y productos para la remodelación y la construcción, viviendo nuestros valores corporativos y desarrollando nuestras actividades bajo la perspectiva de la triple cuenta de resultados. Para alcanzar este propósito y hacer realidad nuestra estrategia de negocios, hemos declarado seis promesas con las que nos hemos comprometido y con las cuales enmarcamos nuestros proyectos e iniciativas. Estas promesas son:



INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS

Innovar en productos y servicios, procesos, modelos de negocio y mejores prácticas



CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES

Desarrollar mercados existentes y nuevos asegurando la satisfacción del cliente



SER MÁS COMPETITIVOS

Asegurar un crecimiento rentable



PROMOVER A NUESTRA GENTE

Promover nuestro talento y mejorar la calidad de vida de nuestra gente



SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

Generar valor compartido con nuestros grupos de interés en términos ambientales



IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

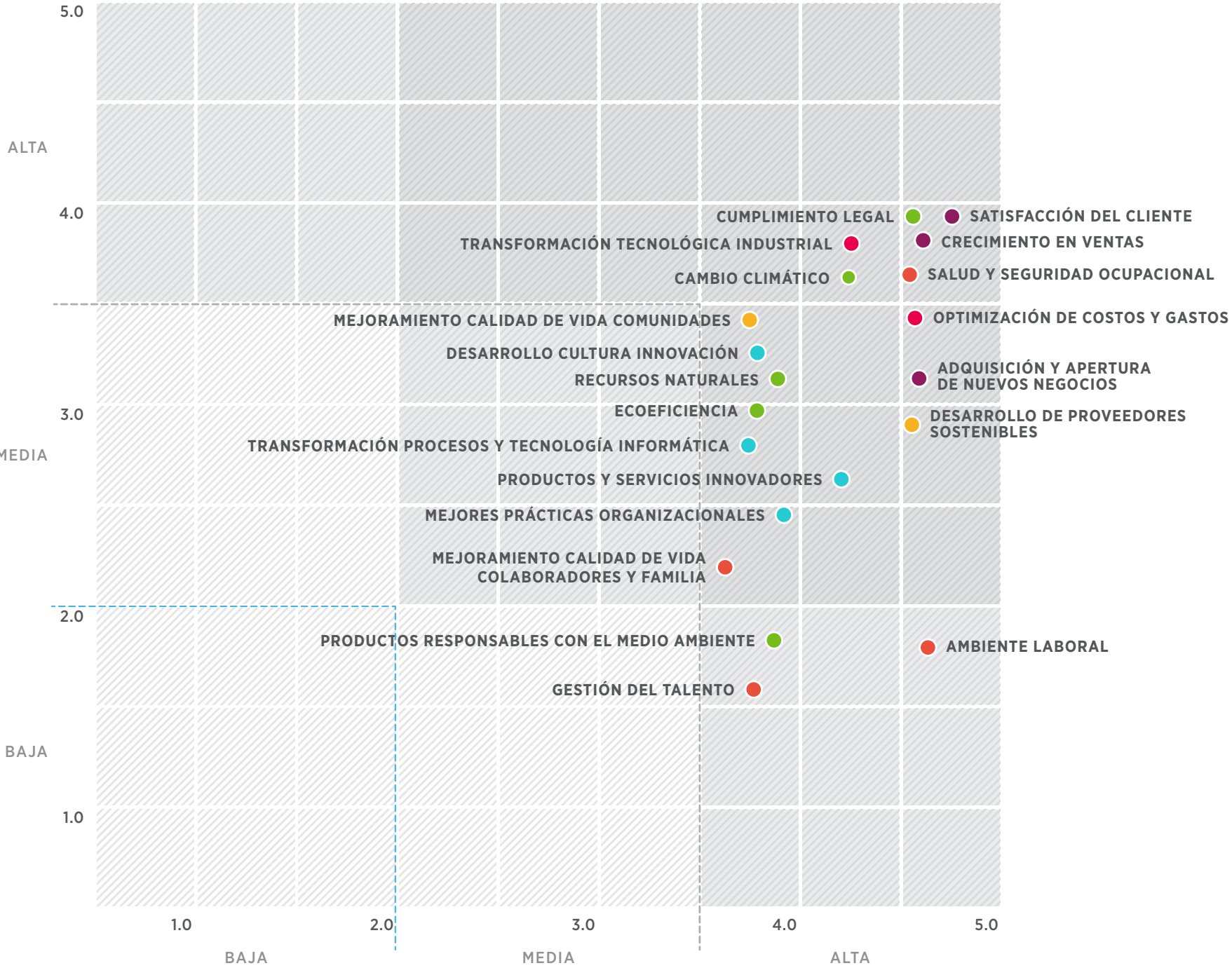
Generar valor compartido con nuestros grupos de interés en términos sociales

MATRIZ DE MATERIALIDAD

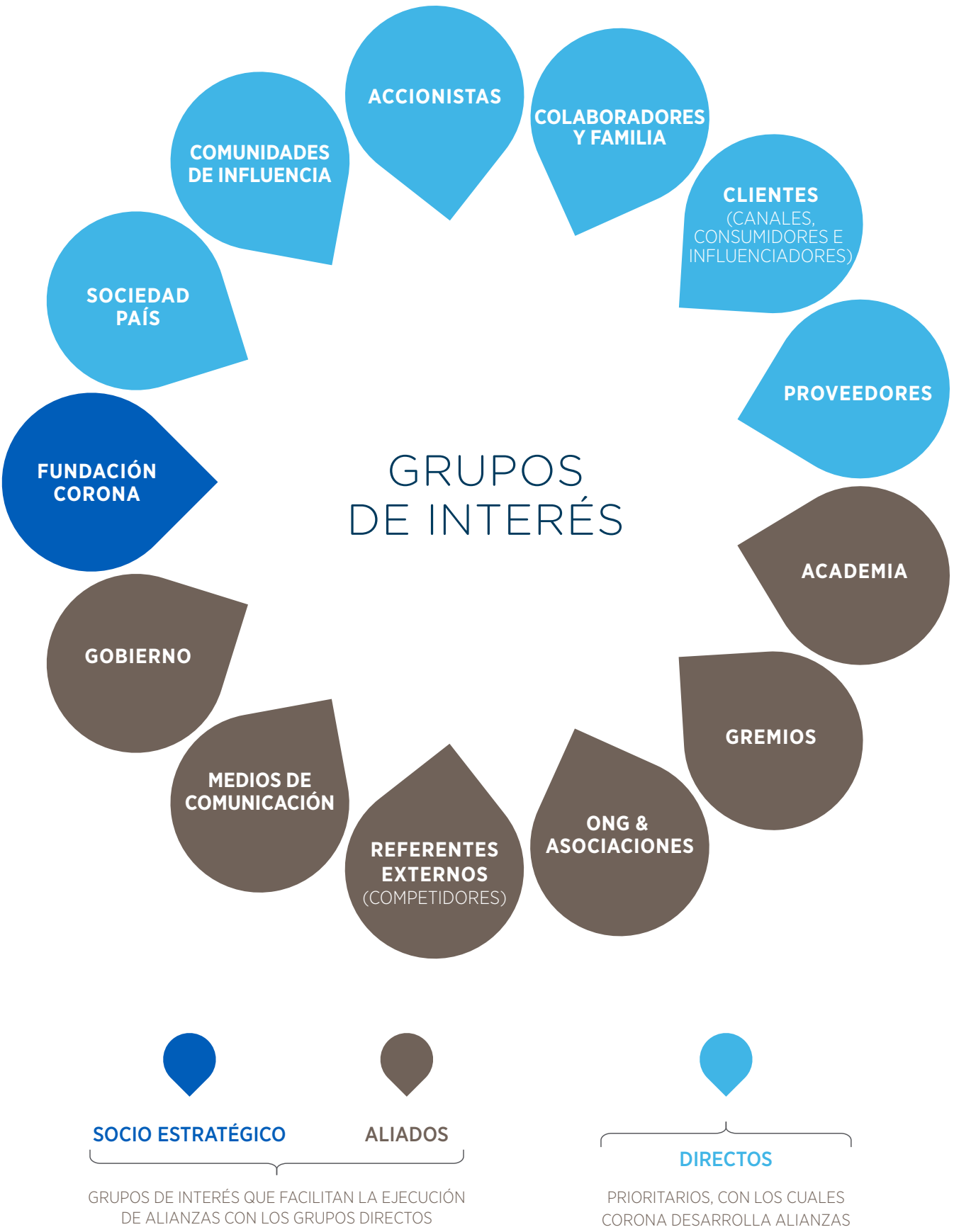
24
25

- INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS
- CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES
- SER MÁS COMPETITIVOS
- PROMOVER A NUESTRA GENTE
- SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE
- IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

IMPORTANCIA PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS



IMPORTANCIA PARA LA EMPRESA



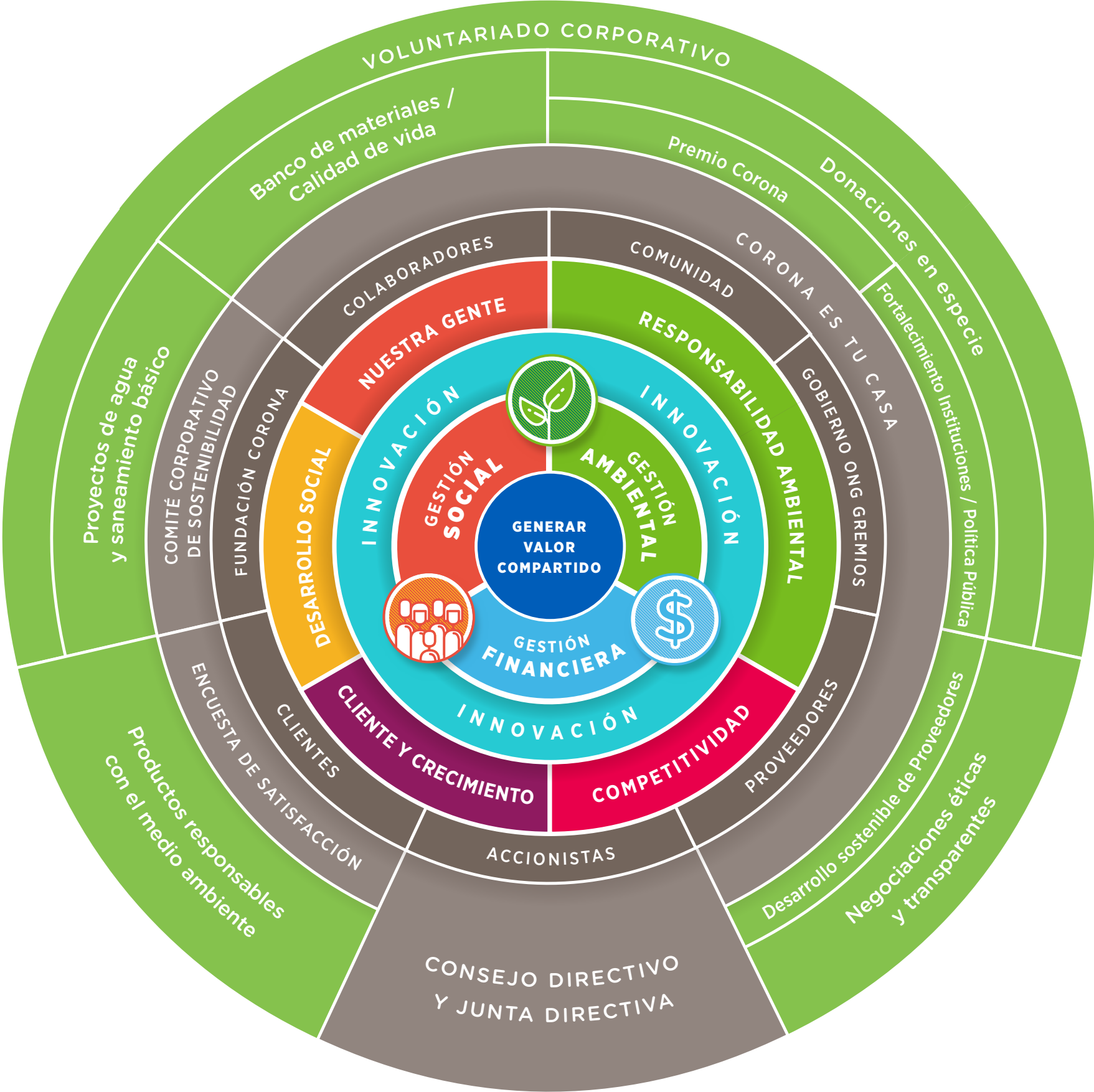
SISTEMA DE RELACIONAMIENTO

G4-27

«Corona es Tu Casa» se ha consolidado como un escenario que nos permite el acercamiento a la comunidad y a las administraciones locales de las zonas de influencia donde operamos propiciando el intercambio de ideas y opiniones en torno a temas relevantes para la comunidad y para el desarrollo de la región.

Durante el 2014 realizamos 5 encuentros en distintas zonas del país donde tuvimos la oportunidad de dialogar con nuestros grupos de interés sobre sus expectativas y generar compromisos con ellos.

En Bogotá y Medellín el Corona es Tu Casa estuvo enfocado a los proveedores con quienes se trabajó principalmente sobre el tema de sostenibilidad. Los otros tres se llevaron a cabo en Arcabuco, Girardota y Nemocón donde los temas recurrentes fueron: Infraestructura vial y educativa, empleo, mejoramiento de vivienda y temas ambientales. Para cada localidad se está contruyendo una agenda local que permitirá gestionar cada uno de los temas dando así una respuesta oportuna y efectiva a nuestros grupos de interés



- GRUPOS DE INTERÉS ●
- INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN ●
- PROGRAMAS Y PROYECTOS ●



UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO – UEN



CORONA COLCERÁMICA

Está dedicada a la fabricación y comercialización de productos que conforman soluciones integrales para Baños, Cocinas y Revestimientos para hogares, oficinas, establecimientos comerciales e institucionales.

Colcerámica opera ocho (8) plantas de producción ubicadas en los departamentos de Cundinamarca y Antioquia en Colombia, tres (3) en Estados Unidos, a través de Mansfield Plumbing, tres (3) en Centro América a través del Grupo Incesa y una (1) en Brasil, que cuentan con tecnología de punta y cumplen con los más altos estándares de calidad para ofrecer a sus clientes y consumidores los mejores productos con el respaldo de las marcas CORONA, GRIVAL y AMERICAN STANDARD. Ofrece una gran variedad de productos que incluyen aparatos sanitarios, lavamanos, accesorios, asientos sanitarios, griferías, duchas, herrajes, muebles, elementos de plomería, pisos, paredes, porcelanatos y decorados.



INSUMOS, MATERIALES Y PINTURAS CORONA

Está compuesta por dos divisiones: Insumos Industriales y Materiales y Pinturas.

Insumos Industriales Corona

Dedicada a la producción de insumos y materias primas para la industria cerámica de Corona y para terceros. Es una fuente de competitividad para sus clientes ofreciendo un suministro de insumos y minerales estable y de un alto nivel de desempeño.

Materiales y Pinturas Corona

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

Pinturas Corona® ha desarrollado una novedosa línea de pinturas de altísima resistencia a la abrasión y sellado de la superficie, que utiliza tecnología de Microesferas Cerámicas y además es de bajo olor, libre de amoníaco, solventes tóxicos, metales o plomo, cuidando la salud del pintor y de quienes habitan los espacios.



GAMMA - AISLADORES CORONA

Fabrica y comercializa aisladores para las empresas y distribuidores del sector de energía eléctrica. Posee un amplio portafolio de productos especializados para este sector dentro del que se cuentan aisladores para distribución y transmisión, pasatapas para alta y baja tensión, porcelanas para seccionadores, pararrayos y cortacircuitos, entre otros. Es el distribuidor para Colombia de la línea de productos para protección y maniobra de media y alta tensión de Hyundai. Desde el 2013 participa en el negocio de refractarios a través de la adquisición de la Empresa de Refractarios Colombianos S.A., Erecos. Comercializa sus productos en diversos países.



VAJILLAS CORONA

Es uno de los fabricantes más antiguos y reconocidos de lojería de Colombia y Latinoamérica. Produce tres líneas de productos: una para el hogar con múltiples y variadas colecciones, otra institucional dirigida a atender el mercado de hoteles y restaurantes, y una de Mugs, además de productos exclusivos para terceros. Vajillas Corona es, desde el 2013, distribuidor exclusivo del portafolio institucional de la marca portuguesa Vista Alegre en Colombia. Los principales destinos de exportación de Vajillas Corona son el Reino Unido y Estados Unidos, mercados donde se comercializan productos con marcas mundialmente reconocidas. También exporta a Centro América, Venezuela y Ecuador principalmente la línea de hogar. Así mismo, a través de comercializadoras en México y Estados Unidos llega a dichos mercados con la línea institucional.



ALMACENES CORONA

Comercializa soluciones para pisos, baños y cocinas, ofrece diseño asequible para todos los gustos, amplias opciones de financiación y de servicios relacionados con la transformación del hogar. Almacenes Corona cuenta con tres formatos: Hipercentro Corona, que actualmente tiene 14 puntos de venta a nivel nacional, Tiendas Cerámicas Corona, que son almacenes de formato de precio bajo, de los cuales hay 18 al servicio de los consumidores y Corona Centro de Inspiración que actualmente tiene 6 almacenes a nivel nacional.

Hipercentro Corona, además de vender la más amplia gama de productos Corona y de las mejores marcas nacionales e internacionales, se especializa en la ejecución de proyectos completos haciendo más simple la remodelación, aportando valor agregado a los consumidores, facilitando este proceso por medio de asesoría personalizada, diseño computarizado, alternativas de pago y financiación, entrega a domicilio y garantía.



SODIMAC COLOMBIA S.A.

Es una empresa colombo chilena con una participación accionaria de 51% de Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia S.A., cuyo inversionista es el Grupo Falabella de Chile. De la compañía hacen parte los formatos de negocio Homecenter y Constructor y desde el 2014 serviteca automotriz Car Center. Homecenter y Constructor cuentan a nivel nacional con 32 almacenes ubicados en las 17 ciudades donde tiene presencia: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Ibagué, Cartagena, Villavicencio, Cúcuta, Bucaramanga, Montería, Manizales, Neiva, Valledupar, Santa Marta, Palmira, Armenia, Rionegro y Cajicá. Estas cadenas ofrecen todos los productos y servicios que necesitan los consumidores para llevar a cabo proyectos grandes y pequeños relacionados con el mejoramiento del hogar y la construcción. Por otra parte, a través de Venta a Empresas proporciona a las compañías del país un completo surtido multimarcas, convirtiéndose en un aliado efectivo y estratégico para su negocio.



LOGÍSTICA Y TRANSPORTE L&T

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



UNIDAD DE SERVICIOS COMPARTIDOS - USC

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



34
—
35

RECONOCIMIENTOS



CORONA, LA COMPAÑÍA DEL SECTOR INDUSTRIAL CON MEJOR REPUTACIÓN

En la edición 2014 del estudio Merco, que clasifica a las 100 empresas con mejor reputación en el país, Corona se ubicó como la primera en el sector industrial y está dentro del grupo de las primeras 15 de la totalidad de la muestra.



CORONA ES RECONOCIDA POR EL FORO ECONÓMICO MUNDIAL, COMO UNA EMPRESA DE CRECIMIENTO GLOBAL

En el marco de la reunión anual del Foro Económico Mundial sobre Latinoamérica, que se realizó en el mes de abril, Corona fue reconocida como una de las empresas colombianas que integrará esta importante comunidad global gracias a su potencial y evidente crecimiento a nivel regional, así como por su liderazgo e innovación.



CORONA ENTRE LAS 15 MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN COLOMBIA

En la edición 2014 del monitor Merco Personas, una vez más, Corona se ubicó entre las primeras quince empresas ocupando el décimo cuarto lugar, subiendo un puesto frente al 2013 en el ranking general y obteniendo el primer lugar en el sector Industrial.



CORONA FUE PREMIADA POR SU CAMPAÑA “NOS GUSTA COMO ERES”

Corona fue reconocida con el EFFIE de Plata por la campaña “Nos gusta como eres” en la categoría de Muebles y Accesorios para el Hogar y la Oficina. Los Effie® Awards Colombia 2014, premian la efectividad de la publicidad en nuestro país.



PLANTA FUNZA, COLABORADORA Y COMPROMETIDA

Corona Colcerámica, Planta Funza, recibió de la Alcaldía de Funza, en el mes de abril la condecoración “Orden Marqués de San Jorge”, por su colaboración y compromiso con el municipio de Funza en la promoción de acciones orientadas al mejoramiento de las condiciones de vida en la región.



LA USC GANA PREMIO INTERNACIONAL

La Unidad de Servicios Compartidos de Corona participó en el Premio de Excelencia de Centros de Servicios Compartidos a nivel latinoamericano en donde obtuvo el segundo lugar en la categoría Mejor Centro de Servicios Compartidos Maduro.



LA FUNDACIÓN CORONA ES LA SEGUNDA ORGANIZACIÓN SOCIAL MÁS ADMIRADA DEL PAÍS

La Fundación se ha caracterizado por impulsar el desarrollo social, la calidad de vida y la equidad en el país, labor por la que fue reconocida como la segunda organización social más admirada, según el IV Panel de Opinión de Cifras & Conceptos S.A.



HOMECENTER ENTRE LAS EMPRESAS MÁS SOSTENIBLES DE COLOMBIA

Semana Sostenible y Sustainability realizaron un análisis en el que muestran los retos relevantes de las 20 empresas más sostenibles de Colombia en el ámbito social, ambiental y de gobierno corporativo.

Homecenter es reconocida entre este importante grupo de empresas. La investigación destaca que Homecenter centra su gestión sostenible en tres frentes: el impacto ambiental directo de su operación, la relación con sus proveedores y el consumo responsable. Asimismo, reconoce que este negocio de retail, invita a sus consumidores a escoger productos verdes y a educarlos sobre las buenas prácticas ambientales en el hogar a través del programa Hogar Verde, que tiene como propósito que los clientes modifiquen sus hábitos de uso de los recursos naturales.

PROMESA

01

INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS



- › PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES
- › MEJORES PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES
- › DESARROLLO DE UNA CULTURA DE INNOVACIÓN
- › TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA

Manuelita Montes
Chef

**¿CÓMO LE HA BENEFICIADO
LA INNOVACIÓN DE CORONA?**

Para mi es clave contar con productos novedosos que contribuyan a que mi negocio sea exitoso. Hay varios productos de Corona que me han gustado mucho por lo que le aportan al restaurante. Por un lado los sanitarios ahorradores que ayudan a disminuir el consumo de agua y por otro los pisos anti deslizantes que hacen que el piso de la cocina sea mas seguro, evitando resbaladas y accidentes. Y por supuesto las diferentes líneas de vajilla que permiten crear platos más atractivos

Orientamos todos nuestros esfuerzos de innovación a satisfacer las necesidades y requerimientos de nuestros clientes y consumidores. A través de la innovación buscamos ofrecerle al mercado productos novedosos, desarrollar nuevos y mejores procesos de manufactura, implementar mejores prácticas organizacionales y estructurar nuevos modelos de negocios, de tal forma que seamos cada vez más competitivos. A partir de nuestras experiencias y aprendizajes en innovación, identificamos buenas prácticas internas y externas, para replicarlas y escalarlas.

ASUNTOS / INICIATIVAS	INDICADORES	2014
PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES	Vitalidad de portafolio	43,3%
MEJORES PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES	Proyectos Kit Corona	Más de 200 proyectos. Ahorros por más de 24 mil millones de pesos
DESARROLLO CULTURA INNOVACIÓN	Avance en el cumplimiento de los planes de acción de las UEN	Cumplimiento planes de acción
TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA	Avance en la implemtación de ERP-SAP	107,11

Aplica solo para Corona Industrial



1.1

PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES

En Corona pensamos en las necesidades y estilos de vida de nuestros consumidores para ofréceles soluciones integrales por medio de un portafolio novedoso, variado y funcional.

Por esto durante el 2014 lanzamos distintos productos que responden a esas necesidades. Los principales lanzamientos fueron:

Pisos con tecnología ARD®
(alta resistencia al deslizamiento)

Consiste en un microrelieve especial inmerso en la superficie de la baldosa que le imprime un alto nivel de seguridad ya que logra que esta superficie establezca las diferencias de condiciones entre suelos mojados y secos, reduciendo el riesgo de caídas.

Pintura extrablindaje Corona para exteriores

Desarrollada con una innovadora fórmula que le confiere a los exteriores una resistencia única a los rayos UV y durabilidad en el tiempo.

Impermeabilizantes

Paraguas Advanced 2 en 1, Paraguas Premium, Adhesivo Paraguas, Membrana Paraguas.

Línea monocontrol koral

Grifería monocontrol.

Sanitario Smart

Cuenta con sistema de accionamiento control azul, asegurando un consumo de agua promedio de 4.8 litros y una capacidad de evacuación de sólidos de 350 gramos, 40% más que un sanitario promedio.

Duchas eléctricas con sistema Power

Ofrecen un sorprendente volumen de agua con un mayor poder de calentamiento bajo cualquier condición de presión.

Tecnología Digital HD

Implementada en decorados, fachaletas y pisos para lograr acabados más reales y naturales en nuestros productos.

Tecnología BRILLOX®

Que brinda mayor protección y durabilidad a los pisos. Esta tecnología minimiza los efectos del rayado y desgaste en el tiempo.

Aisladores poliméricos tipo suspensión para transmisión de energía

Aisladores poliméricos de transmisión entre 115 mil y 500 mil voltios, los cuales se basan en una técnica de inyección de caucho siliconado en varias etapas y con uniones perfectas, eliminando el desperdicio de silicona.

1.2

TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA

Buscando mejorar la competitividad y facilitar el crecimiento de los negocios dentro y fuera del país, se emprendió el Proyecto Prometeo, que transformará el actual modelo de operación de Corona. El proyecto implica una definición de procesos de negocios simples, soportados en una solución tecnológica de categoría mundial (SAP).

El proyecto se encuentra en su primera etapa y salió en vivo para las compañías: Sumicol, Corlanc, Minerales, Nexentia, Vajillas, CHC, CMC, USC y Logística & Transporte. Su implementación permitió la homologación de 118 procesos corporativos soportados en SAP, se formaron más de 450 usuarios finales en más de 63 cursos, se ejecutaron más de 1.900 pruebas unitarias, se realizaron más de 196 pruebas integrales para validar la correcta operación del sistema. Lo anterior nos permitió la depuración, homologación y carga de más de 2.500.000 materiales, 11.000 proveedores, 10.000 clientes y 120.000 registros.



1.3

DESARROLLO DE LA CULTURA DE INNOVACIÓN

Para promover el desarrollo de una cultura innovadora en Corona hemos creado un sistema de gestión de innovación que tiene varios elementos:

- Mesas de sinergia de innovación, donde se reúnen los encargados de cada negocio para discutir y desarrollar prácticas que puedan ser implementadas en cada UEN.
- Comités de cultura de innovación, desarrollados en cada una de las unidades de negocio y servicio con agendas de trabajo y retos específicos. Durante el 2014 se activaron en la mayoría de las UEN de Corona.

Creemos además que la promoción del talento innovador es una de las claves para el desarrollo de la cultura innovadora. Por esto durante todo el año contamos con un calendario de reconocimiento al talento innovador dentro del cual se encuentra la Semana de la Innovación, Campeones de Innovación, y la Liga de Campeones donde reconocemos y premiamos los mejores proyectos en las distintas categorías (Productos y Servicios, Procesos, Prácticas Organizacionales, Modelos de Negocio y Sostenibilidad Ambiental y Social).

Finalmente, durante el 2014 reforzamos nuestro proceso de selección y desarrollo de competencias para incluir la innovación como un pilar esencial.



PROYECTO DESTACADO

Innovando para nuestros clientes

Durante el 2014 hicimos un esfuerzo por llegar al mercado con productos innovadores que realmente solucionaran las necesidades y requerimientos de nuestros diferentes clientes. Así buscamos la manera de estar a la vanguardia con novedades tanto en el diseño como en el desempeño de cada uno de nuestros productos, y ser realmente un aliado estratégico para el crecimiento de arquitectos, constructores, maestros de obra y chefs, entre otros.

42
43

«La marca Corona hace parte de la mentalidad profesional de la arquitectura colombiana desde hace muchas décadas. Corona ha acompañado la evolución de la arquitectura colombiana con sus productos y, al mismo tiempo, ha motivado el espíritu de innovación en el diseño de los espacios de la vivienda y también de los edificios de toda índole».



Alberto Saldarriaga Roa
*Arquitecto e Historiador
Decano Facultad de Artes y Diseño
Universidad Jorge Tadeo Lozano*

0.1 Miguel Ángel Vargas
Maestro de obra

¿CÓMO LO HA BENEFICIADO LA INNOVACIÓN DE CORONA?
Con los nuevos productos de Corona le puedo entregar más rápido el trabajo a mis clientes. Por ejemplo, los revestimientos no solo aseguran la belleza de los espacios sino que además facilitan el trabajo, porque están hechos para alinearse de un modo perfecto durante la instalación.

¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE GUSTA DE CORONA?
Pues además de sus productos, me gusta el programa Llave Maestra por sus capacitaciones, como aquella en la que, a través del Sena, recibí un certificado de enchapador profesional, además de los múltiples premios que he reclamado que me sirven para trabajar y cuidar a mi familia.

0.2 Fabio Enrique Tobón
Pintor

¿CÓMO LO HA BENEFICIADO LA INNOVACIÓN DE CORONA?
Antes las pinturas eran más difíciles de manejar. Las nuevas pinturas de Corona evitan muchos dolores de cabeza y hacen que el oficio sea más limpio, más perfecto. Lo mejor es que han disminuido el salpique. Son más durables y el olor es mucho más suave.

PROMESA

02

CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES



- › SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
- › ADQUISICIONES Y APERTURAS
DE NUEVOS NEGOCIOS
- › CRECIMIENTO EN VENTAS

Relajación y bienestar para
cuerpo y mente



En Corona estamos enfocados en asegurar un crecimiento rentable a través del fortalecimiento de los mercados actuales, la expansión hacia mercados potenciales y la incursión en nuevas categorías de productos y servicios, siempre buscando ofrecerle un servicio excelente a nuestros clientes y consumidores.

Internamente, nos enfocamos en impulsar la productividad en los diferentes procesos a través de las distintas unidades de negocio y estimulamos la innovación en desarrollo de productos y plataformas de crecimiento que nos permitan ampliar nuestro portafolio, complementar nuestra oferta de valor y consolidarnos como líderes del mercado de construcción en las Américas.



Planta de Sanitarios en Brasil

ASUNTOS / INICIATIVAS	INDICADORES	2014
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Resultados de encuestas de satisfacción del cliente	Los resultados de encuestas de Satisfacción de clientes en las siguientes UEN fueron: AC: 96,1% GM: 90,0% MI: 90,7% SM: 4,3/5,0 USC: 4,2/5,0 CC: 4,2/5,0 ER: 95,4%
*ADQUISICIONES Y APERTURAS DE NUEVOS NEGOCIOS	Ventas anualizadas de los nuevos negocios	\$139,4 mil millones
CRECIMIENTO EN VENTAS	Total ventas 2014/Total ventas 2013	13%



2.1
ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO DE CORONA

Con nuestros clientes en mente continuamos con nuestra estrategia de crecimiento basada en extender el negocio y expandir el mercado. Consolidamos nuestra presencia en la región con la puesta en marcha de la planta de Sanitarios en Brasil y los avances en el fortalecimiento de la operación en Centro América tras la compra de Incesa con quienes hemos venido trabajando de la mano para lograr los resultados proyectados. Asimismo fortalecimos nuestra presencia en el territorio nacional con la apertura de 4 Almacenes Corona y 2 de Homecenter.

2.2
NUEVOS NEGOCIOS, APERTURA NEXENTIA

Nexentia abrió sus puertas en Noviembre 24 de 2014. La planta queda ubicada en el Parque Industrial Sabaneta y sus objetivos son la investigación, el desarrollo y la innovación.

Esta gran apuesta que asume Sumicol es un proyecto que le permite a Corona, explorar nuevos horizontes y abrir el camino en industrias farmacéuticas, de alimentos, agropecuarias y cosméticas.

Nexentia se enfocará en la consolidación de un modelo de internacionalización y desarrollo de nuevos productos que le permitirá competir con tecnología y propuestas de alto valor agregado.



2.3
NUEVOS CANALES, VISTE TU CASA

Viste tu Casa es un modelo de negocio inclusivo desarrollado por Corona – Colcerámica que comercializa productos en comunidades de bajos recursos a través de promotoras - mujeres cabeza de familia que buscan el mejoramiento de las condiciones de las viviendas de estas comunidades.

Este modelo actualmente opera en 17 ciudades y municipios del país y ha vinculado a 238 promotoras que llegaron en el 2014 a más de 23.000 familias de bajos recursos, brindándoles una opción integral para el mejoramiento de su calidad de vida. El crecimiento en ventas de este canal en el último año ha sido del 24%

	INDICADOR	MEDICIÓN	2013	2014	%VARIACIÓN 2014 VS. 2013
DESEMPEÑO ECONÓMICO	EC1	Ventas Netas	4.010.410	4.532.040	13,0%
		Utilidad Neta	71.858	136.644	90,2%
		Impuesto de Renta causado	81.239	111.741	37,5%
	EC3	Monto total de pensiones total o parcialmente a cargo de la empresa	3.900	3.043	-22%
	EC4	Incentivos, bonificaciones fiscales, subsidios	547	492	-9,9%
PRESENCIA EN EL MERCADO	EC5	Total salarios pagados a trabajadores propios a término indefinido y fijo	253.493	281.411	11,0%
		Salario mínimo mensual básico de la empresa (en pesos)	685.344	747.648	5,3%



PROYECTO DESTACADO

Expandiendo nuestros mercados

En los últimos años, Corona ha realizado una serie de alianzas y adquisiciones estratégicas con el objetivo de complementar sus portafolios de productos y entregar soluciones más completas al consumidor. Entre estas se encuentran Eternit, Lanco, Incesa, Erecos, Vista Alegre y Hyundai. Todas han sido posibles gracias al liderazgo y reconocimiento de Corona y al sólido posicionamiento de su marca.

50
51



«Durante el 2014 continuamos enfocados en alcanzar un ritmo de crecimiento rentable y sostenido que nos permitió cerrar un año positivo para Corona. Hemos fortalecido nuestras capacidades con inversiones en tecnología e innovación de tal manera que nuestros negocios sean más competitivos, al mismo tiempo que hemos buscado nuestro crecimiento a través de alianzas, adquisiciones, nuevos formatos y aperturas de tiendas. Gracias a esto estamos llegando a nuevos mercados con nuestros productos, incrementando nuestras ventas.»

Carlos Enrique Moreno
Presidente

Alberto Estrada

Grupo Indianápolis, distribuidor productos Corona

**¿CÓMO LO HA BENEFICIADO
LA GESTIÓN DE CORONA?**

El beneficio de trabajar con Corona es que contamos con un producto de alta calidad y muy competitivo. Además, tenemos despachos cumplidos que nos permiten satisfacer los requerimientos de nuestros clientes.

¿QUÉ LE GUSTA DE CORONA?

Lo que más me gusta de Corona es la innovación en el diseño de sus productos, la variedad de su portafolio nos ayuda a responder a las necesidades y gustos de nuestros clientes. Y también su compromiso para con nosotros sus distribuidores, ellos se interesan en que a los dos nos vaya bien.

PROMESA

03

SER MÁS COMPETITIVOS



- › OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y GASTOS
- › TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL



En Corona estamos comprometidos con ser una empresa más competitiva en los mercados en los que participamos dentro y fuera de Colombia, que responda de manera oportuna a las expectativas y necesidades de nuestros clientes y consumidores. Con esto en mente, buscamos desarrollar cadenas de valor y procesos altamente eficientes, donde aprovechemos al máximo las sinergias y capacidades organizacionales e implementemos ágilmente las mejores prácticas de gestión.

ASUNTOS / INICIATIVAS	INDICADORES	2014
OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y GASTOS	Ahorros derivados de proyectos y gestión encaminada a la reducción y control de gastos.	Más de \$24 mil millones ahorrados
TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL	Porcentaje de ejecución iniciativas <i>assessment</i> tecnológico.	Culminado: 7% En curso: 59% En estudio: 23% Pospuesto: 4% Cancelado: 7%



3.1
TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL

Desde el 2012 iniciamos un proceso de análisis detallado del estado de la tecnología en Corona y posteriormente un plan de actualización tecnológica con el cual buscamos aumentar nuestras capacidades para responder mejor a los retos del mercado.

Así, durante los años 2012 y 2013 realizamos un “Assessment Tecnológico” en cada una de nuestras UEN, plantas productivas y procesos, que nos permitió identificar oportunidades de sinergias, de desarrollo y de mejoramiento tecnológico.

Con base en los resultados del “Assessment Tecnológico”, creamos un plan de transformación tecnológica industrial, que empezamos a ejecutar a finales del 2012.

Durante 2014 se inició o continuó con la ejecución de 12 proyectos estratégicos, tales como la ampliación de capacidad productiva en los negocios de Pisos & Paredes y de Sanitarios & Lavamanos; la actualización tecnológica para la decoración digital de baldosas y decorados; la adquisición de nuevas inyectoras de plástico de primer nivel en tecnología con sistemas de extracción robotizada y sistemas de pulido robotizado para las líneas de Grifería y de Sanitarios & Lavamanos; la adquisición de nuevas inyectoras para aisladores poliméricos; el desarrollo de proyectos de optimización energética y autoabastecimiento

de energía vía cogeneración; y otra serie de mejoras adicionales e iniciativas de renovación de tecnologías en nuestros procesos actuales.

Indicadores o cifras relevantes respecto a la transformación tecnológica industrial

Para el 2014 se aprobaron inversiones por un valor de \$116.304 millones para los diferentes proyectos de transformación tecnológica industrial. Adicionalmente se realizaron inversiones por un valor significativo en diversos proyectos de mejoramiento, ampliación y sustitución de equipos de menor tecnología en las diferentes Unidades de Negocio.

3.2
OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

En Corona tenemos como objetivo llegar de manera eficiente a nuestros clientes, con una oferta integral, para esto hemos diseñado una estrategia corporativa que responde a estos intereses y la cual se implementa en cada una de las UEN de Corona haciéndonos cada día más competitivos a nivel nacional e internacional.

Por medio de la implementación de más de 200 proyectos con la metodología de mejoramiento del Kit Corona y el involucramiento de más de 3.000 agentes de cambio a lo largo de toda la cadena productiva, hemos logrado reestructurar algunos de nuestros costos y gastos generando ahorros por más de \$24 mil millones de pesos.

Con esto buscamos mantener los mejores niveles de desempeño, calidad, seguridad y cuidado ambiental en nuestras operaciones.



PROYECTO DESTACADO

Mejorando nuestras capacidades

Estamos convencidos de que parte fundamental de nuestro éxito en el mercado es el fortalecimiento de nuestras capacidades. Así, durante el 2014, al interior de los negocios implementamos planes de renovación tecnológica que han asegurado el mejoramiento de procesos, la disminución de costos, el aumento de la calidad y la reducción de impactos ambientales optimizando nuestro desempeño y competitividad.

58
59

**RENOVACIÓN TECNOLÓGICA
EN PLÁSTICO EN PLANTA
GRIFERÍA, FUNZA**



Javier Sánchez Cañón
Jefe de Tecnología Plástico. Colcerámica, Planta Funza.

¿CÓMO LO HA BENEFICIADO LA RENOVACIÓN TECNOLÓGICA DE CORONA?

A través de este proceso he tenido la oportunidad de viajar y conocer proyectos, plantas, así como proveedores a nivel internacional que me han aportado grandes aprendizajes. Ahora tengo unos conocimientos más sólidos en la tecnología del plástico. Este conocimiento me ha servido para mejorar nuestro producto, enriqueciendo los procesos de la organización, aportando con ellos a mejorar la competitividad.

¿QUÉ LE GUSTA DE CORONA?

Lo que más me gusta de Corona es que primero están las persona por encima de cualquier cosa, es una empresa integral y me siento orgulloso de estar trabajando en ella.

Gracias a Corona he fortalecido mis valores y los he promovido en mi familia y he logrado crecer profesionalmente. Me han apoyado con mi carrera pudiendo estar en varios cargos estratégicos para la compañía gracias al acompañamiento y capacitación en liderazgo.

PROMESA

04

PROMOVER A NUESTRA GENTE



- › MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA
DE LOS COLABORADORES Y SUS FAMILIAS
- › AMBIENTE LABORAL
- › GESTIÓN DEL TALENTO
- › SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL



Entendemos que nuestra gente es nuestro diferenciador por eso es una de nuestras prioridades. Buscamos que Corona cuente con un equipo humano competente y comprometido, que se sienta orgulloso de su trabajo y que disfrute haciéndolo.

Nos esforzamos por promover su desarrollo profesional y personal a través del diseño de planes para el mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias, programas de capacitación y desarrollo y el mantenimiento de un excelente clima laboral, todo esto enmarcado en un riguroso seguimiento de nuestro código de ética.

ASUNTOS / INICIATIVAS	INDICADORES	2014
*MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS COLABORADORES Y SUS FAMILIAS	Índice de calidad de vida (herramienta diagnóstica interna que nos permite hacerle seguimiento a las acciones que son de impacto en las siguientes categorías: Capital humano, Capital Social y Capital Económico)	74 pts
*AMBIENTE LABORAL	Estilo de liderazgo GPTW	79,1%
*GESTIÓN DEL TALENTO	Cubrimiento de cargos críticos con talento propio	72%
SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL	ILI	1,91

**Aplica solo para Corona Industrial*



4.1
MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS COLABORADORES Y SUS FAMILIAS

En Corona hay un interés genuino por el mejoramiento integral de las condiciones de vida de nuestros colaboradores y sus familias. Trabajamos en la creación y movilización de programas orientados a la construcción de tejido social con base en los siguientes pilares: la familia, la solución de vivienda, y la educación.

Nuestro modelo de gestión social nos acercó a la realidad de nuestra gente a partir de la identificación de sus necesidades, y nos permitió consolidar sinergias con aliados para el desarrollo de programas de bienestar y oportunidades. Basados en este modelo construimos una estrategia para contribuir al mejoramiento de su calidad de vida.

4.2
AMBIENTE LABORAL

Para Corona siempre ha sido importante que exista un ambiente laboral en el que los colaboradores disfruten día a día con lo que hacen. A lo largo de nuestra historia hemos utilizado diferentes herramientas para conocer las percepciones de nuestra gente con relación a la calidad del mismo y los aspectos a mejorar con el propósito de asegurar que Corona sea un excelente lugar para trabajar.

Desde hace 4 años, venimos trabajando con una de las herramientas más potentes en el mercado: Great Place To Work. Ésta considera la confianza, la camaradería y el orgullo, como los pilares básicos del ambiente laboral. Gracias al trabajo conjunto de todos los colaboradores, nuestra evolución ha sido muy significativa.

Para el 2014 Corona obtuvo como resultado 84,2 puntos y Homecenter obtuvo 83,7 puntos, lo que nos ubica en el rango Sobresaliente. Hemos trabajado incansablemente en fortalecer el estilo de liderazgo, en contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, estimular y fortalecer los grupos naturales y otros espacios de participación, las condiciones de trabajo y la cultura del autocuidado entre otros grandes temas.

4.3
SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

En Corona gestionamos los programas de salud y seguridad buscando generar conciencia y desarrollar una cultura de cuidado en nuestra gente.

Las acciones transversales a todos los negocios en el 2014 fueron:

- Mejoramiento en procedimientos y estándares de seguridad.
- Optimización de los servicios y trabajo conjunto con la ARL y el Corredor de Seguros en acciones de prevención de la accidentalidad y enfermedad laboral.
- Programas para el control de riesgos: eléctricos, trabajo en altura, químicos, osteomusculares, en almacenamiento y bodegaje y seguridad vial.
- Ampliación del alcance del cuidado y exigencia en el cumplimiento en salud y seguridad a personal de temporales y contratistas.

Adicionalmente en cada localidad se desarrollan programas enfocados a incentivar la seguridad de los equipos de trabajo y la salud de los colaboradores.



4.4
GESTIÓN DEL TALENTO

En el 2014 evolucionamos de la Gestión del Desempeño a la Gestión de Compromisos, modelo que promueve la conexión emocional de cada uno de nuestros colaboradores con la estrategia organizacional. Nuestra plataforma llamada “Gestionando mis Compromisos” cuenta con alrededor de 2.000 usuarios de los cuales aproximadamente 500 son jefes.

Creemos que el líder moldea la cultura por eso aseguramos el estilo de liderazgo a través de la Escuela de Liderazgo. El programa inició en julio de 2012 y ya han pasado aproximadamente 1.000 líderes por la fase 1, y en la fase 2 contamos actualmente con un grupo de 500 líderes.

Buscamos que el 80% de posiciones se ocupen con talento interno, para esto lo clasificamos de acuerdo con su potencial y desempeño. En este proceso se promueven planes de carrera y se identifican sucesores. En el 2014 tenemos una tasa de cubrimiento de cargos críticos con talento propio cercana al 72%.

Con el objetivo de apoyar el proceso de desarrollo de talento continuamos con los programas de formación en convenio con entidades educativas de alto impacto como el Tecnológico de Monterrey, el ISEAD, la Universidad de la Sabana y la Universidad EAN, entre otros.

4.5
PROGRAMA RED EN ACCIÓN – HOMECENTER

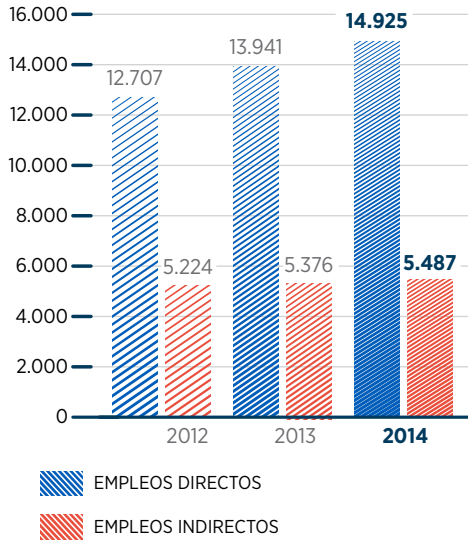
100 colaboradores de Homecenter se beneficiaron con el programa Red en Acción, programa de mejoramiento de la calidad de vivienda de los colaboradores y sus familias que se encontraban en obra negra y/o gris, a través de una intervención integral. Lo anterior se logró a través de un modelo de participación integrado por parte de Proveedores, Fondo de Empleados, Cajas de Compensación, Colaboradores y Compañía Sodimac.

4.6
MANOS CAPACITADAS – BEST BUDDIES HOMECENTER

Programa que proporciona alternativas de trabajo a población en condición de discapacidad física, cognitiva y/o sensorial, mediante la vinculación laboral directa a la compañía con contrato a término indefinido, garantizando su sostenibilidad y contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores. A cierre 2014, 130 colaboradores hacen parte de este trabajo con Best Buddies.

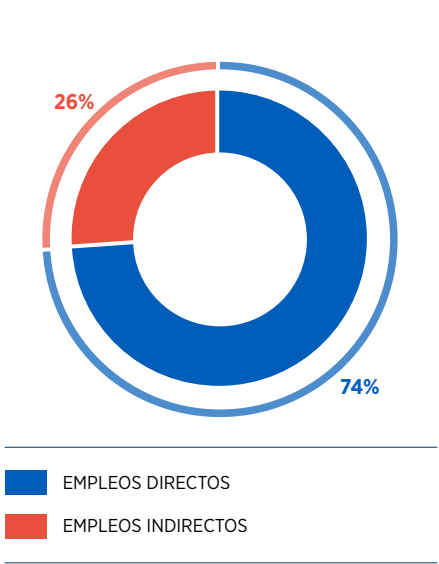
INDICADORES GRI

TOTAL COLABORADORES POR TIPO DE EMPLEO - LA1



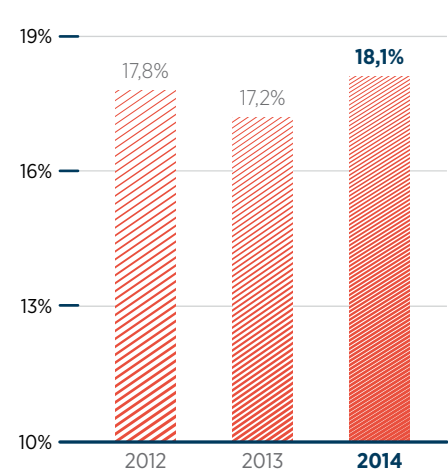
El porcentaje total de personas directamente vinculadas con la empresa aumenta en un 7,1% frente al año anterior. Esto se debe principalmente a la apertura de tiendas: Sodimac (2 Tiendas en Bogotá), Almacenes Corona (2 Tienda Cerámica y 2 Hipercentros).

GENERACIÓN DE EMPLEO 2014 - LA1



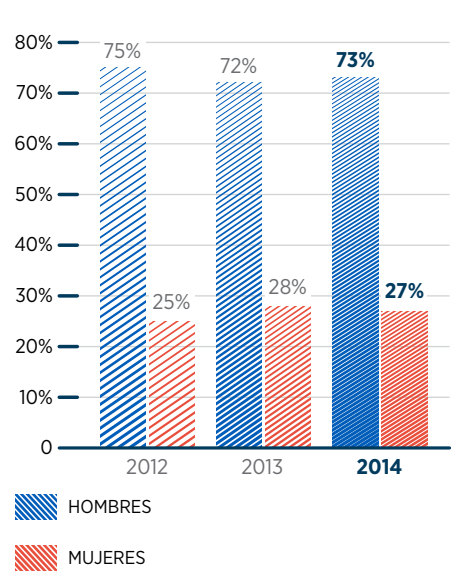
Los empleos directos crecen 7,1% y los indirectos 2,1% frente a 2013.

TOTAL ROTACIÓN 2012 - 2014 - LA1



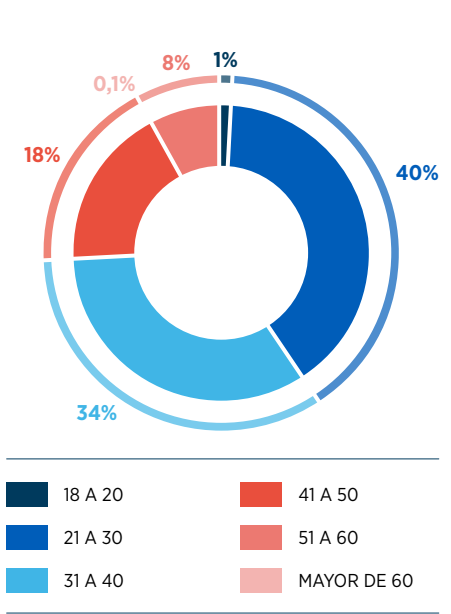
El incremento de 0,9% en el porcentaje de rotación obedece principalmente a las altas rotaciones de Sodimac, Almacenes Corona y L&T.

ROTACIÓN POR GÉNERO - LA1



La rotación por género incrementa en hombres 1 punto porcentual y disminuye en mujeres el mismo porcentaje.

DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR EDAD - LA1



GPTW-2014*

84,2 | CORONA

PUNTOS

83,7 | HOMECENTER

PUNTOS

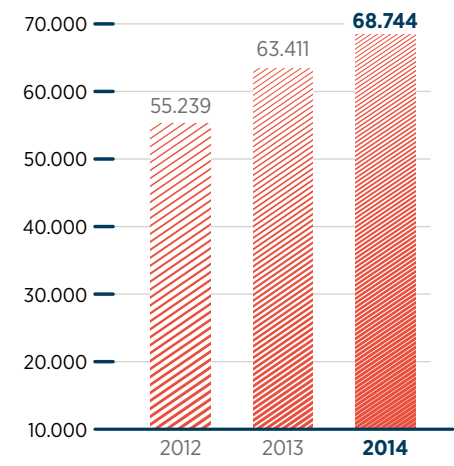
*Great Place To Work

DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR EDAD Y GÉNERO - LA1

RANGO DE EDAD	2014		TOTAL	% EDAD
	HOMBRES	MUJERES		
Menores de 18	0	0	0	0%
18 a 20	82	61	143	1%
21 a 30	4.390	1.544	5.934	40%
31 a 40	3.628	1.449	5.077	34%
41 a 50	2.053	570	2.623	18%
51 a 60	950	188	1.138	8%
Mayor de 60	9	1	10	0,1%
Total por género	11.112	3.813	14.925	100%
% de género	74,5%	25,5%		

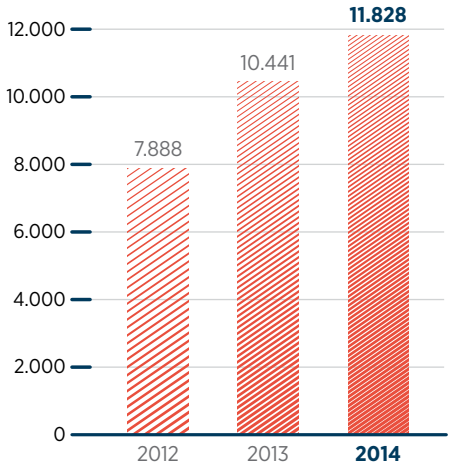
El mayor porcentaje de población de Organización Corona está en el rango de 21 a 30 años (40%). Esto hace de la Organización una empresa que cuenta con talento joven para el desarrollo de sus actividades.

BENEFICIOS PROPORCIONADOS A LOS COLABORADORES 2014 (MILLONES DE PESOS) - LA2



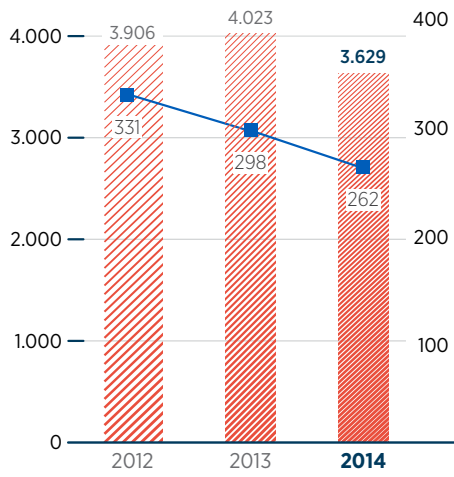
Los beneficios extralegales entregados en 2014 aumentan en un 8,4% con respecto al año anterior. El mayor incremento se presenta en la bonificación de diciembre (24,8%) seguido de auxilio de vacaciones (16,2%).

EVALUACIONES REGULARES DE DESEMPEÑO 2012 - 2014 - LA11



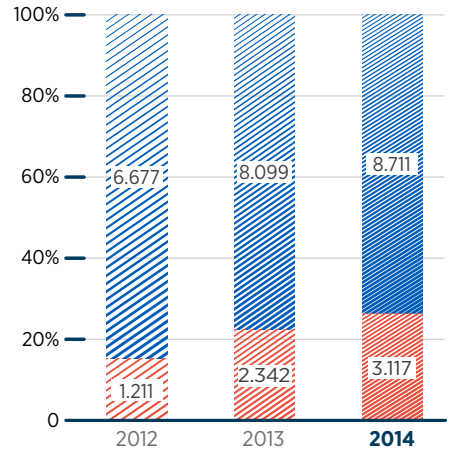
Para 2014, 11.828 empleados contaron con desarrollo de evaluaciones de desempeño logrando un cubrimiento del 79,2% del total de empleados de la Organización.

INVERSIÓN EN FORMACIÓN 2012 -2014 - LA9



El valor total de inversión por empleado en formación se reduce por el esfuerzo realizado en el proyecto de Formador de Formadores y plataformas virtuales de capacitación. El número promedio de horas de formación por empleado en 2014 fue de 69,8 horas vs. 47,9 en el año anterior, con un incremento del 45,7% que obedece principalmente a la utilización de herramientas virtuales que permiten aumentar el número de colaboradores capacitados

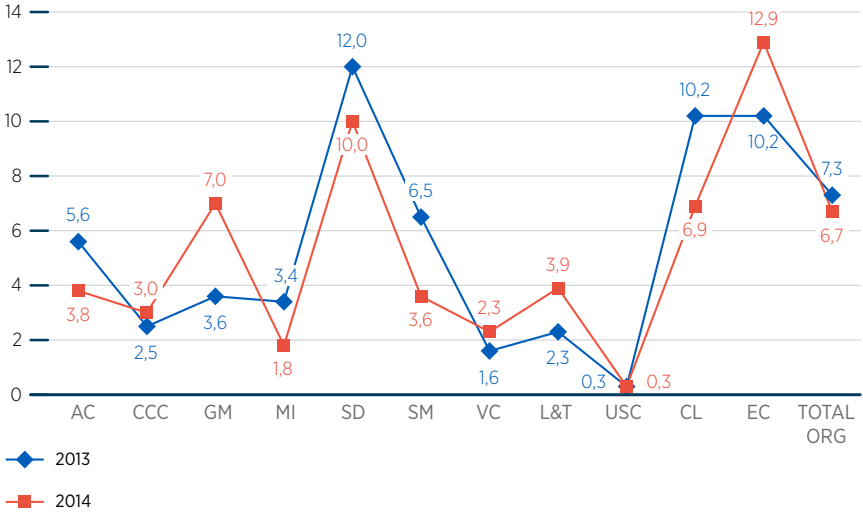
TOTAL EVALUACIONES POR TIPO DE EMPLEO - LA11



Para 2014 se aumenta en un 13% el número total de evaluaciones de desempeño vs. 2013. Este aumento obedece a los esfuerzos de la Organización por incrementar en su nómina operativa las evaluaciones así como en el personal administrativo, incluyendo el personal nuevo.



TASA DE ACCIDENTALIDAD POR CADA 100 COLABORADORES - LA6



En el año 2014 se redujo en 8% la tasa de accidentalidad respecto al 2013, por efecto de un mayor número de personas que ingresaron a los negocios de Sodimac, Almacenes y Logística y Transporte. La severidad de los accidentes incrementó 10% en el número de días ocasionados por las lesiones de los accidentes de trabajo.

ÍNDICE DE AUSENTISMO LABORAL - CR9

	2013	2014
Índice de ausentismo laboral	0,017	0,016

El índice de ausentismo laboral se redujo respecto al año anterior. Particularmente se registró incremento en los días perdidos en Almacenes Corona, Sodimac, Vajillas, Gamma, y Colcerámica.

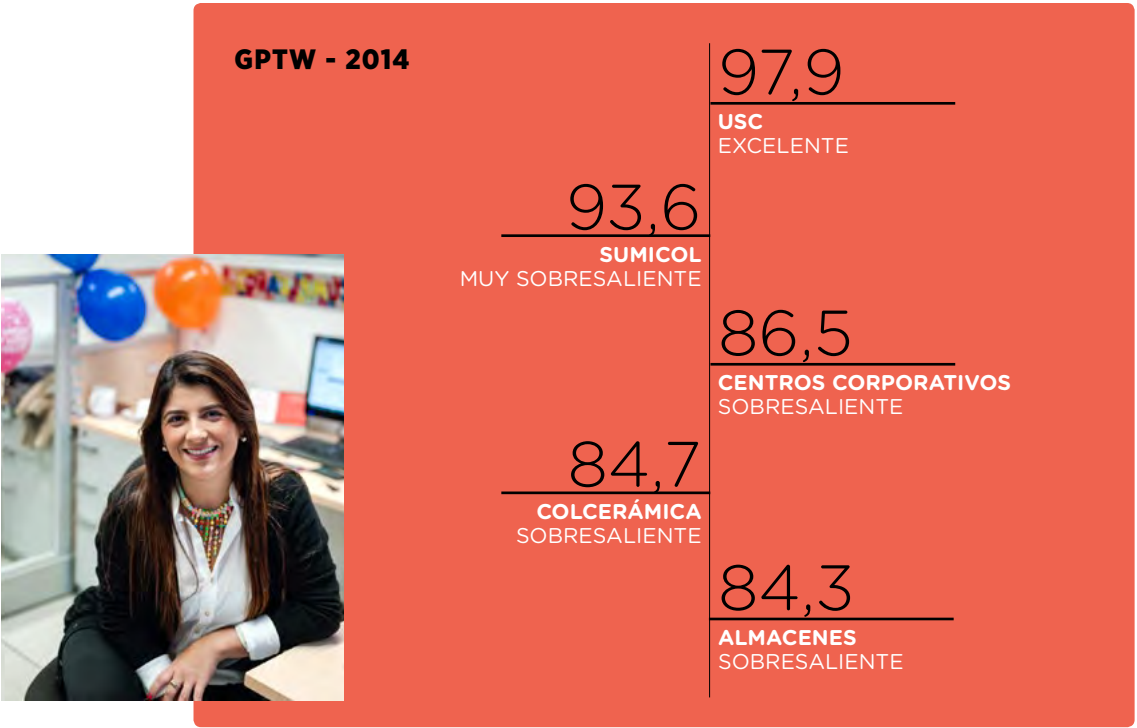


PROYECTO DESTACADO

Nuestra gente, nuestro motor

En los últimos años hemos creado una serie de iniciativas enfocadas al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias. Especialmente, hemos buscado que tengan acceso a vivienda propia y cuenten con nuestros productos para mejoras y remodelación. De igual forma hemos invertido en su desarrollo profesional a través de capacitaciones y planes de carrera logrando excelentes resultados en clima laboral y retención del talento.

72
73



Juan Carlos Cuadros

Auxiliar de Calidad en Colorificio, Sumicol

¿CÓMO LO HA BENEFICIADO
TRABAJAR EN CORONA?

Por trabajar en Corona he podido conseguir la casa que tanto soñé gracias al préstamo que me dieron y a los descuentos en los productos que me permitieron mejorarla y remodelarla.

¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE GUSTA DE CORONA?

Me gusta de Corona la calidez de las personas, la estabilidad que tiene como empresa y que cada día busca ser mejor, más competitiva y sólida en el país.

PROMESA

05

SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE



›	CAMBIO CLIMÁTICO
›	ECOEficiencia
›	RECURSOS NATURALES
›	PRODUCTOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE
›	CUMPLIMIENTO



Corona está comprometida con alcanzar la sostenibilidad ambiental de su cadena de valor. Buscamos exceder el cumplimiento de la ley, asegurando la gestión de los riesgos e identificando oportunidades de mejora que nos permitan ser más eficientes en el uso de los recursos naturales. Para ello hemos adoptado un plan de sostenibilidad ambiental con 5 frentes de gestión en los cuales hemos definido compromisos y metas de cumplimiento para el 2016.

ASUNTOS / INICIATIVAS	INDICADORES	2014
CAMBIO CLIMÁTICO	Reducción de emisiones de efecto invernadero.	Reducción del 6% de los Gases Efecto Invernadero - Ahorros por más de USD 600.000 - Reducción de consumo de 98 TJ.
ECOEficiencia	Reutilización de residuos sólidos y líquidos. Reducción de la huella hídrica.	Implementación de ciclos cerrados de agua - recirculación del 63% del consumo total de agua y ciclos cerrados de residuos sólidos: reutilización del 73% de los residuos en nuestras operaciones.
RECURSOS NATURALES	Aseguramiento de recursos naturales y energía en la cadena de valor.	Constitución y desarrollo de dos Reservas Naturales de la Sociedad Civil, áreas dedicadas a la conservación y protección ambiental en la Unión, Antioquia (20 hectáreas) y Arcabuco, Boyacá (40 hectáreas).
PRODUCTOS RESPONSABLES	Desarrollo de productos responsables con el medio ambiente en su ciclo de vida.	Lanzamiento de productos como: <ul style="list-style-type: none">• Sanitario ahorrador de agua Smart• Impermeabilizante Membrana Paraguas• Pinturas extra blindaje Profesional, Pro Alta Cobertura, Vinilo Extracubriente y Esmalte de Secado rápido (todas de bajo olor y bajos niveles de VOC)
CUMPLIMIENTO	Prevenir, mitigar, reducir y/o eliminar impactos potenciales al medio ambiente en nuestra cadena de valor. Cumplimiento efectivo de la regulación ambiental.	Certificación ISO 14001 en el 60% de nuestras instalaciones. 78% de los miembros del equipo ambiental y energético son auditores líderes internos certificados.

PLAN DE
SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL
2010 - 2016

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

- Construcción Plan de Sostenibilidad Ambiental.
- Consolidación del equipo ambiental y energético de Corona.
- Línea base de la Huella de Carbono Corporativa: 311.431 Ton de CO2 equivalentes.

- Auditoría energética con la que se construyó la matriz energética y un portafolio de proyectos.
- Recirculación del 51% del total de agua.
- Certificación WaterSense de la EPA para 23 sanitarios.

- Construcción del indicador compuesto ambiental para matrices de compensación.
- Certificación ISO 14001 para Vajillas y Leed Gold para Homecenter de Manizales.
- Medición Huella Hídrica Corporativa- línea base de consumos y vertimientos del 2011.

- Propuesta para fichas técnicas de productos con criterios LEED.
- Implementación de sistemas de ciclos cerrados de agua en Corona Coclerámica Planta Madrid, Sumicol La Unión y Corlanc Río Negro.
- Aprovechamiento y valorización de los residuos.

- Ejecución de 19 proyectos innovadores en eficiencia energética con los que redujimos las emisiones de carbono en 5.150 Ton de CO2 equivalentes. Beneficio económico por más de \$USD 640.00.
- Programa de Conducción Eficiente orientado a terceros.
- Aprovechamiento y valorización de los residuos.
- Constitución y desarrollo de Planes de Manejo Ambiental de tres Zonas de reserva para la sociedad civil.

- 50% de las zonas mineras con implementación del plan de manejo ambiental.
- Análisis de componentes de minerales utilizados como materia prima para reformulación y/o sustitución.
- Aprovechamiento de aguas lluvias en todas las UEN.
- El 60% nuestra instalaciones cuentan con certificación ISO 14001.

- Reducción del 5% de Huella de Carbono.
- Reutilización del 80% de agua industrial en plantas.
- 100% de las instalaciones con certificación ISO 14001.
- Aseguramiento del suministro de energéticos y recursos naturales para todas las localidades.
- Oferta de portafolio con atributos ambientales.

FRENTES DE TRABAJO
DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD

- GENERAL
- ECOEFICIENCIA
- CUMPLIMIENTO
- CAMBIO CLIMÁTICO
- PRODCUTOS RESPOSANBLES
- RECURSOS NATURALES



MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA EN MANUFACTURA



19 PROYECTOS EJECUTADOS EN EFICIENCIA ENERGÉTICA Y CONSOLIDACIÓN DEL EQUIPO ENERGÉTICO



98 TJ FRENTE A UNA META DE REDUCCIÓN DE 43 TJ

=



14.450 HOGARES CONSUMO EQUIVALENTE A MÁS DE 14.450 HOGARES BOGOTANOS EN 1 AÑO



5.150 TON DE CO2 EQUIV REDUCCIÓN EN EMISIONES DE CARBONO



640.000 USD BENEFICIOS ECONÓMICOS OBTENIDOS

5.1

CAMBIO CLIMÁTICO

Iniciativa: Modelo de eficiencia energética en manufactura.

El uso de combustibles fósiles representa la mayor fuente de generación de gases de efecto invernadero para Corona. Más del 80% de la cadena de valor utiliza gas natural, que es uno de los combustibles más limpios en términos de emisiones. En Corona estamos comprometidos con hacer un uso eficiente de la energía, de tal manera que podamos contribuir al desafío del cambio climático y al mejoramiento de la competitividad de nuestra empresa.

Por esta razón, se ha estructurado un equipo humano que trabaja conjuntamente con los equipos de manufactura, producción e innovación de las diferentes unidades de negocio en el establecimiento de metas y planes de acción para la gestión de la energía a corto y largo plazo.

En 2011 Corona llevó a cabo su primer assessment energético estableciendo líneas base de energía e identificando las oportunidades de mejora en el desempeño energético. Este ejercicio es actualizado en el 2013.

En la actualidad Corona adelanta proyectos e iniciativas encaminadas a:

- Generar una cultura organizacional del uso eficiente de la energía.

- Hacer seguimiento periódico a las líneas base energéticas.
- Medir y monitorear del uso y consumo de la energía.
- Implementar proyectos de baja inversión en cada una de las etapas de los procesos productivos.
- Evaluar la factibilidad de proyectos de alta inversión como los que integran producción de energía térmica y eléctrica simultáneamente (Auto y Cogeneración).
- Formar continua y permanentemente al equipo líder en eficiencia energética.

Durante el 2014 se llevaron a cabo 19 proyectos de eficiencia energética enfocados en temas de gestión, cultura, baja y alta inversión.

Colcerámica realizó 5 proyectos relacionados con la eficiencia energética: Cogeneración, optimización en la combustión de hornos, recuperación de calor de hornos, montaje de filtros y mejoras en los sistemas de iluminación. Lo anterior tuvo como resultado una reducción en el consumo energético de 71 terajoules, equivalente al consumo de más de 10.530 familias en un año.

Sumicol aseguró su gestión y los resultados energéticos contrayendo e implementando bases de datos

en los procesos productivos y en las minas. De igual forma, realizó seguimientos periódicos en los comités de operaciones a los proyectos de automatización de molienda, optimización de secaderos y modificaciones en hornos continuos. Los resultados fueron el fortalecimiento del programa de eficiencia energética y la reducción en el consumo de energéticos en 16 TJ, similar al consumo de más de 2.390 familias en un año.

Gamma optimizó la eficiencia energética de los sistemas de combustión de los hornos a través de la recuperación de calor residual y el control sobre la relación aire/combustible. De igual forma, ejecutó mediciones estequiométricas con las que diagnosticó el estado del funcionamiento de los sistemas y realizó la cuantificación de las reducciones en consumo. Cerró el 2014 con una reducción de más de 418 ton de CO2 equiv.

Homecenter ha incluido en el diseño de nuevas tiendas y en la remodelación de las existentes sistemas de iluminación LED y controles de encendido y apagado de equipos. En la tienda de Cajicá cuenta con un sistema de paneles solares, el cual suministra actualmente el 8% del consumo total de energía.



5.1.1
CAMBIO CLIMÁTICO

Capacitación en conducción eficiente e impacto en la eficiencia energética del transporte de carga en Corona

El objetivo del proyecto fue definir una estrategia que promoviera las prácticas de conducción eficiente en los conductores de Corona. Durante el 2014 se capacitaron 50 conductores con el apoyo de Logyca, Syscaf, Universidad de Chile, Tecnológico de Monterrey y el Sena.

En las capacitaciones se hizo énfasis en la importancia de garantizar el uso eficiente de los vehículos logrando también la reducción del consumo de combustible y de la contaminación y disminuyendo el riesgo en las carreteras.

Como resultado el rendimiento de combustible mejoró en promedio 16%. Los ahorros más destacados se lograron en los vehículos tipo turbo y mula.

Addemás, se generaron impactos positivos sociales tales como, la reducción de accidentes, disminución de enfermedades profesionales de los conductores y mejora de calidad de vida, entre otros.

5.2
ECOEficiencia

Reducción de la huella gris por implementación de ciclos cerrados de agua en Colcerámica planta Sopó y Vajillas

Dado que con los ciclos cerrados de agua se eliminan los vertimientos, para el 2016 se definió alcanzar el 80% de la recirculación del agua impactando directamente en la reducción de la huella hídrica gris dado que con los ciclos cerrados de agua se eliminan los vertimientos.

Hemos continuado con la implementación de los proyectos de ciclos cerrados de agua y la gestión del uso eficiente del recurso hídrico. Colcerámica planta Sopó y Vajillas Corona le apostaron a innovar en sus procesos de tratamientos de aguas residuales en donde por medio de nuevas tecnologías y reingeniería lograron mejoras significativas.

Colcerámica mejoró el tratamiento de agua doméstica proveniente de las oficinas y del restaurante, implementado una planta de tratamiento de láminas filtrantes que cuenta con un proceso avanzado sin uso de químicos. Más de 6.300 m³ de agua residual

vuelven a ser utilizados en el proceso productivo, reduciendo así sus vertimientos y el consumo de agua.

Vajillas Corona rediseñó el sistema de tratamiento de aguas en dos fases: independizó las bajantes de aguas lluvias para su aprovechamiento y mejoró la calidad del agua industrial. Cerró el año con la Fase dos del ciclo cerrado de agua implementada lo que le permitió recircular más de 72.200 m³ de agua y reutilizarla en las baterías sanitarias y lava escobas, aumentando su porcentaje de recirculación en 47% y logrando una reducción histórica en el consumo del 44%. Es decir, han ahorrado la misma cantidad de agua que necesita la mitad de los habitantes de la zona urbana del municipio de Caldas en un año.

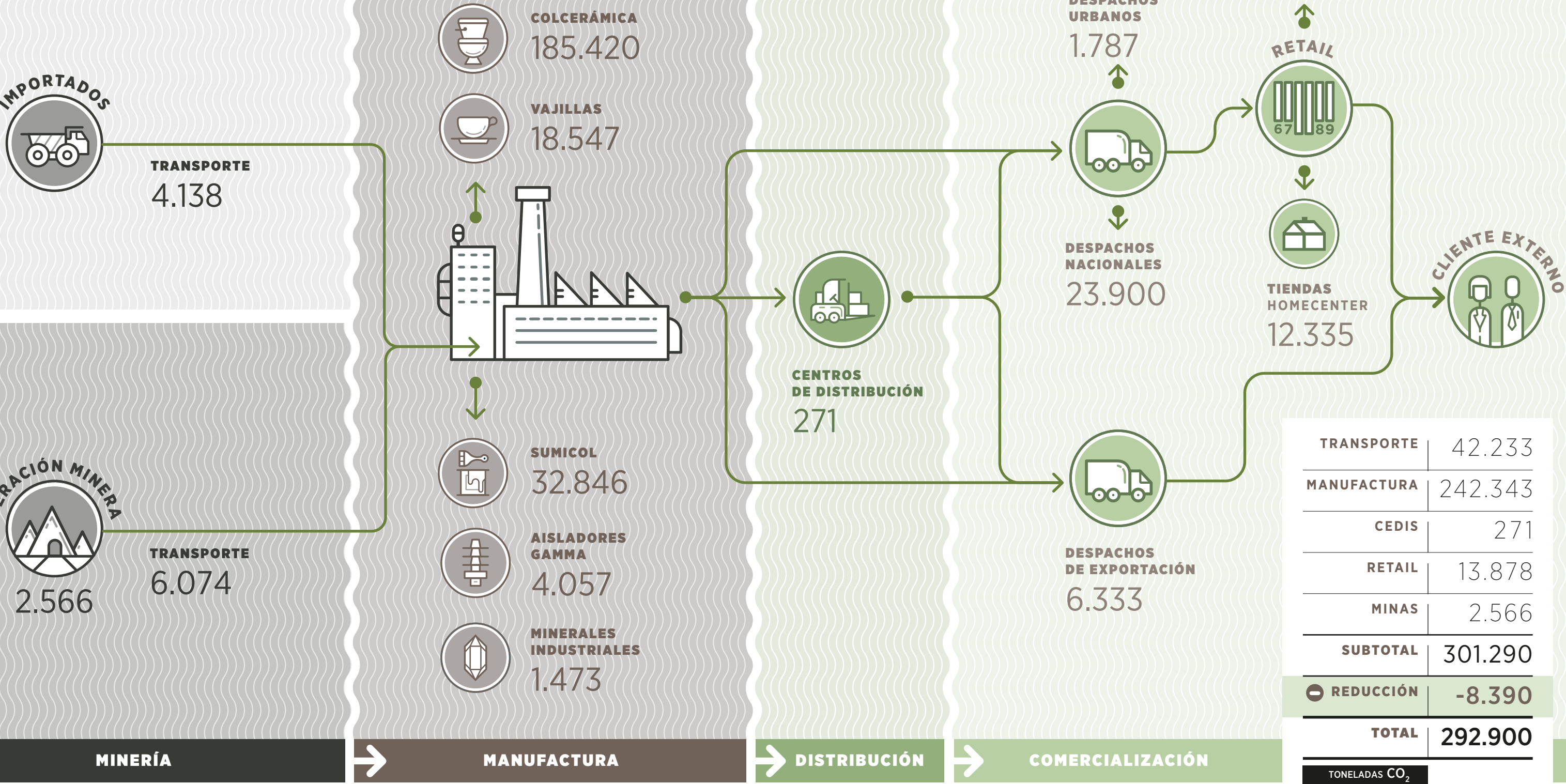
HUELLA DE CARBONO

La huella de carbono disminuyó un 3% con respecto al año anterior y un 6% sobre la línea base (2010). Estos resultados han permitido que Corona supere la meta corporativa de ahorro del 5% que se fijó para el 2016.

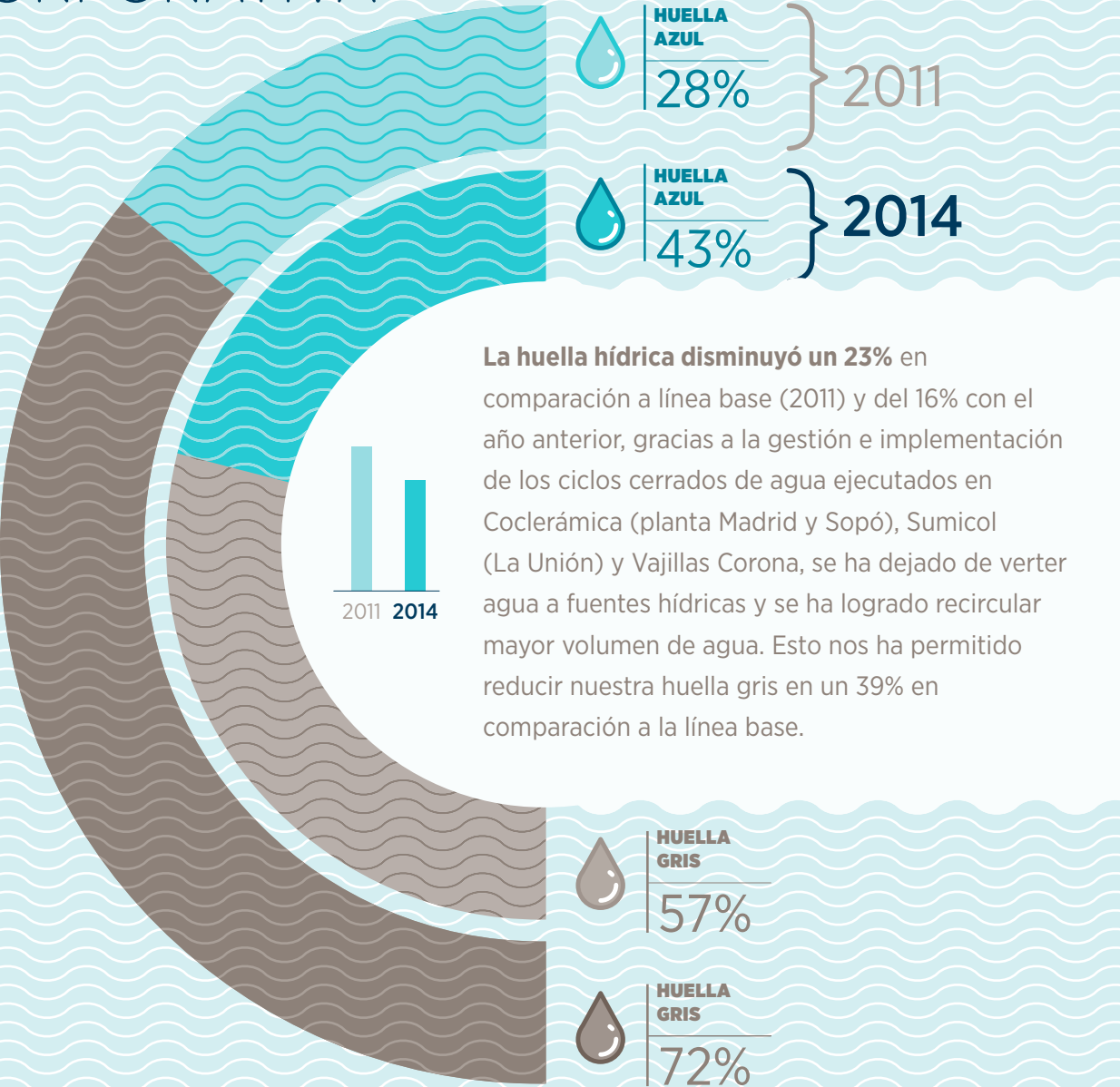
REDUCCIÓN DE HUELLA DE CARBONO POR PROYECTOS EN EFICIENCIA ENERGÉTICA Y COGENERACIÓN

-8.390

TONELADAS CO₂



HUELLA HÍDRICA CORPORATIVA



La huella hídrica disminuyó un 23% en comparación a línea base (2011) y del 16% con el año anterior, gracias a la gestión e implementación de los ciclos cerrados de agua ejecutados en Coclerámica (planta Madrid y Sopó), Sumicol (La Unión) y Vajillas Corona, se ha dejado de verter agua a fuentes hídricas y se ha logrado recircular mayor volumen de agua. Esto nos ha permitido reducir nuestra huella gris en un 39% en comparación a la línea base.



HUELLA GRIS
1.079.397 m

AGUA QUE SE REQUIERE PARA DILUIR LA CARGA CONTAMINANTE DE LOS VERTIMIENTOS TENIENDO PRESENTE LA NORMATIVIDAD Y LOS OBJETIVOS DE CALIDAD.

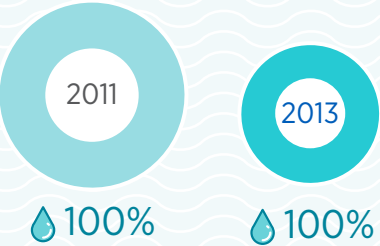
HUELLA AZUL
797.027 m

AGUA PROVENIENTE DE FUENTES SUPERFICIALES, SUBTERRÁNEAS O ACUEDUCTO DESTINADA AL PROCESO PRODUCTIVO.

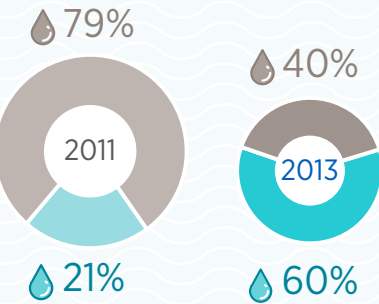
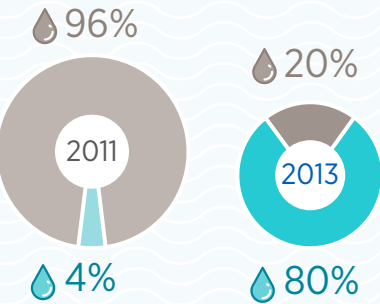
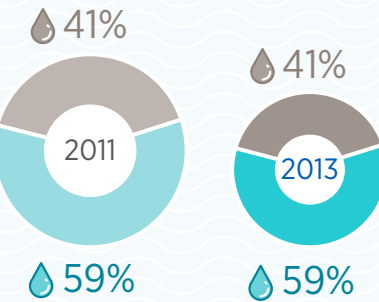
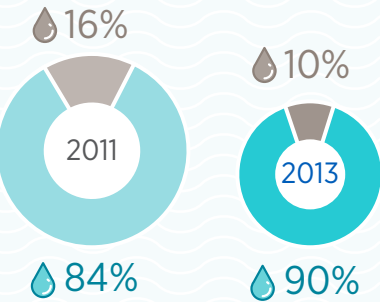
HUELLA VERDE

VOLUMEN DE AGUA LLUVIA QUE ESTA ALMACENADA EN EL SUELO COMO HUMEDAD

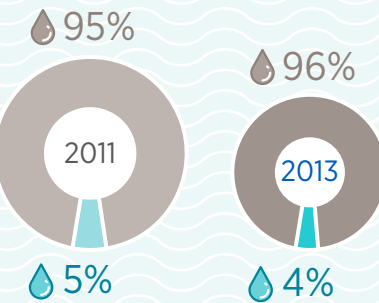
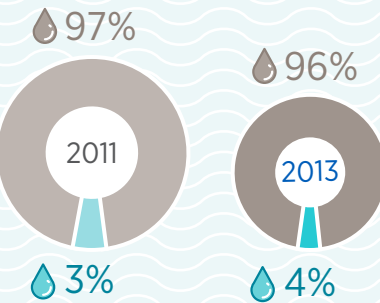
MINERÍA



MANUFACTURA



RETAIL





5.3
RECURSOS NATURALES

Reservas Naturales de la sociedad civil

Sumicol lleva a cabo explotación de minerales no metálicos que se utilizan en las industrias de la cerámica, el vidrio, la pintura y la construcción entre otras. Siempre ha realizado su actividad minera de manera ambientalmente responsable. Este compromiso se evidencia en aspectos tales como:

- La regeneración de terrenos para otros usos.
- El mantenimiento y la preservación de zonas de interés ecológico
- Una actividad extractiva realizada dentro de los más altos estándares ambientales, en cumplimiento de la Norma ISO 14.000.

Con el acompañamiento de Parques Nacionales y de algunas autoridades ambientales regionales, Sumicol desarrolló un proyecto denominado «Conjunto de Reservas Naturales de Sumicol S.A». En este se trabajó en la constitución y desarrollo de planes de manejo ambiental para dos reservas:

- **Lusitania.** Ubicada en el municipio de La Unión, Antioquia, con un extensión de 20 hectáreas. Esta es un área de especial interés por hacer parte del corredor ecológico El Retiro - Carmen de Viboral,
- **La Cabaña.** Ubicada en el municipio de Arcabuco, Boyacá, con una extensión de 40 hectáreas.

5.4
**PRODUCTOS RESPONSABLES
CON EL MEDIO AMBIENTE**

Los principales atributos de las colecciones lanzadas en el 2014 con respecto a su responsabilidad ambiental son el reúso de los materiales después de que se cumple el ciclo de vida del producto y el porcentaje de uso del material reciclable en los empaques, hojas de instrucción y embalajes.

Algunos de los productos lanzados en el 2014 con estas características incluyen:

- Colección Vida 2014
- Colección Duchas Bright y Cromoterapia
- Colección nuevos picos LVP (pico, nariz o tubular por donde sale el agua en la grifería para lavaplatos)
- Válvula de salida Nuki Advance

5.5
CUMPLIMIENTO

Planes de certificación y recertificación en los sistemas de gestión ambiental bajo la ISO 14001

Colcerámica llevó a cabo la implementación del Sistema de Gestión Ambiental en sus 5 plantas, de acuerdo con los requisitos de la norma Internacional ISO 14001:2004. Se realizó el ciclo de auditorías internas donde se contó con la participación del equipo de auditores líderes y en formación de Corona.

Este ejercicio permitió emprender acciones de mejora y evidenciar las fortalezas, de tal forma que puedan ser replicadas en otros procesos para generar una mejor gestión.



PROYECTO DESTACADO

Creando una Cultura Ambiental

En Corona adoptamos buenas prácticas y desarrollamos e implementamos sistemas de gestión que nos permiten tener un control efectivo de los posibles impactos que nuestra actividad pueda tener en el medio ambiente. Buscamos promover tanto en nuestros colaboradores, como en nuestros proveedores y clientes una cultura de cuidado con el medio ambiente. Para esto llevamos a cabo actividades, capacitaciones y campañas de comunicación que promueven el buen uso de los recursos naturales.

90
91

«La experiencia de trabajo con Corona fue muy buena. Fundación Chile apoyó a la empresa en el proceso de medir su huella generando las capacidades internas en lugar de prestar una asesoría puntual, lo que sin duda les permitirá replicar el esfuerzo sin requerir apoyo externo. Me gusta de Corona su compromiso con la sustentabilidad, lo que queda reflejado en el desafío de medir su huella del agua, que no es exigido hasta ahora por ninguna normativa, y sin embargo lo hicieron conscientes del impacto que el uso de los recursos hídricos tiene en el medio ambiente.»

Gonzalo León Silva
Líder Equipo Empresa y Sociedad Fundación Chile

Jhon Wilmar Henao Alzate

Coordinador de Gestión Ambiental, Vajillas Corona

¿QUÉ BENEFICIOS TIENE LA GESTIÓN AMBIENTAL EN CORONA?

Una de nuestras grandes fortalezas es el desarrollo de una Gestión Ambiental que va más allá de los esquemas tradicionales enmarcados en la atención de requerimientos ambientales y en el seguimiento de requisitos o estándares, tales como las normas ISO 14000. Nuestra gestión ha trascendido hacia una visión cuyo eje principal es la sostenibilidad y sus pilares se fundamentan en la mejora continua, en el deseo constante de innovar y en la transformación de nuestra cultura ambiental.

Lo anterior nos ha traído como beneficio tener un panorama cada vez más claro frente a la gestión

sostenible de Corona, y a su vez, fijar objetivos y metas retadoras en los frentes ambientales. Todo esto, además de representar beneficios para nuestra Organización, permite un mejor desarrollo de nuestra gente y de nuestro entorno.

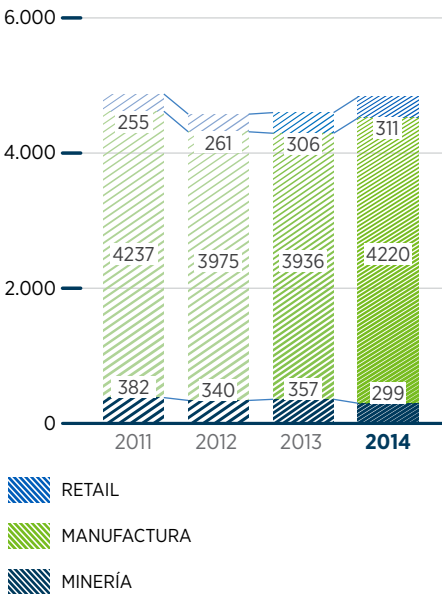
¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE GUSTA DE CORONA?

Indiscutiblemente el interés por la creación de una cultura ambiental. Y es que crear cultura, si bien es cierto es un proceso arduo y de largo aliento, también es el generador de grandes satisfacciones al lograr cambios de visión y de comportamiento en nuestros colaboradores.

INDICADORES ASOCIADOS AL MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

CONSUMO DE ENERGÍA INTERNA - EN3

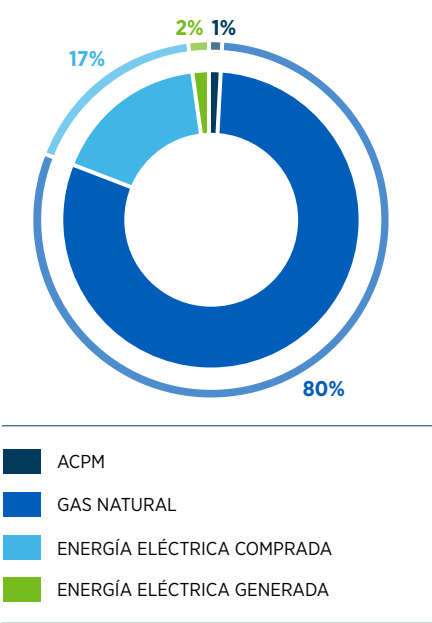
CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA
(TERAJOULES)



En el 2014 el consumo energético aumentó en un 5% frente al año anterior principalmente por la inclusión de los consumos térmicos del proyecto de co-generación en Sopó y los consumos energéticos de las operaciones de Corlanc y Erecos que no estaban reportados en las cifras del 2013. Es importante destacar que los proyectos de eficiencia energética disminuyeron el consumo en 98 TJ por lo que el consumo total de Corona se redujo en más de 2% para el 2014. De no haber implementado estos proyectos el consumo energético del 2014 hubiera incrementado un 7%.

La energía co-generada representó el 2% del total de consumo. Los combustibles líquidos son utilizados en las actividades mineras y representan únicamente el 1% sobre el total.

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA
POR FUENTE



CONSUMO DE ENERGÍA EXTERNA - EN4

Está relacionado con el consumo de combustible de ACPM del transporte de materia prima y producto terminado que es operado por otras empresas contratadas por L&T (diferentes a los vehículos de la flota propia de Corona). Para el año 2014 el consumo fue de 1.407 galones de combustible

Estos consumos son los que representan las emisiones de alcance 3 en la Huella de Carbono corporativa.



INTENSIDAD ENERGÉTICA - EN5

UEN	GJ/T	
	2013	2014
COLCERÁMICA	5,83	5,74
SUMICOL + MINERALES	0,22	0,21
GAMMA	19,4	17,6

	KWH / KG PASTA	
	2013	2014
VAJILLAS CORONA	0,417	0,409

El índice de intensidad energética que se ha adoptado en la cadena de valor compara el consumo térmico con las toneladas producidas. Se ha seleccionado como el indicador de seguimiento por parte del equipo directivo de la compañía. Está incluido en las matrices de compensación variable de las unidades de negocio.

INICIATIVAS DE GENERACIÓN DE AHORRO ENERGÉTICO
Y REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CARBONO EN-6 - EN19

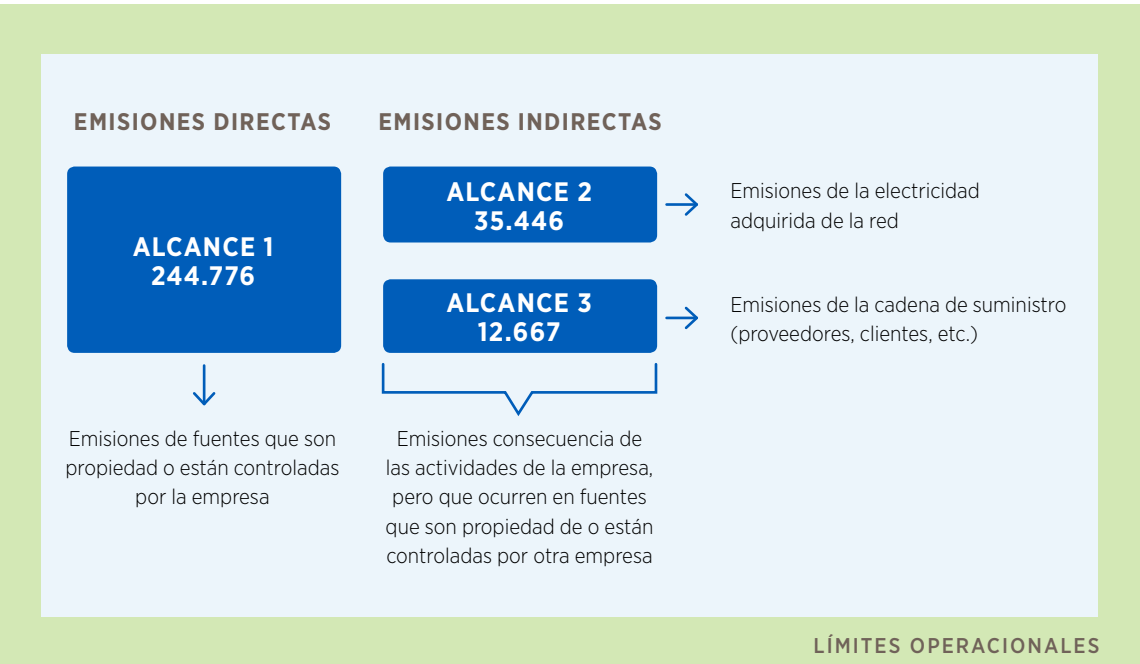
La gestión del modelo de eficiencia energética ha permitido una reducción importante en los consumos en los últimos cuatro años.

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DEL MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA 2014

GESTIÓN Y CULTURA	<ul style="list-style-type: none">• Mapeo y planificación energética.• Formación en gestión energética avanzada.• Formación de auditores en ISO 50.001.• Aprovechamiento de energía calórica emitida a la atmosfera.• Desarrollo de campañas de sensibilización en uso racional de energía.• Implementación de base de datos ambientales y energéticos en todos los procesos y minas.• Implementación de bases de datos para monitoreo de consumos para todos los procesos.• Revisión de los resultados de la gestión en comités de operaciones y el equipo de planta.
BAJA INVERSIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Optimización en los sistemas de iluminación de la plantas y de oficinas por un sistema automatizado de regulación con luminarias de larga duración.• Mejora en los sistemas de medición de energéticos por planta, área y equipo.• Instalación de medidores en grandes centros consumidores de energéticos.
ALTA INVERSIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Automatización y optimización de procesos.• Modificación de los hornos para recuperación de calor.• Control automático de la combustión en hornos.• Cambio de motores por motores alta eficiencia.• Instalación de variadores de velocidad.• Proyecto de Cogeneración SP.• Montaje de filtros armónicos.



EMISIONES DIRECTAS E INDIRECTAS DE GASES EFECTO INVERNADERO - EN15 + EN16 + EN17



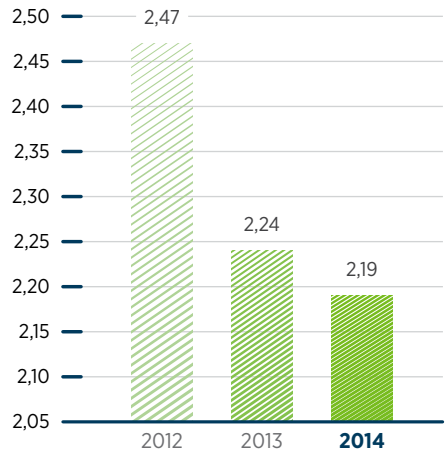
Continuamos realizando el cálculo de la huella de carbono corporativa con las metodologías reconocidas internacionalmente para el reporte de Gases Efecto Invernadero como lo son la Norma internacional ISO 14064-1 y el Protocolo del WBCSD (World Business Council for Sustainable Development).

El total de las emisiones provenientes de los procesos de manufactura y minería es de 244.908 ton equivalentes de CO2. Se identifica que las UEN con mayor participación en la huella de carbono en alcance 1 son Colcerámica y Sumicol con 63% y 12% respec-

tivamente ya que son las UEN de mayor consumo de gas natural. En el caso de los puntos de venta se encuentra que son los que más generan emisiones de alcance 2 por requerir un mayor consumo de energía eléctrica para la iluminación. El total de emisiones de retail es de 13.878 ton equivalentes de CO2. La operación logística genera 42.222 ton equivalentes de CO2 de las cuales el 30% son de alcance 3, es decir hacen parte del transporte operado por otras compañías contratadas por L&T.

INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE CARBONO - EN18

EMISIONES ESPECÍFICAS DE CO2 POR TONELADA
PRODUCIDAS POR CORONA INDUSTRIAL



En el 2014 la producción de manufactura y minería se incrementa un 6% frente al 2013. La generación de gases efecto invernadero presenta una disminución del 2% (con respecto al año anterior) lo que mejora el indicador de intensidad de emisiones de carbono por ton producida de 2,24 a 2,19.

IMPACTOS SIGNIFICATIVOS DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS – EN30

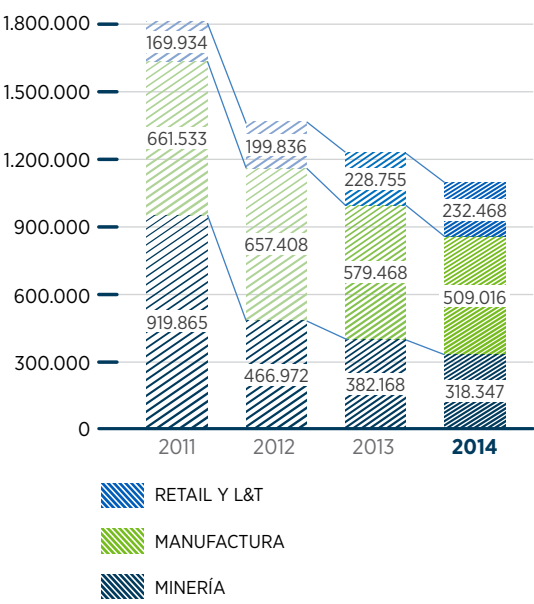
CATEGORÍA TRANSPORTE	TOTAL TONELADAS DE CO2				VARIACIÓN 2013-2014
	2011	2012	2013	2014	
Minas	13.839	8.713	5.743	6.074	6%
Bogotá	8.854	5.563	3.389	3.315	-2%
Medellín	4.985	3.150	2.354	2.759	17%
Despachos	31.674	41.517	35.783	36.148	1,0%
Nacionales	15.682	24.193	23.033	23.900	4%
Exportación	9.934	7.980	7.379	6.323	-14%
Importación	3.637	6.628	3.707	4.138	12%
Urbanos	2.421	2.716	1.664	1.787	7%
TOTAL	46.192	50.830	41.526	42.222	2%

Se presenta un ajuste en las cifras del 2013 debido a que se hizo una corrección al modelo del cálculo de huella de transporte para promediar el peso km/ton de cada corredor. Para el 2014 se presenta un aumento 2% con respecto al año anterior en razón a que se transportó más producto, mientras que se presenta una reducción leve en las emisiones del transporte de minas debido a que el uso de materias primas vírgenes disminuyó. Los despachos que mayor cantidad de emisiones generan por tonelada-kilómetro transportado son los despachos nacionales seguidos de los urbanos. Los despachos de exportación redujeron sus emisiones con respecto el año anterior ya que disminuyeron las toneladas transportadas en 43% y los kilómetros recorridos

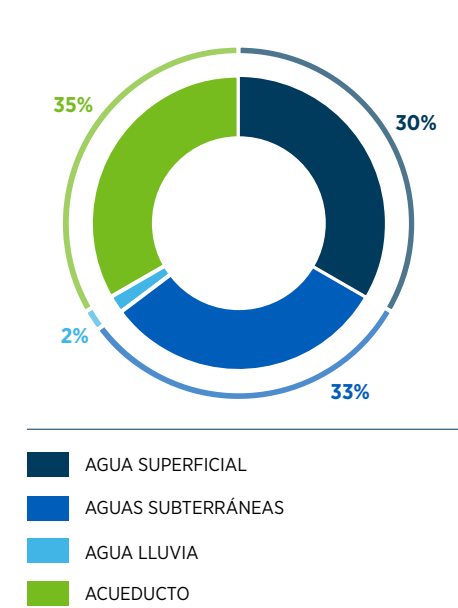
INDICADORES ASOCIADOS
A LA GESTIÓN HÍDRICA

CONSUMO TOTAL DE AGUA POR FUENTE – EN8

CONSUMO TOTAL DE AGUA (M³)



CONSUMO DE AGUA POR FUENTES 2014

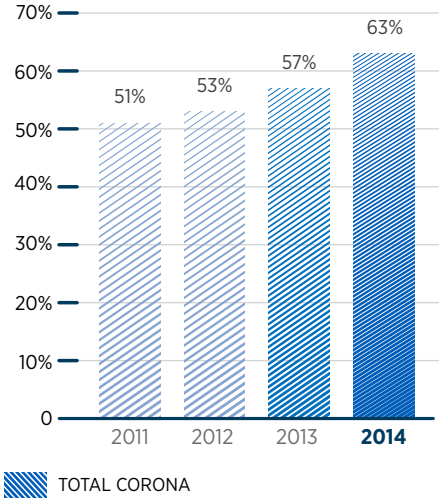


**Incluye consumos hídricos de Corlanc y Erecos que no estaban en el 2013*

El consumo hídrico presenta una reducción del 11% con respecto al año anterior. La actividad minera aportó el 17% mientras que la actividad manufacturera el 12%. Las razones para la disminución del uso del agua son los ciclos cerrados de agua implementados en Colcerámica planta Madrid y Sopó, Sumicol (La Unión) y Vajillas. Allí el volumen de recirculación ha sido mayor y se han reducido tanto el consumo de fuentes hídricas como los vertimientos. A esto se suman las buenas prácticas y las campañas de sensibilización que se trabajan con los pequeños equipos de las unidades de negocio. La actividad de retail tuvo un aumento del 2% y es razón a la apertura de nuevos puntos de venta.

PORCENTAJE DE RECIRCULACIÓN /REUTILIZACIÓN
DE AGUA - EN10

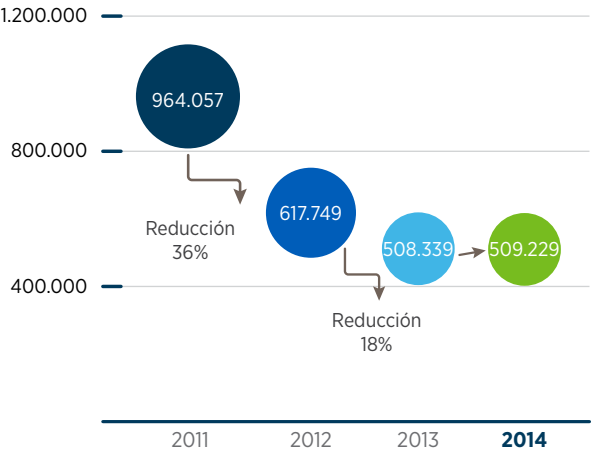
PORCENTAJE DE AGUA RECICLADA O REUTILIZADA
SOBRE EL TOTAL DEL AGUA CONSUMIDA



El 63% del agua total consumida en Corona recibe tratamiento y es utilizada nueva-mente en los procesos productivos. Esto gracias a la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de tratamiento de aguas para las actividades de manufactura y minería, que les permiten recircular el 40% y 82% respectivamente del consumo total de agua. Con respecto al año anterior este porcentaje aumentó el 6%, es decir, el volumen de agua recirculada fue 1.779.660 m3, lo que contribuye a lograr una reducción de la huella gris, es decir, a disminuir los vertimientos industriales y domésticos a fuentes hídricas.

VERTIMIENTO TOTAL DE AGUAS RESIDUALES m³
- EN22

Durante el 2014 el caudal de agua residual en fuentes hídricas presentó un leve aumento de 0,2% en comparación al año anterior teniendo presente que se suman también los caudales de las operaciones de Corlanc y Erecos. Éste aumento comparado con el incremento de la producción (6%), la reducción del consumo de agua (11%) y el aumento en la recirculación del volumen del agua (6%) representan el beneficio que trae la implementación de los sistemas de los ciclos cerrados de agua.



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



OPERACIÓN INTERNACIONAL CONTROLADA POR CORONA

A partir de 2014 se inició el proceso de expansión del informe para incluir las operaciones de Corona en Estados Unidos y Centro América. Se incluirán los consumos de energía y agua del 2014 de Mansfield e Incesa.

CONSUMO ENERGÉTICO (TJ) DE LA OPERACIÓN INTERNACIONAL -EN3

OPERACIÓN MANUFACTURERA INTERNACIONAL

UEN	2014
MANSFIELD	477
COSTA RICA	97
GUATEMALA	40
NICARAGUA	109
TOTAL	723

La operación internacional reporta un consumo energético de 722 TJ. Durante el 2015 se iniciará la consolidación y evaluación de los consumos de estas operaciones para replicar el modelo de eficiencia energética desarrollado en Colombia.

INICIATIVAS PARA REDUCCIÓN DE CONSUMO ENERGÉTICO - EN6

La planta de Mansfield (MS) realizó mejoramientos en los sistemas de iluminación con una actualización tecnológica en los sistemas de aire comprimido que le permitió ahorrar 8 TJ. La operación de Incesa – Guatemala (GT) realizó el aprovechamiento energético en horno con lo que redujo 1 TJ el consumo de GLP. Para el caso de Incesa la planta de Nicaragua disminuyó su consumo energético en 0,3 TJ por los ahorros de consumo de aire en el área de inspección final, cabinas de esmaltado y soplado y por un rediseño del proceso de esmaltado. Incesa - Costa Rica (planta de grifería) ha trabajado en arreglos en las inyectoras con el fin de mejorar su eficiencia ya que son las que mayor consumo representan. Por su parte, la planta de loza trabajó en la reducción del porcentaje de requema de las piezas, con lo que se redujo el consumo de los hornos eléctricos en 3,5TJ. En ésta última se están rediseñando los ciclos de quema en el horno para un consumo eficiente de gas en lugar de energía eléctrica.



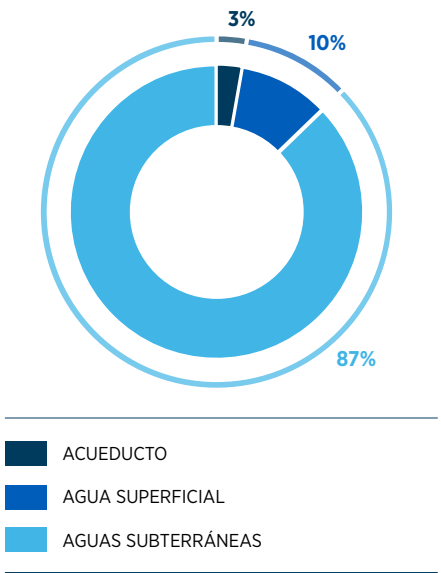
DATOS DE CONSUMO HÍDRICO (M³) DE LA OPERACIÓN INTERNACIONAL EN8

CONSUMO DE AGUA POR FUENTES - EN8 OPERACIÓN MANUFACTURERA INTERNACIONAL EN M³

UEN	2014
MANSFIELD	203.501
COSTA RICA	34.554
GUATEMALA	2.322
NICARAGUA	25.606
TOTAL	265.981

La operación internacional reporta un consumo de agua de 265.981 m³. Se inicia con la consolidación de los consumos hídricos y volúmenes de agua recirculada. Para el 2014 no recircularon agua.

CONSUMO DE AGUA POR FUENTES 2014



La operación internacional se abastece en gran parte del consumo de agua que proviene de los pozos de agua, seguida de fuentes hídricas superficiales y finalmente el consumo proveniente del acueducto.

BALANCE
AMBIENTAL

VÍRGENES	2.061.642
RECICLADAS, REUTILIZADAS	67.450
TOTAL	2.129.092
TONELADAS	



INSUMOS



EMISIONES AL AIRE

GEI	292.900
NOX	262
SOX	1,13
TONELADAS	

RESIDUOS A LA TIERRA

PELIGROSOS	518
NO PELIGROSOS	23.297
VALORIZADOS / DONADOS	51.058
TONELADAS	

VERTIMIENTOS AL AGUA

ARI	643.058
m³/AÑO	
SST	341
TON/AÑO	
DBO	420
TON/AÑO	

PRODUCCIÓN

TOTAL 2.108.830

TONELADAS



COLCERÁMICA
619.735



VAJILLAS
19.595



MINERALES
INDUSTRIALES
16.296



SUMICOL
1.417.931
CORLANC
19.070



GAMMA
4.637
ERECOS
11.564

SUPERFICIALES	370.694
ACUEDUCTO	462.793
SUBTERRANEAS	205.698
LLUVIA	20.646
TOTAL	1.059.831
M³/AÑO	

ENERGÍA



TOTAL 4.834

Incluye consumo de
energía eléctrica, gas
natural, GLP y ACPM

TERAJOULES



REDUCCIÓN
GEI
6.012

TONELADAS



AHORRO
DE ENERGÍA
98

TERAJOULES



AGUA
RECICLADA O
RECIRCULADA
1.772.398

M³/ AÑO

GEI: gases efecto invernadero
SOX: óxido de azufre
NOX: óxido nitroso
ARI: aguas residuales industriales
SST: sólidos suspendidos totales
DBO: demanda biológica de oxígeno

PROMESA

06

104
105

IMPULSAMOS EL DESARROLLO SOCIAL



- › MEJORAMIENTO DE CALIDAD DE VIDA
DE LAS COMUNIDADES
- › DESARROLLO DE PROVEEDORES
SOSTENIBLES

El desarrollo de las regiones donde operamos y de nuestros grupos de interés es una de las premisas en las que se fundamenta nuestra actividad.

Nuestra promesa es impulsar el desarrollo social, es decir, generar impactos positivos en nuestros colaboradores, sus familias y las comunidades que se traduzcan en el mejoramiento de sus condiciones de vida.

Para lograrlo, hemos desarrollado un Plan de Sostenibilidad Social y un Sistema de Relacionamiento en los cuales se enmarcan nuestros programas y proyectos estratégicos, que buscan fundamentalmente la generación de valor compartido para todos nuestros grupos de interés, desde un enfoque de triple cuenta de resultados.

ASUNTOS / INICIATIVAS	INDICADORES	2014
MEJORAMIENTO DE CALIDAD DE VIDA DE LAS COMUNIDADES	Horas de voluntariado	10,320 horas
	Desarrollo de alianzas estratégicas	2 proyectos
	Donaciones en dinero	5,227 millones
	Donaciones en especie	2.222 millones
*DESARROLLO DE PROVEEDORES SOSTENIBLES	Evaluación de proveedores en temas de sostenibilidad.	66 proveedores

*Aplica solo para Corona Industrial



6.1
VOLUNTARIADO CORPORATIVO

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

6.3
SOSTENIBILIDAD Y PROVEEDORES

Durante el 2014 los equipos de las áreas de sostenibilidad y la USC realizaron un assessment en sostenibilidad a 58 proveedores críticos de Corona Industrial con el acompañamiento de la empresa ConTREEbute. El ejercicio consistió en una autoevaluación por medio de la herramienta “Índice de Sostenibilidad conTREEbute” y una verificación posterior de la información suministrada. Luego se seleccionaron 18 proveedores a quienes se les estructuró un plan de acción de cierre de brechas que se implementará en el 2015. En otra de las iniciativas desarrolladas se trabajó con 8 PYMES en el proyectos Primeros Pasos en alianza con la Red Local del Pacto Global y la Universidad Externado de Colombia.

6.2
DONACIONES EN ESPECIE

Corona cuenta con un programa de donaciones en especie, que tiene como objetivo principal contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades, ubicadas en sus zonas de influencia, con proyectos de infraestructura física. Este programa está dirigido a entidades sin ánimo de lucro.

Durante el 2014 se beneficiaron 91,616 personas con la entrega de 49.152 m² de piso, 25.325 m² de pared, 871 sanitarios, 1.211 lavamanos y 203 orinales. Se priorizaron proyectos de mejoramiento de vivienda de población vulnerable, instituciones educativas municipales o departamentales y proyectos de equipamiento comunitario. De esta manea, se cumplió con el objetivo propuesto de maximizar el aporte de Corona al desarrollo social de las regiones.

Mansfield realizó donaciones en especie por USD 11.509 a 11 entidades comunicatiras.

156 FAMILIAS
EN EXTREMA POBREZA
FAVORECIDAS CON PROGRAMA
MEJORAMIENTO DE VIVIENDA
EN FACACATIVÁ

6.4
PROYECTOS ESTRATÉGICOS EN ALIANZA

En el marco de la alianza entre Corona y la Fundación Corona, durante el 2014 desarrollamos una estrategia de trabajo conjunto enfocada en temas de vivienda de interés prioritario, mejoramiento de infraestructura de servicios comunitarios con especial énfasis en acceso a agua potable y saneamiento básico.

Así, trabajamos en el proyecto de «Mejoramiento de vivienda para población en extrema pobreza en el municipio de Facatativá», con el apoyo de la Alcaldía de Facatativá y la Fundación Juligón, el cual se enfoca en el mejoramiento de las áreas de cocinas y baños de 156 familias. En el 2014 se concluyó la etapa de diagnóstico y diseño, y durante el 2015 se realizarán los mejoramientos.

También colaboramos en el proyecto “Escuelas protectoras del medio ambiente”, desarrollado en conjunto con la Fundación Corona, Fundación PLAN y UNICEF, en el cual se ejecutaron obras de mejoramiento de infraestructura como un medio de entrada a 17 instituciones educativas en las que, a través de un modelo participativo con la comunidad (estudiantes, docentes, padres de familia y estudiantes), desarrollaron programas de educación ambiental, orientados al adecuado manejo de los recursos y residuos.

6.5
PREMIO CORONA

El Premio Corona Pro Hábitat lleva 32 años promoviendo el mejoramiento de las condiciones físicas y ambientales del hábitat rural colombiano, siendo hoy una ventana para que profesionales y estudiantes de arquitectura, ingeniería y diseño industrial puedan dar a conocer sus ideas, hallazgos y talento.

En el 2014 la invitación estuvo dirigida a pensar en los campesinos colombianos y en sus problemas de habitabilidad. En esta oportunidad el jurado, otorgó el primer puesto en forma compartida a los proyectos Palocabildo, Homeóstasis rural, de la Universidad de San Buenaventura de Medellín y Sinapsis rural. Estructuras veredales interrelacionadas para el desarrollo sustentable, de la Universidad del Valle.

DONACIONES EN ESPECIE 2014

91.116	BENEFICIARIOS EN 2014
74.477	m ² DE PISOS & PAREDES
1.211	SANITARIOS
1.036	LAVAMANOS
203	ORINALES

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO



PRODUCTO DONADO	\$ 70.946.415
INVERSIÓN MONETARIA	\$ 257.088.905
VALOR DEL TIEMPO	\$ 105.212.650
TOTAL	\$ 433.247.970

+ de 17.000

BENEFICIARIOS

10.320

HORAS DE VOLUNTARIADO

75

ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO

14

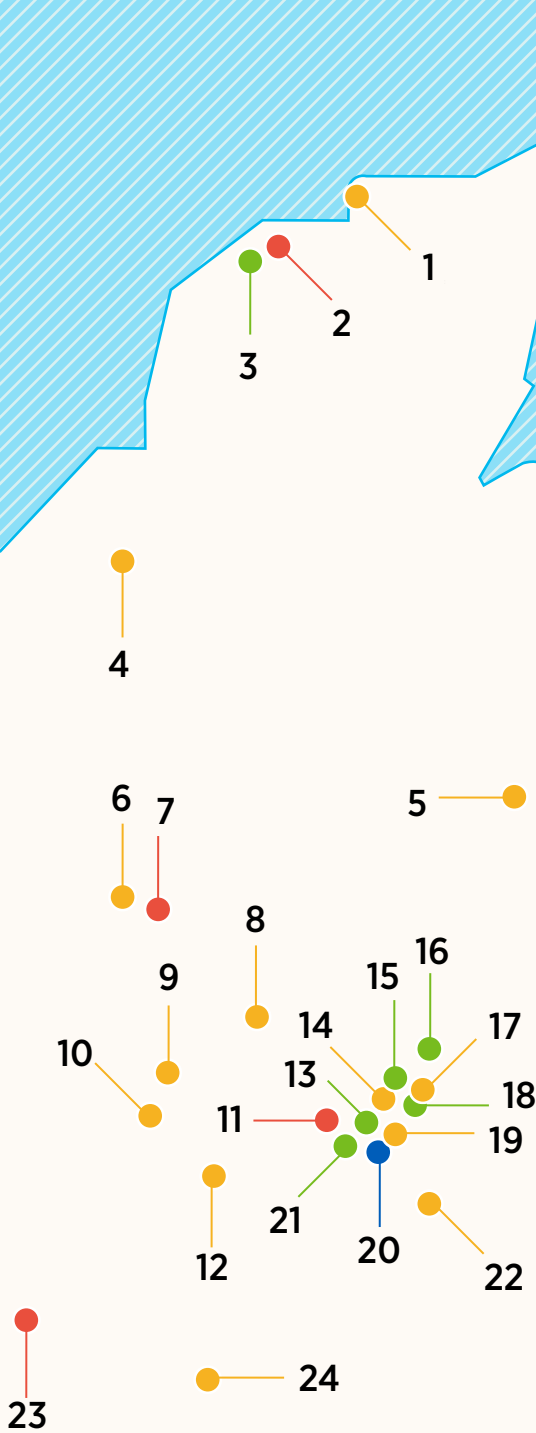
MENTORES CORONA ENDEAVOR

1.368

VOLUNTARIOS CORONA HOMECENTER



Soy Voluntario
corona HOMECENTER



- | | | | |
|-------------------|--|------------------|--|
| 1 SANTA MARTA | | 13 SOPÓ | |
| 2 BARRANQUILLA | | 14 TOCANCIPÁ | |
| 3 PUERTO COLOMBIA | | 15 ZIPACÓN | |
| 4 MONTERIA | | 16 SUESCA | |
| 5 BUCARAMANGA | | 17 MOSQUERA | |
| 6 RIONEGRO | | 18 FUNZA | |
| 7 MEDELLÍN | | 19 ZIQUAIRÁ | |
| 8 CALDAS | | 20 BOGOTÁ | |
| 9 MANIZALES | | 21 MADRID | |
| 10 PEREIRA | | 22 VILLAVICENCIO | |
| 11 FACATATIVÁ | | 23 CALI | |
| 12 IBAGUÉ | | 24 NEIVA | |

- | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| Mejoramiento Instituciones Educativas | soluciones temporales de vivienda |
| Jornada Ambiental | Fortalecimiento Organizaciones |

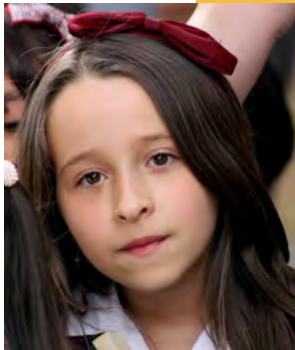


PROYECTO DESTACADO

Un buen vecino

En Corona nos preocupamos por promover el desarrollo de las regiones en las que tenemos operaciones. Buscamos generar impactos positivos a través de proyectos de infraestructura de instituciones, cuidado del medio ambiente, fortalecimiento de ONG, entre otros con el fin de contribuir al mejoramiento de las comunidades y a la creación de un mejor país.

112
113



VOLUNTARIOS CORONA
ASISTENTES A LA JORNADA

150

HORAS DONADAS
POR LOS VOLUNTARIOS

1.200

\$ 18.582.373

MILLONES DE PESOS
EN DONACIÓN DE PRODUCTO
CERÁMICO Y COMPLEMENTARIO
PARA LA ADECUACIÓN DEL COLEGIO

- ACTIVIDADES REALIZADAS:
- ADECUACIÓN DE LAS UNIDADES SANITARIAS
 - PINTURA DE SALONES
 - PINTURA CORREDORES
 - PINTURA ZONAS COMUNES
 - PINTURA DE CANCHAS
 - PINTURA MURAL ECOLÓGICO
 - ARREGLO Y PINTURA DE PARQUE INFANTIL

Jorge Alberto Cano
Rector Colegio Tercer Milenio. Caldas, Antioquia

¿CÓMO LO HA BENEFICIADO LA GESTIÓN SOCIAL DE CORONA?

Gracias a las acciones de voluntariado de Corona hemos contado con la presencia y apoyo de sus directivas en la Junta Directiva y Consejo de Fundadores. Adicionalmente hemos recibido respaldo en nuestros proyectos institucionales de mejoramientos locativos, donación de muebles y equipos, apoyo logístico en nuestros eventos así como asesoría en general.

¿QUÉ LE GUSTA DE CORONA?

- Las relaciones cálidas de sus directivas y empleados
- La capacidad de gestión y liderazgo
- La organización en general
- No es indiferente a la realidad de otros
- El espíritu de servicio
- Una empresa con visión



INDICADORES GRI

INDICADORES GENERALES

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE		PÁGINA/RESPUESTA			OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS							
G4.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización.	Carta del Presidente					7 - 8
G4.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Gobierno Corporativo: http://www.corona.co/#!/nuestra-empresa/quienes-somos/gobierno-corporativo Estrategia de Sostenibilidad: www.corona.co/#!/nuestra-empresa/corona-sostenible					16 - 17 - 18 - 19
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN							
G4.3	Reporte el nombre de la organización.	Organización Corona S.A.					116
G4.4	Reporte las principales marcas, productos y servicios.	*Parte general: Descripción de las UEN *Promesa Cliente y crecimiento					32 - 33
G4.5	Reporte la localización de la casa matriz.	Calle 100 No 8A - 55 Torre C Piso 9 - PBX 6446500 Bogotá – Colombia					116
G4.6	Reporte el número de países donde opera la empresa y el nombre de los países donde la empresa tiene operaciones significativas o que son relevantes para los temas de sostenibilidad tratados en el informe.	*Parte general: Corona en cifras					12 - 13
G4.7	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	La descripción completa de los negocios, la estructura societaria, situación de control y subsidiarias se encuentra disponible en la sección de Perfil Corporativo en el sitio web de Corona: www.corona.com.co/web/Corporativo/Pages/Perfil-corporativo					116
G4.8	Mercados servidos (Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes).	*Parte general: Corona en cifras					12 - 13
G4.9	Reporte la escala de la organización, incluyendo: › Número de empleados. › Número total de operaciones. › Ventas netas o ingresos. › Cantidad de productos o servicios que ofrece.	*Parte general: Corona en cifras					12-13
G4.10	Reportar la siguiente información laboral: › Reporte el número total de empleados por contrato y genero. › Reporte el número total de empleados por región y genero.		2013	2014	VARIACIÓN		68 - 116
		A término indefinido	13.914	14.889	7,0%		
		A término fijo	27	36	33,3%		
		TOTAL EMPLEADOS DE LA ORGANIZACIÓN	13.941	14.925	7.1%		

116
117

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE		PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
G4.11	Reporte el porcentaje de empleados cubiertos por una convención colectiva.	67% del total de trabajadores estan cubiertos por Acuerdo Coelctivo de Trabajo. Este porcentaje representa el 100% del personal operativo quienes desarrollan encuentros permanentes entre representantes de los colaboradores y la empresa para buscar acuerdos que beneficien a quienes representan			118
G4.13	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura, propiedad o en la cadena de proveedores de la organización.	<p>*Promesa Cliente y crecimiento: apertura de la planta Nexentía (Antioquia, Colombia).</p> <p>*Parte general: Descripción de las UEN - para el negocio Sodi-mac, apertura del nuevo formato “Car Center”.</p>			48
G4.14	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Ser responsables con el medio ambiente - Cambio Climático			80
G4.15	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apoye.	<p>Los proyectos y programas sociales corporativos se encuentran enunciados en la Promesa 6: Promovemos el Desarrollo Social:</p> <p>* “Mejoramiento de vivienda para población en extrema pobreza en el municipio de Facatativá”</p> <p>* “Escuelas protectoras del medio ambiente”</p> <p>* “Premio Corona Pro Hábitat”</p>			108 - 109
G4.16	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	<p>Aliados:</p> <p>Organizaciones No Gubernamentales:</p> <ul style="list-style-type: none">› Corporación Transparencia por Colombia.Fundación Endeavor› Corporación Ocasá› Corporación Excelencia de la Justicia› Consejo Privado de Competitividad Fundación Ideas Para La Paz› Best Buddies› Fundación Corona› Red Local› Prodeocsa› Prodensa› Prosur› Proaburrá Norte <p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none">› Fundación Liderazgo y Democracia› Instituto de Ciencia Política› Consejo Colombiano de Construcción Sostenible, cecodes› Empresarial de Oriente› Colegio Gabriel Echavarria, Colegio Tercer Milenio			118

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE		PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS MATERIALES Y LÍMITES					
G4.17	Listar las entidades incluidas en los estados financieros consolidados y reportar si hay alguna de estas entidades que no haya sido incluida en el informe de sostenibilidad.	Organización Corona S.A.			120
G4.18	Explicar el proceso para definir el contenido del reporte y los aspectos a reportar.	› Nuestras promesas › Matriz de materialidad			120
G4.19	Listar todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido del reporte.	› Matriz de materialidad			
G4.20	Para cada tema material reportar si lo es para toda la organización. En caso contrario, indicar qué aspecto no es material para alguna de las entidades que hacen parte de la organización.	COBERTURA DE ASUNTOS MATERIALES			120
		ASUNTOS MATERIALES CORONA	GRUPOS DE INTERES INTERNO EXTERNO		
G4.21	Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización.	Satisfacción del Cliente	✓		
		Adquisiciones y apertura de nuevos negocios	✓		
		Crecimiento en Ventas	✓		
		Optimización de costos y gastos	✓		
		Transformación Tecnológica Industrial	✓		
		Ambiente Laboral	✓		
		Mejoramiento Calidad de Vida de Colaboradores y familias	✓		
		Gestión del Talento	✓		
		Salud y Seguridad Ocupacional	✓		
		Productos y servicios innovadores.		✓	
		Transformación de procesos y Tecnología Informática	✓	✓	120
		Mejores prácticas organizacionales	✓		
		Desarrollo de Cultura de Innovación	✓		
		Recursos naturales		✓	
		Cumplimiento Legal		✓	
		Ecoeficiencia		✓	
		Productos Responsables con Medio Ambiente		✓	
		Cambio Climático		✓	
		Desarrollo Proveedores en temas de Sostenibilidad		✓	
		Mejoramiento Calidad de Vida Comunidades		✓	
G4.22	Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	Medioambiente: Impactos significativos del transporte de productos – EN30			138
G4.23	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados del informe.	Acerca del informe - alcance y límites: este año se incluye información energética e hídrica correspondiente a nuestras operaciones en Centro América y Estados Unidos.			11

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE		PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
GRUPOS DE INTERÉS					
G4.24	Listar los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Parte general - Grupos de interés			27
G4.25	Reporte la base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Parte general - Grupos de interés			27
G4.26	Enfoques adoptados para el diálogo con grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipo de grupos de interés, indicar si alguno de los diálogos se realizó como parte del proceso de elaboración del informe.	Parte general - Sistema de relacionamiento			28 - 29
G4.27	Principales preocupaciones y temas de interés que hayan surgido a través de los diálogos con los grupos de interés y la forma en la que la organización ha respondido a estos temas en la elaboración del informe. Reportar los grupos de interés y los temas que identificaron como relevantes.	Resumen Corona es tu Casa - Dialogos con comunidad			28 - 29
PERFIL DEL REPORTE					
G4.28	Periodo cubierto por la información incluida en el informe.	Acerca del informe - Alcances y límites			11
G4.29	fecha mas reciente del informe anterior.	2013			122
G4.30	Ciclo de reporte (Anual-Bianual).	Anual			122
G4.31	Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	pcuellarm@corona.com.co			122
G4.32	Reporte la opción “De acuerdo” con la metodología GRI seleccionada por la organización (Core-Comprehensive). Reporte la tabla de contenido GRI.	El presente informe cumple con la metodología GRI G4 con la opción esencial “de conformidad”.			122
G4.33	Reportar la política o enfoque de la empresa para buscar auditoría externa del reporte.	El presente informe fue verificado externamente por la firma Deloitte & Touche Ltda. La Organización Corona ha venido auditando sus informes de sostenibilidad desde el año 2011			122
GOBIERNO					
G4.34	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno. Identificar si existe algun comitpe responsable de la supervisión de temas económicos, sociales y ambientales.	El sistema corporativo de Corona se encuentra disponible en el sitio web: www.corona.com.co/web/Corporativo/Pages/Gobierno-Corporativo No contamos con un comité que supervise de manera integral el tema de Sostenibilidad (Triple Cuenta), pero existen diferentes comités que supervisan estos temas.			122

122
123

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE	PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
G4.36 Reportar si la organización ha seleccionado una posición o posiciones ejecutivas con responsabilidad de temas económicos, ambientales y sociales, y si esta posición reporta directamente a la alta dirección.	La organización ha delegado a la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos como responsable de gestionar los temas sociales y Ambientales y a la Vicepresidencia Financiera como responsable de gestionar los temas económicos. Estas dos Vicepresidencias reportan directamente a la alta dirección			124
G4.37 Reportar los procesos de consulta que existen entre los grupos de interés y la alta dirección en temas económicos, ambientales y sociales. Si las consultas son delegadas, describir a quién se delega y cómo es el proceso de retroalimentación con la alta dirección.	Las consultas a los grupos de Interes han sido delegadas a la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos - área de Sostenibilidad quien las gestiona a través de su sistema de relacionamiento. Los resultados de las consultas se comparten a la gerencia a través de los informes mensuales generados con el propósito de compartir información de temas Sociales y Ambientales			124
G4.38 Reportar la composición de la alta dirección y su comités: › Ejecutivos y no ejecutivos. › Independientes. › Duración del mandato. › Género. › Miembros de minorías. › Competencias relacionadas con impactos económicos, sociales y ambientales.	El Consejo Corporativo lo conforman 6 miembros independientes y 3 miembros dependientes que son elegidos por la Asamblea General de Accionistas por un períodos de 1 año. El Consejo esta conformado en un 89 % por hombres y en un 11 % por mujeres.			124
G4.39 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (de ser así explicar su función dentro de la organización y las razones que lo justifican).	Los miembros del Consejo Corporativo no ocupan cargos dentro de la organización.			124
G4.41 Procedimientos implementados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	El sistema de gobierno corporativo de Corona establece procedimientos para la solución de conflictos en general y también del Consejo Corporativo.			124
G4.42 Reportar el rol del máximo organo de gobierno y los altos ejecutivos en el desarrollo, aprobación y actualización del proposito, valores, misión, estrategias, políticas y metas relacionadas a impactos económicos, sociales y ambientales.	Comité de Presidencia propone y Consejo Corporativo aprueba			124
G4.43 Reportar las medidas tomadas para desarrollar y fortalecer el conocimiento de los miembros del máximo órgano de gobierno en temas económicos, sociales y ambientales.	Se eligen miembros que son expertos en los diferentes temas quienes permanentemente se estan actualizando.			124

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE	PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
G4.44 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, con respecto al desempeño económico, social y ambiental. Indicar si esta evaluación se realiza de forma independiente o no y la frecuencia de la misma.	Al final de cada Junta se hace una evaluación de la misma. El Presidente de la Junta hace una evaluación anual a todos los miembros y se proponen mejoras			126
G4.45 Reportar el rol del máximo organo de gobierno en la identificación y administración de impactos, riesgos y oportunidades económicas, sociales y ambientales.	Comité Corporativo de Sostenibilidad			126
G4.46 Reportar el rol del máximo organo de gobierno en revisar la efectividad del sistema de gestión de riesgos para temas económicos, sociales y ambientales.	Comité Corporativo de Sostenibilidad			126
G4.47 Reportar la frecuencia con la cual el máximo organo de gobierno revisa impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.	Se hace seguimiento a la estrategia en el consejo que se reúne cada 2 meses			126
G4.48 Reportar el más alto comité o cargo responsable de revisar y aprobar el informe de sostenibilidad y el asegurar que todos los temas materiales estén cubiertos.	Presidencia			126
G4.49 Reportar el proceso para comunicar temas críticos al máximo órgano de gobierno.	A través de los Comités de Presidencia			126
G4.51 Reportar las políticas de remuneración para el máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos: › Pago fijo o variable asociado a desempeño › Pago fijo o variable asociado a acciones › Pago fijo o variable asociado a bonos. › Pago de terminación. › Reportar cómo para la remuneración de la junta directiva y los altos ejecutivos se tienen en cuenta el cumplimiento de objetivos económicos, sociales y ambientales.	La remuneración de la Junta Directiva se hace teniendo en cuenta un benchmark de mercado y varía según la dedicación de tiempo para reuniones y preparación entre otros. Se busca que sea competitiva y atractiva para compensar el nivel de dedicación que Corona necesita y espera			126
G4.52 Reportar el proceso para determinar la remuneración. Indicar si existen consultores encargados de determinarla.	La remuneración de la Junta Directiva se hace teniendo en cuenta un benchmark de mercado y varía según la dedicación de tiempo para reuniones y preparación entre otros. Se busca que sea competitiva y atractiva para compensar el nivel de dedicación que Corona necesita y espera			126

126
127

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE		PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
ÉTICA E INTEGRIDAD					
G4.56	Describir los valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.	<p>*Gobierno corporativo</p> <ul style="list-style-type: none">› Cumplimiento de la Ley› Sistema para el manejo de la Ética <p>Corona cuenta con el un Código de Ética que parte del histórico compromiso de la Organización con la honestidad y la integridad, definiendo quiénes somos como compañía y cómo nos relacionamos entre nosotros, con nuestros proveedores y clientes. También contamos con 7 Valores corporativos que expresan la cultura que vivimos, el carácter de nuestra compañía y la forma en que nos comportamos.</p> <p>El Código de Etica se encuentra publicado en nuestra pagina www.corona.com.co/Quienes somos/Etica y Valores (http://www.corona.co/#!/nuestra-empresa/quienes-somos/etica-y-valores)</p>			128
G4.57	Reportar los mecanismos internos y externos para solicitar ayuda en temas sobre comportamiento ético e integridad organizacional, cómo pueden ser líneas de ayuda o de consejería.	Contamos con un comité interno de etica corporativa que hace parte del sistema de gestión etica de Corona.			128
G4.58	Reportar los mecanismos internos y externos para reportar preocupaciones acerca de comportamientos no éticos o no íntegros, por medio de reporte a los altos ejecutivos, línea de denuncia o línea ética.	La Línea Ética seamosintegros@corona.com.co es el mecanismo a través del cual tanto nuestros empleados como las personas con las que nos relacionamos puedan reportar comportamientos incorrectos.			128

CONEXIÓN INDICADORES

ASUNTOS MATERIALES CORONA 2014

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS								
Productos y servicios innovadores	No aspecto GRI asociado	CR11	Descripción de nuevos productos.	Productos y servicios innovadores - lanzamiento nuevos productos		✓		40
Mejores prácticas organizacionales	No aspecto GRI asociado	CR13	Total inversión en I+d+i/ Ventas	INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS: TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA		✓		41
		CR14	Avances en procesos LEAN/Teoria de restricciones, TPM	Optimización de costos y gastos - Indicadores 2014				39
Desarrollo Cultura de Innovación	No aspecto GRI asociado	CR15	Planes de acción de las UEN en pro de llegar a la cultura innovadora deseada	Desarrollo de la cultura de innovación - Elementos del sistema de gestión de innovación		✓		41
Transformación procesos y Tecnología Informática	No aspecto GRI asociado	CR12	Avances en la implementación ERP-SAP	Transformación de procesos y tecnología informática - proyecto SAP		✓		41
CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES								
Satisfacción del Cliente	Etiquetado de productos y servicios	PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción del cliente.	CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES: - Indicadores		✓		47
Adquisición y apertura de nuevos negocios	No aspecto GRI asociado	CR1	Ventas anualizadas de los nuevos negocios.	CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES: - Indicadores		✓		47
Crecimiento en Ventas	No aspecto GRI asociado	CR2	Total ventas año 2014 / Total ventas año anterior	CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES: - INDICADORES		✓		47
SER MAS COMPETITIVOS								
Optimización de costos y gastos	No aspecto GRI asociado	CR3	Proyectos y gestión encaminada a la reducción y control de gastos	Optimización de costos y gastos - Indicadores 2014		✓		57
Transformación Tecnológica Industrial	No aspecto GRI asociado	CR4	Avances en proyectos de eficiencia en manufactura y optimización de procesos	Transformación Tecnológica Industrial - ejecución de 12 proyectos estratégicos		✓		56
PROMOVER A NUESTRA GENTE								
Mejoramiento Calidad de Vida de colaboradores y familia	Desempeño económico	EC3	Cobertura del plan definido de beneficios obligatorios de la organización.	Valor total pensiones en 2014: \$ 3.043 millones de pesos.				130
	Empleo	LA2	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Mejoramiento Calidad de Vida de colaboradores y familia - Beneficios proporcionados a colaboradores				70
	No aspecto GRI asociado	CR6	Índice de calidad de vida y avance en programas de beneficio a colaboradores	Mejoramiento Calidad de Vida de colaboradores y familia - Índice de Calidad de vida y avance en Programas de beneficio a colaboradores.		✓		63

130
131

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
Ambiente Laboral	No aspecto GRI asociado	CR5	Resultados de la encuesta GPTW compara-da con años anteriores	Ambiente laboral - herramienta GPTW		√		68
Gestión del Talento	Entrenamiento y educación	LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, por genero y desglosado por categoría de empleado.	Desarrollo del talento - Promedio Horas de Formación al año				70
		LA11	Porcentaje de empleados que reciben eva-luaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por genero.	Desarrollo del talento - Empleados con evaluación de desempeño.				70
		CR7	Liderazgo- Total colaboradores formados como lideres y avances en los programas	Desarrollo del talento - Modelo de Gestión de Compromisos				66
		CR8	Liderazgo - Cargos criticos cubiertos con talento propio.	Desarrollo del talento - tasa de cubrimiento cargos críticos con Talento Propio		√		64
	Anticorrupción	SO4	Comunicación y entrenamiento en procedi-mientos y políticas anticorrupción.	Tabla GRI: El 100% del personal que se vincula con las empresas recibe en el curso de Inducción, temas de Prevención LA/FT. En 2014 se capacitaron 1.240 personas en Cargos Sensibles (rResponsabilidades de manejo de recursos financieros, relación con clientes y proveedores, Operaciones Logísticas, Comercio exte-rior, Selección de Personal).				132
Salud y Seguridad Ocupacional	Salud y seguridad ocupacional	LA5	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-emplea-dos.	A cierre 2014, la composición de los Comités Paritarios de Salud Ocupacional fue: Repres. Empresa: 49% Repres. Empleados: 51%				132
	Salud y seguridad ocupacional	LA6	Taza de accidentalidad y Ausentismo	Salud y Seguridad Ocupacional - Tasa de accidentalidad y Ausentismo				71
		CR9	Indice de Ausentismo Laboral	Salud y Seguridad Ocupacional - Ausentismo laboral				71
	No aspecto GRI asociado	CR10	ILI - Índice de Lesión Incapacitante	El Índice de lesiones incapacitantes (ILI) para 2014 fue 1,91. Su reducción frente a 2013 (4,29) obedece a la reducción en el número de accidentes y días de severidad en las UEN de Almacenes, Gamma, Minerales Industriales, Sodimac, Sumicol, L&T y Corlanc. En el 2014 no se registraron accidentes fatales.		√		132
SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE								
Recursos naturales	Materiales	EN1	Materiales por peso y volumen.	Consumo total de 2.061.641 toneladas de materia prima vírgen lo que representa una reducción del 5% con respecto al año anterior, muestra las eficiencias en consumos específicos de la cadena de valor dado que la producción aumento un 6%.				132
	Energía	EN3	Consumo de energía en la organización.	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energé-tica - Consumo de energía interna y externa		√		80 - 81 - 92- 93- 100
		EN4	Consumo de energía por fuera de la orga-nización.	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energé-tica - Consumo de energía interna y externa				80 - 81 - 92- 93-

132
133

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
Recursos naturales	Agua	EN8	Consumo de agua total por fuente.	Indicadores asociados a la gestión hídrica - Consumo total de agua por fuente		√		86 - 87 - 97 - 101
	Biodiversidad	EN11	Descripción de terrenos/aguas adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alta valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Corona no tiene operaciones en terrenos protegidos o áreas de alta biodiversidad no protegidos.				88
	Biodiversidad	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Recursos Naturales: Reservas Naturales de la sociedad civil				88
Cumplimiento Legal	Efluentes y residuos	EN22	Vertidos totales de aguas residuales, por su calidad y destino.	Indicadores asociados a la gestión hídrica - Vertimiento total de aguas residuales				86 - 87 - 98
	Efluentes y residuos	EN23	Peso total de residuos, por tipo y metodo de disposición.	Se generaron 74.873 toneladas de residuos, presentado un aumento del 48% con relación al año anterior, el mayor porcentaje corresponde en un 68% a la gestión desarrollada por Corona para valorizar los residuos, como estrategias principales destacamos el uso pre-industrial (reutilización de pastas cerámicas, esmaltes, roturas y chatarra) en el proceso productivo y la gestión de valorización de residuos aprovechables como plástico, zuncho, cartón , vidrio que son vendidos o entregados a terceros en donde funcionan como materia prima a otras empresas. Se presenta una disminución del 39% de los residuos no peligrosos en razón los menores envíos de residuos a vertederos industriales (tipo escombrera). Tan sólo el 1% son los residuos peligrosos y su disposición es monitoreada por medio de auditorías a proveedores con las cuales se evidencia que se esté cumpliendo con la normativa relacionada en cuanto licenciamiento, almacenamiento, transporte y disposición final.		√		134
	Efluentes y residuos	EN24	Número total y volumen de derrames significativos.	Se presentaron una disminución del 63% de derrames ambientales con respecto al año anterior. Se contabilizaron 72 incidentes ambientales, resaltando que el 69% corresponden a los derrames de Homecenter que fueron de pinturas y algunas sustancias como shampoo para vehículos, el 26% corresponde a los incidentes de Vajillas que están asociados a los derrames de pasta colaje y algunas contingencias en la planta de tratamiento de agua. Los incidentes fueron controlados y monitoreados con planes de mejoramiento que incluían capacitaciones a colaboradores en donde se profundizó en los estándares de limpieza para minimizar los posibles riesgos asociados a los derrames de sustancias.				134
	Cumplimiento	EN29	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Durante el 2014 se registro una sanción monetarias por \$ 119.640.000 a Vajillas Corona por vertimiento de color que afectó la estética de una fuente de agua superficial.				134

134
135

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
Cumplimiento Legal	General	EN31	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	El gasto ambiental incremento significativa un 144% (COP \$10.704MM) en relación al año anterior, este incremento incluye las cifras de Corlanc y Erecos también las que se derivan en la ejecución de las actividades presupuestadas como lo son las mediciones de chimeneas, adecuación de filtros, cambio de ductos, mantenimiento de las redes hidrosanitarias, a la disposición y tratamiento de residuos peligrosos, compra de tecnología para mantenimiento de las plantas de tratamiento de agua y la implementación de los sistemas de ciclo cerrado de agua. Por parte de retail, el gasto ambiental también contemplo la siembra de árboles para la compensación de su huella de carbono y los programas de posconsumo. Mientras tanto la inversión ambiental disminuyó el 46% (COP \$2.302 MM) que incluye los costos de cursos de formación para miembros del equipo ambiental, el proyecto piloto con bacterias para el mejoramiento de vertimientos de Homecenter y las consultorías externas.				136
	Evaluación ambiental proveedores	EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que han sido evaluados usando criterios ambientales.	Durante el 2014 se continuo con la evaluación de la cadena de valor en sostenibilidad, se identificaron fortalezas, riesgos y oportunidades de los proveedores críticos y se lograron desarrollar para cada uno acciones que permitirán alineación con la visión de Corona, del total de proveedores críticos se logró evaluar el 10% y el resultado final mostro un índice de sostenibilidad del 58,6%.				136
	Mecanismos de denuncia	EN34	Número de quejas sobre impactos ambientales reportadas, revisadas y resueltas a través de mecanismos formales de denuncia.	Se atendió un reclamo del personero de Sopó, Cundinamarca, se le hizo invitación para realizar un recorrido por el proceso productivo y mostrar la gestión ambiental de la planta. Así se dio cierre a la situación.	El dato reportado no incluye la descripción del reclamo y las razones de las medidas tomadas	√		136
Ecoeficiencia	Materiales	EN2	Porcentaje de materiales usados que provienen de material reciclado.	El porcentaje de uso de materiales provenientes de reciclaje fue del 3,17% del total del consumo de materias primas. Se presenta una disminución del 1% con respecto al año anterior debido a la disminución de uso del compuesto de una materia prima que reutilizaba material reciclado Vajillas y Colcerámica suspendió la adición de chamote de ladrillo para la formulación de pasta por temas de calidad de este tipo de subproductos.	No se reporta el % de materiales usados que provienen de material reciclado	√		136
	Energía	EN5	Intensidad energética.	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Intensidad energética.				93
	Agua	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	*Indicadores asociados a la gestión hídrica - Porcentaje de recirculación /reutilización de agua *Ecoeficiencia: Reducción de la huella gris por implementación de ciclos cerrados de agua en Colcerámica planta Sopó y Vajillas.				98

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
Cambio Climático	Energía	EN6	Reducciones en el consumo de energía.	<p>*Cambio Climático</p> <p>- Iniciativa: Modelo de eficiencia energética en manufactura.</p> <p>- Capacitación en conducción eficiente e impacto en la eficiencia energética del transporte de carga en Corona</p> <p>*Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Iniciativas de generación de ahorro energético y reducción de emisiones de carbono</p>		√		82 - 83 - 94 - 100
	Emisiones	EN15	Gases efecto invernadero (Alcance 1).	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Emisiones directas e indirectas de gases efecto invernadero		√		84 - 85 - 94 - 100
		EN16	Energía indirecta gases efecto invernadero (Alcance 2).					84 - 85 - 94 - 100
		EN17	Otras emisiones indirectas de gases efecto invernadero (Alcance 3).					84 - 85 - 94 - 100
		EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Intensidad de las emisiones de carbono				96
		EN19	Reducciones de gases efecto invernadero.	<p>*Cambio Climático - Iniciativa: Modelo de eficiencia energética en manufactura.</p> <p>*Proyecto promesa - Cultura ambiental</p>		√		82 - 83 - 94
		EN20	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono.	Estas emisiones no son significativas . Representan menos del 0,5% en el cálculo de la huella de carbono.				138
		EN21	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire.	El 98% del consumo de energía térmica se obtiene de la combustión del gas natural, razón por la cual las emisiones de óxido de azufre (SOX) son bajas, están en el orden 1,10 toneladas. Adicionalmente, la tecnología de quemadores utilizada en los procesos de cocción en los hornos asegura la mínima emisión de óxidos de nitrógenos (NOx).				138
	Transporte	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.	<p>*Cambio Climático - Iniciativa: Modelo de eficiencia energética en manufactura.</p> <p>*Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - impactos significativos del transporte de producto.</p>				96

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA																																
Productos responsables con el medio ambiente	Productos y servicios	EN27	Grado de mitigación de los impactos ambientales de productos y servicios.	Corona ha mantenido una actividad minera responsable establecida con Planes de Manejo Ambiental. La actividad manufacturera cuenta con la puesta en marcha de proyectos en eficiencia energética para disminuir su consumo energético y directamente su impacto ambiental, de igual forma se avanza con la implementación de los ciclos cerrados del agua con los que se disminuye la presión sobre fuentes hídricas y se reducen vertimientos, los residuos están siendo aprovechados o en su defecto entregados a proveedores que certifican su correcta disposición. Están siendo realizadas campañas en los puntos de venta para reducir el consumo de bolsas y promueven la compra de aquellos productos amigables con el medio ambiente. Se mantienen buenas prácticas de conducción eficiente a lo largo de la flota de transporte y también son calculan y gestionan sus emisiones de carbono. Estos avances se han venido incorporando como atributos ambientales de las fichas técnicas de los productos, fundamentalmente en la línea de los producto de alta eficiencia en uso de agua, productos con bajos niveles de VOC´s , productos manufacturados que no contienen compuestos de plomo y/o cadmio.	No se reporta el grado de mitigación (cuantitativos) de los impactos generados	√		140																																
IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL																																								
Mejoramiento calidad de Vida Comunidades	Comunidades Locales	SO1	Programas y Proyectos Sociales gestionados durante el periodo	<table><tr><th>CATEGORÍA</th><th>TOTAL PPA</th><th>VALOR INVERTIDO</th><th>NÚMERO BENEFICIARIOS</th></tr><tr><td>AMBIENTALES</td><td>1</td><td>265.170.699</td><td>25.000</td></tr><tr><td>VIVIENDA</td><td>1</td><td>2.222.353.286</td><td>446</td></tr><tr><td>SOCIALES</td><td>1</td><td>537.223.570</td><td>6.341</td></tr><tr><td>EDUCACIÓN</td><td>1</td><td>471.254.704</td><td>699</td></tr><tr><td>COMERCIAL</td><td>1</td><td>2.150.000.000</td><td>215.214</td></tr><tr><td>BIENESTAR</td><td>1</td><td>598.833.854</td><td>1.701</td></tr><tr><td>TOTAL GENERAL</td><td>5</td><td>6.244.836.113</td><td>249.4011</td></tr></table>	CATEGORÍA	TOTAL PPA	VALOR INVERTIDO	NÚMERO BENEFICIARIOS	AMBIENTALES	1	265.170.699	25.000	VIVIENDA	1	2.222.353.286	446	SOCIALES	1	537.223.570	6.341	EDUCACIÓN	1	471.254.704	699	COMERCIAL	1	2.150.000.000	215.214	BIENESTAR	1	598.833.854	1.701	TOTAL GENERAL	5	6.244.836.113	249.4011	El 81% de las operaciones principales de O. Corona cuentan con programas de desarrollo Social en los que participó comunidad Interna y Externa			140
				CATEGORÍA	TOTAL PPA	VALOR INVERTIDO	NÚMERO BENEFICIARIOS																																	
				AMBIENTALES	1	265.170.699	25.000																																	
				VIVIENDA	1	2.222.353.286	446																																	
				SOCIALES	1	537.223.570	6.341																																	
				EDUCACIÓN	1	471.254.704	699																																	
				COMERCIAL	1	2.150.000.000	215.214																																	
BIENESTAR	1	598.833.854	1.701																																					
TOTAL GENERAL	5	6.244.836.113	249.4011																																					
CR16	Total Horas de Voluntariado	IMPULSAMOS EL DESARROLLO SOCIAL: - Indicadores				107																																		
CR17	Total donaciones a entidades	IMPULSAMOS EL DESARROLLO SOCIAL: - Indicadores				107																																		
CR18	Descripción de programas desarrollados en alianza con entidades público privadas e impacto generado	Proyectos estratégicos en alianza - Mejoramiento de vivienda para población en extrema pobreza en el municipio de Facatativá		√		109																																		
Consecuencias económicas indirectas	EC7	Desarrollo e impacto de inversiones en infraestructura y servicios prestados.	Indicador en construcción: se espera reportar en el 2015			140																																		

140
141

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
Desarrollo Sostenible de Proveedores	Prácticas de compras	EC9	Proporción de gastos en proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Los proveedores nacionales se adhieren al Código de ética de Corona y anualmente ratifican su entendimiento y compromiso Proporción compras Nacionales: 78,3% Proporción compras Extranjero: 21,7				142
	Evaluación sociedad proveedores	SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que han sido evaluados usando criterios de sociedad.	32 evaluación de nuevos Proveedores				142
	Mecanismos de denuncia	SO11	Número de quejas sobre impactos en sociedad reportadas, revisadas y resueltas a través de mecanismos formales de denuncia.	Duranta el 2014 no se presentaron quejas.				142
	No aspecto GRI asociado	CR19	Evaluación de proveedores en temas de sostenibilidad.	Durante el 2014 se continuo con la evaluación de la cadena de valor en sostenibilidad, se identificaron fortalezas, riesgos y oportunidades de los proveedores críticos y se lograron desarrollar para cada uno acciones que permitirán alineación con la visión de Corona, del total de proveedores críticos se logró evaluar el 10% y el resultado final mostro un índice de sostenibilidad del 58,6%.		√		142



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

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

Informe de revisión independiente

Revisión independiente del Informe de Sostenibilidad 2014 de Organización Corona S.A.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Sostenibilidad 2014 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 4.0 (G4).

Estándares y procesos de verificación

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

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

- Entrevistas con el personal de la Organización Corona S.A. para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el informe.
- Análisis de como a partir del ejercicio de materialidad se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del informe, de acuerdo a lo sugerido por la metodología GRI G4.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la seleccón de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI y propios incluidos en el Informe de sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de la Organización Corona S.A.
- Visitas realizadas a diferentes operaciones de la Organización Corona S.A:
 - Planta Erecos, Sogamoso (Boyacá, Colombia)
 - Planta La Estrella (Antioquia, Colombia)
 - Planta Sumicol Gualanday, Ibagué (Tolima, Colombia)
 - Hipercentro Sabaneta (Antioquia, Colombia)

Confirmación que el Informe de sostenibilidad es preparado de acuerdo con la metodología GRI G4 en su versión “Esencial” o “Core”.

Aspectos generales

Se confirmó que el informe se ajusta a los requisitos de la opción esencial de los aspectos generales de la versión GRI G4: los indicadores G4-1 a G4-34, y G4-56 fueron reportados.

Responsabilidades de la Dirección de la Organización Corona S.A. Colombia y de Deloitte

- La preparación del Informe de Sostenibilidad 2014, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de sostenibilidad.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.
Jorge Enrique Múnera D.
Socio

Bogotá, Marzo 2015

Aspectos específicos

Revisamos el enfoque de gestión e indicadores GRI y propios de los siguientes asuntos materiales:

Asuntos materiales	Indicador GRI y/o Propio Organización Corona
Satisfacción del Cliente	G4-PR5
Adquisiciones y apertura de nuevos negocios	CR1. Ventas anualizadas de los nuevos negocios.
Crecimiento en Ventas	CR2. Total ventas año 2014 / Total ventas año anterior
Optimización de costos y gastos	CR3. Proyectos y gestión encaminada a reducción y control gastos
Transformación Tecnológica Industrial	CR4. Avances en proyectos de eficiencia en manufactura y optimización de procesos
Ambiente Laboral	CR5. Resultados de la encuesta GPTW
Mejoramiento Calidad de Vida de colaboradores y familia	*G4-EC3 *G4-LA2 *G4-CR6. Índice de calidad de vida y avance en programas de beneficio a colaboradores
Desarrollo del talento	*G4-LA9, G4-LA11 *CR7. Liderazgo - Total colaboradores formados como líderes y avances en los programas *CR8. Liderazgo - Cargos críticos cubiertos con talento propio. *G4-SO4
Salud y Seguridad Ocupacional	*G4-LA5, G4-LA6 *CR9. Índice de gravedad (ausentismo laboral) *CR10. ILI - Índice de lesión incapacitante
Productos y servicios innovadores	CR11. Descripción de nuevos productos.
Transformación de procesos y Tecnología Informática	CR12. Avances en la implementación ERP-SAP
Mejores prácticas organizacionales	*CR13. Total inversión en I+d+i/ Ventas *CR14. Avances en procesos LEAN/Teoría de restricciones, TPM
Desarrollo de Cultura de Innovación	CR15. Planes de acción de las UEN - cultura innovadora
Recursos naturales	*G4-EN1, G4-EN3, G4-EN4, G4-EN8, G4-EN11, G4-EN13
Cumplimiento Legal	*G4-EN22, G4-EN23, G4-EN24, G4-EN29, G4-EN31, G4-EN34
Eco eficiencia	*G4-EN2, G4-EN5, G4-EN10
Cambio Climático	*G4- EN6, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN20, G4-EN21, G4-EN30
Productos responsables con el medio ambiente	*G4-EN27
Desarrollo Social	*G4-SO1 *CR16. Voluntariado Corporativo - Horas de voluntariado *CR17. Donaciones en Dinero y especie - Total donado a entidades *G4-EC7. <i>Desarrollo e impacto de inversiones en infraestructura y servicios prestados. (indicador en construcción)</i> *CR18. Desarrollo de alianzas estratégicas
Desarrollo de Proveedores en temas de Sostenibilidad	*G4-EC9 *G4-SO11 *CR19. Evaluación de proveedores en temas de sostenibilidad.

Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Sostenibilidad contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (G4) en su versión Esencial.

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Organización Corona S.A. nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas relacionados con la gestión de la sostenibilidad. Las recomendaciones más relevantes se refieren:

- Socializar, a los grupos de interés internos y externos, los asuntos materiales identificados que garantizaran la gestión sostenible del negocio en el mediano y largo plazo.
- Realizar una verificación periódica de indicadores claves de sostenibilidad, lo cual ayuda a fortalecer el proceso de consolidación y generación de evidencias de los indicadores incluidos en el Reporte.
- Fortalecer la gestión de los indicadores en construcción asociados a los siguientes asuntos:
 - *G4-EC7. Desarrollo e impacto de inversiones en infraestructura y servicios prestados.*