

# INFORME ANUAL DE SOSTENIBILIDAD



2016

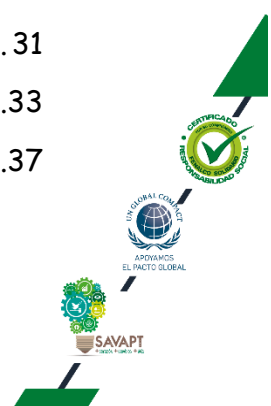


**Canal Digital S.A.**  
DISTRIBUIDOR MAYORISTA

# Informe de Sostenibilidad 2016

## Tabla de Contenido

Mensaje CEO .....	4
Nuestra organización .....	7
Misión .....	8
Visión .....	8
Propiedad y forma jurídica .....	10
Nuestro Equipo de Trabajo .....	10
Nuestros trabajadores.....	12
Cadena de Abastecimiento .....	13
Cambios trascendentales .....	13
Gestión de Riesgo .....	14
Comité de Administración del Riesgo (CAR) .....	15
Iniciativas Externas .....	15
Asociaciones y Alianzas.....	16
ESTRATEGIA.....	17
Tres Grandes Retos.....	17
ÉTICA E INTEGRIDAD .....	21
Nuestros Valores y Principios .....	21
Reglamento Interno del Trabajo /Normas de Conducta.....	21
GOBERNANZA.....	24
Gobierno corporativo .....	24
PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES .....	25
Grupos de Interés:.....	25
Elaboración del Informe .....	31
Materialidad .....	33
Nuestra estrategia de Sostenibilidad.....	37



ECONOMICO.....	45
Riesgos y oportunidades derivados del cambio climático .....	45
Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación. ....	46
Inversiones en infraestructuras .....	47
Impactos económicos indirectos Significativos .....	48
Gasto en Proveedores .....	48
Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción .....	49
AMBIENTAL.....	50
Nuestra Huella de Carbono .....	50
Gestión Ambiental.....	51
Gestión de residuos .....	53
Manejo Ambiental de RAEES: DIGITAL GREEN.....	54
SOCIAL .....	56
Beneficios a empleados de tiempo completo.....	57
Beneficios a los colaboradores.....	60
Permiso Parental.....	60
Salud y Seguridad en el trabajo.....	62
Formación y enseñanza .....	63
Diversidad e Igualdad de oportunidades.....	65
Salario.....	66



## MENSAJE CEO



En Canal Digital SA ser sostenible es fundamental para generar prosperidad colectiva en los lugares donde

tenemos influencia, inclusive con trascendencia a nivel nacional e internacional. El progreso para nosotros está basado en la sostenibilidad del negocio y de su entorno, por lo tanto, nuestras metas económicas están ligadas con las sociales y ambientales.

El progreso genera desafíos constantes. Nuestro mundo está enfrentado a retos importantes, incluyendo el cambio climático, el difícil acceso a educación de calidad, las desigualdades económicas y de género y las prácticas laborales

injustas. Todos en la cadena estamos llamados a preservar los recursos para ser sostenibles. Por lo tanto, nos hemos propuesto seis desafíos para la sostenibilidad con el fin de mejorar nuestro entorno social, ambiental y económico.

Estos seis desafíos hacen parte de los diecisiete objetivos de desarrollo planteados en la agenda 2030 de las naciones unidas, los cuales, serán nuestra contribución a la sostenibilidad. A través de ellos buscamos hacer cambios positivos en la Salud y Bienestar de nuestros empleados, con un constante proceso de capacitación, profesionalización y plan de carrera y desarrollo de los mismos. Buscamos la reducción de nuestra huella de carbono, en pro de reducir los impactos negativos en el ambiente.

**Queremos impactar positivamente** la vida de los ecosistemas terrestres sembrando conciencia y responsabilidad ambiental. Seguiremos buscando alianzas con el fin de unirnos con organizaciones mundiales con las que realicemos procesos de cambio para aportar al desarrollo sostenible.

El viaje de nuestros sueños comenzó hace unos años. Primero empezamos a luchar por la **sostenibilidad de las compañías**. Empezamos a trabajar en diferentes áreas para mejorar la estructura interna, dado que de nada nos sirve mirar un entorno sano si no empezamos por casa. Aquí desarrollamos un trabajo arduo con el equipo interno con el fin de generar bases sólidas de un negocio sostenible a largo plazo. Estamos muy comprometidos con el cumplimiento base de la legislación colombiana y todas las leyes que rigen nuestro negocio. Luego buscamos el aporte a nuestra sociedad más cercana. Soñamos con apoyar poblaciones vulnerables y empezamos a apoyar fundaciones de niños en situación de vulnerabilidad.



Así, logramos aportar al desarrollo profesional y laboral de personas con recursos limitados que quisieron aportar a la sociedad y cumplir metas conjuntas. Luego soñamos con **apoyar el planeta** reduciendo nuestro impacto ambiental de los residuos en desuso que son fuente de nuestros ingresos, y cuyo final de vida es algo en lo que debemos estar pensando. Fue entonces cuando en el año 2012 creamos nuestro programa ambiental **Digital Green**, un colectivo de recolección de aparatos y residuos eléctricos y electrónicos, con el que hemos venido desarrollando alianzas a nivel nacional para posicionarlo y así reducir el impacto ambiental. Buscamos involucrar a toda la cadena de abastecimiento y a nuestros grupos de interés, con el fin de concienciar sobre las buenas prácticas del reciclaje y de la reutilización de los residuos tecnológicos uniendo esfuerzos y disminuyendo el impacto ambiental de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en Colombia.

Contamos en nuestra organización ya hace algunos años con un proceso de inclusión laboral para personas en situación de discapacidad y en conjunto con la universidad ECCI, estamos apoyando profesionalmente a personas con carencias auditivas. Muchos de nuestros empleados han aprendido un nuevo lenguaje, el de señas, para romper las barreras de comunicación y generar desarrollo.

En el 2016 buscamos comprometernos oficialmente con los diez principios de Pacto Mundial, por lo tanto, realizamos nuestra alianza con Global Compact para trabajar por los Derechos humanos, la Anticorrupción, el medio ambiente, la sociedad y el desarrollo de nuestra fuerza laboral.

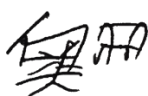
Actualmente estamos trabajando líneas de producto que ayuden a reducir el impacto ambiental como la movilidad eléctrica y ya creamos nuestro portafolio en soluciones de energías renovables.

El camino recorrido ha sido corto y sabemos que solos no lograremos dejar un gran legado a las futuras generaciones. Si queremos trabajar por una sociedad más equitativa y productiva que genere constante desarrollo debemos unirnos.

Ninguna empresa puede ser exitosa si las comunidades que la rodean tienen profundas problemáticas de pobreza, desigualdad, inequidad, acceso limitado a educación, salud y sobre todo falta de oportunidades de crecimiento profesional

## **iSer Mejores y Sostenibles es nuestra inspiración!**

iTe invitamos a soñar con nosotros!



**Alexa Oviedo**  
CEO

# Introducción

En Canal queremos presentar nuestro desempeño en sostenibilidad para que los diferentes grupos de interés conozcan el compromiso, las acciones y los aportes que como compañía hemos desarrollado y queremos seguir liderando. Estamos convencidos que nuestro aporte y el de otros contribuye a una mayor garantía de futuro, así que los invitamos a que este informe inspire su vinculación como aliados al proceso de construir un mundo mejor.

En este primer reporte, para la definición de los temas de sostenibilidad relevantes se estableció la materialidad, es decir un proceso de selección de aquellos aspectos que reflejan impactos económicos, ambientales y sociales más significativos para la organización y para nuestros diferentes grupos de interés. El informe se encuentra redactado bajo GRI versión estándar simplificado (core option).

Como punto de partida se ratificó el compromiso de los accionistas de consolidar la Responsabilidad Social y el Desarrollo Sostenible como modelo de gestión transversal y como la base para impulsar la compañía hacia el futuro. A través de varias sesiones de trabajo, encuestas, entrevistas y observación se realizó un análisis de los impactos positivos y negativos que se producen y están relacionados con las actividades desarrolladas por la compañía.

Adicionalmente, se esbozó el marco de acción para realizar gestiones equilibradas en lo económico, lo social y lo ambiental y que formen parte de la estrategia competitiva a largo plazo.

Todo esto enfocado a llevar a cabo acciones que desafíen los principales problemas a los que se enfrenta no solo la sociedad actual sino también la futura y permitan aportar valor al igual que beneficios económicos, sociales y ambientales al negocio, los colaboradores, la comunidad y en definitiva al planeta.

# NUESTRA ORGANIZACIÓN

102-1 102-2



CANAL DIGITAL S.A. Es el fruto de la visión de un grupo de socios que a partir de su experiencia en el mercado tecnológico se proyectan para crear una empresa de distribución mayorista aprovechando el boom de la era tecnológica a principios del año 2000. Canal Digital se define como la compañía que canaliza y apalanca a los distribuidores del sector para cumplir sus sueños.

Su crecimiento año a año ha sido exponencial. Su estrategia es la gestión del conocimiento y la conexión con sus clientes del sector tecnológico para crecer juntos en el negocio.

En el último año Canal Digital se sigue consolidando como un mayorista líder de tecnología innovador en Colombia. Es un modelo a seguir por muchos distribuidores dado que marca tendencias en el mercado y se diferencia por su foco y especialización en soluciones de valor. Está incluido dentro de las 100 empresas TIC más grandes del país con capital propio 100% colombiano, y es una de las mayores empresas con gran influencia en el mercado tecnológico.

Sus resultados combinan sus éxitos a nivel económico, social y ambiental.



## Misión



Proveer soluciones tecnológicas de última generación, agregando valor con consultoría permanente que contribuya al éxito y satisfacción de los clientes, promoviendo una cultura ambiental que proteja nuestro planeta de los residuos de la tecnología.

## Visión



Ser en el año 2018 el mayorista líder en Colombia en venta consultiva de tecnología especializada, apoyando a los distribuidores con un equipo consultor altamente calificado, generando crecimiento económico a sus accionistas, promoviendo el bienestar de sus trabajadores y una cultura ambiental sostenible.



# Nuestro portafolio

102-2

Integramos en la cadena soluciones de tecnología que se basan en productos de marcas reconocidas a nivel mundial. Parte importante de nuestro portafolio son las soluciones de energía renovable y de movilidad eléctrica.

Nuestro portafolio se compone de soluciones compuestas principalmente por productos de Hewlett Packard.

Teniendo en cuenta los requerimientos del cliente nosotros diseñamos, importamos y entregamos soluciones para sectores corporativos, pymes, universidades, colegios, restaurantes, entre otros. Parte importante de estas soluciones están formadas por portátiles, equipos de escritorio, servidores, almacenamiento, conectividad, motos y bicicletas eléctricas, y la línea de energía fotovoltaica entre otros. Integramos productos de hardware y software



## Nuestras Sedes

102-3, 102-4, 102-6

Tenemos cubrimiento nacional con sede principal en la ciudad de Cota (Cundinamarca) y presencia regional en:



Nuestros clientes son pequeñas y medianas empresas privadas que se dedican a la comercialización de tecnología (re sellers) del mercado tecnológico.

## Propiedad y forma jurídica

102-5



Canal Digital S.A, es una sociedad anónima constituida conforme a la legislación colombiana, que ha construido empresa durante 17 años y

que hoy cuenta con un equipo de trabajo comprometido, único, genuino y lleno de propósitos de sostenibilidad.

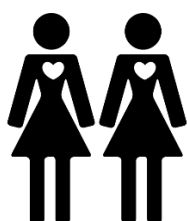
## Nuestro Equipo de Trabajo

102-7



Uno de los componentes del éxito de Canal Digital es que contamos con un capital humano capacitado y comprometido en la organización.

Contamos con un equipo conformado por:



Adicionalmente contamos con 7 practicantes del SENA que están realizando su etapa de práctica empresarial. El 10% de nuestros colaboradores trabajan fuera de Bogotá.

En las sedes de Cali, Medellín y Barranquilla trabajan 9 personas y el resto del equipo se encuentra en Cundinamarca.



Teniendo en cuenta la cantidad de hombres y mujeres que trabajan en la organización tenemos un 10% adicional de mujeres versus el número de hombres contratados.

Canal Digital se ha propuesto a contratar personas en condición de discapacidad, buscando la inclusión laboral de esta población, en el 2016 se contrataron a 3 personas en situación de discapacidad auditiva, para lograr una inclusión laboral, se realizaron capacitaciones de lenguaje de señas a trabajadores de la empresa.

En Canal Digital se ha trabajado para apoyar a madres cabeza de familia, en este momento se encuentran laborando cuatro de ellas.

Toda la información reposa en los registros de nómina y contabilidad y es 100% reportada mensualmente a las entidades de seguridad social y parafiscales.

En cuanto al desempeño organizacional, en el año 2016 logramos vender a nuestros canales de tecnología:



**154.000** productos del sector tecnológico



**\$144.258** millones de pesos, atendiendo las solicitudes de más de  
1050 Clientes.



**28.194** despachos con un cubrimiento regional superior al 37%.



## Nuestros trabajadores

102-8

El 100% de nuestros trabajadores tienen contrato a término indefinido, con el cumplimiento de las leyes colombianas establecidas bajo el código de trabajo. Nuestro propósito es contratar a todo el personal siempre bajo contratos a término indefinido que les brinde tranquilidad y permitan su libre desarrollo

<i>TIPO DE CONTRATO</i>	<i>MUJER</i>	<i>HOMBRE</i>
<i>OBRA O LABOR</i>	0	0
<i>INDEFINIDO</i>	42	41
<i>FIJO</i>	0	0
<i>APRENDIZAJE</i>	7	0
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>49</b>	<b>41</b>

<i>Región</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
<i>Norte</i>	1	
<i>Occidente</i>	2	
<i>Cundinamarca</i>	22	14
<b><i>Total</i></b>	<b>25</b>	<b>14</b>

- El 99% de nuestros empleados labora tiempo completo. Solo una de ellas trabaja medio tiempo

<i>Tipo de empleo</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombre</i>
<i>Medio tiempo</i>	1	
<i>Tiempo completo</i>	48	41
<b><i>Total</i></b>	<b>49</b>	<b>41</b>

La información suministrada fue recopilada por el área de talento humano, los cuales se basaron en los datos reales de contratación de los trabajadores.





## Cadena de Abastecimiento

102-9



Nuestros proveedores principales son los fabricantes de tecnología, las entregas de los productos se realizan en el punto de fábrica u origen, ya sea en Estados Unidos, Asia, y/o Latinoamérica.

Al llegar a Colombia se realiza el proceso de integración y desaduanización de los productos para realizar la respectiva entrega a los clientes.

El proceso de venta va desde el acompañamiento y diseño de soluciones hasta el seguimiento a las órdenes de compra y la entrega final exitosa.

## Cambios trascendentales

102-10

En la estructura comercial se realizaron diferentes cambios, el más importante y en el cual se vio involucrada toda la organización, fue dividir la Gerencia General de la parte comercial, dado que a mediados del año se nombró oficialmente al Gerente Comercial, y se le encargó la labor de desarrollar toda la estrategia comercial, con fin de tener una mirada enfocada al servicio de nuestros clientes y una gerencia de cuenta estratégica, acercándonos más a la necesidad y al dolor del cliente.

Canal Digital ha ido desarrollando iniciativas para sus trabajadores, nos esforzamos para que las personas se sientan felices y orgullosas de trabajar en la compañía.

Comienza un nuevo proyecto: Nueva sede para el primer trimestre del año 2018



Trabajamos constantemente para mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, para lograrlo se han implementado espacios que fortalezcan las competencias personales y grupales.

En la parte de instalaciones, se empezó a construir el nuevo edificio sostenible donde estará nuestra sede principal. Al ser pensado como una opción amigable con el ambiente, se espera ver reducciones en la huella de carbono, en el consumo de agua y en el gasto de energía. Las oficinas van hacer abiertas, se implementará zonas de relajación, de lectura, lactancia y tendrá un gimnasio totalmente equipado para dar clases de Pilates, yoga y zumba. Adicionalmente contará con el uso de energías renovables y el máximo aprovechamiento de la luz natural. Estará en un complejo que reutiliza las aguas lluvias mediante un sistema de bombeo para los servicios de baños.

Durante el 2016 realizamos también nuevas alianzas con fabricantes con el fin de ampliar nuestro portafolio y proveer soluciones más integrales.

## Gestión de Riesgo

102-11

Nuestro principio de Reducción del riesgo, la cual se encuentra en nuestro Sistema de Gestión y administración del riesgo (SAGRLAFT), se evalúa y se seleccionan nuestros empleados, clientes y proveedores, así como todos los grupos de interés.



En cuanto al riesgo ambiental en los productos que distribuimos, integramos nuestro portafolio con fabricantes que han fomentado y mejorado sus procesos de producción en pro de la disminución de la contaminación y de la eficiencia energética.

En el caso de HP inc. para el 2016 se vio una disminución de la huella de carbono en un 1% y su huella de agua en la misma proporción en comparación con el año 2015. Esta es la marca de tecnología que tiene certificados la mayor cantidad de productos con Energy Star en el portafolio corporativo.

Actualmente los productos tecnológicos están disminuyendo el uso de materiales y/o químicos peligrosos, los empaques de los mismos son amigables con el medio ambiente y adicionalmente cuentan con la tecnología "Energy Star" la cual permite maximizar el uso del producto disminuyendo el consumo de electricidad y por ende, las emisiones por el uso de la misma. Adicionalmente en el año 2016 HP Inc. reparó 5,05 millones de unidades en hardware y recuperó 119.900 toners en 72 países a nivel mundial. También tienen un programa con Haití para la recuperación del plástico, con el fin de reciclarlo en los cartuchos de tinta. Al querer mejorar sus procesos de embalaje HP Inc. creó un empaque el cual es fabricado con materiales más livianos y amigables con el ambiente.



Por otro lado firmamos con nuestros grupos de interés acuerdos de transparencia donde le decimos NO a la corrupción y SI a las transacciones limpias.

Creamos un correo anónimo donde personal interno y externo de la compañía puede poner sus situaciones que se salgan de nuestro marco ético para así direccionarlas al comité de administración del Riesgo.

Verificamos continuamente al origen de los recursos de nuestros clientes así como las listas públicas con el fin de que se mantenga la pulcritud en la cadena de abastecimiento.

## Comité de Administración del Riesgo (CAR)



El comité CAR está formado por diferentes personas del equipo de trabajo. Su función es recibir cualquier reporte de operación sospechosa respecto a los riesgos establecidos en la matriz de riesgo de nuestro sistema de autocontrol y gestión del riesgo (SAGRLAFT).

## Iniciativas Externas

102-12

Buscamos comprometernos aún más con nuestro sector y nuestro aporte al desarrollo sostenible, mediante prácticas de responsabilidad social y de sostenibilidad avaladas por una entidad externa como Fenalco Solidario. Aquí hicimos un programa completo, el cuál partió de un diagnóstico organizacional y unos objetivos claros por mejorar, con el fin de lograr aportar a los seis objetivos de desarrollo sostenible planteados. En conjunto con Fenalco, realizamos sesiones de sensibilización internas y externas, participamos en congresos de Responsabilidad Social Empresarial en la ciudad de Medellín, el cual buscaba Promover la Responsabilidad Social y la sostenibilidad, impulsar la práctica de la Responsabilidad Social en las organizaciones colombianas y sensibilizar sobre la vinculación de las personas y las organizaciones al cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible.



En el 2016 estuvimos participando en el Comité Técnico 248 Equipos informáticos: Hardware, para la elaboración de un sello ambiental colombiano para computadores. Este sello ambiental lo estaba realizando el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) junto a grandes fabricantes, para que sus procesos y productos sean ambientalmente responsables.

## Asociaciones y Alianzas

102-13

Buscamos alianzas a largo plazo, que nos brinden oportunidades para trabajar mancomunadamente por el bien social y ambiental al mismo tiempo fortalecer nuestro core. Buscamos alianzas con fundaciones, empresas para la gestión de residuos tecnológicos, gremios, clientes y apoyo en los programas sociales y ambientales de los fabricantes, entre otros.



**Fenalco:** Federación Nacional de comerciales, en el sector de tecnología.

**Corporación Fenalco Solidario:** Para tratar temas específicos de responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible.

**HP Planet Partners:** alianza para la correcta disposición final de Toners marca HP.

**Lu Pingguo S.A.S:** alianza para el reacondicionamiento para la donación de los equipos de cómputo a fundaciones, ellos también elaboran nuestro material de publicidad (POP) con residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.



# ESTRATEGIA

---

## Tres Grandes Retos

102-15

Nuestra empresa pertenece a un mercado en continuo movimiento. El mundo tecnológico es un conjunto de creatividad, innovación y cambio constante que se está transformando continuamente. Ya la transaccionalidad y el movimiento de cajas están decreciendo los últimos tres años para transformarse en productos como servicio y en pago por uso. Esto implica mayor asertividad al escoger el producto y mayor conexión con nuestros clientes para poderlo vender en un ciclo de negocio rentable, donde agregar valor a la cadena es parte fundamental.



# 1 RETO

Esto nos lleva a un primer **reto económico**. ¿Cómo en un mundo tan cambiante logramos mejorar nuestros indicadores, incrementar las ventas y agregar Valor? Al mismo tiempo al perder valor y obsolescencia la tecnología porque se convierte en un commodity donde el pago por el servicio prima, nos lleva a fortalecer el desarrollo de nuestro personal y de las alianzas con nuestros grupos de interés para disminuir el impacto ambiental y ampliar nuestro impacto social, aportando desarrollo a nuestro

entorno.

Si hablamos de agregar valor debemos desprendernos del negocio transaccional e ingresar a un mundo de integración de soluciones. ¿Cómo apoyamos entonces a nuestra red de canales de distribución a ser mejores en lo que hacen y a focalizarse en oportunidades de negocio donde el Big Data, la Analítica, la seguridad y el almacenamiento y manejo de datos de forma que sus negocios también se transformen? Nuestra misión bien establece aportar al éxito de nuestros clientes a través de un equipo de trabajo calificado y especializado que realmente gestione conocimiento y agregue valor. El mercado de portátiles y equipos de escritorio presenta una tasa de disminución anual, sin embargo, las tasas de residuos tecnológicos obsoletos y en desuso sigue incrementando año tras año, dado que cada vez es más rápida la evolución tecnológica y el reemplazo por nuevas tecnologías de mayor eficiencia y menor costo. El mercado de servidores también está disminuyendo año tras año, debido que lo que buscan los clientes finales es mejorar su costo de capital, pagando por el uso del espacio y no comprando grandes centros de datos para su negocio que puede resultar en ineficiencias y baja productividad. La forma de vender tecnología está cambiando y nuestro gran reto es lograr gestionar nuestro conocimiento para que la cadena de abastecimiento y nuestros clientes tengan las herramientas necesarias para sobrevivir en la nueva era tecnológica.

# 2 RETO



Nuestro segundo gran reto es a nivel social. Buscar el éxito de nuestros clientes requiere que nuestro equipo esté conformado por estrategas y vendedores con el fin de fortalecer nuestra cultura organizacional y alianzas para lograr un impacto positivo en nuestra sociedad en conjunto con nuestros grupos de interés y zonas de influencia, por lo tanto, parte fundamental de este reto se basa en el trabajo continuo por la sostenibilidad de la organización, por el trabajo transparente y recto. Nuestros empleados cuentan con una organización que busca su felicidad y que sus condiciones laborales sean estables, con espacios que les brindan el desarrollo integral, con apoyo en las diferentes dimensiones de sus vidas. Buscamos impactar positivamente sus familias y a través de programas de bienestar, desarrollo, capacitación constante y espacios abiertos de voluntariado, socialización, compartir con poblaciones en situaciones de vulnerabilidad, y trabajo sin discriminación y bajo el respeto de los derechos humanos y las condiciones legales dentro de nuestro entorno tenemos como fin su profesionalización y desarrollo. Muchos de nuestros colaboradores se encuentran estudiando sus carreras profesionales paralelamente al trabajo y nuestro interés es apoyarlos para lograr que logren realizarse como profesionales.

# 3 RETO



Nuestro tercer gran reto es en el ámbito ambiental. De nada nos sirve trabajar en un mundo tecnológico si no logramos aportar a la recolección selectiva de productos tecnológicos en desuso y/o obsoletos. Por esto nos hemos focalizado en reducir nuestro consumo, en medir y reducir nuestra huella de carbono, en buscar una sede que sea ambientalmente más amigable y que utilice las energías renovables como fuente principal de generación. También hemos trabajado en desarrollar unidades de negocio que promuevan la venta de soluciones con base en energías renovables para ayudar a nuestros clientes a generar conciencia de mejoramiento de sus indicadores sociales y ambientales.



# ÉTICA E INTEGRIDAD

## Nuestros Valores y Principios

102-16



## Reglamento Interno del Trabajo / Normas de Conducta

Contamos con un reglamento interno que delimita los comportamientos esperados dentro de la organización. En los diecinueve capítulos se describen con detalle los procesos, obligaciones de los colaboradores y de la empresa, sanciones, entre otros.

Este documento está disponible en la intranet para que nuestros colaboradores puedan consultarlo libremente.

## Normas de conducta

1. Respeto y subordinación a los superiores.
2. Respeto a sus compañeros de trabajo.
3. Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
4. d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
5. e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
6. f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
7. g) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
8. h) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo Jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.
  - i. Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar sus labores, siendo prohibido, salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

## Comité de convivencia



Nuestro equipo de trabajo cuenta con un comité de convivencia conformado por personas de la organización para que sean evaluados y direccionados casos inusuales que se presenten en la convivencia diaria de los empleados en la organización. Este comité genera las actas respectivas, escucha a las diferentes partes y

genera comunicados formales a las autoridades pertinentes. Este comité se conformó según lo establecido en la resolución 652 de 2012 y con las funciones establecida en la ley 1010 de 2016.

El Comité de Convivencia Laboral realizará las siguientes actividades:

- Evaluar en cualquier tiempo la vida laboral de la empresa en relación con el buen ambiente y la armonía en las relaciones de trabajo, formulando a las áreas responsables o involucradas, las sugerencias y consideraciones que estimare necesarias.
- Promover el desarrollo efectivo de los mecanismos de prevención a que se refieren los artículos anteriores.
- Examinar de manera confidencial, cuando a ello hubiere lugar, los casos específicos o puntuales en los que se planteen situaciones que pudieren tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral.
- Formular las recomendaciones que se estimaren pertinentes para reconstruir, renovar y mantener vida laboral conveniente en las situaciones presentadas, manteniendo el principio de la confidencialidad en los casos que así lo ameritaren.
- Hacer las sugerencias que considerare necesarias para la realización y desarrollo de los mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente aquellas que tuvieren mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.
- Atender las conminaciones preventivas que formularen los Inspectores de Trabajo en desarrollo de lo previsto en el numeral 2 del artículo 9º de la Ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimaren pertinentes,
- Las demás actividades inherentes o conexas con las funciones anteriores.

## Código de Ética

Lo primero que firman todos nuestros empleados al ingresar a la organización es el código de ética y conducta, en el que se comprometen a vivir los valores organizacionales y a trabajar fuertemente por la transparencia y anticorrupción. El código de ética se comunica a los diferentes grupos de interés a través de correos electrónicos y de nuestra página web



## Acuerdo de Transparencia

Hemos firmado con nuestros clientes y proveedores un acuerdo de transparencia donde se especifica nuestra política anti fraude, anti soborno y anticorrupción.

A nivel interno los trabajadores deben firmar un acuerdo de confidencialidad al ingresar a la compañía.

# GOBERNANZA

## Gobierno corporativo

102-18



Nuestro gobierno corporativo está conformado principalmente por la junta directiva que se reúne mínimo una vez al semestre. La Junta Directiva se encarga de las decisiones estratégicas de la organización, y es la que evalúa los resultados económicos, sociales y ambientales de la organización. Adicionalmente promueve la

estrategia empresarial y guía hacia la rectitud y transparencia en los negocios.

La Junta está comprometida 100% con una organización que promueve los valores y los negocios a largo plazo buscando asegurar la sostenibilidad bajo el marco legal exigido por la ley colombiana. Está conformada por cinco miembros todos accionistas y siempre los acompaña en sus reuniones asesores externos.

# PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES

## Grupos de Interés:

102-40

Para Canal Digital S.A todos los grupos de interés son importantes dentro de nuestra estrategia de sostenibilidad, razón por la cual están identificados como ejes principales en la operación de la compañía:

Nuestros grupos de interés son:



## Acuerdos de negociación colectiva

102-41

No procede, en la actualidad Canal Digital no tiene grupos sindicales.



## Involucramiento de nuestros Grupos de interés

102-42 102-43 102-44

Para el desarrollo de nuestra estrategia de sostenibilidad fue fundamental analizar e identificar tanto nuestros grupos de interés como los asuntos relevantes o tópicos para lograr enfocar nuestros esfuerzos a las iniciativas sociales, ambientales y económicas.

Como se identificaron los grupos de interés:

A partir de la primera parte del ejercicio de priorización establecimos los grupos de interés de acuerdo es a la siguiente valoración:

De los objetivos estratégicos se desprenden los procesos y a su vez los grupos de interés, sin embargo, para definir los más importantes, los calificamos de acuerdo a:

1. El poder para influir en la organización que podía ser: coercitivo, utilitario o normativo.
2. Legitimidad de la Relación del grupo: normativo, cultural o estratégica.
3. Urgencia de sus demandas: inmediata, corto plazo, mediano plazo, no requiere.

Luego, establecimos a nivel de grupo para determinar aquellos que son definitivos, expectantes latentes.

Al final del ejercicio estos fueron los Stakeholders seleccionados:

### Quiénes

#### Objetivos Estratégicos

Proceso	Grupos de Interés	Poder para influir en la Organización	Legitimidad de la Relación del grupo	Urgencia de sus Demandas	Nivel de grupo
---------	-------------------	---------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------	----------------



## Cientes



Sabemos de la importancia de trabajar conjuntamente con nuestros clientes en la consecución de nuestros objetivos estratégicos y de sostenibilidad porque son de vital importancia y relevancia para seguir generando una empresa sólida en el mercado y son nuestros aliados en el camino de la sostenibilidad.

Para nosotros resulta indispensable contar con clientes que promuevan la legalidad y tengan políticas antifraude y anticorrupción que nos permitan trabajar en un ambiente legal y transparente.

En 2016 contamos con más de 1050 clientes a nivel nacional e internacional.

Métodos de participación: Se realizan Entrevistas, encuestas de satisfacción al cliente, paneles, charlas de sensibilización y eventos de networking.

## Proveedores

Con ánimo de contribuir al crecimiento empresarial y con el compromiso de sostenibilidad del país, invitamos a nuestros proveedores a contar con políticas anticorrupción y antifraude, a implementar programas que promuevan las compras verdes y que actúen con total legalidad y transparencia dentro de sus negocios.

En 2016 contamos con más de 15 proveedores.

Métodos de participación: Programas de capacitación, kick off, entrenamientos, eventos de networking.

## Colaboradores y sus familias.



Trabajamos por el bienestar de todos nuestros noventa colaboradores y sus familias. El grupo que predomina es la parte comercial y mercadeo por la naturaleza del negocio que equivale al 50% de la organización, también contamos con personal de logística, servicios administrativos, financiera, contabilidad, compras, entre otras.

En 2016 se reunieron las diferentes actividades que la empresa ejecutaba en un programa de Bienestar y Beneficios sólido con el fin de mejorar la calidad de vida laboral de los colaboradores.

Además, contamos con un grupo de gestores que son líderes innatos en cada área que promueven la cultura sostenible con sus compañeros, es decir, se encargan comunicar las diferentes iniciativas y lograr la participación genuina de los demás colaboradores.

Métodos de participación: Focus group, encuesta de clima organizacional, intranet, we are hero, comunicados internos.

## Comunidades



Logramos llegar a las comunidades con nuestro programa Digital Green para sensibilizar a los colegios, empresas, actores sociales, entre otros sobre el manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEES). Además, con el programa aseguramos el reacondicionamiento de equipos que se iban a ir a disposición final para ser donados a fundaciones aliadas,

consiguiendo complementar el proceso educativo y de formación de la comunidad beneficiada. En el 2016 se realizaron la entregaron 153 computadores reacondicionados.

Las fundaciones con las que trabajaron fueron:

Fundación Eduka Colegio Ciedi (Cota)
Fundación Fenalco Colegio Divina Pastora (Riohacha)
Fundación Caecus (Bogotá)
Fundación Pilos Cuatro Equinitas De Nada ( Bogotá)
Fundación Funredcol Colegio San Jose De Calasanz (Chía)
Fundación Protección A La Oven Amparo De Niñas (Bogotá)
Fundación Funredcol Colegio Hernán Santua Honda (Tolima)
Fundación Sek (Sopó)

En este proceso con las comunidades, a través de nuestro programa de voluntariado corporativo movilizamos a nuestros colaboradores quienes participan activamente en las visitas a las fundaciones apoyando con su aporte y trabajo social.

Campañas de sensibilización ambientales y sociales en municipios, colegios, universidades, empresas del sector y externas, fundaciones, Foros sectoriales.

## Gobierno



(POLFA) sobre importaciones transparentes.

Trabajamos y estamos en constante relacionamiento con los organismos de gobierno, buscando generar alianzas con las diferentes instituciones. Por ejemplo, el ANLA, Ministerios de las Tic, Ministerio de Ambiente y la Superintendencia de Industria y Comercio SIC.

Métodos de participación: Charlas informativas de Ministerio de tecnologías de la información y las Comunicaciones- Mintic. Asistencia a reuniones con la Dirección de Gestión de Policía Fiscal y Aduanera





# Elaboración del Informe

## Estados Financieros

102-45

CANAL DIGITAL S.A.  
NIT: 813.004.094-1  
Estado de situación financiera clasificado individual  
Al 31 de diciembre de 2016, 2015  
Expresados en miles de pesos colombianos

RUBROS	Notas	31-12-16	31-12-15
<b>ACTIVOS</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	3	340.030	1.830.520
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar - corriente	4	31.656.994	14.784.365
Existencias corrientes	5	9.950.892	13.375.096
Activos por impuestos corrientes - corriente	6	2.104.840	2.736.668
Activos mantenidos para la venta	7	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>44.052.756</b>	<b>32.726.649</b>
Propiedad de inversión	7	3.429.554	2.977.378
Propiedades, planta y equipo	8	17.596.295	1.528.277
Activos por impuestos diferidos	9	600.500	448
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>21.628.349</b>	<b>4.506.103</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>65.681.105</b>	<b>37.232.752</b>
<b>PASIVOS</b>			
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	10	27.457.301	18.268.686
Pasivos por impuestos corrientes	11	2.089.054	1.603.057
Otros pasivos financieros corrientes	12	17.213.322	4.742.189
Otros pasivos no financieros corrientes	13	194.582	817.301
<b>Total de pasivos corrientes</b>		<b>46.954.259</b>	<b>25.431.233</b>
Pasivo por impuestos diferidos	14	208.807	215.664
Otros pasivos financieros no corrientes	12	7.302.578	569.548
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>7.511.385</b>	<b>785.212</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>54.465.644</b>	<b>26.216.445</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital emitido	15	5.600.000	5.600.000
Ganancias acumuladas		328.407	328.372
Efectos en convergencia	16	1.650.800	1.650.800
Otras reservas	17	776.757	507.524
Resultado integral del año		2.859.497	2.929.611
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>11.215.461</b>	<b>11.016.307</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>65.681.105</b>	<b>37.232.752</b>

ALEXA CATALINA OVIEDO MARTINEZ  
Representante Legal

SANDRA P MEDINA  
Contador Publico  
T.P. 119967-T

Hector Orlando Rodriguez  
Revisor fiscal  
T.P:2174-T  
(Ver Opinión Adjunta)

## Contenido y cobertura

102-46

Para este informe se incluyeron los 4 principios: grupos de interés, Contexto de sostenibilidad, Materialidad, Exhaustividad.

Para establecer los aspectos materiales se hicieron diferentes actividades:

1. Se realizó un ejercicio de priorización.

<i>Stakeholders</i>	<i>Impactos</i>			<i>Cobertura</i>	<i>Nivel del Impacto</i>	
	<i>Ambiental</i>	<i>Económico</i>	<i>Social</i>	<i>Cobertura</i>	<i>Nivel Impacto para Canal Digital</i>	<i>Nivel de Impacto Grupos de interés</i>

2. Se establecieron los aspectos en los que como empresa impactamos a nuestros grupos de interés, tanto positivos y negativos en lo ambiental, económico y social. Luego, establecimos la cobertura (Externa o Interna) y los valoramos de acuerdo a la siguiente tabla, para establecer el nivel de impacto para la compañía.
- 3.

### *Tabla de medición: NIVEL DE IMPACTO*

<i>Importancia para Canal Digital</i>	<i>Valoración</i>
<i>No hace parte de la estrategia, ni de la agenda de sostenibilidad.</i>	1
<i>Se identifica con la agenda de sostenibilidad</i>	2
<i>Hace parte de la estrategia de Canal Digital</i>	3

4. Solicitamos a nuestros Grupos de interés que valoraran los aspectos materiales relevantes para la organización a través de encuestas, grupos focales, entrevistas. Analizamos la información importante que los stakeholders que nos compartieron por medio de nuestros canales de comunicación con el CRM, encuesta de clima organizacional, entre otros.



- La representación gráfica de las respuestas o información de nuestros grupos de interés versus nuestra valoración nos permitió establecer la materialidad.

## Materialidad

### Análisis de Materialidad

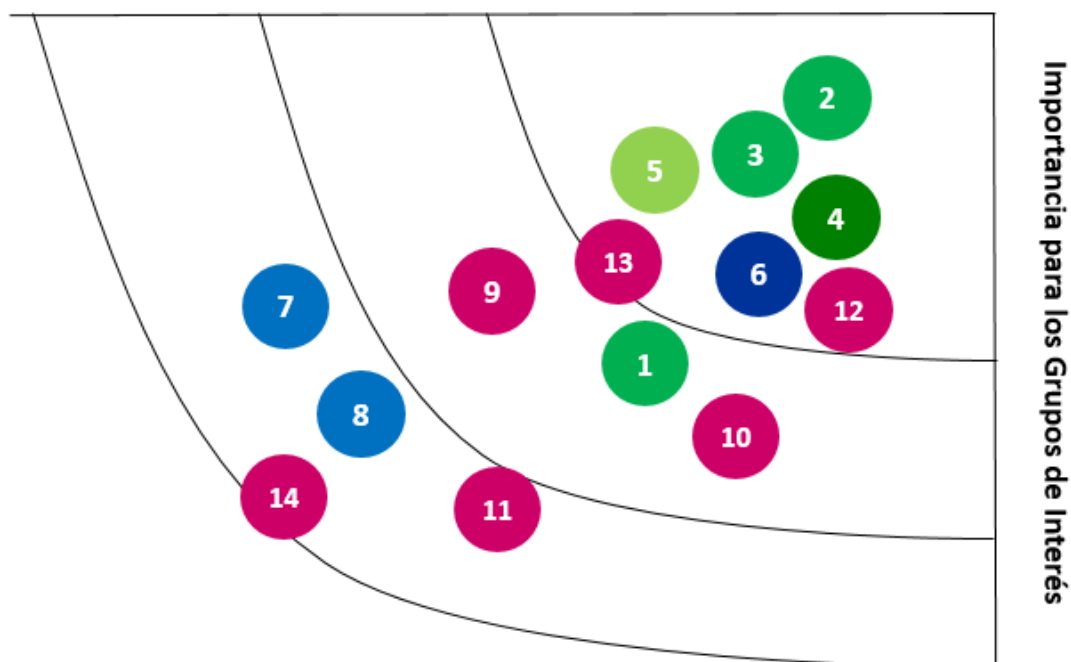
102-47

En Canal Digital S.A identificamos nuestros temas tópicos con el fin de priorizar los impactos positivos y negativos más significativos para la compañía y nuestros stakeholders y tomar acción sobre ellos.

Nuestro programa de sostenibilidad se desarrollará hasta el año 2030, respondiendo a la agenda 2030 de las Naciones Unidas la cual busca un desarrollo sostenible mundial. Sin embargo, anualmente se analizarán los temas prioritarios con el fin de rediseñar nuestra estrategia y la realidad de la compañía y los grupos de interés.

Para 2016 identificamos 14 temas tópicos, sin embargo, solo siete están dentro de los más relevantes para la organización y los grupos de interés.

#### Impacto en la Organización



*Stakeholders*

*Aspectos Materiales*

*Prioridades estratégicas SAVAPT (seis ODS's)*

*Colaboradores y sus familias*

- (1) Derechos humanos.
- (2) Desarrollo de cultura sostenible.
- (3) Capital humano motivado.



*Comunidad, proveedores, clientes, instituciones educativas, entre otros.*

- (4) Recolección y disposición adecuada de RAEEES.



*Comunidad, proveedores, clientes, instituciones educativas, entre otros.*

- (5) Sensibilización de impactos ambientales.



*Proveedores, Clientes, Comunidad, Gobierno Nacional.*

- (6) Alianzas para proyectos sostenibles.



*Colegios, Universidades, Instituto de Educación para la Paz internacional, clientes, proveedores, otras empresas del sector privado.*

- (7) Gobierno corporativo y transparencia.
- (8) Educación infantil.



*Colaboradores, clientes, proveedores.*

- (9) Crecimiento rentable en los mercados.
- (10) Marcas confiables.
- (11) Generación de conocimiento.
- (12) Satisfacción de cliente.
- (13) Innovación.
- (14) Apertura del negocio hacia el modelo de servicio y soluciones



## Aspectos materiales definidos en CANAL DIGITAL:

1. Desarrollo de cultura sostenible.
2. Capital humano motivado.
3. Recolección y disposición adecuada de RAEEES.
4. Sensibilización de impactos ambientales.
5. Alianza para proyectos sostenibles.
6. Satisfacción de cliente.
7. Innovación.

## Modificación de Información

102-48 102-49 102-51

No procede, al ser el primer informe.

## Periodo y ciclo reportado

102-50 102-52

Este es el primer informe de sostenibilidad que realizamos, en el cual buscamos analizar y reconocer donde estamos y así poder mejorar año tras año.

El informe contiene la información correspondiente de enero a diciembre 2016 y el ciclo de elaboración del mismo fue 2017.



## Preguntas sobre el informe

102-53

Dudas e información adicional sobre este reporte:

[desarrollosostenible@digitalchannel.com.co](mailto:desarrollosostenible@digitalchannel.com.co)

Tel. 2192000

## Elaborando el primer reporte- GRI

102-54

Nos sentimos satisfechos de presentar nuestro primer informe de sostenibilidad que corresponde al año 2016 y fue construido siguiendo las recomendaciones y 10 principios del Pacto Global para gestionar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial. El informe se elaboró de conformidad con los estándares del Global Reporting Initiative (GRI): Opción Esencial.

## Verificación externa

102-56

No procede, la información fue obtenida internamente. No se solicitó apoyo de verificación externa.

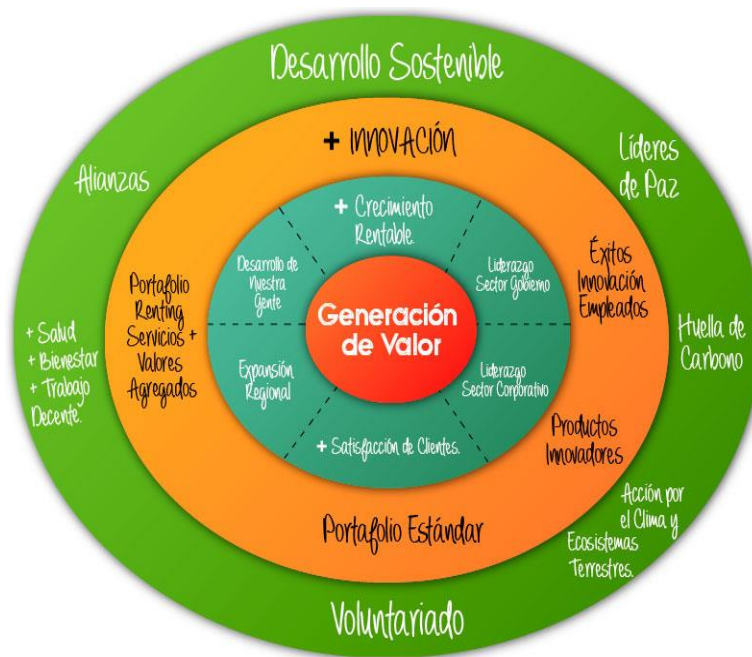


# GESTIÓN

## Nuestra estrategia de Sostenibilidad

103-1, 103-2, 103-3

Los objetivos estratégicos no solamente tienen que ver con indicadores económicos, sino con los sociales y ambientales que son igual de importantes desde una visión de desarrollo sostenible. Así es como desde el Core de nuestro negocio de *Generación de Valor* se establecen lineamientos claros sobre el crecimiento rentable, la satisfacción de nuestros clientes, el desarrollo de nuestra gente, entre otros y estos su vez están enmarcados en la Innovación y bajo el marco de las iniciativas de sostenibilidad.



## Explicación detallada Materialidad.103- 1



**Desarrollo de Cultura Sostenible:** Los directivos definieron El Desarrollo Sostenible como estrategia organizacional. Por lo anterior, es uno de los temas materiales más relevantes porque la estrategia debe estar sustentada en una cultura interna fuerte que soporte de manera genuina los objetivos y filosofía sostenibles. Por lo anterior, desarrollamos un Programa de Desarrollo Sostenible dirigido a todos los grupos de

interés.



### 1. Capital Humano motivado:

La organización tiene un sueño, que se traduce en palabras de los accionistas, en el legado que quieren dejar a sus colaboradores y es contribuir a la Felicidad, Bienestar y Calidad de Vida de cada uno. Estamos convencidos que los equipos motivados además son altamente productivos y es nuestra

Responsabilidad propiciar las condiciones para que nuestros empleados se sientan satisfechos, se desarrollen y sean ciudadanos activos.

Por lo anterior, diseñamos un programa de Bienestar y Beneficios que pretende estructurar todas las iniciativas que ya se venían trabajando de manera aislada con el objetivo de contribuir al mejoramiento de la Calidad de Vida de nuestros colaboradores y sus familias. En dicho programa involucramos actividades que conectan a nuestro personal con las comunidades a través del voluntariado.

2. **Recolección y disposición adecuada de RAEEs:** Canal Digital pertenece a la Industria de Tecnología, por tanto, es su responsabilidad social y normativa (Decreto 1512/2014) gestionar las RAEEs (Residuos Eléctricos y Electrónicos) como parte de la responsabilidad extendida de los productos.

Es decir, para el desarrollo de servicios usamos aparatos electrónicos que afectan el medio ambiente porque si bien fueron útiles en el pasado luego se convierten en residuos y muchos de ellos contienen sustancias tóxicas y altamente contaminantes como cadmio, mercurio o plomo, que además pueden causar graves problemas a la salud humana y al medio ambiente.



Así, desde nuestro objeto de negocio y una posición sostenible debemos intervenir para disminuir el impacto ambiental que generan las RAEEs. Para lograrlo se creó el sistema de Recolección Selectiva de Residuos eléctricos y electrónicos: **Digital Green**, con el fin de asegurar el tratamiento de un porcentaje importante de las mismas. Canal Digital ha buscado ser pionero en la industria respecto a sus objetivos de desarrollo sostenible, así que luchando por el objetivo de acción por el clima y vida de ecosistemas terrestres, puso a disposición de los clientes el programa de recolección selectiva de residuos Digital Green y lo volvió un colectivo, al cual, se pueden sumar importadores con iniciativas ambientales que aporten al sector.

### 3. Sensibilización de impactos ambientales.



Además de Asegurar el tratamiento adecuado de las RAEEs resulta fundamental para la organización sensibilizar e involucrar a nuestros Grupos de Interés sobre el uso y desuso de los Residuos Eléctricos y Electrónicos porque uno de las principales barreras identificadas en el camino de la sostenibilidad es la falta de conocimiento sobre los impactos que generamos al medio ambiente, en particular desde los productos que usamos en la industria de la Tecnología.

### 4. Alianzas para proyectos sostenibles.

Desde hace tiempo nos hemos involucrado en temas sociales, ambientales y económicos de manera activa y sabemos que a través de la cooperación los proyectos se hacen en más corto tiempo, utilizando menos recursos y con más larga duración. En particular, para los proyectos grandes como el de **Líderes de Paz**, requerimos el apoyo de otras empresas, entidades gubernamentales, instituciones internacionales, entre otros.

**5. Satisfacción de cliente:** Canal Digital es una empresa de comercialización de tecnología, por tanto, el Servicio al cliente es uno de nuestros objetivos estratégicos y merece toda relevancia en la definición de la materialidad. Desde el CRM Identificamos en las retroalimentaciones hechas por nuestros clientes que había aspectos en los que podíamos mejorar a la hora de vender nuestros productos y nuestros servicios. Así, desde el aspecto económico debemos asegurar el mantenimiento y cumplimiento de la promesa de valor que planteamos a nuestros clientes.

Por tanto, se planteó la necesidad de diseñar un modelo por competencias, en particular una competencia organizacional llamada orientación al resultado y al cliente para ofrecer a nuestros colaboradores la formación y entrenamiento para mejorar nuestros indicadores de ventas.



6. **Innovación.** De acuerdo al Core del negocio que es ofrecer soluciones tecnológicas, la innovación asegura el camino de transformación y crecimiento que la compañía requiere para mantenerse en el mercado y ofrecer servicios ambientalmente amigables. Además, entendemos la innovación como la oportunidad de generar proyectos sostenibles que suplan las necesidades de las comunidades. La innovación fue identificada como otra de las competencias organizacionales para incentivarla en nuestros colaboradores y fortalecer una cultura de creatividad e ingenio enfocada a la sostenibilidad.



## Enfoque de Gestión

103-2

Para desarrollar nuestra agenda 2030 y basados en la materialidad 2016 creamos nuestro programa SAVAPT. Su nombre es un acrónimo de los seis objetivos de sostenibilidad que escogimos como compañía de acuerdo a los aspectos materiales relevantes desde nuestra posición.

## Programa de Desarrollo Sostenible: SAVAPT

SAVAPT además es nuestra manera de pensar, es un proyecto transversal a todos los procesos en nuestra organización. Es nuestra filosofía de sostenibilidad. La hemos incorporado en nuestro ADN para trabajar conjuntamente con nuestros diferentes grupos de interés.

**Objetivo general:** Generar una cultura sostenible en nuestros grupos de interés como parte de la estrategia de negocio a través del desarrollo equilibrado de los aspectos ambiental y social con el crecimiento económico.



## Objetivos Específicos:



En Canal queremos mejorar la Calidad de Vida de nuestros colaboradores a través del fortalecimiento del Plan de Bienestar, del Plan de Formación y de la política de Seguridad en el trabajo para generar condiciones laborales que les permitan mejorar su Salud y Bienestar.



Integrar como estrategia de negocio el Desarrollo Sostenible asegurando una política de inclusión, garantizando un ambiente laboral ético y de trato justo a todos nuestros colaboradores. Además, desarrollar una cultura de Innovación y compromiso por la satisfacción de nuestros Clientes y Proveedores.



Asegurar la disminución de la Huella de Carbono desde un proceso de sensibilización del cambio climático dirigido a nuestros grupos de Interés, principalmente colaboradores, clientes y proveedores.



Impulsar la cultura ambiental en todos nuestros grupos de interés, como parte de la misión de cuidar la naturaleza y los ecosistemas con los que interactuamos. Principalmente en la recolección y tratamiento de RAEEs (Residuos Eléctricos y Electrónicos), apoyados en el programa DIGITAL GREEN.



Desarrollar el proyecto líderes de Paz con nuestros colaboradores con el fin de fortalecer y desarrollar competencias sociales y de reconciliación. Además, garantizar la adopción de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades a todos los colaboradores.



Fortalecer las redes de contacto: Realizar diversas alianzas y convenios con entidades locales, proveedores, clientes, empresas y gobierno que ayuden a lograr impactos positivos en los seis objetivos de Desarrollo Sostenible en los que nos hemos enfocado.

# ECONOMICO

## Valor económico

### 201-1

El valor económico directo generado fue de 145 mil millones de pesos. Y el valor económico distribuido para el 2016 fue de 142 mil millones de pesos. El valor económico retenido fue en consecuencia casi de 3mil millones de pesos.

## Riesgos y oportunidades derivados del cambio climático

### 201-2

El cambio climático ha generado impactos no solo ambientales, si no económicos y sociales al rededor del mundo.

Al ser comerciantes de tecnología nos podemos ver afectados en diferentes aspectos como:

La escasez de materiales para la fabricación de tecnología, lo cual poco a poco lleva a un alza en los precios del producto final.

Fenómenos naturales: Es un riesgo en nuestra cadena de abastecimiento y en las instalaciones, principalmente cuando hay derrumbes, inundaciones ya que se afecta directamente el transporte de la mercancía y al haber inundaciones en las oficinas se puede ver afectada la mercancía y el bienestar de los trabajadores a la hora de movilizarse.



A nivel interno, los cambios constantes de clima, pueden producir cepas de virus y/o enfermedades que pueden afectar a nuestros empleados. Ocasionando que el índice de incapacidad y ausentismo incrementen.

**OPORTUNIDADES:**

Reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos:  
Al ser más conscientes de la situación por la que atraviesa el mundo en temas ambientales, se ha buscado que el porcentaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos que se vayan a disposición sea mínimo.

Como se ha logrado: Reutilizando partes de computadores y periféricos y convirtiéndolos en el material POP de la empresa.



## Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.

201-3

PAGO PENSION CANAL DIGITAL 2016

Administradora	Código	NIT	Dv	Sumatoria de IBC	Cotización Obligatoria	Voluntaria Afiliado	Voluntaria Empleador	Fondo Solidaridad Pensional	Fondo Subsistencia	Intereses de Mora	Valor Pagado
COLFONDOS	231001	800,227,940	6	\$518,567,000	\$82,971,400	\$0	\$0	\$1,916,300	\$1,916,300	\$465,00	\$87,269,000
COLPENSIONES	25-14	900,336,004	7	\$273,807,000	\$43,808,900	\$0	\$0	\$1,201,100	\$1,201,100	\$88,20	\$46,299,300
OLD MUTUAL	230901	800,253,055	2	\$94,560,000	\$15,129,600	\$0	\$0	\$464,70	\$464,70	\$2,00	\$16,061,000
PORVENIR	230301	800,224,808	8	\$1,118,708,355	\$178,993,143	\$0	\$0	\$3,226,900	\$3,303,200	\$178,50	\$185,701,743
PROTECCION	230201	800,229,739	0	\$440,455,000	\$70,472,600	\$0	\$0	\$1,076,700	\$1,076,700	\$417,20	\$73,043,200
<b>Total (AFP:5)</b>				<b>\$2,446,097,355</b>	<b>\$391,375,643</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$7,885,700</b>	<b>\$7,962,000</b>	<b>\$1,150,900</b>	<b>\$408,374,243</b>

### Asistencia financiera recibida del gobierno

201-4

No procede: Canal Digital no recibió asistencia financiera de ningún gobierno, ni se realizaron ventas directas a gobiernos.





## Altos Ejecutivos

202-2



Todos nuestros trabajadores que tienen un cargo ejecutivo son colombianos, es importante mencionar que para nosotros el término local significa que tienen nacionalidad colombiana. Las personas con altos cargos en la organización se encuentran en la sede principal en Cota-Cundinamarca y residen en el municipio o en lugares aledaños como chía, Bogotá.

Los altos ejecutivos de nuestra organización son líderes que tienen operaciones o procesos, en nuestro caso son los gerentes y directores de cada área.

## Inversiones en infraestructuras

203-1

### Un nuevo hogar: construcción de nuevas oficinas principales.

Damos un gran paso al empezar el proyecto de una nueva sede. En este espacio que se tendrá disponible el primer trimestre del 2018. Se espera que sea un edificio sostenible, buscamos dar ejemplo en la industria sobre los beneficios tanto económicos como ambientales que produce tener edificios que minimicen los impactos negativos al ambiente y a su vez generen ahorros económicos. Es por esto que nos proyectamos a crear espacios abiertos, iluminados que reflejen limpieza y transparencia, frescos e innovadores que vayan acorde a los objetivos de desarrollo sostenible y a la vanguardia.

Nuestras nuevas sedes tendrán: Celdas Fotovoltaicas, piso técnico, ventilación natural, Reducción de consumo de agua en baños (sistema de reutilización de aguas lluvias), Optimización de luz natural, Pisos temáticos que sensibilicen a los trabajadores en temas ambientales.

## Impactos económicos indirectos Significativos

203-2

La economía global ha sufrido el efecto de incertidumbre y este hecho desaceleró los mercados incluyendo el colombiano. En 2016, a pesar de que la compañía tuvo ingresos superiores al 2015, surge la necesidad de repensar el negocio.

Las empresas generamos impactos directos como indirectos, en nuestro caso lo podemos ver reflejado en nuestros proveedores, uno de los ejemplos más claro es en la Logística de la mercancía, al contratar empresas locales se ve un impacto positivo en los empleos de los transportadores o al comprar a proveedores locales o de la zona se ve en las ventas y en la economía local.

Al disminuir los residuos eléctricos y electrónicos que se van a rellenos sanitarios en todas las regiones de nuestro país, estamos impactando positivamente a que disminuya en un porcentaje la contaminación de suelos, subsuelos y el aire.

Un impacto negativo que causamos es el flujo de carros y camiones en la zona, el aumento de tráfico conlleva un aumento en la contaminación del aire de los cuales se pueden ver afectados los residentes aledaños.

## Gasto en Proveedores

204-1

Porcentaje del presupuesto de adquisiciones utilizado para ubicaciones significativas de operación que se gastó en proveedores locales de esa operación (por ejemplo, porcentaje de productos y servicios adquiridos localmente). El total de las compras de la compañía fue aproximadamente de 136 mil millones de pesos.

Apoyamos tanto proveedores nacionales como del exterior. Los insumos y servicios para las oficinas administrativas se compran a empresas nacionales y preferiblemente que estén cerca del sector para apoyar la economía local.

Localización significativa de la operación comprende ciudades como Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla.

## Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción

205

El 100% de los colaboradores saben por medio de capacitaciones y charlas sobre nuestro sistema Sagrlaft.

### Sagrlaft

Nuestro Sistema de autocontrol y gestión del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo permiten una constante revisión de nuestros grupos de interés y una mayor transparencia en las operaciones. No apoyamos ninguna operación ilícita ni cuyo origen no provenga de las operaciones ordinarias del negocio.

Canal Digital ha tomado medidas preventivas las cuales están encaminadas al control del riesgo de lavado de activos (LA), de la financiación del terrorismo (FT) y el contrabando; a través de un análisis de los procesos internos y externos que pueden estar expuestos a estos delitos, buscando minimizar los riesgos de la organización.

Nuestra cultura organizacional se distingue por evitar cualquier clase de soborno.



# AMBIENTAL

## Materiales utilizados por peso o volumen

301-1 301-2 301-3

No procede: Canal Digital no es productor, por ende, no se utilizan materiales para fabricar productos.

Al estar comprometidos con la conservación del ambiente y buscar una económica circular, lo que se realiza internamente es el aprovechamiento de los residuos que se pueden reutilizar y reciclar.

Los productos son embalados por su fabricante llegan a la empresa embalados y así mismo se venden. Cuando se producen residuos que se puedan aprovechar se donan a la empresa Lu pingguo S.A.S la cual contrata solo personas en condición de discapacidad y madres cabeza de familia. Lu pingguo vende los residuos que le entregamos a empresas con licencia ambiental las cuales realizan su respectivo reciclaje y entregan la certificación correspondiente.

Los residuos que generamos en el embalaje son: Cartón y vinipel, los cuales son aprovechables.



## Nuestra Huella de Carbono

302-1 302-4



Durante el 2016 realizamos la medición de huella de carbono comprometiéndonos a bajar los índices de CO2 producidos por la organización a través de diferentes conversatorios, campañas, planes y programas, donde involucramos a todos los colaboradores en la consecución de los objetivos.

Adicionalmente contamos con una app donde a través de misiones dirigidas invitamos a los colaboradores a realizar acciones off line donde vemos el compromiso y hacemos seguimiento de la huella de carbono con el fin de reducir un 5% para el año 2017.

## HUELLA DE CARBONO EN SEDES ADMINISTRATIVAS 2016

<i>Alcance</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>
<b>1</b>	Consumo de combustibles y gases refrigerantes de aire acondicionado.	39,350.60 kg CO2-eq
<b>2</b>	Consumo de electricidad.	7,212.28 Kg CO2-eq
<b>3</b>	Emisiones indirectas por consumo de papel y transporte de colaboradores.	54,786.14 kg CO2-eq

## Gestión Ambiental

Uno de los objetivos del programa de gestión ambiental es reducir los consumos de agua y energía. Por medio de Campañas de sensibilización, tomando acciones concretas e

Con la ejecución del programa de gestión ambiental con el que contamos en la actualidad, contribuimos a la reducción del consumo de energía y agua por medio de campañas de sensibilización, acciones concretas e incentivos a través de beneficios. Se ejecutaron las siguientes acciones:



- Señales informativas en espacios comunes generando cultura de apagar el interruptor. (Baños, Cafetería, Salas de reunión)
- Apagando e iluminando: Durante la jornada laboral en la hora de almuerzo se apagan todas las luces de la sede administrativa utilizando únicamente la luz natural.
- Desconéctate: el 90% de los trabajadores cuenta con equipos portátiles que no requieren estar conectados a la energía durante la jornada laboral, solo se cargan las baterías en los espacios que se requiere, de igual manera los colaboradores deben pagar sus equipos de cómputo y desconectarlos de las tomas corriente, generando una cultura de ahorro.
- Implementamos una app de misiones que nos ayuda a medir la huella de acciones concretas de ahorro de cada uno de los colaboradores, donde por cada misión realizada pueden obtener beneficios.
- Campañas masivas de SAVATIPS generando cultura de ahorro de energía y recordando nuestro compromiso con el medio ambiente y la huella de carbono de la organización se logró el 9% de ahorro de energía entre el 2015 y el 2016.

**AHORRO DE AGUA Y ENERGIA EN LA OFICINA PRINCIPAL**

Sede	Total (Kwts)	Julios	Reducción		
			%	kwts	Julios
2015	84.240	303.264	11,50%	9.687	34.873
2016	74.553	268.391			





*El consumo de agua en metros cúbicos durante el año 2016 aumento en referencia al año 2015, esto dado al crecimiento en número de colaboradores de la organización. Aunque se haya aumentado el consumo en términos generales, se vio una reducción de consumo promedio per Cápita de 5,4 mts<sup>3</sup> a 4,6 mts<sup>3</sup>.*

	2015	2016
Consumo Total	8724,46 mts <sup>3</sup>	8920 mts <sup>3</sup>
Consumo per Cápita	5,4 mts <sup>3</sup>	4,6 mts <sup>3</sup> .

Se tomó de base la medida del año 2015 comparado al año actual, la información se obtuvo de las facturas mensuales.

## Conciencia sobre el uso del agua

Hemos implementado señales informativas en espacios comunes que contribuyan a la iniciativa de ahorro de consumo de agua en baños y cafetería.



Con iniciativas como campañas masivas de "SAVATIPS" (Programa interno) que han generado una cultura de ahorro de agua, haciendo énfasis en nuestro compromiso con el medio ambiente y contribución a la disminución de la huella de carbono de la organización, logrando el 5% per cápita de ahorro de agua entre el 2015 y el 2016.

## Gestión de residuos

Durante el 2016 se implementó la gestión de residuos contando con puntos de reciclaje en las instalaciones de la compañía y puntos responsables para el manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos a través del programa de Digital Green, de igual manera lanzamos campañas como el "tiempo es correcto" donde sensibilizamos y formamos a nuestros colaboradores sobre cómo reciclar y hacer la disposición de los residuos.



Canal Digital logró durante el 2016 la segregación y disposición final adecuada de 60 Toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

## Reducción de impresión

A final de 2016 implementamos la herramienta tecnológica Paper Cut, la cual nos permite medir la cantidad de impresiones por colaborador y analizar el porqué de las mismas.

Desde su implementación en la organización se empezó a llevar un control mensual de indicadores de impresión a través de herramientas tecnológicas que permiten generar planes de acción en busca de reducir el consumo de papel y mejorar las prácticas de impresión de las áreas internas.

## Manejo Ambiental de RAEEES: DIGITAL GREEN



Desde el año 2012 nació el programa de pos consumo Digital Green, el cual se creó como una iniciativa para minimizar el impacto que ha generado el hombre a partir de los procesos industriales, en nuestro caso y por nuestra razón de ser, la comercialización de tecnología.

### Digital Green tiene 3 objetivos:

1. Realizar la gestión ambiental adecuada en las operaciones de recolección, transporte, almacenamiento y tratamiento/ reacondicionamiento de RAEEES - Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.
2. Adelantar actividades que contribuyan en la creación de conciencia ambiental, frente al manejo adecuado de los residuos de computadores y/o periféricos
3. Unir esfuerzos de todos los actores vinculados al sistema y difundir las acciones previstas en el mismo.

En el 2014 al hacer un acuerdo entre productores y comercializadores el programa Digital Green liderado por Canal Digital pasó de ser un sistema de recolección selectiva individual a uno colectivo.

A través de nuestro programa **DIGITAL GREEN**, hemos desarrollado diversas estrategias de sensibilización con la comunidad sobre la protección del medio ambiente y contra los peligros que representan los RAEEs para la salud. También se han realizado campañas sobre la importancia del reacondicionamiento, recuperación y/o reciclaje de los materiales que componen los RAEEs (Economía circular). De igual manera se realizan actividades, charlas y eventos para difundir el programa y educar a las comunidades como colegios, universidades, organizaciones y empresas en el manejo de los RAEEs y que se reconozca al colectivo como una alternativa responsable, organizada y eficiente para el manejo ambiental adecuado de los residuos de Computadores y Periféricos.

## Nuestros puntos de Recolección



Contamos con 71 Puntos de recolección los cuales están situados en las ciudades principales del país como Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Cartagena, Pereira, Bucaramanga. Uno de los objetivos del Programa Digital Green es llegar a toda Colombia.

En este momento se encuentran vinculadas 72 empresas, hay importadores, proveedores y usuarios finales.

La recolección de RAEEs ha sido en toneladas:

**2014**

20

**2015**

94

**2016**

160

**Total:**

**275 Toneladas**



## Cumplimiento Ambiental

307

No procede. No hemos tenido ninguna multa, no hemos tenido incumplimientos ambientales. Al ser importadores la resolución ambiental que nos rige es la 1512 del 2010 del Ministerio de Ambiente, vivienda y desarrollo territorial, la cual establece los Programas de Recolección Selectiva y Gestión Ambiental de Computadores y/o Periféricos.

## SOCIAL

400

### Nuevas Contrataciones

401-1

Número total y tasa de nuevas contrataciones durante el periodo reportado (2016), por grupo de edad, género y región.

#### Ingresos 2016 Por Edad-Género

<i>Rango edad</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
<i>15-20</i>	6	
<i>21-30</i>	10	8
<i>31-40</i>	6	5
<i>41-50</i>	3	3
<b><i>Total</i></b>	<b>25</b>	<b>16</b>

#### Ingresos 2016 por región-genero

<i>Región</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
<i>norte</i>	1	
<i>Occidente</i>	2	
<i>Centro</i>	22	14
<b><i>Total</i></b>	<b>25</b>	<b>14</b>



Tasa de rotación del personal

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
10%	1%	5%	5%	4%	5%
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
5%	6%	7%	7%	7%	6%

Beneficios a empleados de tiempo completo

401-2

- a. En el año 2016 se estableció el Plan de Beneficios que se desarrollará en 2017 y comprende los siguientes temas:



El esquema de beneficios tiene por objeto reconocer a nuestros colaboradores espacios y condiciones que mejoren su calidad de vida. Dichos beneficios no constituyen una obligación legal, sino que se otorgan por mera liberalidad.



**Bono Cumpleaños**

Este bono consta de tener la tarde libre

**Bono Quinquenio**

La compañía hará un reconocimiento a al tiempo de dedicación, compromiso y responsabilidad cada 5 años en la compañía





### Bono Matrimonio

El colaborador puede reclamar un bono del 40.67 % de un SLMMV con ocasión a la celebración de su matrimonio y la oportunidad de disfrutar 3 días hábiles concedidos por la compañía.



### Bono Tarde Libre

Siempre es importante tener espacios para compartir con amigos o con familia por eso este bono busca tener una tarde libre con ellos. Este beneficio solo podrá ser redimido a través del cumplimiento de las misiones de la aplicación Real Hero al cual los trabajadores tienen acceso. A este bono solo se puede acceder 2 veces en el año.

### Voluntariado SAVAPT

Todos podemos participar de las jornadas de voluntariado corporativo que se desarrollan dentro de la compañía. Por tanto, se permitirá la participación dentro del horario laboral en dichos eventos.



### Tiempo de Navidad y Fin de Año

La navidad y fin de año es una época para compartir con los seres queridos, por eso la compañía dependiendo de las fechas en las que cae 24 de diciembre y 31 de diciembre acordará y aprobará con su jefe inmediato un tiempo libre si requiere este espacio.

### Bono Reconocemos

Somos una compañía que constantemente busca innovar tanto en sus procesos como en nuevas y mejores herramientas para el funcionamiento integral. Por lo anterior, este bono busca incentivar la generación y elaboración de proyectos innovadores con el programa "Quality Awards" entregando a los ganadores un premio sorpresa y el acompañamiento continuo.





### Bono motocicleta o bicicleta eléctrica:

Se otorgará un descuento del 15% para los colaboradores interesados en adquirir una motocicleta o bicicleta eléctrica. Así, ayudamos a contribuir con la movilidad de los colaboradores, pero más importante a reducir la huella de carbono personal.

### Medicina Pre pagada

Consiste en un plan de medicina preparada al que podemos acceder con un precio especial dentro del PLAN PLUS COLSANITAS.

### Convenio Teatro Nacional La Castellana

La compañía cuenta con un "Tiquechera" con el 20% de descuento en la boletería del teatro para las diferentes funciones que se ofrecen, los colaboradores pueden acceder a este beneficio cuantas veces así lo requiera y el número de boletas que desee.



### Convenio CAFAM Plan PISE y tarjeta multiservicios



Cada colaborador está afiliado a la caja de compensación de Cafam y se encuentra identificado con la tarjeta respectiva, la cual permite acceder a descuentos 10% en Carulla, Éxito, Surtimax todos los viernes y otros dependiendo del mes. Además, contamos con un convenio de Salud PISE con CAFAM para ofrecer a los colaboradores un plan complementario de medicina.

plan complementario de medicina.

### Auxilio por Nacimiento

La llegada de un nuevo integrante de la familia es motivo de orgullo, por eso la compañía da un auxilio por nacimiento de 40.67 % de un SLMMV.



### Auxilio Educativo

Comprende un auxilio que busca apoyar a los colaboradores en su educación formal. Aplican restricciones y condiciones.

## Beneficios a los colaboradores

401-2

Todos los empleados de la organización son a tiempo completo. En el año 2016 se tenía como beneficio principal una póliza de vida colectiva. También se generó un único bono por fin de año, el cual fue equivalente a un salario adicional.

También algunos cargos directivos, contaban con el beneficio de medicina pre pagada para el colaborador y los miembros de su familia.

<i><b>BENEFICIO</b></i>	<i><b>CANAL DIGITAL</b></i>
<i>Seguro de vida</i>	SI
<i>Seguro de salud</i>	Algunos empleados
<i>Invalidez o discapacidad</i>	N/A
<i>Licencia parental</i>	SI
<i>Previsión de jubilación</i>	N/A
<i>Propiedad de acciones</i>	N/A
<i>Otros</i>	N/A

Dentro de nuestros beneficios a los trabajadores cumplimos a cabalidad con la licencia parental indicada por ley.

## Permiso Parental

401-3

En Canal Digital en el año 2016 solo una mujer tomó permiso de maternidad, reincorporándose a la compañía este mismo año después de terminado su periodo de licencia



A. Número total de empleados con derecho a la licencia parental, por género.

<i>Canal Digital</i>	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
1	0

B. Número total de empleados que tomaron el permiso parental, por género.

<i>Canal Digital</i>	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
1	0

C. Número total de empleados que regresaron a trabajar en el período de reporte después de que, terminada la licencia, por género.

<i>Canal Digital</i>	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
1	0

D. El número total de empleados que regresaron al trabajo después de la licencia parental terminó siguen empleados 12 meses después de su regreso al trabajo, por género.

<i>Canal Digital</i>	
<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
1	0

E. Retorno al trabajo y tasas de retención de los empleados que tomaron permiso parental, por género.

<i>Genero</i>	<i>Canal Digital</i>	
	<i>Retorno</i>	<i>Tasa Retención</i>
<i>Mujeres</i>	1	1
<i>Hombres</i>	0	0



## Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.

402 - 1

A. Para informar a sus empleados y representantes sobre los cambios operacionales significativos la empresa establece al menos un mes de anterioridad al cambio.

B. No procede, la compañía Canal Digital no cuenta con grupos sindicales.

## Salud y Seguridad en el trabajo

403- 1

El COPASST: (Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo) es un comité encargado de la promoción y vigilancia de las normas en temas de seguridad y salud en el trabajo dentro de las empresas. En Canal Digital, está conformado por ocho personas, 4 representantes por la empresa y 4 por los trabajadores.

El 100% de trabajadores de nuestra organización están representados en comités formales de seguridad y salud en el trabajo.

## Accidentalidad

403-2

ACCIDENTALIDAD												
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
ÁREA	CT1	CT1	CT1	CT1	CT1	CT1	CT1	CT1	CT1	CT1	CT1	CT1
No de Accidentes	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
No de Días de Incapacidad	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0
No de Enfermedades Profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
No de Trabajadores	78	77	80	79	82	84	85	83	81	89	90	89
Horas Hombre Trabajadas	12480	12320	12800	12640	13120	13440	13600	13256	12960	14240	14400	14240
No de Investigaciones Realizadas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

\*No tuvimos muertes por Accidentes de Trabajo o enfermedades laborales.



403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad.

No procede: En la organización no se realizan trabajos de alto riesgo, por ende, no es necesario aplicar controles de seguridad.

403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.

No procede, al no tener sindicatos.

## Formación y enseñanza

### Promedio de horas de entrenamiento

404-1

Promedio General por empleado: 8 Horas/mes



Hombres: 8 horas



Mujeres: 8 horas



Aprendizaje: 0,03 horas



Indefinido: 7,8 horas

Programas implementados y asistencia proporcionada para mejorar las habilidades de los empleados.

404-2

Basados en el modelo holístico de competencias Canal Digital desarrolla un programa de capacitación enfocado al fortalecimiento de habilidades que no solo se aplican en el ámbito laboral sino también en el ámbito personal, adicionalmente se da prioridad a los conocimientos necesarios para desarrollar el puesto de trabajo de manera eficiente y con monitoreo constante.

Porcentaje del total de empleados que recibieron una revisión regular de desempeño y de desarrollo profesional

404-3

General 32%



Femenino 20%



Masculino 36%

Categoría:

Indefinido 52%



## Diversidad e Igualdad de oportunidades.

### Diversidad en órganos de gobierno y empleados

405-1

#### ORGANOS DE GOBIERNO

<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
50%	50%

<i>Rango De Edad</i>	<i>Porcentaje</i>
< 30 años	0
30 - 50 años	50%
> 50 años	50%

#### A. CATEGORIA LABORAL

<i>Categoría Laboral</i>	<i>Total</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
Gerencias Y Directivos	10	50%	50%
Mandos Medios	32	38%	63%
Operativo Y Técnicos	40	55%	45%

<i>Categoría Laboral</i>	<i>Total</i>	<i>&lt; 30 Años</i>	<i>30 - 50 Años</i>	<i>&gt; 50 Años</i>
Gerencias Y Directivos	10	0%	50%	50%
Mandos Medios	32	19%	78%	3%
Operativo Y Técnicos	40	53%	45%	3%

## Salario

405 - 2

### RATIO DE SALARIO

El rango salarial varía dependiendo del cargo. Va desde el salario mínimo legal vigente hasta 10 salarios mínimos integrales de básico más comisiones en el equipo de ventas.

## Casos de discriminación y Acciones correctivas

406 -1

No procede, en este momento Canal Digital no tiene ningún caso de discriminación. El ente que rige estos casos dentro de la organización es el Comité de Convivencia, quien no reporta casos de discriminación en el periodo del año 2016.

Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.

407 - 1

No procede, Canal Digital en este momento no tiene grupos sindicales.

Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.

409 - 1

No procede, nuestra compañía no tiene casos de trabajo forzoso u obligatorio.

Casos de violaciones de los derechos de los pueblos Indígenas.

411 - 1

No procede, Canal Digital no cuenta con trabajadores de la población indígena.



## Tabla de contenido GRI

102-55

Tema	Indicador	Contenido	Respuesta	Página
<b>GRI 102- Contenidos Generales</b>				
<b>Perfil de la organización</b>	102-1	Nombre de la organización	Nuestra Organización	7
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Nuestra Organización	9
	102-3	Ubicación de la sede	Nuestras Sedes	9
	102-4	Ubicación de las operaciones	Nuestras Sedes	9
	102-5	Propiedad y forma jurídica	Nuestras Sedes - Propiedad y forma Jurídica	10
	102-6	Mercados servidos	Nuestras Sedes	10
	102-7	Tamaño de la organización	Nuestro equipo de trabajo	10
	102-8	Información sobre colaboradores y otros trabajadores	Nuestros trabajadores	12
	102-9	Cadena de suministro	Cadena de Abastecimiento	13
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Cambios Trascendentales	13
	102-11	Principio o enfoque de precaución	Gestión de Riesgo	14
	102-12	Iniciativas externas	Iniciativas Externas	15
	102-13	Afiliación a asociaciones	Asociaciones	16
	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Mensaje CEO	4
	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Tres Grandes Retos	17
<b>Ética e Integridad</b>	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Nuestros Valores y Principios	21
<b>Gobernanza</b>	102-18	Estructura de gobernanza	Gobierno Corporativo	24
<b>Grupos de Interés</b>	102-40	Lista de grupos de interés	Grupos de Interés	25
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Acuerdos de negociación colectiva	25
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Involucramiento de nuestros grupos de interés	26
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Involucramiento de nuestros grupos de interés	26



UN GLOBAL COMPACT  
APROYAMOS  
EL PACTO GLOBAL



	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Involucramiento de nuestros grupos de interés	26
<b>Prácticas para la elaboración de Informes</b>	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Estados financieros	31
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Contenido y Cobertura	32
	102-47	Lista de temas materiales	Análisis de Materialidad	33
	102-48	Corrección de la información	Modificación de Información	35
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	Modificación de Información	35
	102-50	Periodo objeto del informe	Periodo y ciclo reportado	35
	102-51	Fecha del último informe	Modificación de Información	35
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	Periodo y ciclo reportado	35
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Preguntas del Informe	36
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Elaborando el primer reporte-GRI	36
	102-55	Índice de contenidos GRI	Índice de indicadores GRI	67
	102-56	Verificación externa	Verificación externa	36
<b>GRI 103 - Enfoque de Gestión</b>	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Nuestra estrategia de sostenibilidad	37
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Enfoque de Gestión	41
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Nuestra estrategia de sostenibilidad	37
<b>GRI 200 Económico</b>	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Valor económico	45
	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.	Riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	45
	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.	46
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Asistencia financiera recibida del gobierno	46
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	Altos Ejecutivos	47



	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Inversiones en infraestructuras	47
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Impactos económicos indirectos Significativos	48
	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Gasto en Proveedores	48
	205	Anticorrupción	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	49
<b>GRI 300</b> <i>Ambiental</i>	301-1	• Materiales utilizados por peso o volumen • Insumos reciclados • Productos reutilizados y materiales de envasado	Materiales utilizados por peso o volumen	50
	301-2			
	301-3			
	302-1	Energía	Nuestra Huella de Carbono	50
	302-4			
307	Cumplimiento Ambiental	Cumplimiento Ambiental	56	
<b>GRI 400</b> <i>Social</i>				
<b>Empleo</b>	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Nuevas Contrataciones	56
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Beneficios a empleados de tiempo completo	57
	401-3	Permiso Parental	Permiso Parental	60
<b>Relaciones Trabajador - Empresa</b>	402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.	62
<b>Salud y Seguridad en el trabajador</b>	403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad.	Salud y Seguridad en el trabajo	62
	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional.	Accidentalidad	62



	403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad.	63
	403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.	63
<b>Formación y Enseñanza</b>	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.	Promedio de horas de entrenamiento	63
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Programas implementados y asistencia proporcionada para mejorar las habilidades de los empleados.	64
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Porcentaje del total de empleados que recibieron una revisión regular de desempeño y de desarrollo profesional	64
<b>Diversidad e Igualdad de oportunidades</b>	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	65
	405 - 2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Salario	66
<b>No discriminación</b>	406 -1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Casos de discriminación y Acciones correctivas	66
<b>Libertad de Asociación y Negociación Colectiva</b>	407 - 1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	66
<b>Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio</b>	409 - 1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	66
<b>Derechos de los pueblos indígenas</b>	411 - 1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas.	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos Indígenas	66

