



TABLA DE CONTENIDO



NUESTRA ORGANIZACIÓN

10

[1]

INNOVAMOS EN TODO LO QUE HACEMOS

36

- 40 Productos y Servicios Innovadores
- 43 Desarrollo de una Cultura de Innovación
- 44 Mejores Prácticas Organizacionales
- 45 Transformación de Procesos y Tecnología Informática

[2]

CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES

46

- 49 Satisfacción del Cliente
- 50 Adquisiciones y Aperturas de Nuevos Negocios
- 51 Crecimiento en Ventas

[3]

SER MÁS COMPETITIVOS

52

- 56 Transformación Tecnológica e Industrial
- 58 Optimización de Costos y Gastos

[4]

PROMOVER A NUESTRA GENTE

60

- 64 Mejoramiento de la Calidad de Vida de los Colaboradores Y Sus Familias
- 65 Gestión del Talento
- 66 Salud y Seguridad Ocupacional
- 66 Ambiente Laboral

[5]

IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

72

- 74 Mejoramiento De La Calidad De Vida De Las Comunidades
- 80 Desarrollo de Proveedores Sostenibles

[6]

SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

82

- 88 Cambio Climático
- 92 Ecoeficiencia
- 94 Cumplimiento
- 94 Recursos Naturales
- 96 Productos Responsables con el Medio Ambiente

INDICADORES GRI

108

A portrait of an older man with white hair and glasses, smiling. He is wearing a grey herringbone blazer over a light blue button-down shirt. The background is a blurred office setting with bookshelves and colorful objects.

CARTA DEL PRESIDENTE

Nuestra gestión, enmarcada dentro de la perspectiva de la triple cuenta de resultados y teniendo en cuenta los 10 principios del Pacto Global, tuvo logros importantes que encontrarán en detalle en el Informe de Sostenibilidad que les entregamos hoy.

INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS

Partiendo de las necesidades de nuestros consumidores, el 2015 fue un año de importantes lanzamientos. Colcerámica lanzó la Colección Vital que reúne diferentes soluciones para baños, cocinas y otras áreas del hogar aportando diseño, variedad y color. También incurrimos en el negocio de las cocinas integrales de tamaño estándar, y lanzamos la Colección Vida con un amplio portafolio de productos valorizados. Materiales ofrece ahora boquillas decorativas y pintura extrablindaje para exteriores. Vajillas lanzó la colección de mugs con seis nuevos diseños para niños incluidos los Minions y la colección Natural Contact que ha sido muy exitosa. Asimismo, Gamma lanzó soluciones para transmisión con productos con un recubrimiento especial hidrófobo basado en silicona que repele el agua RTV y otro organometálico para herrajes que es una nueva alternativa para la protección de superficies metálicas que están expuestas a alta corrosión. Todo lo anterior nos permitió tener un crecimiento en ventas del 18% frente al año anterior.

CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES

En el 2015 avanzamos en la consolidación de nuestra presencia en los mercados internacionales. Llevamos a cabo la integración de la operación de Sanitarios Lamosa, hoy Porcelana Corona de México, donde tuvimos resultados positivos en el 2015. En Centroamérica cerramos la producción de sanitarios en Costa Rica y ampliamos las plantas de Nicaragua y Guatemala. Trabajamos intensamente en la integración de los portafolios de Incesa y Corona para tener una oferta más completa y así prestar un mejor servicio a nuestros clientes.

Continuamos los esfuerzos por diversificar nuestros negocios. Realizamos un acuerdo con la empresa española Cementos Molins para la producción y comercialización de cemento en Colombia. A través de esta alianza construiremos una planta de producción en Antioquia, que tendrá capacidad para 1.350.000 toneladas anuales y generará alrededor de 220 empleos directos y 250 indirectos.

Por su parte Homecenter continúa con un buen ritmo de crecimiento. Este año inauguró dos nuevas tiendas en Girardot (Cundinamarca) y en Yopal (Casanare), siguió asegurando su formato Car Center con nueve nuevas aperturas en distintas ciudades del país y puso en marcha el centro de distribución más grande del país en Funza (Cundinamarca).

IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

Impulsamos el desarrollo social a través del mejoramiento de las condiciones de vida de nuestros colaboradores, sus familias y las comunidades que impactamos con nuestra operación. Continuamos fortaleciendo el programa de voluntariado y la alianza con la Fundación Corona enfocada principalmente en temas de acceso a agua potable y saneamiento básico, mejoramiento de infraestructura de servicios comunitarios y vivienda de interés prioritario. Tuvimos importantes avances en nuestro trabajo con proveedores donde a través de planes de acción los acompañamos en el cierre de brechas identificadas en temas ambientales y sociales.

SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

En materia energética e hídrica tuvimos varios logros. Al cierre del 2015 logramos una reducción de las emisiones de Gases Efecto Invernadero de 6,7% frente a la línea base superando la meta de reducción de 5% que nos habíamos fijado para el 2016. Durante los últimos 5 años hemos alcanzado una disminución de más de 34 mil toneladas de CO₂ como resultado del programa de eficiencia energética implementado en el 2011. En lo relacionado con el uso del recurso hídrico, con los proyectos de ciclo cerrado en las plantas de producción logramos recircular el 71% del agua.

Sumicol constituyó la tercera Reserva Natural de la Sociedad Civil que ocupa una superficie de 13 hectáreas en el municipio de Ibagué. Junto con las reservas de Arcabuco y La Unión son 73 hectáreas dedicadas a contribuir a la conservación de un ecosistema de bosque y otras especies nativas.

Recibimos varios reconocimientos a la gestión ambiental de los que nos sentimos muy orgullosos y que nos indican que vamos por muy buen camino: premio Caracol Televisión a Locería Colombiana por la protección al medio ambiente con el programa cero vertimientos; dos Premios RACES de la CAR otorgados a Colcerámica Planta Madrid como empresa sostenible y a la Planta de Colcerámica en Sopó por su

potencial de sostenibilidad; Premio Portafolio en la categoría de Protección al Medio Ambiente; y el programa RedES-CAR liderado por la CAR y la Universidad de los Andes reconoció a Corona por incentivar a un grupo de nuestros proveedores a implementar proyectos de Producción Más Limpia.

SER MÁS COMPETITIVOS

Nuestro objetivo es llegar de manera eficiente a nuestros clientes con una oferta integral. Logramos reestructurar algunos de nuestros costos y gastos trabajando en más de 250 proyectos con la metodología de mejoramiento del Kit Corona con los que se generaron ahorros por más de \$30 mil millones de pesos. Continuamos con los avances para el cierre de brechas identificadas en los *assessments* tecnológicos con lo cual hemos logrado ser más eficientes y por lo tanto más competitivos.

PROMOVER A NUESTRA GENTE

Buscamos 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*. Nuestro compromiso es mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores a través de diferentes programas que incluyen apoyo a la educación de sus hijos, talleres de vivienda que les permite acceder a asesoría y financiamiento. El Banco De Materiales, desde su inicio en el 2012, ha beneficiado a más de 2.000 personas y sus familias. Realizamos grandes esfuerzos durante el 2015 para mejorar la seguridad ocupacional y disminuir los accidentes de trabajo incluyendo la campaña Cuidarme Depende De Mí que promueve el auto-cuidado de nuestra gente y llegó a más de 7.000 colaboradores.

Los invito a conocer en detalle nuestro compromiso con la sostenibilidad y los resultados de nuestra gestión del 2015.

Reciban un cordial saludo,

CARLOS ENRIQUE MORENO MEJÍA
PRESIDENTE

ACERCA DE ESTE 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 / MINERÍA

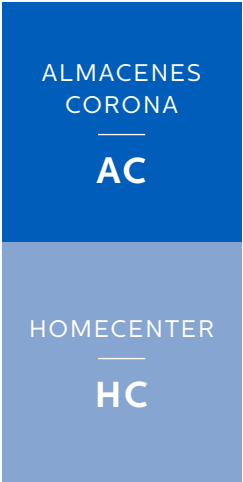


OPERACIÓN INTERNACIONAL CONTROLADA POR CORONA

UNIDADES DE SERVICIO



UNIDADES DE RETAIL



ALCANCE Y LÍMITES

El informe abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015 e incluye para la mayoría de los indicadores información comparativa desde el 2013. 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 Centroamérica, Estados Unidos y México.

CORONA en

CIFRAS

.....

18,1% 5,1 4.598 15.616 70.870

Crecimiento en ventas Billones de pesos en ventas Terajoules consumo de energía Empleos directos generados Millones de pesos en beneficios extralegales de empleados

135 GPTW

Años de historia empresarial Great Place To Work Corona 85,6 Homecenter 86,3

Destinos de

5 CONTINENTES / 53 EXPORTACIÓN

.....



Países en cada continente

32 CENTRO Y SUR AMÉRICA

4 AMÉRICA DEL NORTE

4 ASIA Y OCEANÍA

5 ÁFRICA

8 EUROPA

- Planta
- Comercializadora
- Oficina suministros
- Destino exportaciones

1 Oficina de suministros Globales en China

1 Comercializadora en México

6/UEN

Unidades estratégicas de negocio

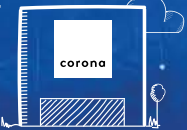
29 Plantas

19 Colombia
3 Centro América
3 Estados Unidos
1 Brasil
3 Mexico



74 Tiendas

En Colombia



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.

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.

› SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO



El Sistema de Gobierno Corporativo cuenta con cinco grandes capítulos:

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*. Éste 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. Este 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 revisa 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.
- iii) Los Comités de Gerencia de cada unidad de negocios o servicios hacen seguimiento a las diferentes iniciativas de su operación y toman decisiones respecto de las mismas. Están conformados por el Gerente General y su equipo de gerencia.

Fortalecer la administración de nuestras compañías, mejorar nuestra capacidad para la toma de decisiones

y garantizar la transparencia

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 o reducir el efecto negativo de eventos potenciales. 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 relativos a 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.

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 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.

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 Infor-

mes de Gestión, los Estados Financieros y los Informes de Revisoría Fiscal de todas nuestras compañías, así como nuestro Informe de Sostenibilidad.

CUMPLIMIENTO DE LA LEY

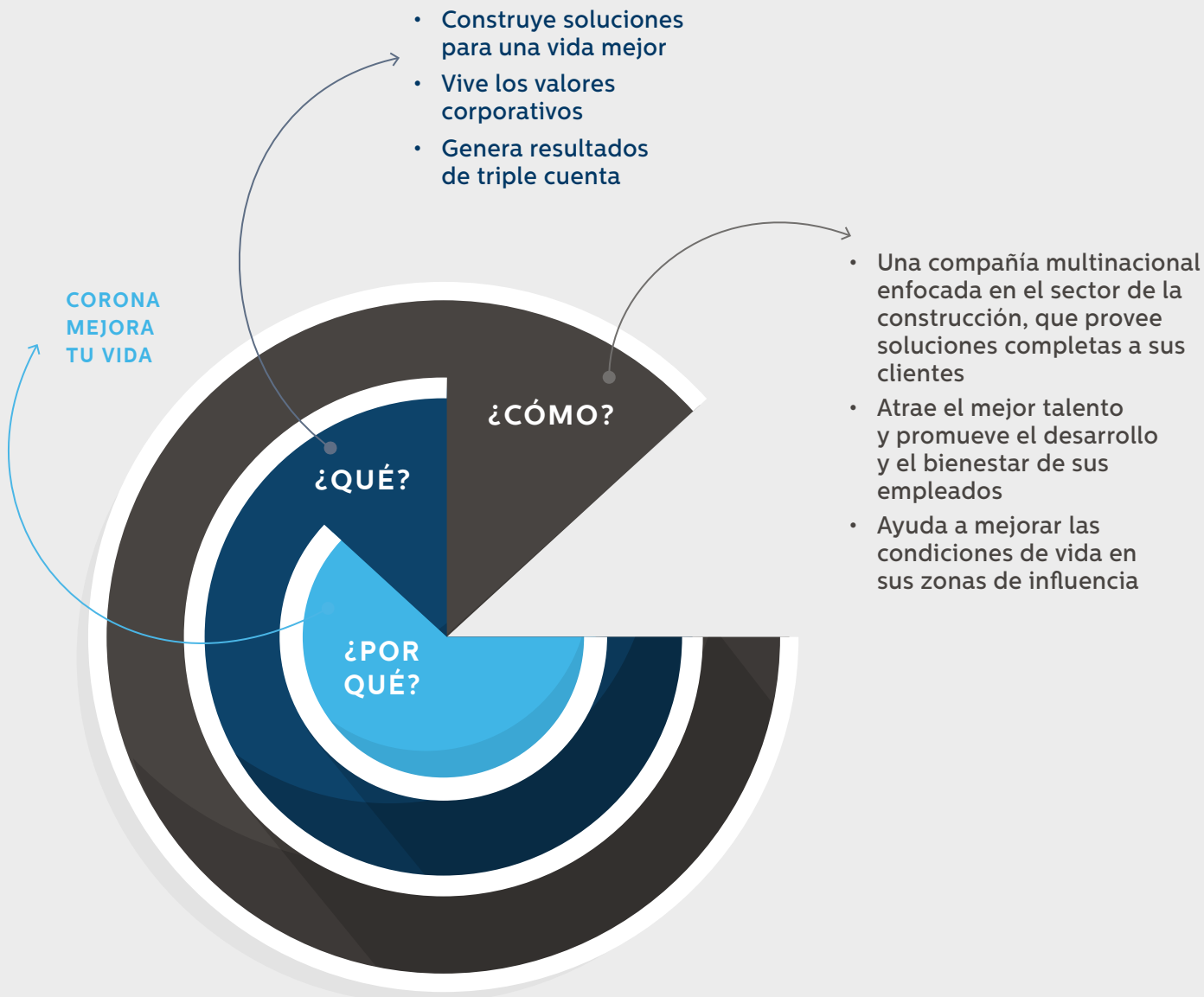
Estamos totalmente comprometidos con el estricto cumplimiento de las normas legales vigentes y aplicables a todas nuestras actividades en todos los países donde operamos.



ENFOQUE ESTRATÉGICO DE NUESTRA ORGANIZACIÓN

¿Hacia dónde vamos?

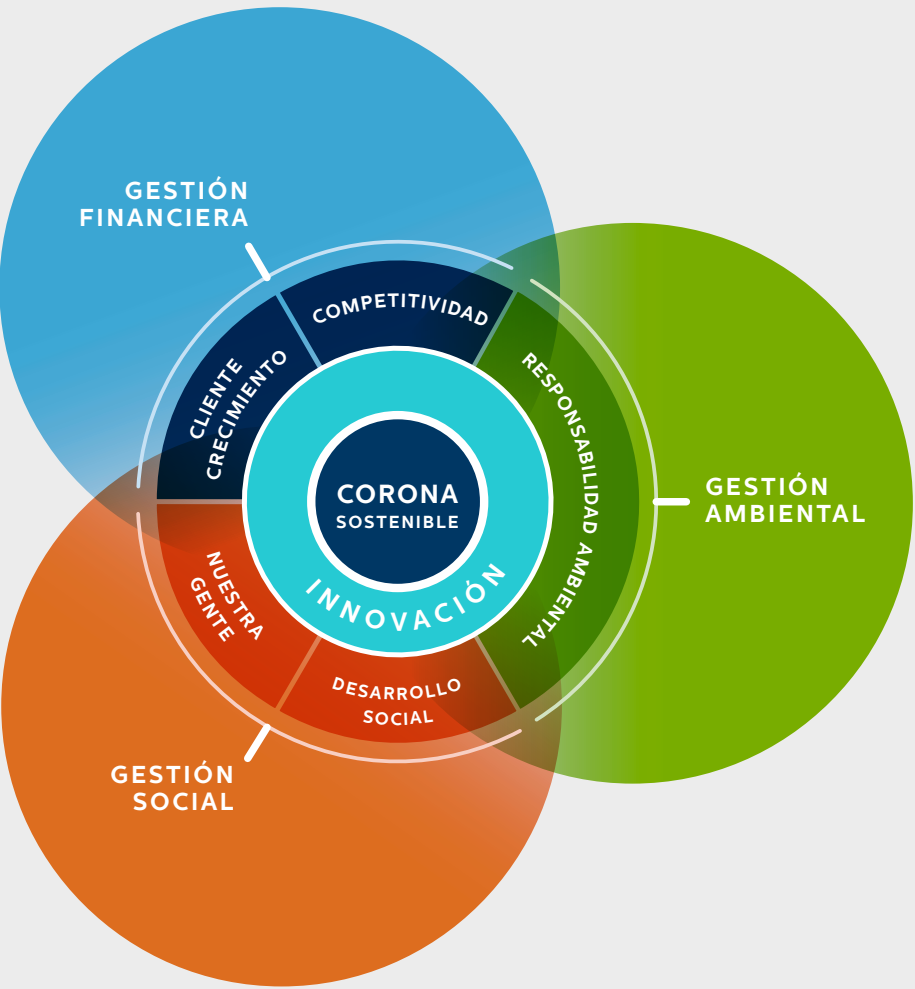
POR QUÉ, CÓMO Y QUÉ HACEMOS



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.

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 en 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

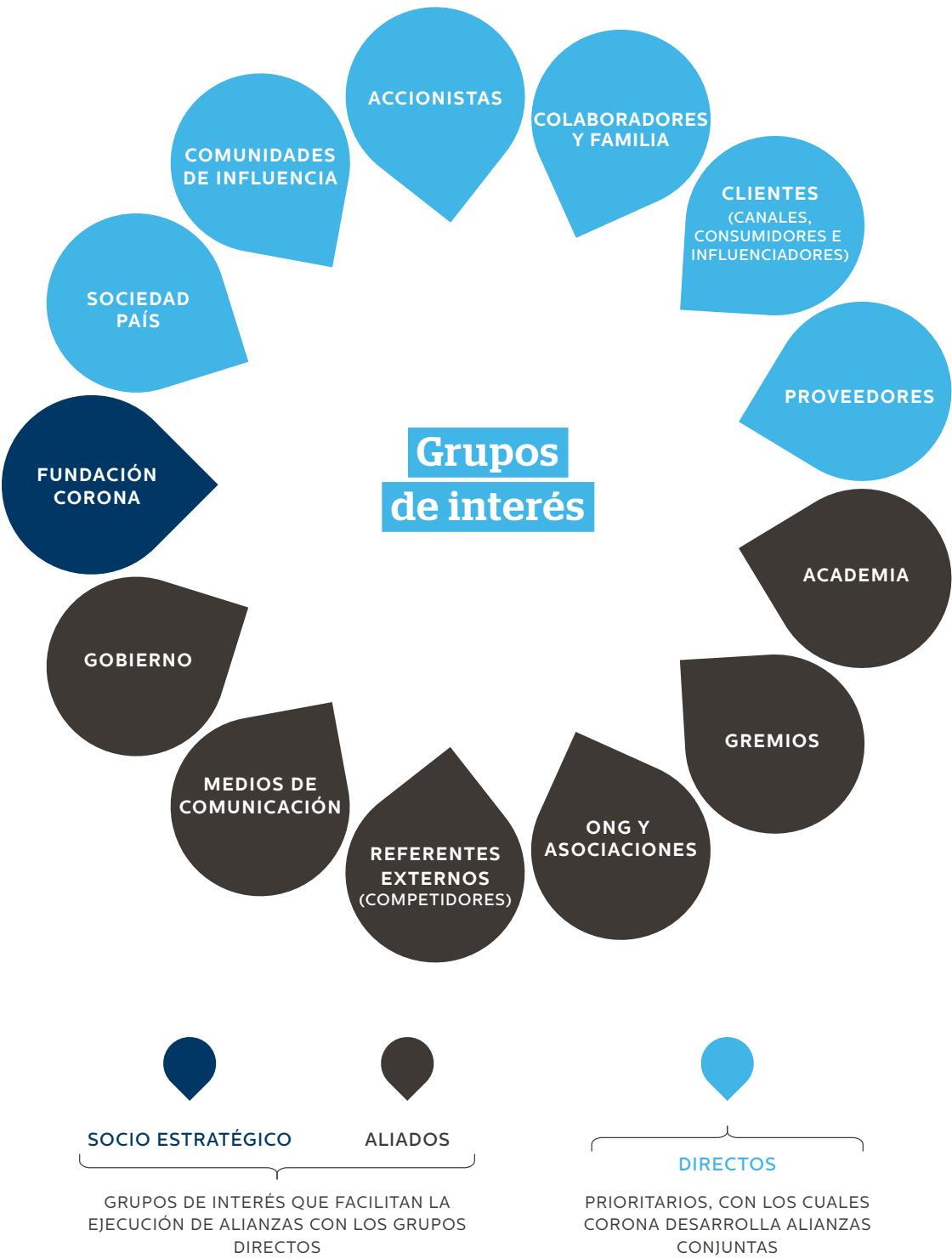
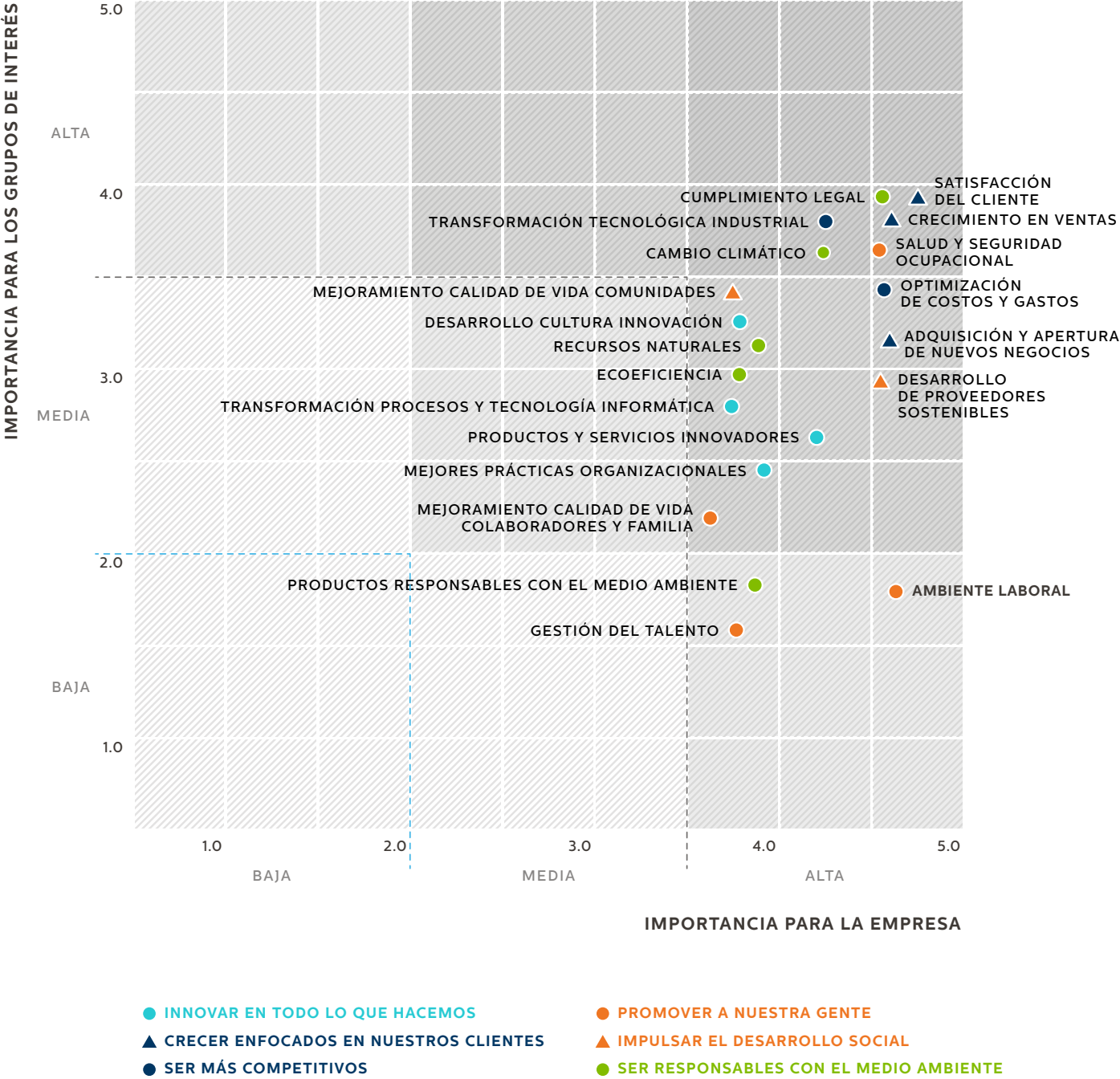
IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

GENERAR VALOR COMPARTIDO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS EN TÉRMINOS SOCIALES

SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

GENERAR VALOR COMPARTIDO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS EN TÉRMINOS AMBIENTALES

Matriz de materialidad



Sistema de relacionamiento

Para asegurar la sostenibilidad de nuestras operaciones es fundamental mantener relaciones de largo plazo con los grupos de interés y realizar acciones que contribuyan a mejorar el entorno.

En Corona diseñamos y gestionamos las relaciones con nuestros principales grupos de interés a partir de un Sistema de Relacionamiento. Éste se fundamenta en los espacios de diálogo que llamamos Corona Es Tu Casa, en los que en conjunto con la comunidad y la administración local intercambiamos ideas en torno a los asuntos relevantes para la comunidad y el desarrollo de la región y establecemos planes de trabajo y establecemos planes y mesas de trabajo.

Durante 2015 actualizamos nuestro sistema, creando una nueva herramienta de gestión con la cual buscamos identificar los asuntos materiales para las comunidades y las autoridades donde operamos y formular acciones claras, confiables, efectivas y sostenibles para atender sus necesidades.

Nuestro propósito es tener un relacionamiento estratégico con los grupos de interés fomentando relaciones constantes y sistemáticas a través de las cuales generemos sinergias y alianzas estratégicas con otras entidades públicas y privadas con el fin de gestionar proyectos en beneficio de las comunidades, aumentar sus impactos y generar valor compartido.

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



UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO



CORONA COLCERÁMICA

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 dos plantas de producción ubicadas en los departamentos de Cundinamarca y Antioquia en Colombia, tres en Estados Unidos, tres en Centroamérica, tres en México y una en Brasil. Todas 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 y cocinas.



INSUMOS MATERIALES Y PINTURAS

Está compuesta por dos divisiones: Insumos Industriales y Materiales & 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 & 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 y acabados texturizados), *Drywall* (masillas para juntas entre paneles y masillas para acabados y pinturas flexibles) y para el sistema obra gris (morteros, aditivos para morteros, juntas y sellos e impermeabilizantes).

En alianza con Cementos Molins, en 2018 entrará en operación una planta de producción de cemento en el municipio de Sonsón, Antioquia.



GAMMA AISLADORES CORONA - ERECS

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 Estados Unidos a través de Gamma Insulators y exporta a Estados Unidos, Canadá, México, Venezuela, Ecuador, Perú, Brasil, Chile, Argentina, Bolivia, Panamá, Cuba, El Salvador, Guatemala, República Dominicana, Belice, Filipinas y Corea del Sur.



**VAJILLAS
CORONA**

Es uno de los fabricantes más antiguos y reconocidos de locería 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 en Colombia del portafolio institucional de la marca portuguesa Vista Alegre. 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 Centroamérica, 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 y ofrece diseño asequible para todos los gustos y amplias opciones de financiación y de servicios relacionados con la transformación del hogar. Almacenes Corona cuenta con tres formatos:

HIPERCENTRO CORONA, que tiene 20 puntos de venta a nivel nacional;

TIENDAS CERÁMICAS CORONA, que son almacenes de formato de precio bajo, de los cuales hay 19 al servicio de los consumidores;

CORONA CENTRO DE INSPIRACIÓN, que actualmente tiene seis 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.



HOMECENTER

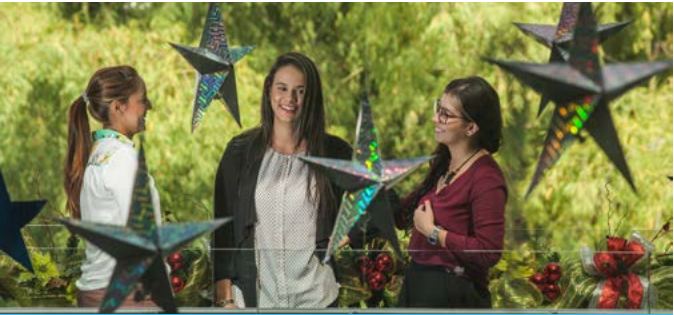
Empresa colombo chilena con 24 años de trayectoria en Colombia y una participación accionaria de 51% de Organización Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia S.A., cuyo inversionista es el Grupo Falabella de Chile. La compañía cuenta con los formatos de negocio Homecenter y Constructor y desde el 2014 la serviteca automotriz Car Center. Homecenter y Constructor cuentan a nivel nacional con 35 almacenes en las principales ciudades del país con todos los productos y servicios que necesitan los consumidores para llevar a cabo grandes y pequeños proyectos relacionados con el mejoramiento del hogar y la construcción.

Por otra parte, a través de Venta a Empresas Sodimac Colombia S.A. proporciona a las compañías del país un completo surtido multimarcas, convirtiéndose en un aliado efectivo y estratégico para su negocio. Sodimac Colombia S.A. ofrece a sus clientes 700 categorías de productos en 21 familias con cerca de 45.000 referencias que integran sus 5 departamentos: Jardín, Construcción, Ferretería, Acabados y Hogar. Así mismo, Constructor es la cadena de almacenes más grande en el país, dirigida a los profesionales de la construcción, con el más amplio y completo surtido de insumos y servicios en un mismo lugar, todo con el respaldo de la garantía de precios bajos siempre.



**LOGÍSTICA
& TRANSPORTE**

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.



RECONOCIMIENTOS



CORONA ENTRE LAS 10 MEJORES EN RSE SEGÚN MERCO

En la primera edición del estudio Merco de RSE 2015, que clasifica a las 100 empresas con mejor implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial en el país en 2014, Corona obtuvo el décimo puesto, escalando siete lugares.

CORONA: JUGADOR IMPORTANTE EN LAS AMÉRICAS

Revista Dinero incluyó a Corona en el especial *Las 27 Multitatinas*, donde resaltó a la organización como una empresa global que ha conseguido que el 20% de sus ventas sean fuera de Colombia gracias a sus operaciones en Estados Unidos, México, Centroamérica y China, lo que le permite exportar a 45 países y ubicarla como referente en acabados para el hogar en las Américas.

CORONA UNA MARCA FUERTE Y RELEVANTE

Corona y Homecenter obtuvieron el mejor puntaje en la categoría de *retail* en el estudio *Meaningful Brands Index* –MBI– desarrollado por Havas Media Group que mide la relevancia de las marcas para los consumidores y su fortaleza.

CORONA ENTRE LAS MEJORES PARA TRABAJAR EN COLOMBIA

En la edición 2015 de Merco Talento, Corona volvió a posicionarse entre las mejores en la categoría de Grandes Empresas ocupando el quinto lugar. En el *ranking* general subió un puesto logrando el décimo tercero y obtuvo el primer lugar en el sector Industrial.

VAJILLAS CORONA GANA PREMIO CARACOL TV

En la tercera versión del Premio Caracol Televisión a la Protección del Medio Ambiente, Locería Colombiana fue el ganador con el proyecto Cero Vertimientos Industriales en el proceso de manufactura.

CORONA EN LA ÉLITE EMPRESARIAL

En el *ranking* anual de la Revista Dinero de *Las 5 mil empresas más grandes de Colombia*, Corona ocupó el puesto 16 dentro de Sociedades Inversoras. En la categoría de *Materiales de construcción y ferretería*, el primer lugar fue para Homecenter y Almacenes Corona logró el tercer lugar. En la categoría de *Cerámica y otros materiales* el primer lugar lo ocupó Colcerámica, siendo también la número uno en *Creación e innovación de productos cerámicos*.

HOMECENTER EN EL CORAZÓN DE LOS COLOMBIANOS

Homecenter fue reconocida por la firma Havas Media Group, compañía experta en marcas e influencia, como la marca que más significado y renombre tiene entre los colombianos en el sector de *retail*, gracias a su compromiso con el medio ambiente y el servicio al cliente.

RECONOCIMIENTO A LA INNOVACIÓN EN GAMMA

En el marco del III Foro de Innovación Aburrá Sur, Gamma fue reconocida por la Cámara de Comercio Aburrá Sur por integrar como parte fundamental de su negocio la innovación y ser un ejemplo de creación innovadora en la región.

CORONA RECIBE PREMIO A LA EXCELENCIA BASC

BASC (*Business Alliance for Secure Commerce*) entregó la recertificación del Sistema de Gestión de Seguridad BASC para el periodo 2015 – 2016 a las cinco plantas de Colcerámica en Colombia, Locería Colombiana, Gamma, DIC y a los centros logísticos de L&T San Francisco y La Vega. Así revalidando el compromiso de las empresas de Corona con la seguridad en la cadena de suministro.



CAR PREMIA PRODUCCIÓN LIMPIA DE CORONA

La Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR) y la Universidad de los Andes le otorgaron a Corona el reconocimiento como Empresa Proactiva por la formulación e implementación de proyectos de producción más limpia en su planta de sanitarios y lavamanos en Madrid.

CORONA EN EL TOP 10 DE LAS FANPAGES DE COLOMBIA

Corona fue reconocida en el top 10 de las marcas con mejor desempeño y por generar equity de marca y valor financiero desde Facebook en Colombia. Resultado dado por Milward Brown, una de las principales compañías en investigación de marcas a nivel mundial.

CORONA ES REFERENTE EN EL SECTOR LOGÍSTICO

En el especial comercial de la Revista Dinero centrado en el sector logístico en Colombia, Ingo Bach, Gerente General de Logística & Transporte de Corona, participó analizando los retos que tiene Colombia en el sector y exponiendo las buenas prácticas de la organización en temas logísticos y que contribuyen a la competitividad del país en este sentido.

CORONA ES RECONOCIDA POR EL SECTOR FERRETERO

Revista Fierros, publicación dirigida a profesionales ferreteros, eléctricos, industriales y de la construcción, reconoció a Corona como el proveedor que mejor apoya la capacitación al sector ferretero.

COLCIENCIAS RECONOCE A GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE CORONA

El Grupo de Investigación Industrial en Diseño de Materiales (IDIMAP) de Sumicol fue reconocido en la convocatoria 693 de 2014 de Colciencias. IDIMAP es un grupo interdisciplinario conformado por ingenieros de diversas áreas quienes aportan a las tres líneas en las que el equipo enfoca su investigación: Ingeniería de Minerales, Optimización de Procesos y Nanotecnología con énfasis especial en nano mineral. Este es el primer grupo de investigación de Sumicol y de Corona que logra este reconocimiento.

PREMIOS PORTAFOLIO

El diario económico Portafolio distinguió a Carlos Enrique Moreno como mejor Líder Empresarial y reconoció el trabajo de Corona en materia ambiental otorgándole el galardón en la categoría de Protección al Medio Ambiente.

COLCERÁMICA GANA POR SU CREATIVIDAD Y EFECTIVIDAD

En la edición 2014-2015 de los Effie, los premios de mayor relevancia en la industria publicitaria creados en 1968 por la American Marketing Association, Colcerámica fue galardonada con el Premio de Plata en la categoría *Muebles y accesorios para hogar y oficina* por tres de sus campañas más exitosas en el 2014: Pisos con Tecnología ARD, Perdura y Sanitarios. Este es un reconocimiento a la combinación de creatividad y eficiencia probada de las campañas.

[1.]



INNOVAMOS EN TODO
LO QUE HACEMOS

1.1
PRODUCTOS
Y SERVICIOS
INNOVADORES

1.2
DESARROLLO DE
UNA CULTURA DE
INNOVACIÓN

1.3
MEJORES PRÁCTICAS
ORGANIZACIONALES

1.4
TRANSFORMACIÓN DE
PROCESOS Y TECNOLOGÍA
INFORMÁTICA

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	2015
PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES	Vitalidad de portafolio	43,3%	37,1%
MEJORES PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES	Proyectos Kit Corona	Más de 200 proyectos. Ahorros por más de \$24 mil millones de pesos	263 proyectos Kit Corona beneficios acumulados en costos y gastos por \$33 mil millones de pesos
DESARROLLO CULTURA INNOVACIÓN	Avance en el cumplimiento de los planes de acción de las UEN	Cumplimiento planes de acción	Cada UEN avanzó acorde con las iniciativas propuestas
TRANSFORMACIÓN DE PROCESOS Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA	Avance en la implementación de ERP-SAP	107,11	95,63

Productos y servicios
innovadores

Acorde con el espíritu innovador, la realidad de expansión de los negocios y el compromiso de mantener la marca atractiva a través del tiempo, en 2015 Corona realizó una revisión del manual de marca para ser percibida como una marca moderna, atractiva y cálida, especialmente entre el público joven que inicia su vida de familia.

La marca Corona se ha transformado en una solución integral, que busca crear bienestar en todos los ambientes, manteniendo la solidez que le da su larga experiencia y trayectoria.

LANZAMIENTOS

LÍNEA INSTITUCIONAL DE
SANITARIOS Y GRIFERÍAS

Garantizan un ahorro hasta del 70% del consumo de agua. Las griferías de última tecnología son llaves de lavado de manos electrónicas, cromadas y con funcionamiento por energía solar activada por sensor infrarrojo.

COLECCIÓN VIDA 2015

Se destacan las griferías para baños y cocina, muebles de baño, lavamanos y espejos LED para crear espacios prácticos y estéticos a la vez. Cuenta también con gran variedad de productos decorados que se caracterizan por su riqueza y versatilidad de materiales, diferentes

formas y tamaños para personalizar cualquier espacio y crear espacios novedosos.

LA COLECCIÓN VITAL 2015

Incluye en los pisos cerámicos Perdura, una tecnología que los protege para minimizar los efectos del desgaste y el rayado, manteniendo el diseño, color y belleza de las superficies por más tiempo.

COCINAS INTEGRALES

Corona desarrolla su propia línea de cocinas estándar que oscilan entre 1,0 y 2,4 metros cuadrados buscando garantizar la oferta de cocinas de medida estándar que se adecúan a cada espacio.

EQUIPOS CORTOCIRCUITOS

Gamma lanza los más novedosos equipos cortocircuitos para protección y maniobra dando mayor valor a la cerámica.

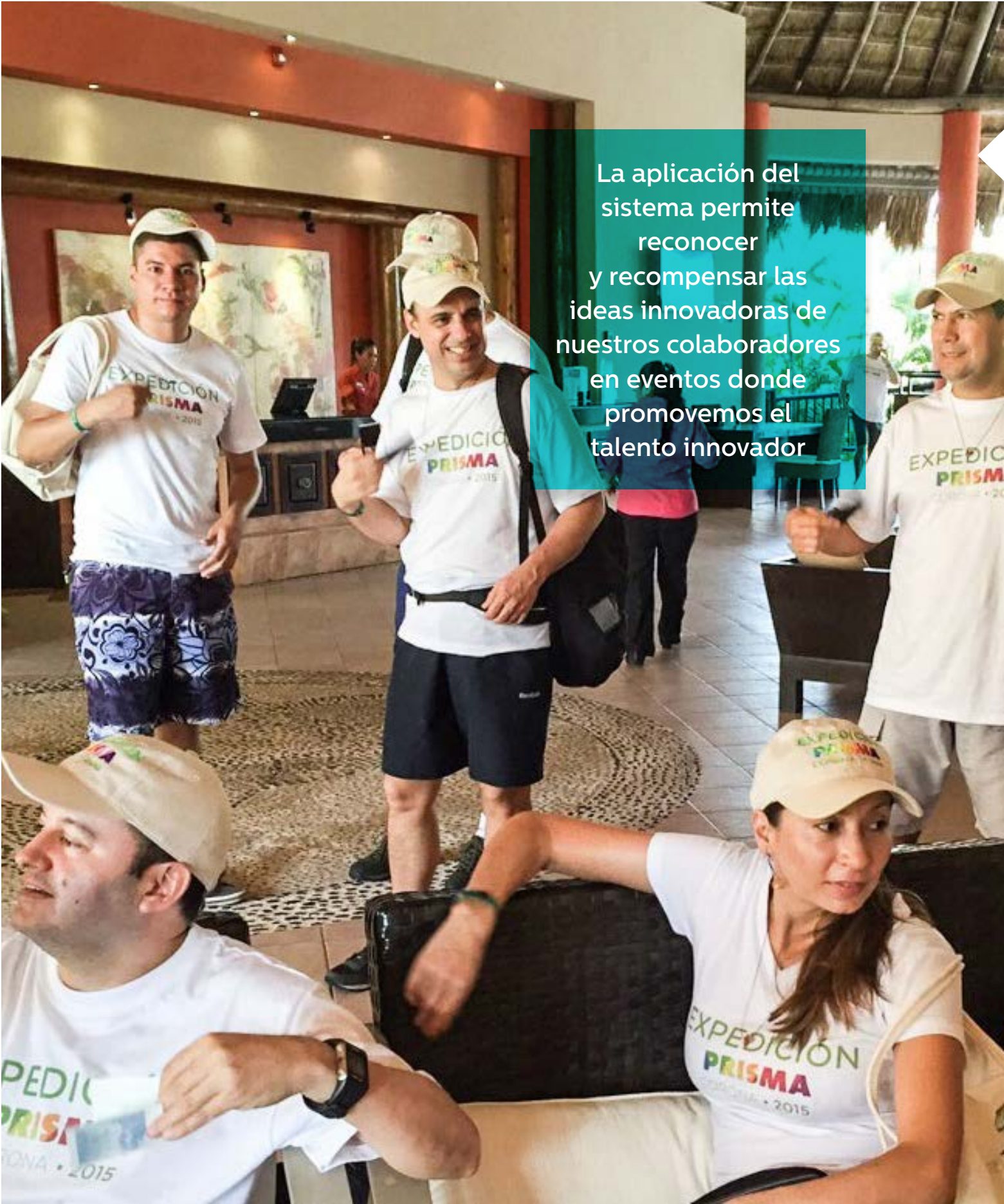
CONCRETOS DE SECADO RÁPIDO

Erecos hace su lanzamiento de concretos de secado rápido y se empieza a ofrecer el servicio de instalación de los refractarios.

Adicionalmente Corona tiene más de 60 proyectos de innovación e investigación con cerca de 40 universidades del mundo.



Corona realizó una
revisión del manual de
marca para
**ser percibida como
una marca moderna,
atractiva y cálida**



La aplicación del sistema permite reconocer y recompensar las ideas innovadoras de nuestros colaboradores en eventos donde promovemos el talento innovador

Desarrollo cultura de innovación

PRISMA es el sistema de innovación que ofrece herramientas y recursos para formar cada vez más personas con el ADN innovador e inquietas y preocupadas por el desarrollo y crecimiento de nuestra empresa. El sistema está compuesto por cinco elementos estratégicos: Innovación al servicio de la estrategia, Gente con ADN innovador, Procesos que facilitan la innovación, Estructuras y redes para innovar y Reconocimiento y recompensa al talento innovador.

La aplicación del sistema permite reconocer y recompensar las ideas innovadoras de nuestros colaboradores en eventos donde promovemos el talento innovador por el valor que genera.

Para este fin tenemos varias iniciativas:

Campeones de la Innovación: evento local que se desarrolla en varias de las unidades de negocio.

Liga de Campeones de la Innovación: evento corporativo llevado a cabo con los ganadores de campeones de cada unidad de negocio.

Semana de la Innovación: evento a nivel local y corporativo en el que se exponen diferentes proyectos llevados a cabo en todos los negocios.

Alquimista: reconocimiento a las acciones del día a día.



CULTURA DE LA INNOVACIÓN

Mejores prácticas organizacionales

Corona cuenta con una serie de herramientas que le permiten identificar acciones de mejoramiento que puedan ser replicadas entre los negocios.

MEJORAMIENTO CONTINUO

En el proyecto SixSigma se formaron 11 Cinturones Negros, un Cinturón Verde Banda Blanca y 126 cinturones verdes: 88 en Bogotá y 38 en Medellín.

PLATAFORMAS DE CRECIMIENTO

El proyecto avanza en su horizonte tres para trabajar a cinco años. Estos proyectos buscan incursionar en nuevos mercados como los recién iniciados de pinturas y cementos. Se inicia la gestión de protección de propiedad intelectual que busca proteger todas las iniciativas innovadoras generadas al interior de la Organización. Contamos con el manual de Gestión de Propiedad Intelectual que será divulgado en toda la organización en 2016.

ESTRUCTURA PARA INNOVAR

Práctica que trabaja en red con entidades externas para facilitar los procesos de innovación. En 2015 se realizaron dos eventos, uno de ellos promovido por Gamma que buscó el desarrollo de producto con la investigación y apoyo de la Universidad de Antioquia, y el segundo se realizó en la Rueda de Innovación con Connect Bogotá donde cada empresa se postula con un reto innovador y las empresas de grupos de investigación proponen soluciones. Colcerámica participó con temas de seguridad y de ingeniería.



Transformación de procesos y tecnología informática

El Proyecto Prometeo, que busca mejorar la competitividad y facilitar el crecimiento de los negocios dentro y fuera del país a través del uso del ERP SAP, inició la implementación de la Ola 2 para Gamma, Colcerámica, USC y Logística & Transporte. En enero de 2016 se realizarán los ajustes del modelo de procesos para estas unidades de negocio e iniciará la fase de pruebas. En la Ola 2 se espera formar 1.300 usuarios finales y salir en vivo en septiembre 2016.

2,7%
I+D+i/ ventas
totales
en Corona
Industrial 2015



[2.]



**CRECER ENFOCADOS
EN NUESTROS CLIENTES**

**2.1
ADQUISICIONES
Y APERTURAS DE
NUEVOS NEGOCIOS**

**2.2
CRECIMIENTO
EN VENTAS**

**2.3
SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE**

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.



ASUNTOS / INICIATIVAS

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

ADQUISICIONES Y APERTURAS DE NUEVOS NEGOCIOS

CRECIMIENTO EN VENTAS

INDICADORES

Resultados de encuestas de satisfacción del cliente

Ventas anualizadas de los nuevos negocios

Total ventas 2015/Total ventas 2014

2014

Los resultados de encuestas de satisfacción de clientes en las siguientes UEN fueron:

AC: 96,1% ER: 95,4%
MI: 90,7% SM: 4,3/5,0
GM: 90,0% USC: 4,2/5,0

\$139,4 mil millones de pesos

13%

2015

Los resultados de encuestas de satisfacción de clientes en las siguientes UEN fueron:

AC: 94,4% ER: 95,2%
MI: 90,2% SM: 4,4/5,0
GM: 88,0% USC: 4,3/5,0

\$272,5 mil millones de pesos

18%

Adquisiciones y aperturas de nuevos negocios

Continuamos consolidando nuestra presencia en la región, fortaleciendo nuestra estrategia de crecimiento basada en extender el negocio y expandir el mercado siempre pensando en nuestros clientes. Dentro de los hechos más relevantes del 2015 podemos destacar los siguientes:

CORONA EN MÉXICO

Durante el 2015 se formalizó el acuerdo para adquirir la totalidad de la participación accionaria de Sanitarios Lamosa perteneciente al Grupo Lamosa en México. Esto es un paso estratégico en la consolidación de una red de producción y distribución que nos permite atender con gran eficiencia todos los países de las Américas.

CORONA INCURSIONA EN EL NEGOCIO DE CEMENTO EN COLOMBIA

Cerramos un acuerdo con el grupo cementero español Cementos Molins para desarrollar de manera conjunta el negocio de producción y venta de cemento en Colombia. Esta nueva alianza dará lugar a la construcción de una planta de producción de cemento en el municipio Sonsón, Antioquia, que se espera tener en funcionamiento para el 2018.

VAJILLAS CORONA EN EL MERCADO DE LA CRISTALERÍA EN COLOMBIA

A través del negocio Institucional incurSIONAMOS en el segmento de la cristalería con la meta de conquistar en el mediano plazo el 15% de este mercado que se ha incrementado en los últimos años debido al creciente desarrollo del sector hotelero y de restaurantes en el país.

PRESENCIA EN EL TERRITORIO NACIONAL

Fortalecimos nuestra presencia en el territorio nacional con la apertura de 2 nuevos almacenes para el formato Tienda Cerámica: una carpa fija en Suba y un nuevo local en el municipio de Mosquera. Con estas aperturas, se busca atender necesidades de un sector que crece de forma considerable y espera nuevas alternativas en la remodelación.

Así mismo inauguramos en Funza, Cundinamarca, el tercer centro de distribución de Homecenter. El inicio de la operación de este centro de distribución –el más grande del país con tecnología de clase mundial– impacta positivamente en materia de generación de empleo con 500 puestos de trabajo, entre directos e indirectos, en su mayoría provenientes de Funza y otros municipios vecinos.

Crecimiento en ventas

El excelente desempeño obtenido es resultado de la estrategia de diversificación y de la innovación que se refleja en mejores productos y servicios para nuestros clientes, así como de los esfuerzos para mejorar la competitividad en nuestras operaciones en Colombia y Latinoamérica.

Este modelo actualmente opera en 19 ciudades y municipios del país y ha vinculado a 328 promotoras que llegaron en el 2015 a más de 26.513 familias de bajos recursos, brindándoles una opción integral para el mejoramiento de su calidad de vida. Este canal creció 34% en ventas durante el 2015.

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.

		INDICADOR	CONCEPTO	2014	2015	%VARIACIÓN 2015 VS. 2014
DESEMPEÑO ECONÓMICO	EC1	Ingresos operacionales		4.321.819	5.105.466	18%
		Utilidad Neta		134.155	142.782	6%
		Impuesto de renta causado		125.676	95.141	-24%
	EC3	Monto total de pensiones total o parcialmente a cargo de la empresa		3.043	3.011	-1%
	EC4	Incentivos, bonificaciones fiscales, subsidios		492	751	53%
PRESENCIA EN EL MERCADO	EC5	Total salarios pagados a trabajadores propios a término indefinido y fijo		281.411	308.278	10%
		Salario mínimo mensual básico de la empresa (en miles de pesos)		786.975	826.352	5%

(cifras en millones de pesos)

[3.]



SER MÁS COMPETITIVOS

3.1
TRANSFORMACIÓN
TECNOLÓGICA
E INDUSTRIAL

3.2
OPTIMIZACIÓN DE
COSTOS Y GASTOS

EN CORONA ESTAMOS COMPROMETIDOS
CON SER UNA EMPRESA MÁS COMPETITIVA

en los mercados en los que participamos dentro y fuera de Colombia y que responda de manera oportuna a las expectativas y necesidades de nuestros clientes y consumidores.

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

OPTIMIZACIÓN
DE COSTOS Y GASTOS

TRANSFORMACIÓN
TECNOLÓGICA INDUSTRIAL

INDICADORES

Ahorros derivados de proyectos de gestión encaminados a la reducción y control de gastos.

Porcentaje de ejecución iniciativas *assessment* tecnológico.

2014

Más de \$24 mil millones ahorrados

Culminado: 7%
En curso: 59%
En estudio: 23%
Pospuesto: 4%
Cancelado: 7%

2015

Más de \$30 mil millones ahorrados

Culminado 40%
Por culminar a corto plazo 14%
En curso 46%

Transformación tecnológica industrial

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

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, desarrollo y 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 el 2015 continuamos con la ejecución de los diversos proyectos resaltando la ejecución de los siguientes:

NEGOCIO	NOMBRE DEL PROYECTO
PCM	Plan de Transformación
INC	Plan de Transformación
SM	Transformación Tecnológica Horno Continuo #1
MPP	High Pressure Bowl Casting Machine
VC	Mecanizado Molduras
	Robotika
	Reparación sistema de control horno 3
	Prensa Isostática Vajillas
CC	Celda 3- Mugs
	Génesis III
	Decoración Digital
	Proyecto Forja
	Reposición Inyectoras
	Semiautomatización de la Línea de Cromado Plástico
	Nuevo Proceso de Fabricación Picos Lavaplatos
	Controles Estequiométricos
	Automatización empaque grandes formatos P&P GR
	Tecnología para One Piece y TZ Carenadas
	Compresores para el proceso de secado de moldes
	Aumento de capacidad eléctrica Funza

INDICADORES O CIFRAS RELEVANTES RESPECTO A LA TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL

Para el 2015 se aprobaron inversiones por un valor de \$191 mil millones de pesos para los diferentes proyectos de transformación tecnológica industrial. Adicionalmente se realizaron inversiones por un valor significativo en diversos proyectos de mejoramiento.



Optimización de costos y gastos

En Corona tenemos como objetivo llegar de manera eficiente a nuestros clientes con una oferta integral y para esto hemos diseñado una estrategia corporativa que responde a este objetivo y se implementa en cada una de las UEN, fortaleciendo cada día más nuestra competitividad a nivel nacional e internacional.

Por medio de la implementación de 263 proyectos con la metodología de mejoramiento del Kit Corona y el entrenamiento de 150 personas como agentes de cambio a lo largo de toda la cadena productiva hemos logrado reestructurar algunos costos y gastos generando ahorros de \$33,4 mil millones de pesos. Al cierre del 2015 contamos con más de 1.800 agentes de cambio en todo Corona para mantener los mejores niveles de desempeño, calidad, seguridad y cuidado ambiental en nuestras operaciones.

NOMBRE DEL PROYECTO	NEGOCIO
Aumentar los viajes con flota fidelizada al 80%	L&T
Índice de consumo de cubiertas Fase 2	CC
Optimización del costo de repuestos Planta SP	CC
Incrementar <i>yield One Piece</i> Montecarlo	CC
Proyecto optimización mantenimiento locativo Sabaneta	SM
Incremento calidad primera listones Planta PR	CC
Optimización de gastos de distribución SM y CN	L&T
Subir el residuo de la pasta	CC
Fritas: mejorar consumo de combustible en su producción	SM
Esmaltes: mejorar margen con sustitución de productos – Bogotá	SM
Aumento de Disponibilidad P28	VC



Iniciamos un proceso de análisis detallado del estado de la tecnología en Corona y posteriormente

elaboramos un plan de actualización tecnológica



4



PROMOVER A
NUESTRA GENTE

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

4.2
GESTIÓN DEL TALENTO

4.3
SALUD Y SEGURIDAD
OCUPACIONAL

4.4
AMBIENTE LABORAL

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

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

GESTIÓN DEL TALENTO

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

AMBIENTE LABORAL

INDICADORES

Índice de calidad de vida (herramienta diagnóstica interna que nos permite hacer seguimiento a las acciones que son de impacto en las siguientes categorías: Capital Humano, Capital Social y Capital Económico)

Cubrimiento de cargos críticos con talento propio

Índice de Lesión Incapacitante - ILI

Estilo de Liderazgo *Great Place to Work*

2014

74 pts

72%

0,24

79,1

2015

83,6 pts

71%

0,22

80,2

Mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y sus familias

En Corona trabajamos en la creación y gestión de programas orientados al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, con el objetivo de consolidarnos como una organización atractiva para trabajar, que propicia el desarrollo integral de sus colaboradores y sus familias, con capacidades para desarrollar talento comprometido y perseverante en el logro de los objetivos estratégicos.

Durante el 2015 evolucionamos nuestra estrategia social que busca contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de nuestra gente, sus familias y comunidades, mediante el integración de nuevos programas y aliados estratégicos.

Los principales logros en esta materia son:

VIVIENDA

Gracias a las alianzas con entidades financieras se diseñó un modelo y una política para que los colaboradores puedan acceder a créditos para la adquisición, construcción o mejoramiento de sus viviendas basado en un subsidio corporativo a la tasa de interés. En el 2015 se aprobaron 175 créditos por un valor de \$6,2 mil millones de pesos, para un consolidado en sus dos años de operación de 239 créditos por un valor

de \$12,6 mil millones de pesos. También se desarrolló el programa Bienestar Financiero que busca asesorar a los colaboradores en el desarrollo de competencias financieras básicas logrando una mejor utilización de los recursos.

FAMILIA

En alianza con las cajas de compensación familiar, Fondos de Empleados y proveedores de servicios de salud mental, se prestó el servicio de orientación psicológica a 527 colaboradores. También se desarrollaron talleres de Pautas de Crianza para padres primerizos o con hijos pequeños y adolescentes donde los colaboradores fueron acompañados en temas significativos del ciclo vital con su pareja o familia.

NUEVA ETAPA

Se diseñó el programa Una Nueva Etapa que ofrece al colaborador, próximo a su retiro, asesoría por pensión en temas referentes a trámites pensionales y talleres para iniciar nuevos proyectos. En 2015 participaron más de 776 personas entre colaboradores y familiares..

Gestión del talento

En el 2015 actualizamos el sistema de evaluación de talento Gestionando Mis Compromisos para hacerlo más funcional y accesible a través de internet. También se implementó el modelo en la variable de desempeño con aplicación a todo el personal administrativo y a la medición del potencial en cargos directivos, cargos críticos de alcance internacional y sucesores para promover el cubrimiento de esas posiciones con talento interno.

La Escuela de Liderazgo continuó como una de las estrategias más importantes para el desarrollo del talento de lide-

razgo, amplió su cobertura a jefaturas de negocios internacionales. En el 2015, 351 colaboradores se graduaron de la Escuela de Liderazgo.

Se realizó el Foro de Desarrollo Económico para el proceso de definición de competencias y capacidades claves por desarrollar como soporte relevante de la estrategia corporativa para los próximos 10 años. En el 2016 se iniciará la estructuración y puesta en marcha del Centro de Desarrollo de Conocimientos que se concentrará en gestionar los conocimientos requeridos por la organización.



Salud y seguridad
ocupacional

En el año 2015 la gestión en salud y seguridad continuó avanzando en su consolidación enfocándose en la prevención y mitigación de riesgos propios de nuestra operación para lo cual se adelantó un *assessment* que integró bajo una misma mirada tanto las condiciones como los controles requeridos para fortalecer el cuidado de nuestra gente.

Adicionalmente, se diseñó e implementó el modelo Cuidarme Depende de Mí como estrategia de transformación cultural, movilizandando la conciencia del cuidado propio para cuidar a otros, contando con la participación de 7.000 colaboradores y de 582 transformadores en la segunda Fase.

Adicionalmente se organizó el concurso de pintura de Cuidarme Depende de Mí. Acá vinculamos cerca de 500 hijos de nuestros colaboradores cuyos ganadores hoy son la imagen del calendario de los fondos de empleados de la Organización.

Como aspecto adicional se inició en el 2015 el monitoreo de indicadores en Salud y Seguridad en las operaciones de Corona en otros territorios, avanzando en nuestro proceso de homologación de procesos y prácticas organizacionales.

Ambiente laboral

Para Corona es muy importante que nuestros colaboradores disfruten día a día lo que hacen y que cuenten con un ambiente laboral en el que puedan desarrollar sus competencias y talentos. Medimos anualmente las percepciones de los colaboradores a través de la herramienta *Great Place to Work* que para 2015 logró un puntaje sobresaliente de 85,6, una mejora frente al puntaje de 84,3 en 2014. La encuesta se aplicó en todas las unidades de negocio en Colombia, en Mansfield (Estados Unidos), Porcelana Corona de México e Incesa (Centroamérica); estas dos últimas en su primera medición. Para el caso de Homecenter la puntuación fue de 86,3.

Para fortalecer la relación empresa-colaborador se continuó trabajando con los comités de convivencia, comités de constructores de acuerdo colectivo, COPASST y se implementó la estrategia Un Café con el Vicepresidente que permite conversaciones cercanas de los colaboradores con los directivos.

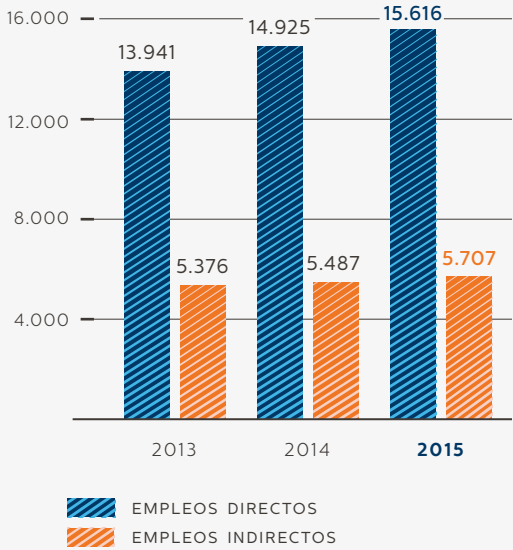


Formamos 582 transformadores con 381 propósitos de cambio que apoyan y complementan la estrategia de seguridad



INDICADORES GRI

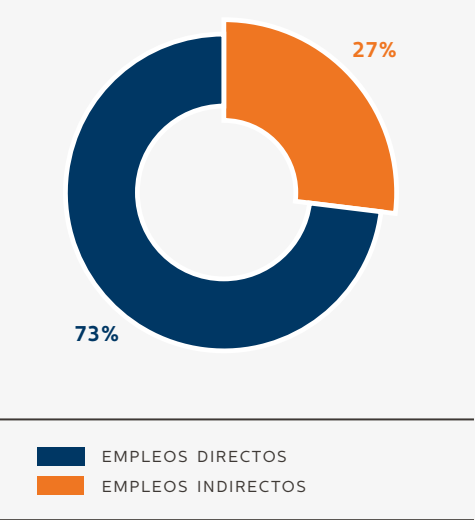
TOTAL COLABORADORES
POR TIPO DE EMPLEO - LA1



El porcentaje total de personas directamente vinculadas con la empresa aumenta en 4,6% frente al año anterior. Esto se debe principalmente a:

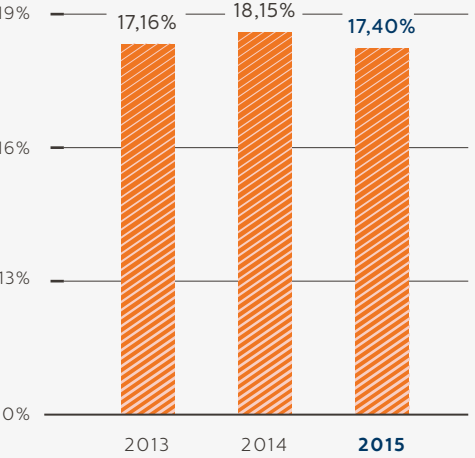
- Apertura de dos Tiendas Homecenter en Girardot y Yopal e inauguración del centro de distribución en Funza.
- Aumento de producción en Colcerámica debido a incremento en ventas.
- Nuevas entregas domiciliarias y operación en Funza con L&T.

TOTAL GENERACIÓN DE EMPLEO - LA1



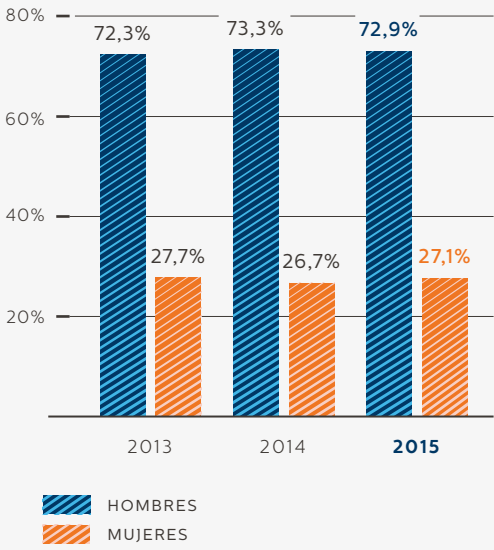
En el 2015 Corona generó 21.323 empleos de los cuales el 74% fueron directos y el 26% a través de *outsourcing* creciendo 4% frente al 2014.

TOTAL ROTACION 2013 - 2015
- LA2



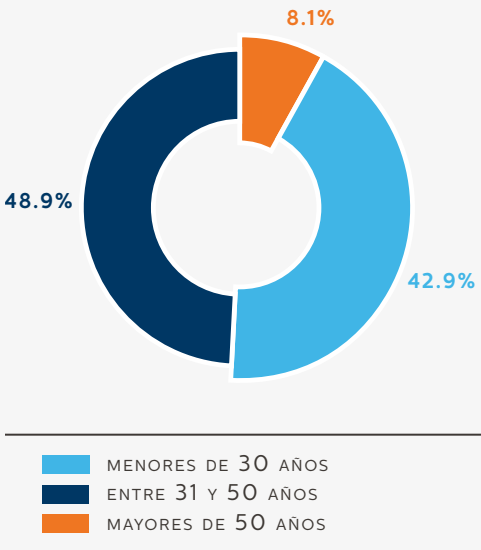
La rotación del personal disminuyó en 0,7% debido a que Homecenter mejoró el indicador y este es uno de los que más peso tiene en el mismo.

ROTACIÓN POR GÉNERO - LA2



La rotación por género se mantiene de un año a otro.

DISTRIBUCIÓN COLABORADORES POR
EDAD - LA2



El mayor porcentaje de población está en el rango de 31 a 50 años (48,9%). Contamos con talento joven con alto potencial de desarrollo.

DISTRIBUCIÓN COLABORADORES POR EDAD Y GÉNERO - LA1

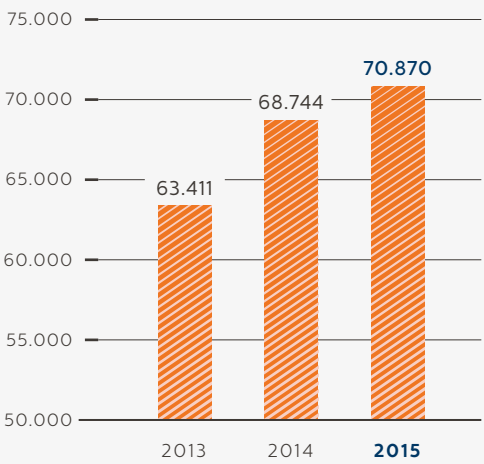
RANGO DE EDAD	2015		TOTAL	% EDAD
	HOMBRES	MUJERES		
MENORES DE 18	0	0	0	0%
18 A 20	270	178	448	3%
21 A 30	4.564	1.694	6.258	40%
31 A 40	3.654	1.450	5.104	33%
41 A 50	2.001	536	2.537	16%
51 A 60	1.057	185	1.242	8%
MAYOR DE 60	26	1	27	0,2%
TOTAL POR GÉNERO	11.572	4.044	15.616	100%
% DE GÉNERO	74,1%	25,9%		

PORCENTAJE DE COLABORADORES QUE ESTÁN REPRESENTADOS
EN COMITÉS DE SALUD Y SEGURIDAD - LA5

2015	
REP DEL EMPLEADOR	REP DEL TRABAJADOR
48%	52%

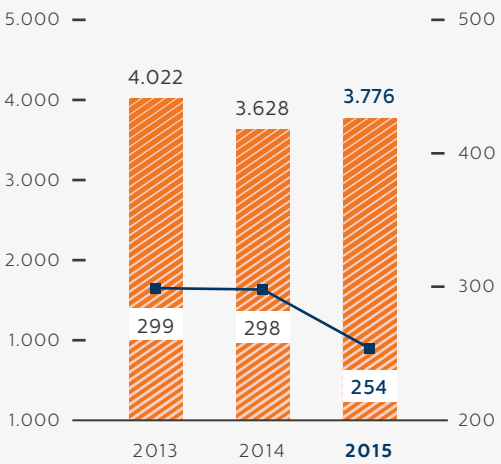
Los Comités de Salud y Seguridad Industrial están conformados de acuerdo con la ley vigente y los representantes de los colaboradores tienen una participación del 52%.

**BENEFICIOS PROPORCIONADOS
A LOS COLABORADORES 2013 - 2015
(MILLONES DE PESOS) - LA2**



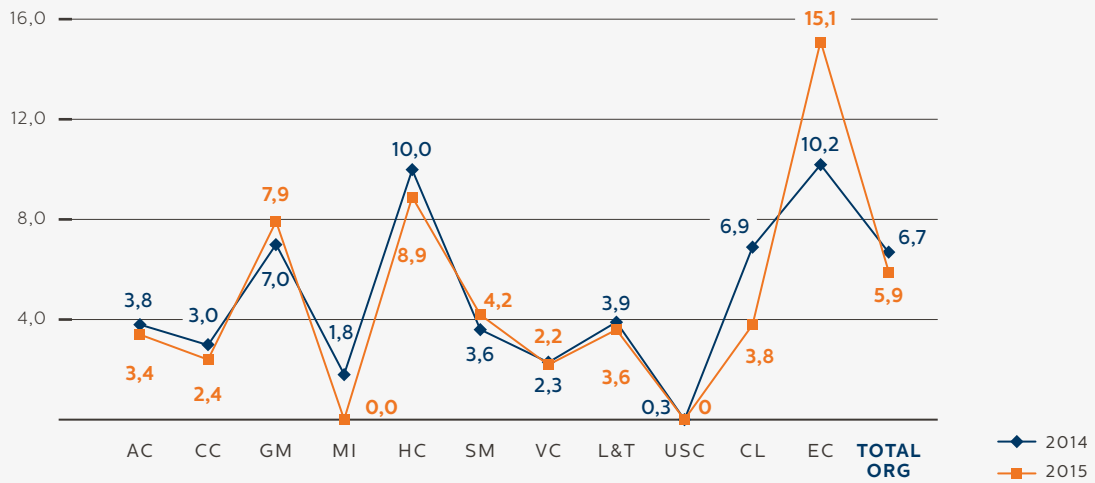
Los beneficios extralegales entregados en 2015 aumentan 2,2% con respecto al año anterior. El mayor incremento se presentó en la bonificación de diciembre (26,6%) seguido del auxilio de vacaciones (16%).

**INVERSIÓN EN FORMACIÓN
- LA9**



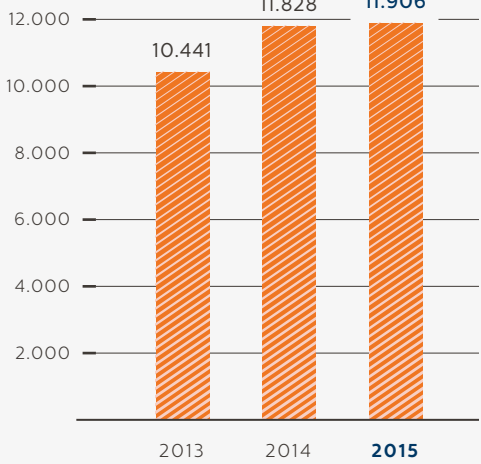
El valor total invertido por Corona en formación aumentó el 4,1%. Dado que el personal aumenta en mayor proporción, se reduce la inversión por colaborador de 298 mil a 252 mil pesos. El número promedio de horas de formación por empleado en 2015 fue de 64,7 horas.

**TASA DE ACCIDENTALIDAD POR CADA
100 COLABORADORES 2014 - 2015 - LA6**



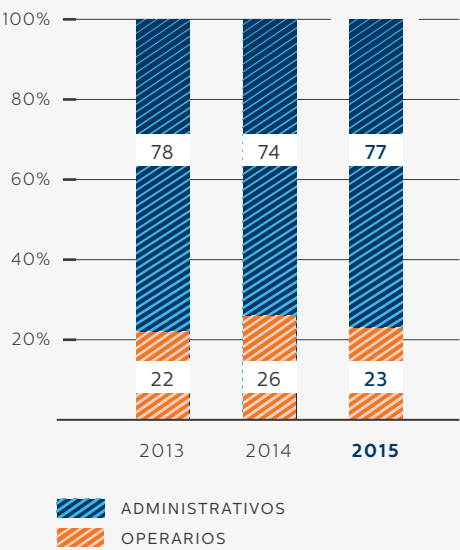
La tendencia en los últimos años ha sido la reducción en la tasa de accidentalidad debido a las campañas realizadas en función del auto cuidado.

**EVALUACIONES REGulares
DE DESEMPEÑO - LA11**



En 2015, 11.906 empleados contaron con evaluaciones de desempeño logrando un cubrimiento del 76% del total de colaboradores. Vale la pena resaltar que la nueva herramienta de evaluación *Gestionando mis compromisos* está siendo aplicada al 77% del personal administrativo. Los demás colaboradores se evalúan sin utilizar esta herramienta.

**TOTAL EVALUACIONES POR TIPO
DE EMPLEO**



[5.]



IMPULSAR EL
DESARROLLO SOCIAL

5.1
MEJORAMIENTO DE LA
CALIDAD DE VIDA DE
LAS COMUNIDADES

5.2
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 generando 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 la generación de valor compartido para todos nuestros grupos de interés desde un enfoque de la triple cuenta de resultados.



ASUNTOS / INICIATIVAS	INDICADORES	2014	2015
MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA DE LAS COMUNIDADES DE NUESTRAS ZONAS DE INFLUENCIA	Horas de voluntariado	10.320 horas	11.612 horas
	Desarrollo de alianzas estratégicas	2	2
	Donaciones en dinero	5,2 mil millones	5,6 mil millones
	Donaciones en especie (valor en pesos)	2,2 mil millones	2 mil millones
	Índice de sostenibilidad de servicios	38,5%	66,7%
DESARROLLO DE PROVEEDORES SOSTENIBLES	Índice de sostenibilidad de insumos	33,5%	63,5%

Mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades de nuestras zonas de influencia

DONACIONES EN ESPECIE

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

En el 2015 impactamos positivamente a 67.496 personas con la entrega de 33.602 m² de piso, 8.800 m² de pared, 1.252 sanitarios, 1.069 lavamanos y 179 orinales. El 51% del producto donado a entidades sin ánimo de lucro se destinó a proyectos relacionados con el cumplimiento de metas país alineados con políticas públicas y planes de desarrollo local dirigidos a poblaciones vulnerables ubicadas en las distintas regiones del país.

Mansfield realizó donaciones en especie por USD \$27.967 a 69 entidades comunitarias.

Porcelana Corona México realizó una donación por US \$2.100 al Batallón de Infantería.

PROYECTOS ESTRATÉGICOS EN ALIANZA

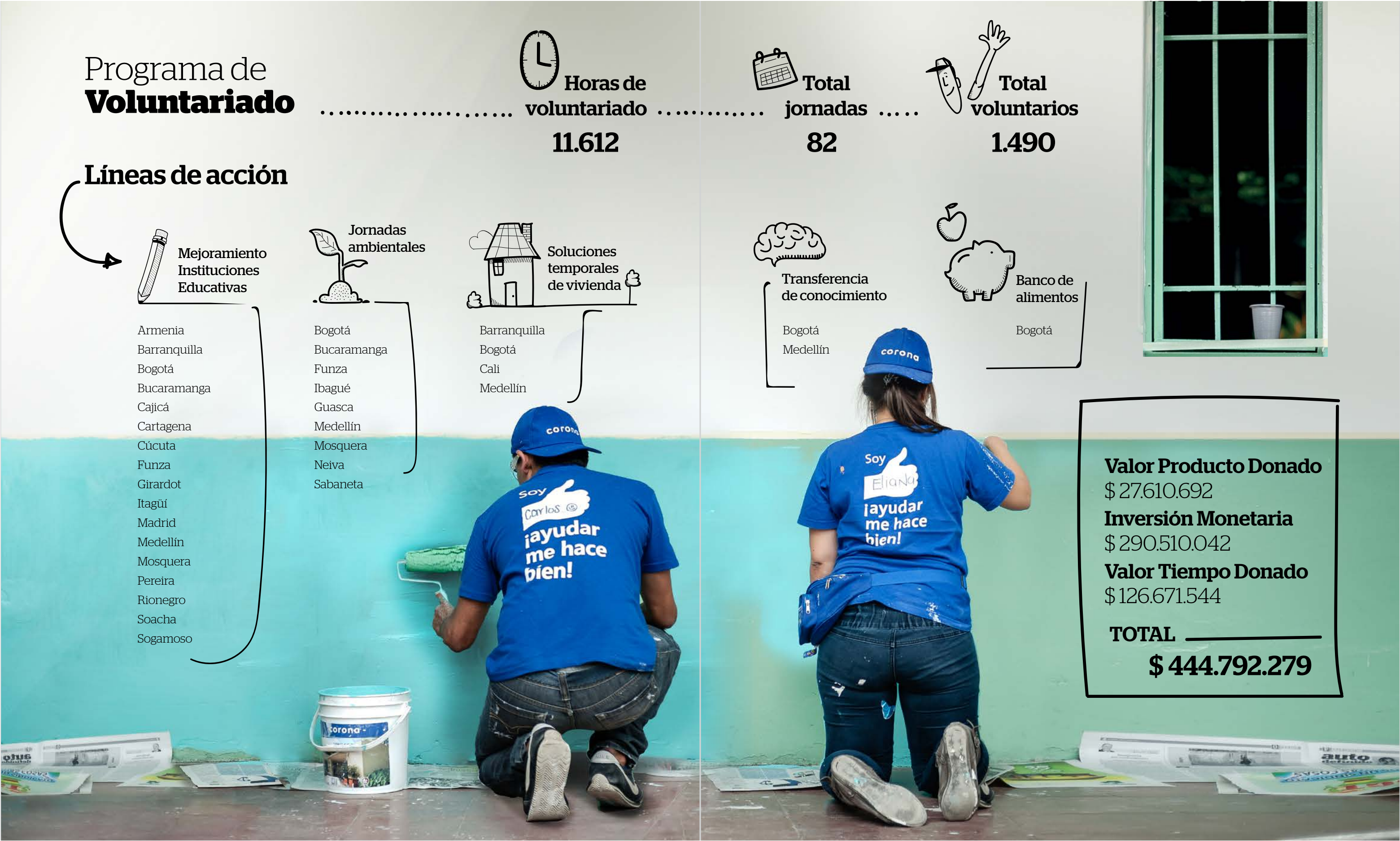
Trabajamos en conjunto con la Fundación Corona enfocados en proyectos relacionados con acceso a agua potable y saneamiento básico, mejoramiento de infraestructura de servicios comunitarios y vivienda de interés prioritario.

En el 2015 finalizamos la Fase II del proyecto Escuelas Protectoras del Pedio Ambiente, desarrollado en conjunto con la Fundación Corona, Fundación PLAN y UNICEF. En esta fase se ejecutaron obras de mejoramiento de infraestructura en tres instituciones educativas adicionales a las 17 de la Fase I en las que se desarrollaron programas de educación ambiental orientados al adecuado manejo de los recursos y residuos a través de un modelo participativo con la comunidad. En el 2016 se realizará la Fase III.

Así mismo iniciamos la estructuración y financiación del Proyecto Piloto de Potabilización de Agua en Norosí, Sur de Bolívar, con el que buscamos contar con un sistema de potabilización de agua en la zona, acompañado de un proceso de apropiación comunitaria que genere la sostenibilidad del proyecto.



El programa de Voluntariado Corporativo pretende generar un espacio donde nuestros colaboradores puedan vivir de cerca y materializar el valor corporativo “Seamos Responsables con Nuestra Sociedad”.



Sostenibilidad y proveedores

Buscamos alinear a nuestros proveedores con nuestros valores y filosofía promoviendo un comportamiento ético y un crecimiento con integridad. Es por esto que fortalecemos la relación con este grupo de interés basados en un modelo que nos permite entender sus prácticas e identificar oportunidades de mejoramiento y trabajo conjunto.

Durante los últimos dos años la USC, en equipo con el área de Sostenibilidad, ha desarrollado iniciativas para fortalecer el trabajo con la cadena de valor lo cual ha permitido mejorar el índice de sostenibilidad de nuestros proveedores.

El índice fue inicialmente medido en el 2014 con el acompañamiento de *conTREEbute* con el objetivo de valorar la situación en cuanto a la sostenibilidad de 58 proveedores críticos de Corona para generar una línea base en temas económicos, ambientales y sociales. Adicionalmente, se realizó una medición a profundidad para 18 proveedores durante 2014 y para 7 proveedores adicionales en 2015, tanto de servicios como de insumos. Luego de trabajar durante el 2015 en el cierre de brechas y el plan de acción se obtuvieron los siguientes resultados:

	2014	2015
ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD SERVICIOS	38,5%	66,7%
ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD INSUMOS	33,5%	63,5%

Otras de las iniciativas fueron:

PRIMEROS PASOS: iniciativa liderada por la Universidad Externado de Colombia y la Red Local del Pacto Global que tiene como propósito fomentar el desarrollo responsable de micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia. Por medio de esta iniciativa hemos fortalecido 15 proveedores.

REDES-CAR: iniciativa liderada por la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca y la Universidad de Los Andes que tiene como objetivo generar transformación productiva en diferentes organizaciones del sector privado. Es una alianza público-privada en la cual las empresas inician procesos de mejoramiento de su desempeño ambiental incluyendo a sus proveedores.

Premio Corona



Luego de 33 años promoviendo el mejoramiento de las condiciones físicas y ambientales del hábitat rural colombiano, el Premio Corona Pro Hábitat es 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 2015 la convocatoria estuvo dirigida a pensar en los campesinos cafeteros colombianos y en sus problemas de habitabilidad. El jurado calificador valoró 79 propuestas según los criterios: calidad de diseño, viabilidad, pertinencia, replicabilidad, innovación y sostenibilidad ambiental y cultural.

El premio fue otorgado a los mejores anteproyectos arquitectónicos de vivienda rural para tres zonas cafeteras ubicadas en las zonas norte, centro y

sur del país: *Casa cafetera* de VIVA, Empresa de Vivienda de Antioquia; *Sistema constructivo para la vivienda cafetera* de la Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Artes, sede Bogotá; y *Prototipo flexible de vivienda rural cafetera. Vereda el Danubio, Pitalito, Huila* de los arquitectos Germán Andrés Ramírez Tovar, Valentina Collazos Díaz, Andrés Navarro Ortiz.

Cada proyecto ganador recibe \$10 millones de pesos más \$17 millones para la elaboración de planos constructivos. Los prototipos ganadores serán construidos por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en el 2016.

[6.]



Reserva La Unión, Antioquia, Colombia

SER RESPONSABLES CON
EL MEDIO AMBIENTE

5.1
CAMBIO CLIMÁTICO

5.2
ECOEficiencia

5.3
CUMPLIMIENTO

5.4
RECURSOS
NATURALES

5.5
PRODUCTOS
RESPONSABLES CON
EL MEDIO AMBIENTE

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 compuesto por cinco frentes de gestión en los cuales hemos definido compromisos y metas para el 2016.



Reserva Arcabuco, Boyacá, Colombia

ASUNTOS / INICIATIVAS	INDICADORES	2014	2015
CAMBIO CLIMÁTICO	Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero GEI en un 5%	Reducción del 6% de los Gases Efecto Invernadero - Ahorros por más de USD \$600.000 - Reducción de consumos de 98TJ	Ahorros de 53 TJ y reducción de emisiones de Gases Efecto Invernadero en 14.034 ton de CO ₂
ECOEficiencia	Reutilización de residuos sólidos y líquidos. Reducción de la huella hídrica gris en un 80%	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.	Reutilización de 73.804 ton de material interno en fabricación de revestimientos cerámicos. Ciclos cerrados, recirculando 71% de agua en las plantas de manufactura.
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	Certificación ISO 14001 en el 60% de nuestras instalaciones. 78% de los miembros del equipo ambiental y energético son auditores líderes internos certificados.	Certificación ISO 14001 en el 100% de nuestros negocios de manufactura. Implementación de herramienta legal ambiental corporativa
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 ha) y Arcabuco, Boyacá (40 ha).	Registro de Reserva Natural de la sociedad Civil <i>Conjunto de reservas naturales de Sumicol – La Estrella</i> (Ibagué) en Parques Nacionales Naturales de Colombia
PRODUCTOS RESPONSABLES	Desarrollo de productos responsables con el medio ambiente en su ciclo de vida. Producto con sello ambiental	Lanzamiento de productos como: • 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)	Pisos y paredes con diseños de armonía, belleza y naturaleza, decorados con tecnología digital. Esta tiene beneficios ambientales de reducción de consumo de agua, residuos industriales y emisiones de GEI por eficiencia energética.

Huella de CARBONO

315.887 Ton CO₂

Incluye las emisiones del consumo de gas de Corlanc, Erecos y de la planta de cogeneración de Sopó, que se incluyen dentro de las unidades de negocio Sumicol, Gamma y Colcerámica respectivamente representando el 6% de la huella 2015. Estos tres centros entraron a formar parte de Corona o se construyeron después de la definición de la línea base. La implementación de proyectos de

eficiencia energética y el aprovechamiento de gases de combustión de la planta de cogeneración redujeron las emisiones en 14.034 Ton CO₂. De no haberse implementado ningún proyecto de eficiencia energética y de no haber aprovechado los gases de combustión de la planta de cogeneración habríamos generado una huella de 329.921 Ton CO₂ vs la huella real de 315.887 Ton. CO₂.

Reducción de huella de carbono por proyectos en eficiencia energética y cogeneración

14.034 TON. CO₂

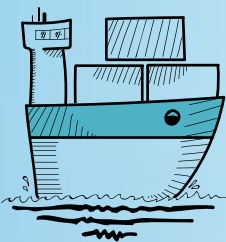
MINERÍA

MANUFACTURA

DISTRIBUCIÓN

COMERCIALIZACIÓN

IMPORTADOS



3.098
Transporte

OPERACIÓN MINERA

3.516



6.600
Transporte



213.520
Colcerámica



23.624
Vajillas



18.275
Sumicol



6.959
Gamma



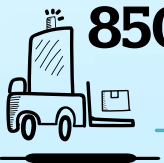
1.457
Minerales industriales

Despachos Urbanos 1.742

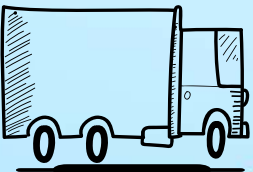


Despachos Nacionales 18.705

Centros de Distribución 850



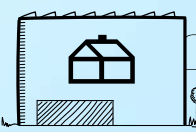
Despachos de Exportación 3.720



Almacenes CORONA 535



RETAIL



Tiendas HOMECENTER 13.287



CLIENTE EXTERNO

Cambio climático

Durante el 2015 Corona continuó con la implementación del modelo de eficiencia energética construido a partir del *assessment* (línea base) realizado en el 2010 buscando lograr el 5% de la reducción de Emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) al 2016.

Las unidades de negocio desarrollaron proyectos para optimizar la combustión, recuperar el calor de los hornos y mejorar los sistemas de iluminación, entre otros.

El trabajo realizado en gestión energética generó una reducción de 53 TJ en el consumo superando la meta del 2015 de 38 TJ. Este ahorro es equivalente a la disminución de 14.034 toneladas de CO₂.

Las principales iniciativas que aportaron a este ahorro fueron:

- Colcerámica trabajó en la optimización de la combustión de cinco hornos en dos plantas.
- Gamma realizó la recuperación de calor hacia los secaderos de prensa caliente en un horno.
- Sumicol realizó la recuperación de calor en los calderines de estuco y modificó dos de sus hornos continuos.
- Vajillas y las operaciones de Colcerámica en Girardota (Antioquia) y Madrid (Cundinamarca) implementaron nuevos sistemas de iluminación.
- Homecenter mejoró la eficiencia energética en sus puntos de venta con cambios de iluminación y automatización en áreas estratégicas

> CAPACIDADES ORGANIZACIONALES



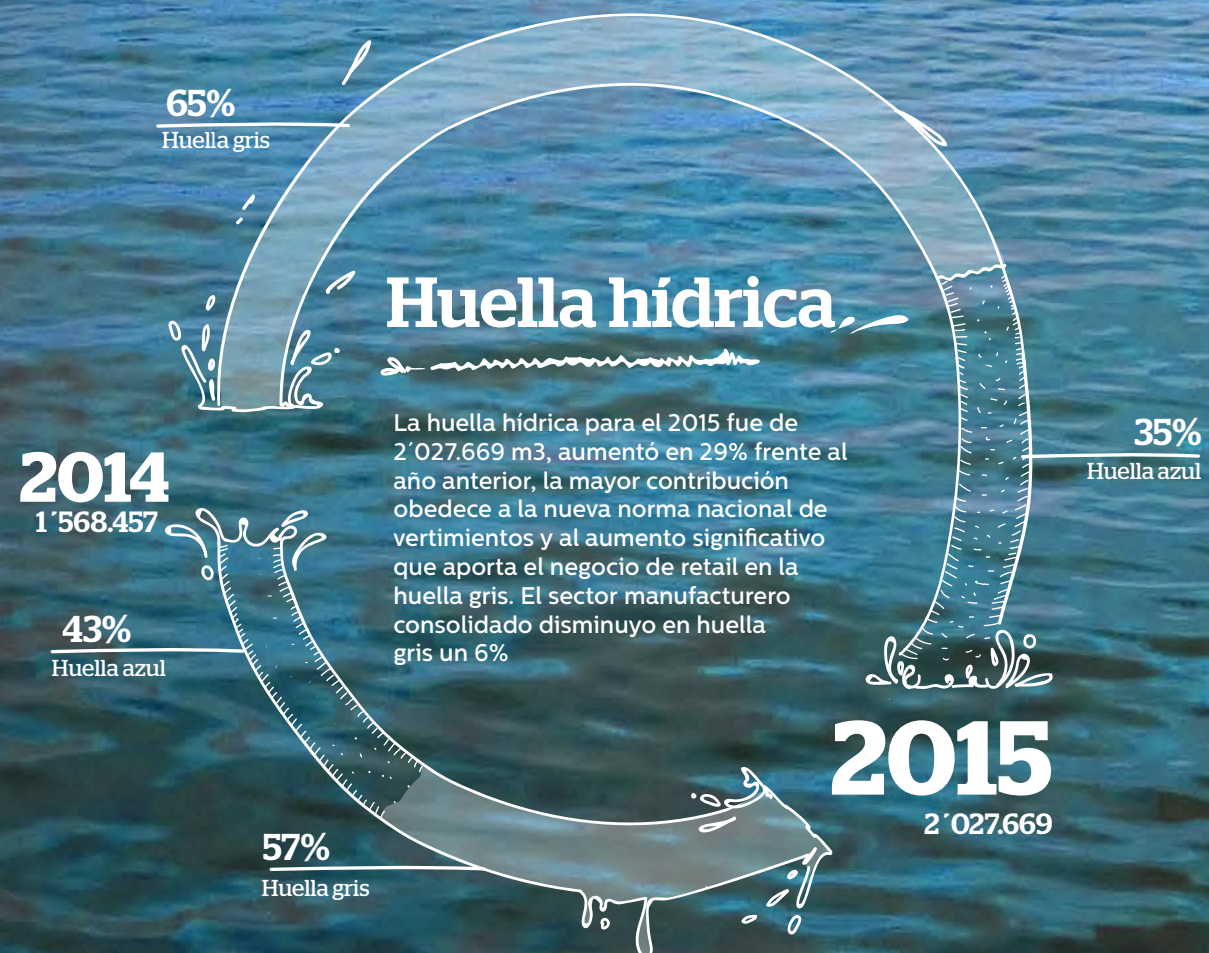
EFICIENCIA ENERGÉTICA AVANZADA

La planta de Pisos & Paredes en Madrid (Cundinamarca) participó en el Programa Estratégico Nacional en Sistemas de Gestión Integral de la Energía liderado por la Red Colombiana de Conocimiento en Eficiencia Energética dirigido por la Universidad Nacional de Colombia que promueve la innovación empresarial en gestión energética.

Como resultado del programa se identificaron las fortalezas de la industria con respecto a la gestión energética, nuevas posibilidades de mejora, caracterización detallada del consumo, uso de la energía y estado actual con respecto de las demás industrias participantes del programa. Corona logró un resultado muy por encima del promedio.



Huella Hídrica CORPORATIVA



HUELLA GRIS
1.309.975 m³

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

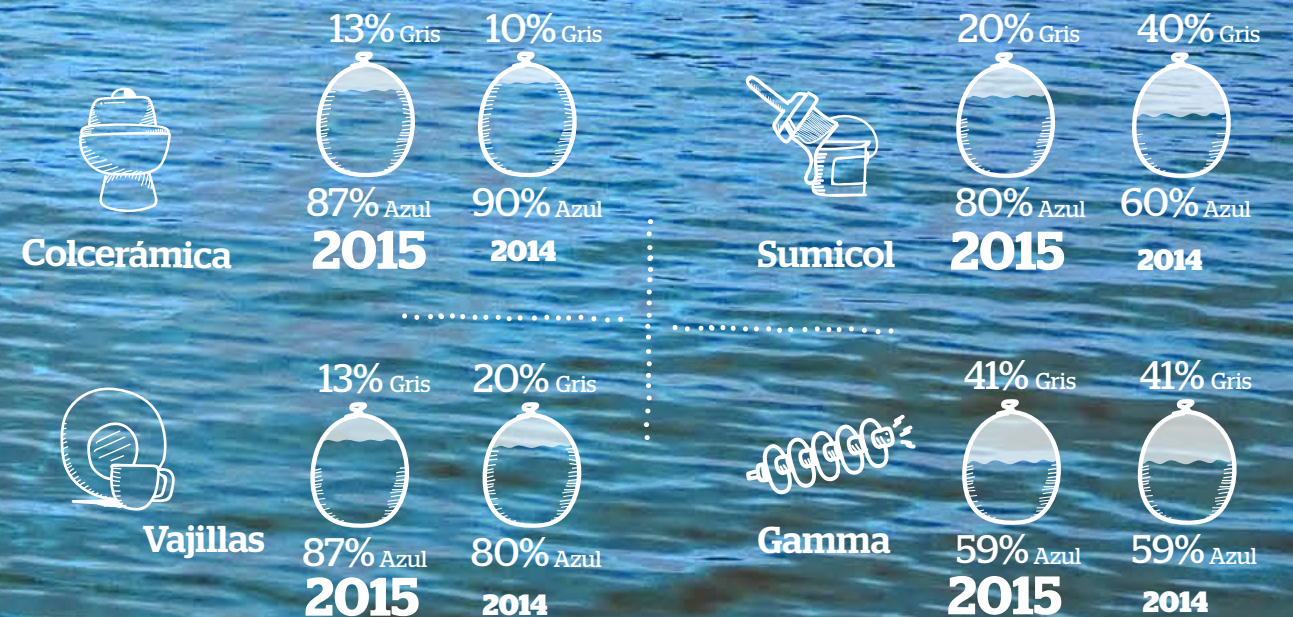
HUELLA AZUL
717.694 m³

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

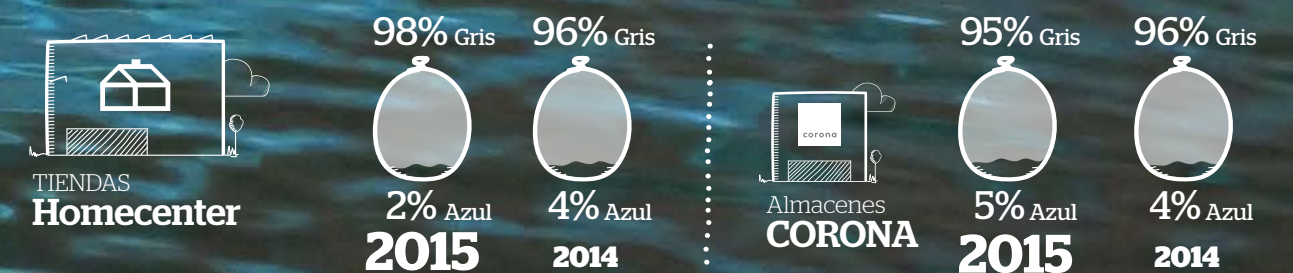
HUELLA VERDE

Volumen de agua lluvia
que esta almacenada en
el suelo como humedad

MANUFACTURING



RETAIL



MINERÍA



Ecoeficiencia

REDUCCIÓN DE HUELLA HÍDRICA

De acuerdo con el Estudio Nacional del Agua realizado en el 2014 las condiciones naturales de los cuerpos de agua del país se ven alteradas por procesos de contaminación por vertimientos. Los niveles de contaminación son aportados principalmente por los sectores doméstico e industrial. Los vertimientos industriales son el agua que se usó en las actividades realizadas por este sector, que potencialmente llegan a los sistemas hídricos y que pueden tener o no un tratamiento previo antes de ser descargados.

Corona lleva varios años implementando el proceso de ciclo cerrado de agua industrial en sus plantas. Este consiste en hacerle un tratamiento al agua que utiliza en sus operaciones para volverla a incorporar al proceso productivo. De esta manera se elimina la contaminación al recurso hídrico, se hace más eficiente el proceso productivo y se reduce la explotación de agua de las fuentes naturales. En los últimos años, Corona desarrolló el concepto de ciclo cerrado con aguas domésticas, lo cual es muy innovador para la industria.

Los ciclos cerrados de agua son los que nos permitirán alcanzar en el 2016 la meta de recircular el 80% del agua que consumimos.

Algunas de las iniciativas para destacar por UEN son:

- Colcerámica en Girardota culminó su primera fase del proyecto y actualmente recircula el 50% de sus vertimientos.
- Vajillas Corona eliminó sus vertimientos industriales y ahora recircula alrededor de 100.000 m³ al año.
- En la planta de Gamma, las mejoras tecnológicas permitieron convertir el área de ferrofiltros en cero vertimientos, disminuyendo el consumo de agua potable en 405 m³ al año.

PROGRAMA DE RECUPERACIÓN DE RESIDUOS INTERNOS

La reducción de los residuos generados durante los procesos productivos incentivó la creación del programa de recuperación y reutilización del material rotura cruda, el cual es generado durante las primeras fases de ensamble de la línea de producción. Este material es reincorporado a la operación permitiendo una reducción en la extracción de materias primas y una mayor eficiencia en el proceso productivo. La cantidad de rotura cruda recuperada en el proceso cerámico durante el 2015 fue de alrededor de 36.000 ton.



Corona implementó el proceso de ciclo cerrado que consiste en tratar el agua usada en operación y reincorporarla al proceso productivo.

Cumplimiento

HERRAMIENTA LEGAL E ISO 14001

Corona incorpora en sus procesos productivos los sistemas de gestión que aseguran el mejoramiento continuo. En el 2015 el Instituto Colombiano de Normas Técnicas (ICONTEC), asociado a IQNett, entidad certificadora internacional, otorgó a Colcerámica la certificación ISO 14001 del sistema de gestión ambiental en sus cinco plantas de producción en Colombia. Homecenter implementó su sistema de gestión ambiental bajo estos mismos estándares en el Almacén de Cedritos (Cundinamarca).

Asimismo, en la cadena de valor implementamos la herramienta corporativa de cumplimiento legal ambiental la cual:

- Determina el riesgo y el grado de cumplimiento de los requisitos aplicables.
- Reporta hallazgos de manera inmediata.
- Contiene actualizaciones constantes y permanentes de la legislación colombiana.

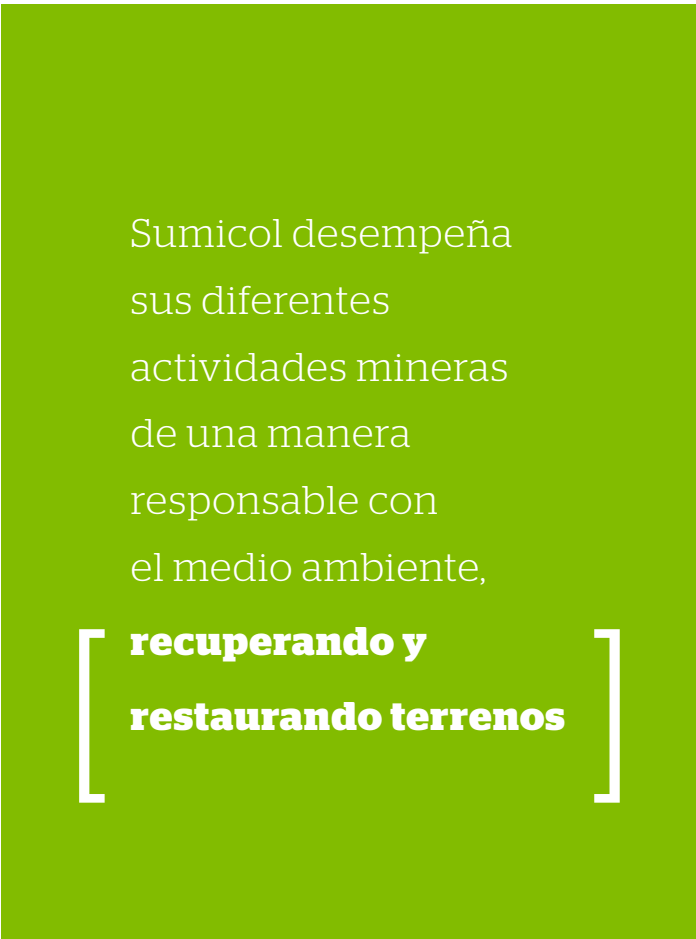
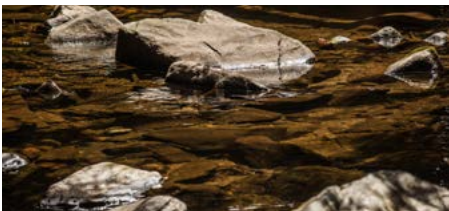
Recursos naturales

RESERVA DE LA SOCIEDAD CIVIL INSCRITA EN PARQUES NACIONALES NATURALES DE COLOMBIA

Sumicol desempeña sus diferentes actividades mineras de una manera responsable con el medio ambiente recuperando y restaurando terrenos. En el 2015 el *Conjunto de reservas naturales de Sumicol - La Estrella* ubicado en Ibagué se registró como Reserva Natural de la Sociedad Civil ante Parques Nacionales Naturales prestando los siguientes servicios ecosistémicos:

- Mantenimiento de la biodiversidad y estabilidad de especies de Fauna y Flora
- Conservación de bosque natural
- Regulación climática
- Protección de suelos
- Belleza paisajística

La reserva será un lugar de recreación y conocimiento de los recursos para la comunidad y donde la Universidad de Ibagué, colegios y escuelas de la zona de influencia podrán realizar investigaciones.



Productos responsables
con el medio ambiente

La tecnología y la innovación siempre han sido fundamentales para la industria cerámica. Uno de los procesos más críticos en la producción de pisos y paredes es el de la decoración de acabados superficiales que permite ofrecer al consumidor un producto con diseños llenos de armonía, belleza y naturaleza. Hasta hace pocos años la tecnología de decoración en Corona consistía de rodillos contruidos con silicona o sedas. Corona implementó la tecnología digital en el proceso de decoración que le permite eliminar el consumo de agua

en el proceso de lavado. Anteriormente utilizábamos 1 litro de agua por cada 1.000 m² producidos con tecnología rotocolor. Además permite eliminar los residuos industriales en su totalidad. Con la anterior tecnología generábamos 18 Kg de rodillos de silicona por cada 60.000 m² producidos. Asimismo se reducen en 16% las emisiones de GEI por eficiencia energética..

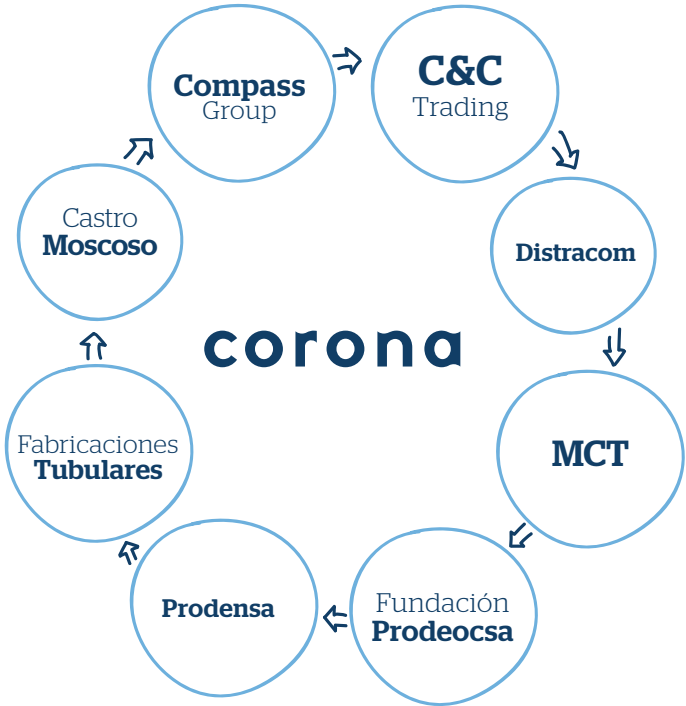


RED DE ENCADENAMIENTO
SOSTENIBLE

Corona es reconocida dentro del marco del programa RedES-CAR liderado por la CAR y la U. de los Andes, por incentivar a un grupo de proveedores a implementar proyectos de Producción Más Limpia.

Durante el 2015 Corona constituyó una cadena con ocho proveedores de subsectores de Empaques y Envases, Transporte, Servicios, Comercio y Metalme-cánica quienes formularon proyectos con opciones innovadoras para fortalecer su competitividad a través del mejoramiento del desempeño ambiental. Los beneficios ambientales incluyen la disminución de 227,7 ton/año de residuos, ahorros en energía eléctrica de 236.155KWh/año (equivalentes al consumo anual de energía eléctrica de 135 hogares), y la eliminación de 191.4 ton de CO₂ en emisiones lo que equivale a sacar de circulación 30 automóviles al año.

Red de
empresas
sostenibles **CORONA**



Ahorros Totales (VPN)
CO\$ 1.304.665.240



Tiempo promedio
de la recuperación de
la inversión **6 Meses**



Residuos evitados
222,7 ton al año



Ahorros en energía eléctrica
263.155 kWh al año



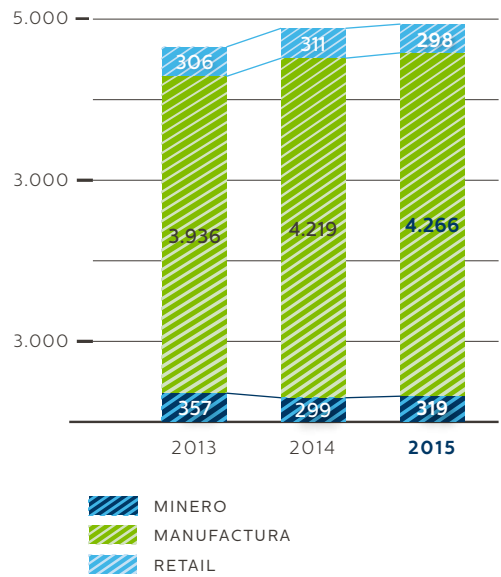
Emisiones evitadas
191,4 ton al año

Año	2º Semestre de 2015 (Fase 3)
# De empresa	8 Proveedores + empresa ancla
# De participantes	14 participantes

INDICADORES ASOCIADOS AL MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

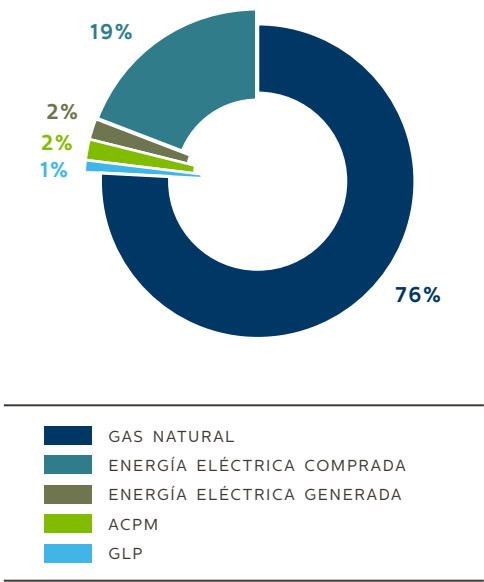
CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA - EN3

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA (TERAJOULES)



En el 2015 el consumo de energía aumentó 1% respecto al año anterior. Este incremento se debe a las acciones que se adelantaron para la regeneración de las zonas de operación minera. Los proyectos asociados al modelo de gestión eficiente de la energía, disminuyeron el consumo en 53 Tj, que representan un 2% del consumo total de Corona. De no haber implementado los proyectos, el incremento en el consumo energético habría sido de 3%. Los combustibles líquidos aumentaron su participación principalmente por la sustitución de gas natural por GLP en las épocas de restricción de suministro por el inicio de eventos de cambio climático y el ACPM en las actividades mineras

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA POR FUENTE



CONSUMO DE ENERGÍA EXTERNA - EN4

La unidad de negocio L&T contrata vehículos adicionales a los de la flota propia de Corona para el transporte de materia prima y producto terminado. El combustible consumido (ACPM) por las empresas externas corresponde a la energía utilizada fuera de la Organización.

INTENSIDAD ENERGÉTICA - EN5

UEN	GJ/T		
	2013	2014	2015
COLCERÁMICA	5,83	5,74	5,37
SUMICOL	0,22	0,21	0,20
GAMMA	19,37	17,59	18,44
LOCERÍA	19,52	19,34	23,25

INTENSIDAD ENERGÉTICA - EN5

El índice de intensidad energética refleja una mayor eficiencia por parte de los negocios de manufactura. Durante el 2015 el consumo energético global aumentó 1% mientras que la producción creció 7%. Colcerámica y Sumicol optimizaron los recursos energéticos logrando reducciones del 7% y 5%, respectivamente, por tonelada producida.

INICIATIVAS DE GENERACIÓN DE AHORRO ENERGÉTICO Y REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CARBONO EN6-EN19

En el 2015 se continuó con la implementación de iniciativas de reducción de consumo energético generando ahorros de 53Tj e impactado positivamente en la huella de carbono evitando la emisión de 14.034 ton de CO₂.

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DEL MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA 2015

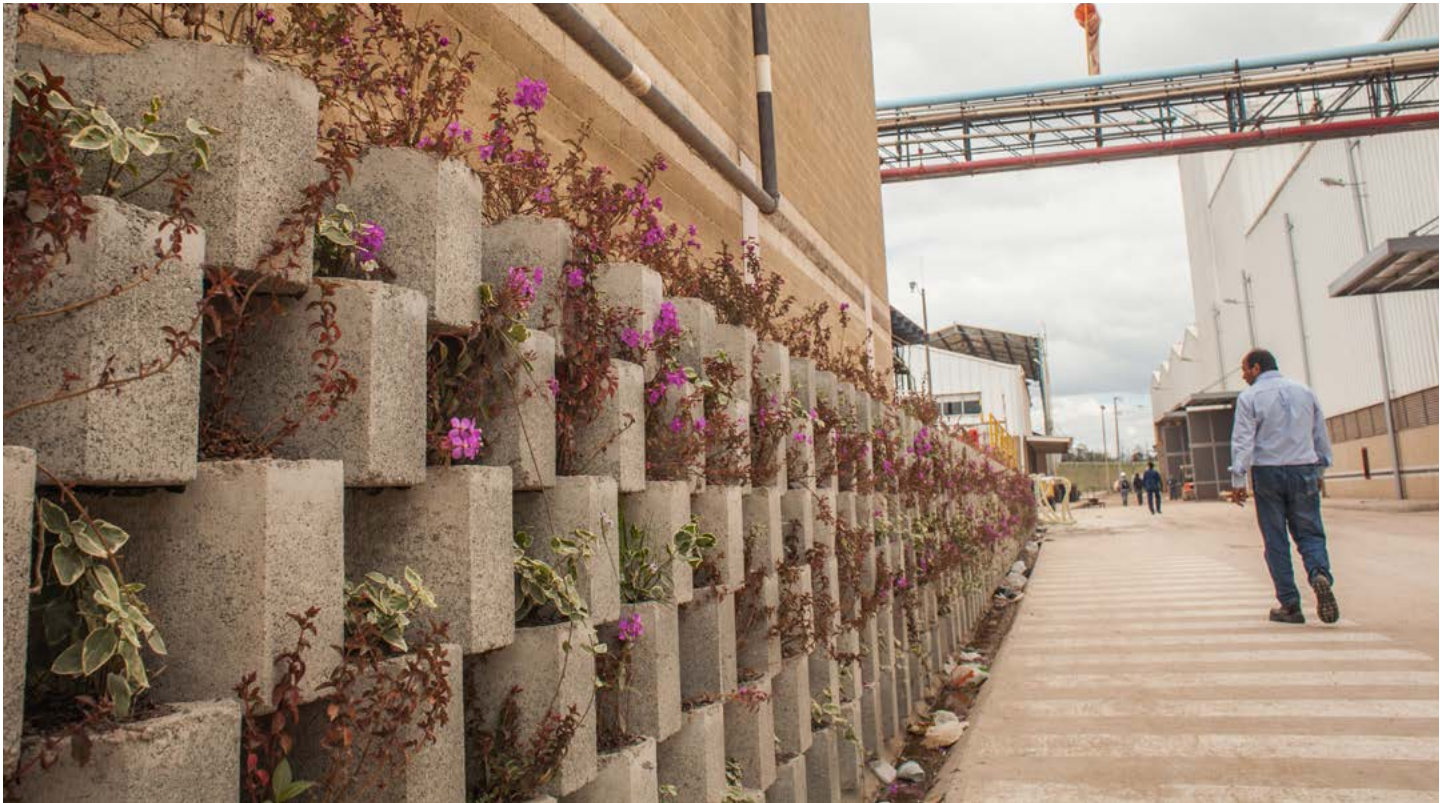
- Mejoramiento de eficiencia en los sistemas de iluminación e instalación de iluminación LED
- Optimización de sistemas de combustión en la fabricación de pisos y paredes
- Recuperación de calor residual de los hornos
- Modelo de medición de consumo energético en los negocios de retail
- Optimización de secadores y quemadores
- Instalación de motores de alta eficiencia en secadores y variadores de velocidad en compresores
- Estandarización, automatización de procesos y gestión de buenas prácticas

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

Se continúa trabajando en el objetivo de reducción de emisiones de GEI. En el 2015 las mejoras de eficiencia realizadas por las unidades de negocio generaron una reducción en el consumo energético equivalente al ahorro de emisiones de 14.034 ton de CO₂.

El alcance 1 asociado a la actividad manufacturera representa el 84% de las emisiones correspondientes al consumo

de gas natural, mientras que el alcance 2 tiene un peso del 12% dentro del total y corresponde al consumo de energía eléctrica del país, del cual los negocios de *retail* constituyen el 34%. El alcance 3, con una contribución del 3% a la huella, hace referencia a la flota de transporte que presta sus servicios a Corona pero que es propiedad de un tercero.

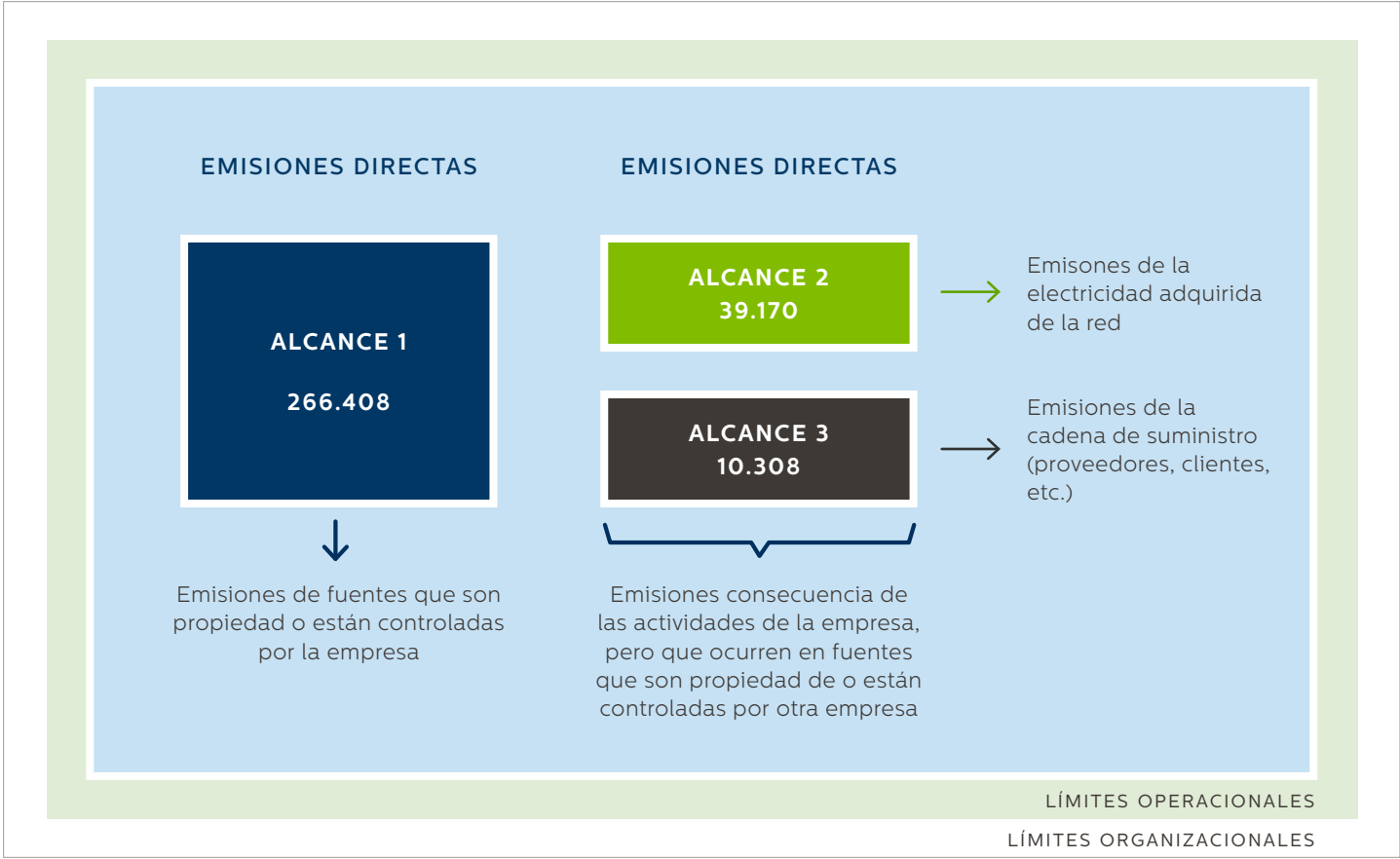


IMPACTOS SIGNIFICATIVOS DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS - EN30

CATEGORÍA TRANSPORTE	TOTAL TONELADAS DE CO2		
	2013	2014	2015
MINAS	5.743	6.074	6.600
DESPACHOS	35.783	36.148	27.265
NACIONALES	23.033	23.900	18.705
EXPORTACIÓN	7.379	6.323	3.720
IMPORTACIÓN	3.707	4.138	3.098
URBANOS	1.664	1.787	1.742
TOTAL	41.526	42.222	34.465

Las emisiones de CO₂ en el transporte de nuestra operación se compara en términos de indicador logístico de emisión que relaciona la emisión por kilómetro y tonelada transportada. En el 2015 se empezó a trabajar en el ajuste de la herramienta de medición para incluir variables de edad del parque automotor, tipo de combustible, negocio generador de la carga y conducción eficiente.

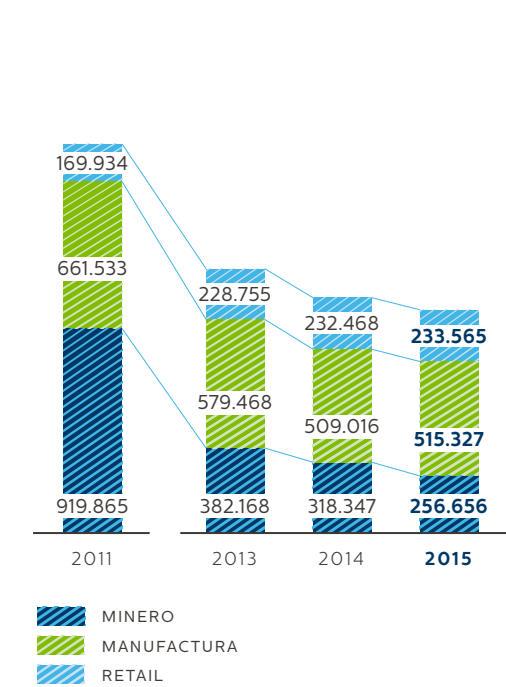
El índice de emisiones de CO₂ se redujo en 2,98 grCO₂/ton-km para los despachos y en 0,4 grCO₂/ton-km para la operación de minas.



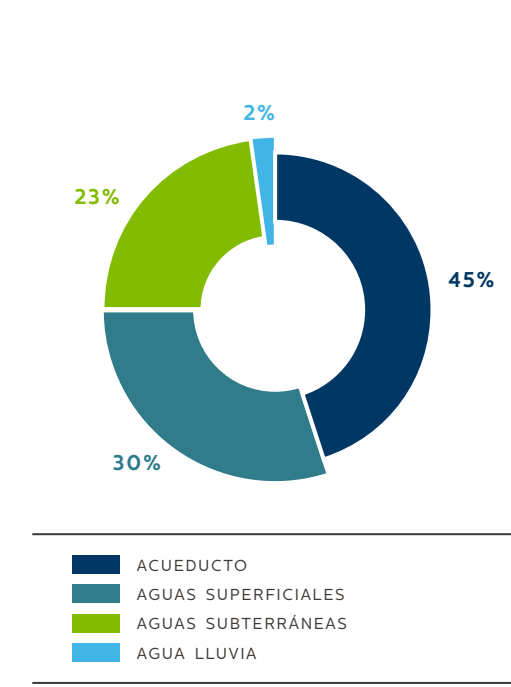
INDICADORES ASOCIADOS A LA GESTIÓN HÍDRICA

CONSUMO TOTAL DE AGUA POR FUENTE – EN8

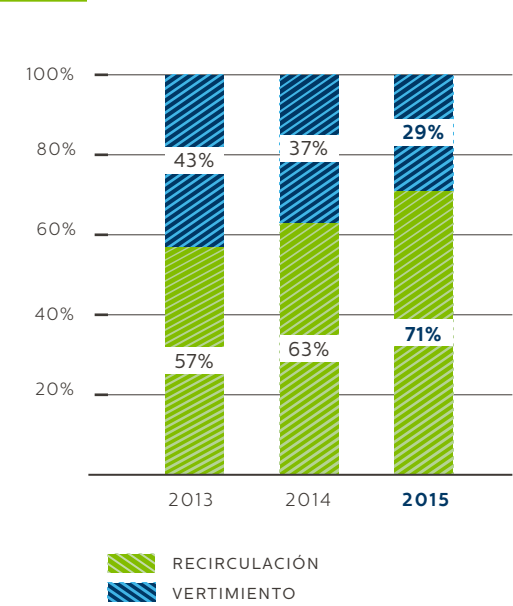
CONSUMO TOTAL DE AGUA (M3)



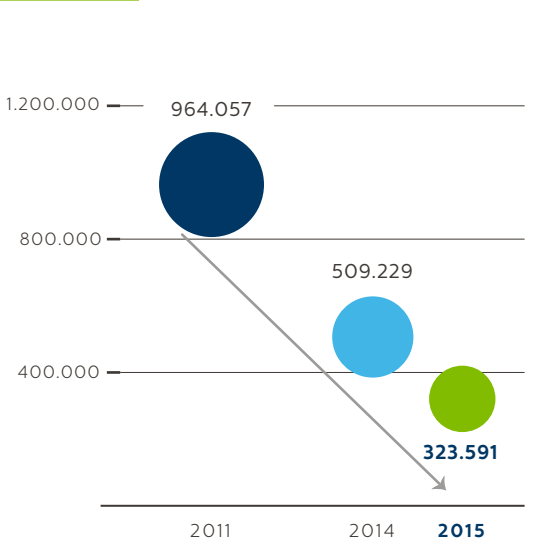
CONSUMO TOTAL DE AGUA (M3)



PORCENTAJE DE RECIRCULACIÓN/REUTILIZACIÓN DE AGUA – EN10



VERTIMIENTO TOTAL DE AGUAS RESIDUALES M3 – EN22



Nota: Se presenta un ajuste en la cifra del 2014 debido a una corrección en la información.



Planta Sopó, Cundinamarca, Colombia

Al cierre del año reportamos una reducción del 5% en el consumo hídrico respecto al año anterior. Minería disminuyó 19% por la eficacia del proceso de recirculación de agua. El negocio de manufactura continuó con estrategias de implementación de ciclos cerrados en las fábricas de producción de aisladores eléctricos, pisos y paredes en Girardota y vajillas que culminó la etapa 3 del proyecto de recirculación de agua industrial.

Aumentar el porcentaje del agua reciclada en nuestros procesos productivos significa reducir el volumen en la captación de aguas provenientes de las fuentes de abastecimiento. En el 2015 logramos incrementar en 8% la recirculación de agua en toda la Organización comparado con el año anterior. Esto permite reducir la huella gris y asimismo eliminar vertimientos a fuentes hídricas. Los procesos de manufactura aumentaron en 2% la recirculación de agua y los procesos mineros lograron un aumento del 6%.

En el 2015 se redujeron en 39,5% las aguas residuales, consolidando la eficiencia de los procesos de ciclo cerrado. Se destaca la fábrica de Vajillas que eliminó por completo su caudal de vertimientos industriales y la gestión de la manufactura en Girardota que ha logrado evitar el vertimiento del 50% de sus aguas mediante el proceso de tratamiento y aprovechamiento de las mismas.

OPERACIÓN INTERNACIONAL CONTROLADA POR CORONA

Se inició el reporte de la operación de Corona en Estados Unidos y Centroamérica con los consumos de energía y agua de Mansfield e Incesa. Para el 2015 se incluye la operación de Porcelana Corona México.

› CONSUMO ENERGÉTICO (TJ) DE LA OPERACIÓN INTERNACIONAL –EN3

OPERACIÓN MANUFACTURERA INTERNACIONAL

UEN	2014	2015
MANSFIELD	477	452
COSTA RICA	97	-
GUATEMALA	40	147
NICARAGUA	109	115
MÉXICO	-	554
TOTAL	722	1,269

La operación internacional controlada por Corona durante el 2015 reportó un consumo energético de 1.269 TJ. La consolidación de los reportes de estas operaciones se continuará replicando en estos negocios para incluir el modelo de eficiencia energética colombiano.

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

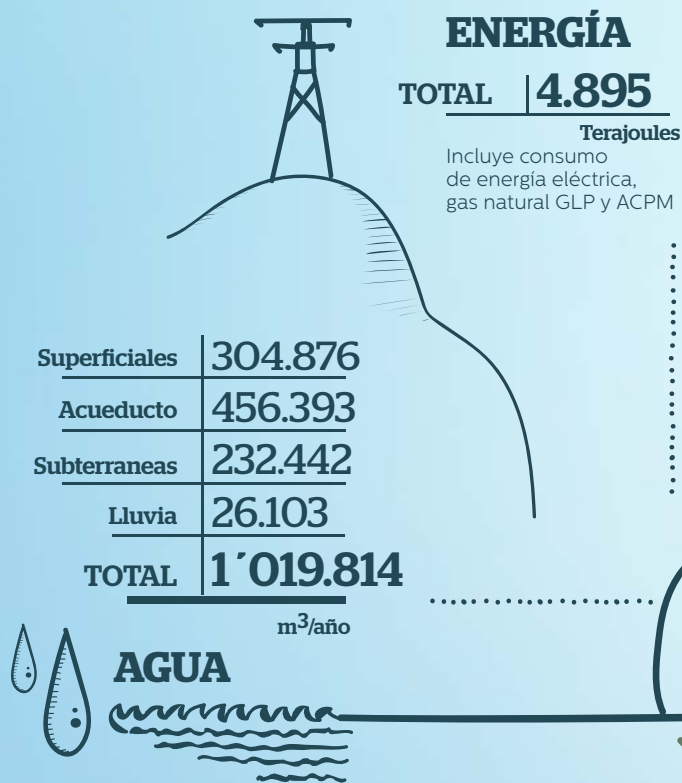
UEN	2014	2015
MANSFIELD	203.501	164.388
COSTA RICA	34.554	-
GUATEMALA	2.322	-
NICARAGUA	25.604	41.972
MÉXICO	-	98.490
TOTAL	265.981	304.850

El consumo reportado para el periodo 2015 es de 206.360 m3. La operación internacional se encuentra en la fase de estabilización del proceso de consolidación de información en consumos hídricos y volumen de agua recirculada.



Reserva La Unión, Antioquia, Colombia

Balance AMBIENTAL



Reducción GEI 14.034 Toneladas

Ahorro de energía 53 Terajoules

Agua reciclada o recirculada 1'896.344 m³/año



- PRODUCCIÓN
- TOTAL 2'317.241 Toneladas
- 664.212

Colcerámica

19.118

Vajillas

16.960

Minerales Industriales

1'581.180

Sumicol

21.614

Corlanc

4.973

Gamma

9.184

Erecos
- GEI: Gases efecto invernadero

SOx: Óxidos de azufre

NOx: Óxidos de nitrógeno

ARI: Aguas residuales industriales

SST: Sólidos suspendidos totales

DBO: Demanda biológica de oxígeno
- RESERVA NATURAL DE LA UNIÓN
- 106
- 107



Reserva Arcabuco, Boyacá, Colombia

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					6
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN							
G4.3	Reporte el nombre de la organización.	Organización Corona S.A.					
G4.4	Reporte las principales marcas, productos y servicios.	*Parte general: Descripción de las UEN *Promesa Cliente y crecimiento					26 – 30 / 46 – 51
G4.5	Reporte la localización de la casa matriz.	Calle 100 No 8A – 55 Torre C Piso 9 – PBX 6446500 Bogotá – Colombia					
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: http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/perfil-corporativo					
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: <ul style="list-style-type: none">• Número de empleados.• Número total de operaciones.• Ventas netas o ingresos.• Cantidad de productos o servicios que ofrece.	* Parte general: Corona en cifras * Unidades Estratégicas de Negocio					12 – 13 / 26 – 30
G4.10	Reportar la siguiente información laboral: <ul style="list-style-type: none">• Reporte el número total de empleados por contrato y género.• Reporte el número total de empleados por región y género.		2014	2015	% 2014–2015		
		A término indefinido	14.889	15.557	4,5%		
		A término fijo	36	59	63,9%		
		TOTAL EMPLEADOS DE LA ORGANIZACIÓN	14.925	15.616	4,6%		
G4.11	Reporte el porcentaje de empleados cubiertos por una convención colectiva.	30,9% del total de trabajadores estan cubiertos por Acuerdo Colectivo de Trabajo.					

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE		PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
G4.12	Describa la cadena de proveedores de la organización.	La cadena de abastecimiento de Corona está compuesta por proveedores y contratistas para la prestación de servicios de acuerdo a los atributos requeridos por cada UEN o corporativamente. Así mismo, de materias primas y otros insumos que son parte de la cadena de producción para la elaboración de los diferentes productos que la compañía ofrece.			
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.	* Apertura de la Operación de Sanitarios en México * Cierre de la operación de sanitarios en Costa Rica			
G4.14	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Ser responsables con el medio ambiente - Cambio Climático88, 89			
G4.15	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apoye.	Los proyectos y programas sociales corporativos se encuentran enunciados en la Promesa 5: Impulsar el Desarrollo Social.72 - 81			
G4.16	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	<div><div>Aliados: Organizaciones No Gubernamentales: Corporación Transparencia por Colombia, Fundación Endeavor, Corporación Ocasá, Corporación Excelencia en la Justicia, Consejo Privado de Competitividad, Best Buddies, Fundación Corona, Red Local Pacto Global, Prodeocsa, Prodensa, Prosur, Proaburrá Norte, Fundación Liderazgo y Democracia, Instituto de Ciencia Política, Consejo Colombiano de Construcción Sostenible - CECODES, Corporación Empresarial de Oriente, Fundación ProBogotá, Fundación Paz y Bien.</div><div>Educación: Colegio Gabriel Echavarría Colegio Tercer Milenio</div></div>			
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.			

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE		PÁGINA/RESPUESTA		OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA																																																																	
G4.18	Explicar el proceso para definir el contenido del reporte y los aspectos a reportar.	<ul style="list-style-type: none">• Enfoque estratégico de nuestra organización• Nuestras promesas• Matriz de materialidad																																																																					
G4.19	Listar todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido del reporte.	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<div>COBERTURA DE ASUNTOS MATERIALES</div> <table><tr><th rowspan="2">ASUNTOS MATERIALES CORONA</th><th colspan="2">GRUPOS DE INTERÉS</th></tr><tr><th>INTERNO</th><th>EXTERNO</th></tr><tr><td>Satisfacción del Cliente</td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>Adquisiciones y apertura de nuevos negocios</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Crecimiento en Ventas</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Optimización de costos y gastos</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Transformación Tecnológica Industrial</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Ambiente Laboral</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Mejoramiento Calidad de Vida de Colaboradores y familias</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Gestión del Talento</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Salud y Seguridad Ocupacional</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Productos y servicios innovadores.</td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>Transformación de procesos y Tecnología Informática</td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>Mejores prácticas organizacionales</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Desarrollo de Cultura de Innovación</td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>Recursos naturales</td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>Cumplimiento Legal</td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>Ecoeficiencia</td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>Productos Responsables con Medio Ambiente</td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>Cambio Climático</td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>Desarrollo Proveedores en temas de Sostenibilidad</td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>Mejoramiento Calidad de Vida Comunidades</td><td></td><td>✓</td></tr></table>					ASUNTOS MATERIALES CORONA	GRUPOS DE INTERÉS		INTERNO	EXTERNO	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	✓	✓	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		✓
ASUNTOS MATERIALES CORONA	GRUPOS DE INTERÉS																																																																						
	INTERNO	EXTERNO																																																																					
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	✓	✓																																																																					
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		✓																																																																					
G4.21	Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización.																																																																						
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.	<p>* En el indicador SO1 se ajusta la cifra \$6,244,836,113 reportada en 2014 como Total Invertido de Proyectos. La diferencia de \$512 M corresponde a programas de bienestar para colaboradores. El valor ajustado para 2014 es de \$5.732.329.487.</p> <p>* Los valores reporados en el indicador ecómico EC1 de 2014 cambian pues a partir de 2015 se reporta con metodología IFRS y es necesario recalcular las cifras para hacerlas comparables.</p> <p>* Se revisa formulación para el indicador CR 10 - ILI evidenciando que el dato de 1,91, cambia por 0,24</p>																																																																					
G4.23	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados del informe.																																																																						

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			23
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			23
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. Anualmente se realiza cronograma de diálogos para las diferentes localidades según acuerdos y agendas locales con cada grupo de interés.			24, 25
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. Los principales temas de interés que surgieron en los diálogos que tuvimos con las comunidades en el año 2015 fueron creación de empleo, necesidad de apoyo en proyectos para el mejoramiento del municipio y molestias causadas por las operaciones. Para atender a estos y otros temas se crearon grupos de trabajo al interior de la empresa y grupos de seguimiento con la comunidad, se le dio trámite a las solicitudes y/o molestias expresadas y se le entregó información adicional a la comunidad para desvirtuar imaginarios equivocados sobre las operaciones de la compañía”.			
PERFIL DEL REPORTE					
G4.28	Periodo cubierto por la información incluida en el informe.	Acerca del informe - Alcances y límites			10, 11
G4.29	fecha mas reciente del informe anterior.	2014			
G4.30	Ciclo de reporte (Anual-Bianual).	Anual			
G4.31	Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	pcuellarm@corona.com.co			
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”.			
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			
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.co/nuestra-empresa/quienes-somos/gobierno-corporativo Los temas económicos, sociales y ambientales hacen parte de la estrategia de Corona, debido a esto, se le hace seguimiento en los Comité de Presidencia, Consejo Corporativo y Comité Corporativo de Sostenibilidad.			

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			
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.	En 2015 fue creada la Dirección de Asuntos Externos y Regulatorios que es responsable de implementar el sistema de relacionamiento y hacerle seguimiento a los asuntos relevantes manifestados por los grupos de interés. Esta Dirección reporta a la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos.			
G4.38 Reportar la composición de la alta dirección y su comités: <ul style="list-style-type: none">• 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 5 miembros independientes y 4 miembros dependientes que son elegidos por la Asamblea General de Accionistas por un período de 1 año. El Consejo está conformado en un 100% por hombres.			
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.			
G4.40 Reportar acerca del proceso de nominación y selección de miembros de la alta dirección y sus comités. Tener en cuenta en la selección cómo: <ul style="list-style-type: none">• La diversidad es considerada.• La independencia es considerada.• La experiencia en temas económicos, sociales y ambientales es considerada.• Los accionistas se ven involucrados.	En el proceso de selección de miembros de alta dirección se tienen en cuenta aspectos de experiencia en temas económicos, sociales y ambientales, así como también diversidad e independencia de los candidatos.			
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.			
G4.42 Reportar el rol del máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos en el desarrollo, aprobación y actualización del propósito, valores, misión, estrategias, políticas y metas relacionadas a impactos económicos, sociales y ambientales.	Comité de Presidencia propone y Consejo Corporativo aprueba			

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE	PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
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.			
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			
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, para temas ambientales y sociales. Comité de Presidencia: para temas económicos.			
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, para temas ambientales y sociales. Comité de Presidencia: para temas económicos.			
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 dos meses, esto incluye los temas económicos, sociales y ambientales.			
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 y Vicepresidencia de Asuntos Corporativos			
G4.49 Reportar el proceso para comunicar temas críticos al máximo órgano de gobierno.	Los temas críticos son expuestos por las gerencias de las diferentes áreas en los comités de Presidencia y allí se toman decisiones, estrategias y planes de acción.			
G4.51 Reportar las políticas de remuneración para el máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos: <ul style="list-style-type: none">• 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			

ASPECTOS GENERALES DE REPORTE	PÁGINA/RESPUESTA	OMISIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	PÁGINA
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			
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>			
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.			
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.			

CONEXIÓN INDICADORES ASUNTOS MATERIALES CORONA 2015

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, 41
MEJORES PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES	No aspecto GRI asociado	CR13	Total inversión en I+d+i/ Ventas	Indicador promesa INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS		√		45
		CR14	Número de Proyectos KIT Corona	Optimización de costos y gastos - Indicadores 2015				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		√		43
TRANSFORMACIÓN PROCESOS Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA	No aspecto GRI asociado	CR12	Avances en la implementación ERP-SAP	Transformación de procesos y tecnología informática - proyecto SAP		√		39
CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES								
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Etiquetado de productos y servicios	PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción del cliente	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores		√		49
ADQUISICIÓN Y APERTURA DE NUEVOS NEGOCIOS	No aspecto GRI asociado	CR1	Ventas anualizadas de los nuevos negocios	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores		√		49
CRECIMIENTO EN VENTAS	No aspecto GRI asociado	CR2	Total ventas año 2015 / Total ventas año anterior	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores				49
CRECIMIENTO ECONÓMICO	Aspecto GRI asociado	EC1	Ventas Netas	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores				51
			Utilidad Neta	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores				51
			Impuesto de Renta Causado	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores				51
	Aspecto GRI asociado	EC3	Monto total de pensiones total o parcialmente a cargo de la empresa	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores				51
	Aspecto GRI asociado	EC4	Incentivos, bonificaciones fiscales, subsidios	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores				51
PRESENCIA EN EL MERCADO	Aspecto GRI asociado	EC5	Total salarios pagados a trabajadores propios a termino indefinido y fijo	Promesa CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES - indicadores				51
			Salario mínimo mensual básico de la empresa (en pesos)	OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y GASTOS - indicadores				51

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
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		√		55, 58
TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL	No aspecto GRI asociado	CR4	Avances en proyectos de eficiencia en manufactura y optimización de procesos	Transformación Tecnológica Industrial - ejecución de 20 proyectos estratégicos		√		55 - 57
PROMOVER A NUESTRA GENTE								
MEJORAMIENTO CALIDAD DE VIDA DE COLABORADORES Y FAMILIA	Desempeño económico	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. En Millones de pesos.	Monto total de pensiones total o parcialmente a cargo de la empresa: \$3.011 Millones.		√		
	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.	Promesa PROMOVER A NUESTRA GENTE				69
	No aspecto GRI asociado	CR6	Índice de calidad de vida y avance en programas de beneficio a colaboradores	Promesa PROMOVER A NUESTRA GENTE		√		63
AMBIENTE LABORAL	No aspecto GRI asociado	CR5	Resultados de la encuesta GPTW comparada con años anteriores	Promesa PROMOVER A NUESTRA GENTE		√		66
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 evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por genero.	Desarrollo del talento - Empleados con evaluación de desempeño.				71
		CR7	Liderazgo- Total colaboradores formados como lideres y avances en los programas	Desarrollo del talento - Modelo de Gestión de Compromisos				65
		CR8	Liderazgo - Cargos criticos cubiertos con talento propio.	Desarrollo del talento - tasa de cubrimiento cargos críticos con Talento Propio				63
	Anticorrupción	SO4	Comunicación y entrenamiento en procedimientos y políticas anticorrupción.	El 100% del personal que se vincula con las empresas recibe en el curso de Inducción, temas de Prevención LA/FT. En 2015 se realizó la capacitación anual de prevención de LA/FT en el tema de Señales de Alerta a 1.892 personas identificadas con cargos sensibles frente al riesgo de LA/FT.		√		

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
SALUD Y SEGURIDAD OCUACIONAL	Salud y seguridad ocupacional	LA5	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados.	Promesa PROMOVER A NUESTRA GENTE				69
	Salud y seguridad ocupacional	LA6	Taza de accidentalidad y Ausentismo	Salud y Seguridad Ocupacional - Tasa de accidentalidad y Ausentismo <ul style="list-style-type: none">• Total días perdidos por accidnete de trabajo: 7.608• Total días perdidos por enfermedad común: 86.324• Total días perdidos por enfermedad laboral: 1.277• Número de enfermedades laborales nuevas': 69• Número de accidentes mortales: Cero (0)				70
	No aspecto GRI asociado	CR9	Indice de Ausentismo Laboral	<div>20142015</div> <div>ÍNDICE AUSENTISMO LABORAL0,00200,0021</div>				
		CR10	ILI - Índice de Lesión Incapacitante	Promesa PROMOVER A NUESTRA GENTE				63
							✓	

IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

MEJORAMIENTO CALIDAD DE VIDA COMUNIDADES	Comunidades Locales	SO1	Programas y Proyectos Sociales gestionados durante el periodo	2014		2015		VALOR INVERTIDO	
				CATEGORÍA	VALOR INVERTIDO	ENTIDADES BENEFICIADAS	VALOR INVERTIDO	ENTIDADES BENEFICIADAS	COMPARATIVO 2014-2015
				CAPACITACION A INFLUENCIADORES	2.150.000.000	215.214	1.384.890.419	189.951	-36%
				VIVIENDA - DONACIONES DE PRODUCTO	2.222.353.286	446	2.037.283.122	352	-8%
				PROYECTOS SOCIALES	537.223.570	6341	909.262.812	7.569	69%
				PROGRAMAS DE BIENESTAR COLABORADOR - FAMILIA	86.327.228	1.701	65.587.538	1.563	-24%
				PROYECTOS AMBIENTALES	265.170.699	25.000	34.411.200	240	-87%
				PROYECTOS DE EDUCACIÓN	471.254.704	699	314.887.600	120	-33%
				TOTAL GENERAL	5.732.329.487	249.401	4.746.322.691	199.795	-17%
				* El principal rubro que disminuye en 2015 es el programa Capacitación a Influenciadores que obedece a que en 2014 se hizo el relanzamiento del programa en las tiendas Home-center.					
	SO6	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario	En 2015 Corona realizó una donación en dinero a la Fundación Causa Noble por valor de \$50 millones de pesos						
	CR16	Total Horas de Voluntariado	Promesa IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL				√	78, 79	
	CR17	Donaciones en Dinero y especie - Total donado a entidades	Promesa IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL					75	
	CR18	Desarrollo de alianzas estratégicas - Descripción de programas desarrollados en alianza con entidades público privadas e impacto generado.	Promesa IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL				√	76	
	Consecuencias económicas indirectas	EC7	Desarrollo e impacto de inversiones en infraestructura y servicios prestados.	En 2015 la Dirección de Asuntos externos asume la responsabilidad y se espera contar con la evaluación en 2016.					

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: 79,0% Proporción compras Extranjero: 21,0%				
	Mecanismos de denuncia	SO11	Número de quejas sobre impactos en sociedad reportadas, revisadas y resueltas a través de mecanismos formales de denuncia.	Duranta el 2015 no se presentaron quejas.				
	No aspecto GRI asociado	CR19	Evaluación de proveedores en temas de sostenibilidad.	Promesa IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL		√		75, 80
SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE								
RECURSOS NATURALES	Materiales	EN1	Materiales por peso y volumen.	Consumo total de 2.364.343 toneladas de materia prima virgen lo que representa un aumento del 15% con respecto al año anterior, con un aumento en la producción en 10%.				
	Energía	EN3	Consumo de energía en la organización.	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Consumo de energía total		√		98, 104
		EN4	Consumo de energía por fuera de la organización.	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética- Consumo de energía externa. A partir del 2015 se unifico en el modelo de cálculo las emisiones de la flota de transporte de terceros y se incluyó en el indicador EN 30. No hemos construido línea base para este indicador y no está previsto en el corto plazo.				98
	Agua	EN8	Consumo de agua total por fuente.	Indicadores asociados al modelo de gestión hídrica - Consumo total de agua por fuente		√		102, 104
	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.				
	Biodiversidad	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Recursos Naturales: Reserva de la sociedad civil en Parques Nacionales Naturales de Colombia con una extensión de 7,42 hectáreas.				94

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
CUMPLIMIENTO LEGAL	Efluentes y resi- duos	EN22	Vertidos totales de aguas residuales, por su calidad y destino.	Indicadores asociados al modelo de gestión hídrica - Verti- miento total de aguas residuales				103
	Efluentes y residuos	EN23	Peso total de residuos, por tipo y metodo de disposición.	Se generaron 59.311 toneladas de residuos, presentando una disminución del 21% con relación al año anterior. La gestión adelantada por Corona para valorizar los residuos corres- ponde al 40%, con estrategias de reutilización interna (pas- tas cerámicas, esmaltes y roturas) y valorización de residuos aprovechables como plástico, zuncho, cartón y vidrio que se venden o entregan a terceros donde se convierten en mate- ria prima para otras empresas. Los residuos peligrosos co- rresponden al 1% y su disposición es monitoreada por medio de auditorias a proveedores para evidenciar el cumplimiento de licenciamiento, almacenamiento, trasporte y disposición final. Los residuos no peligrosos son enviados a rellenos sa- nitarios por las entidades prestadoras del servicio de aseo.		✓		
	Efluentes y resi- duos	EN24	Número total y volumen de derrames signifi- cativos.	Se presentaron 81 incidentes ambientales de tipo derrame, el 62% corresponden a Homecenter por sustancias como pinturas, shampoo para vehículos, y algunos detergentes, el 35% son derrames presentados en Vajillas asociados a pasta colaje, pasta atomizada y algunas contingencias en la planta de tratamiento de agua. Los incidentes se controlaron y se monitorearon con planes de mejoramiento para reducir los riesgos de derrame de sustancias. *Incidente ambiental: Cualquier evento donde se genere un derrame sin control que no afecta ningún recurso natural interno o externo y se corrige de manera inmediata, son no significativos, de corrección inmediata.				
	Cumplimiento	EN29	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	No se presentan sanciones monetarias durante el periodo reportado.				
	General	EN31	Desglose de los gastos e inversiones ambien- tales	El gasto ambiental 2015 fue de COP 5.971 MM disminu- yo 44% comparado con el año anterior, la menor ejecución se soporta en la disminución de mediciones isocinéticas (se realizan cada dos años), menor disposición de residuos y menores costos de tratamientos de agua. La inversión am- biental del 2015 incluyó la remodelación de los centros de acopio, proyectos de eficiencia energética y sistemas de tra- tamiento de aire en la ampliación del proceso productivo de la Planta Madrid.				
	CUMPLIMIENTO LEGAL	Evaluación ambiental proveedores	EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que han sido evaluados usando criterios ambientales.	Durante el 2015 se inicio el piloto para incluir componentes de sostenibilidad en la oferta de valor para Corona y se logro cerrar proceso con 3 proveedores nuevos, los componentes incluidos en sostenibilidad fueron los siguientes: 1. Evaluación en temas de sostenibilidad teniendo en cuenta la triple cuenta de resultados. 2. Servicio de recogida y disposición de equipos obsoletos y que hayan cumplido su ciclo de vida. 3. Evaluación del consumo de energía en equipos ofertados por los proponentes.			
	Mecanismos de denuncia	EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto median- te mecanismos formales de reclamación.	No se presentan reclamaciones ambientales durante el pe- riodo reportado.		✓		

ASUNTOS MATERIALES CORONA	ASPECTO GRI	INDICADORES (GRI, PROPIOS)	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	OMISIÓN	VERIFICACIÓN EXTERNA	OBSERVACIÓN	PÁGINA
ECOEficiencia	Materiales	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	El porcentaje de uso de materias provenientes del reciclaje fue de 3,06% del total de consumo de materias primas.		✓		
	Energía	EN5	Intensidad energética.	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Intensidad energética.				99
	Agua	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Indicadores asociado a la gestión hídrica - Porcentaje de re-circulación/reutilización de agua Reducción de la huella gris por implementación de ciclos cerrados en Vajillas y Colcerámica Girardota.				90, 91 / 103
CAMBIO CLIMÁTICO	Energía	EN6	Reducción del consumo energético	Modelo de eficiencia energética.		✓		88, 89
	Emisiones	EN15	Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 1)	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Emisiones directas e indirectas de gases efecto invernadero		✓		86, 87
		EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)					100
		EN17	Otras emisiones indirectas de gases efecto invernadero (Alcance 3).					100
		EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero		<div>EMISIONES ESPECÍFICAS DE CO2 POR TONELADA PRODUCIDA CORONA INDUSTRIAL</div>  <p>Para el 2015, la intensidad de emisiones de GEI para Corona Industrial fue de 0,215 Ton CO2 por tonelada producida. Este valor no incluye L&T, minería, ni retail (Homecenter y Almacenes Corona). Con respecto del índice de emisiones del año pasado se recalculó ya que no reflejaba la realidad de la organización.</p>			
		EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	Modelo de eficiencia energética		✓		88, 89
		EN20	Emisiones de sustancias que agota el ozono	Estas emisiones no son significativas . Representan menos del 0,5% en el cálculo de la huella de carbono.				
		EN21	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire.	El consumo de energía térmica se obtiene de la combustión de gas natural, razón por la cual las emisiones de óxido de azufre (SOx) son bajas; 1,10 toneladas. Las emisiones de los óxidos de nitrógeno (NOx) se minimiza con la tecnología de quemadores usada en los hornos.				106, 107
	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.	*Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - impactos significativos del transporte de producto.				101

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	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	Al cierre del 2015 el portafolio consolidado de Sanitarios Corona tiene un consumo de agua de 3,8 litros/descarga. Si lo comparamos con el referente internacional de aparatos sanitarios de 6 litros/descarga, obtenemos un ahorro de más de 36% en el consumo hídrico de agua potable. Si estos productos se usaran de manera intensiva en Colombia, se podría ahorrar en la huella hídrica nacional casi 1 Millón de m³ al año. Esto indicaría que con este ahorro se podría abastecer de agua potable a más de 470.000 hogares colombianos.		✓		



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

Responsabilidades de la Dirección de Prodeco y de Deloitte

- La preparación del informe de sostenibilidad, 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 2016

Una firma miembro de
Deloitte Touche Tohmatsu

Informe de revisión independiente

Revisión independiente del Informe Sostenibilidad de la Organización Corona 2015.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos de la informe de sostenibilidad del año 2015 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 para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar la informe.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el informe.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección 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.
- Visitas a las diferentes operaciones de la Organización Corona, para verificar la gestión realizada de los indicadores a reportar.

Confirmación que el Informe de sostenibilidad es preparado “de acuerdo” con la versión GRI G4, en su opción “Esencial” (“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. Se reportaron los siguientes indicadores generales requeridos: G4-1, G4-3 a G4-34, y G4-56. Adicionalmente, se reportaron, de forma voluntaria, los siguientes indicadores de gobierno corporativo y de ética: G4-35 a G4-55, G4-57 y G4-58.

Aspectos específicos

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

Asuntos materiales	Indicador GRI y/o propios Corona (CR)
Productos y servicios innovadores	*CR11 Descripción de nuevos productos.
Mejores prácticas organizacionales	*CR13 Porcentaje de inversión en I+d+i/ Ventas
Desarrollo de Cultura de Innovación	*CR15 Planes de acción de las UEN en pro de llegar a la cultura innovadora deseada
Transformación de procesos y Tecnología Informática	*CR12Avances en la implementación ERP-SAP
Satisfacción del Cliente	*G4-PR5 Resultados de las encuestas para medir la satisfacción del cliente.
Adquisiciones y apertura de nuevos negocios	*CR1 Ventas anualizadas de los nuevos negocios.
Optimización de costos y gastos	*CR3 Proyectos y gestión encaminada a la reducción y control de gastos
Transformación Tecnológica Industrial	*CR4 Avances en proyectos de eficiencia en manufactura y optimización de procesos
Ambiente Laboral	*CR5 Resultados de la encuesta GPTW comparada con años anteriores
Mejoramiento Calidad de Vida de colaboradores y familia	*CR6 Índice de calidad de vida y avance en programas de beneficio a colaboradores
Desarrollo del talento	*G4-LA9 Promedio de horas de formación al año por empleado, por género y desglosado por categoría de empleado.
	*G4-SO4 Comunicación y entrenamiento en procedimientos y políticas anticorrupción.
Salud y Seguridad Ocupacional	*G4-LA6Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.
	*CR10 ILI - Índice de lesión incapacitante
Desarrollo Social	*CR16 Voluntariado Corporativo - Horas de voluntariado
	*CR18 Desarrollo de alianzas estratégicas - Descripción de programas desarrollados en alianza con entidades público privadas e impacto generado
Desarrollo de Proveedores en temas de Sostenibilidad	*CR19 Evaluación de proveedores en temas de sostenibilidad.
Recursos Naturales	*G4-EN3 Consumo de energía en la organización
	*G4-EN8 Consumo de agua total por fuente
Cumplimiento Legal	*G4-EN23 Peso total de residuos, por tipo y método de disposición

	*G4-EN34 Número de quejas sobre impactos ambientales reportadas, revisadas y resueltas a través de mecanismos formales de denuncia.
Ecoeficiencia	*G4-EN2 Porcentaje de materiales usados que provienen de material reciclado.
Cambio Climático	*G4-EN6 Reducciones en el consumo de energía.
	*G4-EN15 Gases efecto invernadero (Alcance 1).
	*G4-EN19 Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero
Productos responsables con el medio ambiente	*G4-EN27 Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios

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.

Observaciones principales & recomendaciones frente a principios GRI y WBCSD¹

Recomendaciones:

En los temas de Formación y Salud y Seguridad Ocupacional es conveniente contar con una base estándar para la recolección con el fin de facilitar que se reporte de manera más unificada tanto las horas de formación como las horas hombre trabajadas, así como la auditoría de la información.

ANEXO 1 Declaración de independencia

Deloitte es una de las mayores empresas en la prestación de servicios profesionales en auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero y de sostenibilidad a organizaciones públicas y privadas de diversas industrias. Con una red global de Firmas miembro en más de 185 países, Deloitte brinda sus capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes. Aproximadamente 210.000 profesionales se comprometen a ser estándar de excelencia.

Confirmamos nuestra independencia de la Organización Corona. Todos nuestros empleados realizan actualizaciones anuales a la Política de Ética donde puntualmente declaramos que no tenemos conflictos de interés con la Organización Corona, sus subsidiarias y sus grupos de interés.

¹ Del inglés: “World Business Council for Sustainable Development” (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible).

corona

WWW.CORONA.CO