

2021

Informe de Sostenibilidad







**Expresamos nuestro agradecimiento
a los colaboradores de las empresas
del Grupo Hada, por la disposición
para la realización de este informe.**

Consolidación del informe

Gloria Clemencia Trujillo, Gerente Comunicación
y Responsabilidad Social

Coordinación

Paola Bojacá, Coordinadora de Comunicación
y Responsabilidad Social

Acompañamiento técnico construcción informe

Contreebute

Diseño y Diagramación

María Fernanda Ríos Álvarez



Contenido

01

Principales cifras - Hitos 2021 01

02

Acerca del informe 05

03

Mensaje del líder 07

04

Sostenibilidad 11

Compromiso 12

Grupos de interés 13

Materialidad 16

05

Nuestra organización 17

Cultura organizacional 18

Nuestras empresas 20

Cadena de valor 20

Unidades de negocio 22

Categorías de producto 23

Lanzamientos Marcas Hada 2021 24

Mercados servidos 29

Certificaciones y membresías 30

Gremios y asociaciones 33

Auditorías 33

Contenido

06

Dimensión Económica:

Nuestro crecimiento es continuo y en armonía con la dimensión social y ambiental

35

Gobierno corporativo	36
Ética y anticorrupción	39
Gestión de riesgos	41
Crecimiento económico compartido.....	43
Clientes y consumidores	48
Innovación y tecnología	52

07

Dimensión Social:

Creemos en nuestro talento y creamos alianzas para transformar realidades

55

Nuestros colaboradores	56
Seguridad y salud en el trabajo	68
Sociedades más prósperas e inclusivas	73
Nuestros aliados estratégicos	81
Momentos de magia.....	87

08

Dimensión Ambiental:

Nuestra huella en equilibrio con el planeta

93

Responsabilidad con el planeta	94
Gestión de los recursos naturales	106

09

Índice de contenidos GRI

117

01



Principales cifras Hitos 2021



Presencia de mercado

Argentina, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Estados Unidos, Guatemala, Italia, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, Suiza, Venezuela.

Total de países: **16**



Ventas

275.265*

Crecimiento del **34%** respecto a 2020



Crecimiento por país en Marcas Privadas

Hada Colombia: 46%

Hada México: 37%



Exportaciones

166.261*

Crecimiento del **84%** vs el 2020



Proveedores

Colombia: 343

23 del exterior (6.7%)

320 nacionales (93.3%)

México: 225

6 del exterior (3%)

219 nacionales (97%)



Nuestras marcas

- Deseo
- Dans
- Suite
- Mec
- Danubio
- Sensy
- Natur Suisse
- Evocación



Productos nuevos en marcas Hada y marcas privadas

Colombia:

27 productos

México:

37 productos



Certificaciones y membresías

- COFEPRIS
- FDA
- INVIMA
- KOSHER
- BASC
- RSPO
- ECOVADIS
- Pacto Global de las Naciones Unidas
- SEDEX



Inversión en innovación y desarrollo de producto

1.230*



Lanzamiento de nuevos productos

Colombia: 101.5% de cumplimiento
México: 360% de cumplimiento



Satisfacción de clientes

Nivel de satisfacción, lealtad y recomendación del **100%** Net Promoter Score (NPS)



Inversión social

4.937*



Programas de inversión social

- Hada madrina
- Manos limpias niños sanos
- Empleos para la comunidad
- Semilleros de magia
- Actitud ReciclHada
- Hada verde
- Sembratón
- Luzca bien, siéntase mejor
- Tapas para la vida
- Unidas por la magia
- Sembrando esperanza



Número de colaboradores

Directos 688
Hada S.A: 98
Hada internacional S.A: 485
Cosmeticos Trujillo S.A de C.V : 105

Indirectos 221

Total 909



Formación y desarrollo

96% de los colaboradores recibieron capacitación.



Actividades de bienestar para empleados

Inversión de **112***



Tasa de accidentalidad

0% Hada S.A.

6.61% Hada International S.A.

1.2% Cosméticos Trujillo S.A. de C.V.



Beneficios extralegales para colaboradores

4.442*



Inversión ambiental

21.160*



Huella de carbono generada

9.417,33 tCO₂e

Huella de carbono compensada

1.131,55 tCO₂e



Inversión en Responsabilidad Social Corporativa

26.097*

02



**Acerca
del informe**

Este es nuestro onceavo Informe de Sostenibilidad anual para el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el segundo con los lineamientos de Global Reporting Initiative (GRI), en la opción “Esencial”. En este incluimos información sobre el desempeño económico, social y ambiental de nuestra organización, del período comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2021. _____ **GRI (102-48) (102-49) (102-50)**

El contenido de este informe fue formalmente revisado y aprobado por el Comité Directivo, estructurado a partir de la estrategia corporativa y la definición de materialidad, bajo nuestra visión de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, mejorando la calidad de vida de quienes nos rodean y comprometidos con la responsabilidad social y ambiental. _____ **GRI (102-32) (102-51) (102-52)**

Para cualquier consulta o información adicional, los interesados pueden dirigirse a los correos electrónicos hada@hada.com.co o comunicaciones@hada.com.co.

_____ **GRI (102-53)**



03



Mensaje del líder



El 2021 fue un año de gran complejidad, representando un reto para todos a nivel mundial, debido a que la humanidad siguió aún bajo los efectos de una pandemia, con todo lo que ello implicó desde el punto de vista personal, de salud, de negocios y de afectación en todas las actividades del ser humano.

Colombia vivió un período de incertidumbre, ansiedad y caos, por el paro nacional con sus múltiples marchas, bloqueos de vías, cierres de puertos y, en general, con una parálisis de la actividad económica, que afectó a todo el país.

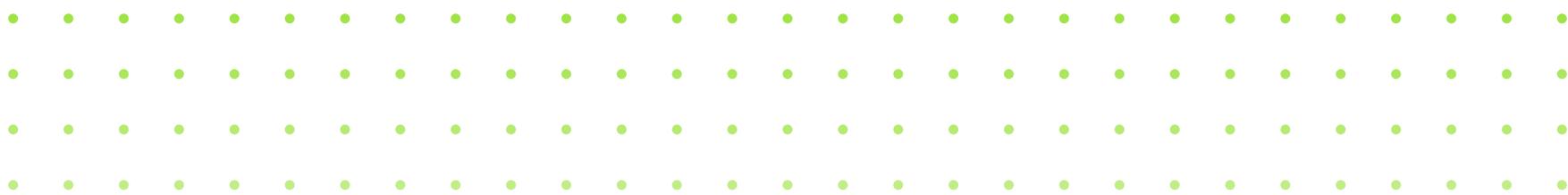
Las empresas del Grupo no fueron ajenas a esas adversidades y tuvieron momentos de estrés en las actividades productivas, como consecuencia de la escasez de materias primas experimentada en el mundo y por la crisis en los transportes internacionales, hechos que en su conjunto demandaron una exigencia mayúscula por parte de quienes tienen la responsabilidad de los abastecimientos de materias primas y la coordinación del comercio exterior para poder dar cumplimiento a las obligaciones con los clientes.

Con creatividad, empeño, dedicación y fe en el futuro, se minimizaron los efectos adversos y como consecuencia de ello, se efectuaron ampliaciones en las plantas de producción, atendiendo los incrementos en las ventas generados por los cambios de conducta postpandemia de los consumidores y por los nuevos negocios concretados con clientes multinacionales de altísimo reconocimiento a nivel mundial.

Las ventas durante el año 2021 tuvieron un crecimiento del **34%** dado especialmente en el negocio de contratos de manufactura para clientes del exterior. Las exportaciones representaron una participación del **60%** en las ventas, contra un **45.5%** en el año anterior.

El mayor volumen de ventas obtenido en el período y el adicional proyectado para el año 2022 está respaldado con inversiones en maquinaria que presentaron un crecimiento de **17%**. Las principales adquisiciones se dieron con una planta integrada de saponificación y secado, la instalación de una nueva subestación eléctrica, readecuación de líneas de producción en Hada International S.A., Barranquilla, Colombia, y con inversión en la planta de Cosméticos Trujillo S.A de C.V. de México en una línea de producción para fabricación de líquidos.

En Grupo Hada siendo responsable socialmente y en cumplimiento de las obligaciones y expectativas medio ambientales, desarrollamos nuestras operaciones en armonía con la comunidad y el medio ambiente, para así satisfacer a sus clientes y consumidores de forma segura y responsable, con políticas alineadas con los Objetivos del Desarrollo Sostenible guiado por los Diez Principios del Pacto Global, basados en Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.



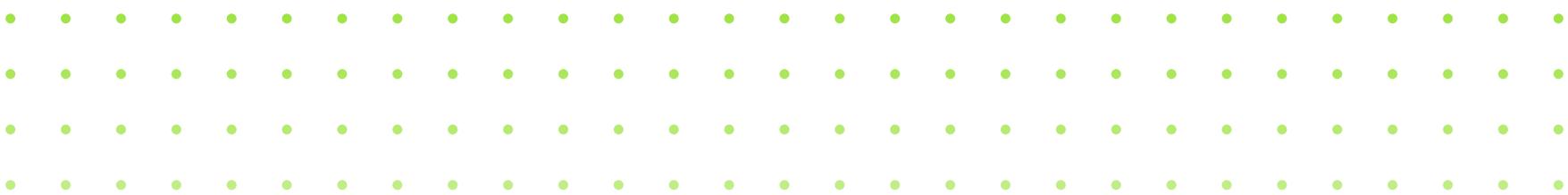
La organización se compromete a operar responsablemente, desarrollando un negocio sustentable con base en los lineamientos establecidos en la Política Integrada de Gestión, Valores, Principios Éticos Corporativos y Política Socio Ambiental.

En el Grupo gestionamos y proyectamos nuestras actividades por quinquenios y en el 2021 concluimos las actividades definidas para ejecución desde el año 2016, haciendo la revisión del cumplimiento de metas y con base en el análisis se hará la definición de políticas para el nuevo quinquenio 2022-2026.

Después de presentar estos aspectos relacionados con las empresas del Grupo Hada y el desempeño sostenible durante el año 2021, es muy satisfactorio poner a disposición de las partes interesadas el presente Informe de Sostenibilidad.



Mauricio Trujillo Posada
Vicepresidente Ejecutivo
Grupo Hada



04



Sostenibilidad

Compromiso.....	12
Grupos de interés	13
Materialidad.....	16

Compromiso

¡Un presente responsable es un futuro sostenible!

Toda la gestión de nuestra compañía está alineada a los Diez Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, actuando siempre en concordancia con ellos y prestando especial interés por la sociedad y el entorno donde desarrollamos nuestras operaciones.

Obedeciendo a nuestra política interna de sostenibilidad ambiental, social y económica, como pilar de la compañía, producimos y utilizamos base de jabón a partir de aceites 100% vegetales, certificados RSPO Mass Balance. Trabajamos continuamente en soluciones que contribuyan al cuidado del medio ambiente a través del desarrollo de materias primas y empaques innovadores.

Somos partícipes y promotores de un modelo de sociedad más comprometida con el desarrollo sostenible, respetando los derechos humanos, utilizando racionalmente los recursos naturales, aplicando políticas de buen gobierno para así garantizar la continuidad del negocio a corto, mediano y largo plazo.

De cara a los desafíos globales, priorizamos los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, que impactan al sector industrial y en los cuales podemos aportar de manera directa.



A lo largo de este informe presentaremos el aporte a los (ODS) a partir de cada uno de nuestros asuntos materiales.

Grupos de interés

En Grupo Hada construimos relaciones basadas en la transparencia, respeto y mutuo beneficio con nuestros grupos de interés, entendiéndolas como la base para generar valor y permanecer en el tiempo. Somos una organización que conecta con los grupos de interés a través de un diálogo transparente. **GRI (102-42)**

Llevamos a cabo un ejercicio de caracterización y priorización de nuestros grupos de interés, con el objetivo conocerlos mejor y diseñar estrategias y canales de comunicación pertinentes de relacionamiento, los caracterizamos según la influencia en la sostenibilidad de la organización y el impacto interno y externo de nuestras operaciones. Entendimos que los grupos de interés son la base de nuestro modelo de negocio y buscamos establecer relaciones a largo plazo, fortaleciendo la información que les brindamos y aquella que recibimos de ellos.



ACCIONISTAS

OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO

Fortalecer la confianza en la compañía, teniendo como base la transparencia en el acceso a la información clara, veraz y oportuna; promoviendo su condición de líderes en la toma de decisiones estratégicas para el logro de los objetivos empresariales.

TEMAS

- Estados financieros de la organización.
- Información estratégica.
- Tendencias del sector industrial.

COMUNICACIÓN

- Correspondencia virtual y física.
- Comunicación telefónica.
- Reunión presencial.



EMPLEADOS

OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO

- Garantizar claridad en la entrega de información que aporte criterio para la gestión y permita comprender de manera íntegra la compañía y su rol en ella.
- Fortalecer la cultura organizacional y afianzar el sentido colectivo, para orientar la consecución de propósitos comunes.

TEMAS

- Clima laboral.
- Cultura organizacional.
- Proyectos empresariales.
- Bienestar integral.

COMUNICACIÓN

- Reuniones presenciales y virtuales.
- Comunicación telefónica.
- Auto gestión de información laboral.
- Correspondencia física y virtual.
- Boletín corporativo.



CLIENTES Y CONSUMIDORES

OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO

Posicionar la oferta de valor de la compañía, garantizando un relacionamiento cercano.

TEMAS

- Condiciones y acuerdos comerciales.
- Nivel de servicio.
- Atención al cliente.

COMUNICACIÓN

- Correspondencia física y virtual.
- Redes Sociales.
- Ventas Online.
- Comunicación telefónica.
- Reuniones presenciales y virtuales.



ESTADO

OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO

Incidir en la construcción de políticas públicas que fortalezcan la dinámica empresarial y nos permitan ser un participante activo, confiable y propositivo en las temáticas que vayan en pro del desarrollo del negocio.

TEMAS

- Impacto de los cambios en las regulaciones. legales, laborales, tributarias y fiscales.
- Licencias ambientales.

COMUNICACIÓN

- Correspondencia virtual y física.
- Comunicados oficiales.
- Comunicación telefónica.
- Reunión presencial.



COMUNIDAD

OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO

Promover en los países donde tenemos presencia, el desarrollo de las personas y la sociedad, siendo un actor relevante para una mejor calidad de vida.

TEMAS

- Programas e iniciativas de inversión social voluntaria.
- Alianzas público privadas.

COMUNICACIÓN

- Reuniones presenciales.
- Correspondencia física y virtual.
- Comunicación telefónica.



PROVEEDORES Y ACREEDORES

OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO

Construir relaciones de largo plazo que nos permitan alcanzar objetivos comunes y garantizar nuestra oferta de valor.

TEMAS

- Acuerdos comerciales y de confidencialidad.
- Evaluación de proveedores.
- Capacitaciones.

COMUNICACIÓN

- Correspondencia virtual.
- Comunicación telefónica.
- Reuniones y auditorías presenciales.



GREMIOS

OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO

Construir posturas conjuntas sobre asuntos relevantes para los intereses de las compañías, garantizando la generación de conocimiento y el desarrollo de la dinámica empresarial y local.

TEMAS

- Participación de la organización en temas económicos, sociales y ambientales de región y país.
- Impactos de la empresa en el entorno en el cual se desenvuelve.

COMUNICACIÓN

- Correspondencia virtual y física.
- Comunicados oficiales.
- Comunicación telefónica.
- Reunión presencial.

Materialidad

Con el propósito de identificar, priorizar y gestionar los asuntos más relevantes para la organización, donde se generan los impactos más significativos y se agrega mayor valor a los grupos de interés en el corto, mediano y largo plazo, realizamos nuestro análisis de materialidad. [GRI \(102-46\)](#)

Conscientes de las expectativas y la responsabilidad con nuestros grupos de interés, este ejercicio permitió la identificación de los asuntos que más influyen en las operaciones a lo largo de la cadena de valor, siendo conscientes de las dinámicas internas, del sector y del entorno fueron analizados y validados con nuestras partes interesadas.

El proceso se llevó a cabo en las siguientes etapas:



1

Identificación de temas:

Se realizó un análisis de diversas fuentes de información internas y externas, que permitieron identificar el listado de los principales asuntos que competen al negocio y a las compañías en particular.



2

Consulta e interacción con los grupos de interés:

Teniendo en cuenta el ejercicio de caracterización y priorización de nuestros grupos de interés, se realizó validación de los temas emergentes, para su respectiva priorización.



3

Validación con máximos órganos de gobierno corporativo:

El resultado obtenido fue presentado a la Alta Dirección para su validación y alineación con la estrategia planteada para el siguiente quinquenio.



4

Divulgación:

Los asuntos priorizados fueron publicados en nuestro Reporte de Sostenibilidad 2020, declarados internamente de forma explícita como temas estratégicos a gestionar.

Con la valoración realizada, conectamos la estrategia con los asuntos materializados en el período anterior y se estableció entre otros, estos asuntos mayores:

1. Tecnología y transformación digital.
2. Gestión de riesgos.
3. Innovación y desarrollo.
4. Calidad y experiencia al cliente.
5. Gestión del talento humano.
6. Competitividad.



Nuestra organización

Cultura organizacional	18
Nuestras empresas	20
Cadena de valor.....	20
Unidades de negocio.....	22
Categorías de producto	23
Lanzamientos Marcas Hada 2021	24
Mercados servidos	29
Certificaciones y membresías	30
Gremios y asociaciones	33
Auditorías	33

Cultura organizacional

Somos magia, somos calidad, somos innovación.

Nuestras operaciones iniciaron en el año 1956, lo que nos acredita como un grupo empresarial de origen colombiano en el sector cosmético, con la fabricación de productos de aseo y cuidado personal, del hogar e institucional.

Somos la principal empresa en América manufacturando jabones en barra, elaborados a partir de aceites **100%** vegetales. Estamos comprometidos en brindar siempre la mejor calidad, siguiendo rigurosos estándares en temas de sostenibilidad y gobernanza ética, fomentando valores como la transparencia, la responsabilidad, el respeto y la pasión, caracterizándonos por contribuir al crecimiento económico, la construcción y fortalecimiento del tejido social, tanto al interior como al exterior de nuestra organización.



Misión

Somos un grupo de empresas industriales y de servicios, que ofrece soluciones integrales, rentables, innovadoras y eficientes; dedicado a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, mejorando la calidad de vida de quienes nos rodean y comprometido con la responsabilidad social y ambiental.



Visión

Ser en el año 2021 un grupo empresarial multinacional sólido, con presencia operativa en tres continentes, con ventas mayores a USD \$150 millones anuales y un Ebitda superior al 11%.

Reto

Como Grupo Empresarial nos hemos planteado la ejecución para el 2022 de un ejercicio de vital importancia que nos permita ir un paso más allá, definiendo los lineamientos estratégicos y trazando un mapa de la organización con el enfoque que tendremos frente al quinquenio venidero 2022- 2026.

VALORES



TRANSPARENCIA

Abogamos por la limpieza en pensamiento, palabra y acción, buscando generar confianza hacia todos nuestros grupos de interés.



RESPECTO

Reconocemos y aceptamos la igualdad, dignidad humana, diversidad individual y demás derechos fundamentales, trabajamos por los intereses colectivos y la sostenibilidad de los recursos naturales y económicos suministrados por la compañía e impulsamos la confianza como base para un trabajo integro y satisfactorio.



RESPONSABILIDAD

Contribuimos en forma voluntaria y activa hacia la mejora continua, social, económica y ambiental, obedeciendo a cuestiones éticas y morales, dando cumplimiento a nuestras obligaciones, garantizando la continuidad del negocio.



PASIÓN

Con espíritu de colaboración, actitud proactiva, sentido de pertenencia y compromiso con nuestro trabajo, disfrutamos y creemos en la empresa y en su valor, impactando en la gestión organizacional y mejorando la calidad de vida de aquellos que confían en *¡La magia de hacerlo bien!*

Nuestras empresas

Durante 65 años nos hemos consolidado como un reconocido grupo empresarial manufacturero de jabón, siendo la mayor empresa jabonera de origen vegetal sostenible de América.

Desde el corporativo, ubicado en Manizales, Colombia, como controlador estratégico de nuestras plantas de operación ubicadas en Barranquilla, Colombia y Cuautitlán Izcalli, México, brindamos soluciones integrales de manufactura de productos para la salud, el bienestar, cuidado personal y del hogar e institucional, con la fabricación de jabón base, jabones cosméticos en barra, productos líquidos, perfumería, entre otros.

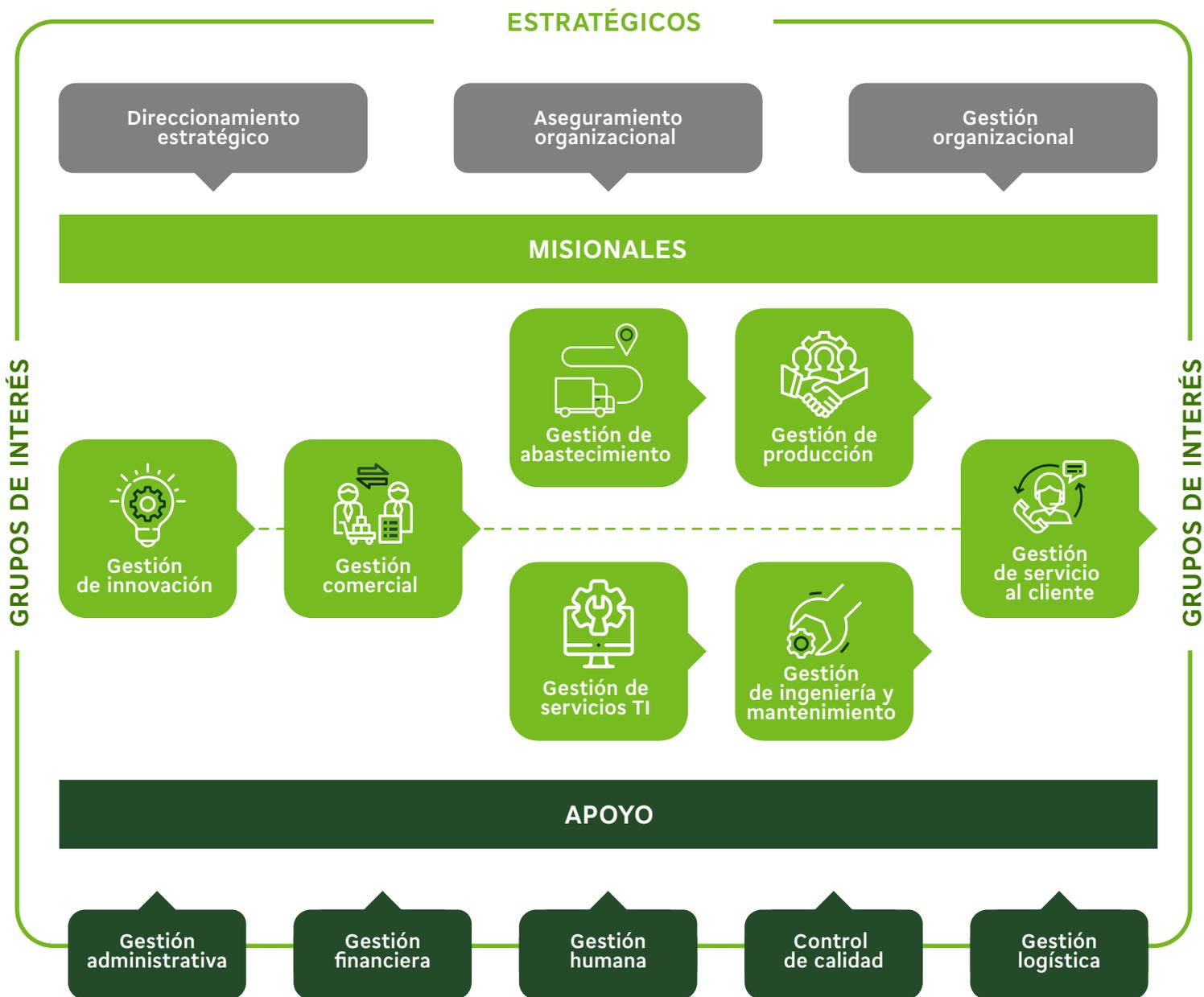


Cadena de valor

En Grupo Hada el sistema integrado de gestión cubre las actividades necesarias para el desarrollo, la fabricación y la entrega de productos. En este sentido, nuestra cadena de valor la entendemos desde la integración y desarrollo de un eje estratégico, uno misional y uno de apoyo.

Desde el corporativo en la ciudad de Manizales, Colombia, se cubren las actividades relacionadas al eje de apoyo que permiten dar respuesta a los ejes estratégicos y misionales. A su vez, en esta sede se establecen los lineamientos estratégicos, las políticas y los procedimientos para todas las empresas de nuestro Grupo y se lleva a cabo la gestión de innovación, la gestión comercial, la gestión de servicio al cliente y la gestión financiera, que son actividades propias del eje misional y sirven de apoyo a los procesos de cada planta.

En cuanto a Hada International S.A., Barranquilla y Cosméticos Trujillo S.A. de C.V, México, se cubre la gestión de producción, abordando tanto la fabricación como la entrega de productos, completando de esta manera las actividades necesarias para abordar todo el eje misional.



Unidades de negocio



Marcas Hada

- Deseo
- Evocación
- Suite
- Danubio
- Natur Suisse
- Dans
- Mec
- Sensy



Marcas Privadas

Servicio de maquila de productos de bienestar, aseo y cuidado personal y del hogar.



Productos Industriales Hadabío

Compra de grasas sostenibles y la venta de jabón base para otras empresas fabricantes de jabón.



Hada Online

Tienda en línea de marcas Hada.

Categorías de producto



ASEO Y CUIDADO PERSONAL

- Jabón en barra
- Jabón líquido cosmético
- Jabón íntimo
- Gel antibacterial
- Gel de ducha
- Champú
- Acondicionador
- Crema de manos
- Crema corporal
- Emulsiones
- Enjuague bucal
- Desodorante tipo roll on
- Amenities



ASEO Y CUIDADO DEL HOGAR

- Suavizante de ropa
- Lavalozas líquido
- Limpia vidrios
- Limpia pisos
- Detergente líquido
- Desengrasante multipropósito



PERFUMERÍA

- **Absolut:** Fragancia > 80%
- **Perfume:** Fragancia 21 - 30%
- **Eau de Parfum:** Fragancia 16 - 20%
- **Eau de Toilette:** Fragancia 8 - 15%
- **Eau de Cologne:** Fragancia 3 - 7%
- **Eau Fraiche:** Fragancia 1 - 2%



INDUSTRIALES HADABÍO

- Base opaca
- Base traslúcida
- Base alta traslucidez

Lanzamientos Marcas Hada 2021

Renovamos porque deseamos
un mundo mejor.



JABÓN LÍQUIDO DESEO® ANTIBACTERIAL COCO ALMENDRA

Con su novedosa fórmula mezcla la acción suavizante del coco, con el aceite de almendras y sus beneficios acondicionadores para la piel, es la selección perfecta de ingredientes **91%** de origen natural, enriquecidos con glicerina y emolientes.



JABÓN DESEO® ANTIBACTERIAL FIESTA NEÓN CON CREMA HIDRATANTE: LIMÓN, CEREZA Y MORA AZUL

Color, explosiones de fragancia y muchos beneficios humectantes, antioxidantes y emolientes para el cuidado de la piel. Un producto consciente con un **84%** de ingredientes de origen natural.



JABÓN DESEO® ANTIBACTERIAL SURTIDO CON CREMA HIDRATANTE: AVENA, MANZANA VERDE Y ALGAS MARINAS

El mix perfecto que contiene un **84%** de ingredientes de origen natural, con poder antibacterial, emoliente, antioxidante y humectante, garantizando un mayor cuidado contra las bacterias, brindándole una apariencia saludable, suave y tersa a la piel.



JABÓN DESEO® ANTIBACTERIAL ALGAS MARINAS CON CREMA HIDRATANTE

Elaborado con un **84%** de ingredientes de origen natural, aceites **100%** vegetales, crema hidratante, glicerina y extractos naturales de manzanilla, menta, aloe vera, árbol de té y avena que protegen, hidratan, humectan y nutren la piel.



JABÓN DESEO® ANTIBACTERIAL MANZANA VERDE CON CREMA HIDRATANTE

Antioxidante, humectante y emoliente, un producto consciente con un **84%** de ingredientes de origen natural.



JABÓN DESEO® ANTIBACTERIAL AVENA CON CREMA HIDRATANTE

Jabón con un **84%** de ingredientes de origen natural, fórmula antibacteriana con hojuelas exfoliantes de avena que proporcionan renovación celular y protección para la piel.



JABÓN LÍQUIDO DESEO®ANTIBACTERIAL MANZANA VERDE

Jabón líquido perlino y antibacterial con las bondades humectantes de los frutos verdes y glicerina, su fragancia única inspirada en los campos de manzana verde proporciona sensación de frescura para la piel.



JABÓN DESEO® ANTIBACTERIAL COCO ALMENDRA CON CREMA HIDRATANTE

La perfecta mezcla de fragancias de leche de coco y aceite de almendras para una experiencia de calidez y cuidado. Enriquecido con glicerina, crema hidratante, extractos naturales que hidratan, humectan y nutren la piel.



JABÓN LÍQUIDO DESEO® ANTIBACTERIAL AVENA

Con un **91%** de ingredientes de origen natural y empaque **100%** reciclable, su exclusiva fórmula antibacterial con avena, glicerina, emolientes y otros extractos naturales proporciona mayor humectación, nutrición y suavidad para la piel, además de protegerla contra las bacterias.



JABÓN LÍQUIDO DESEO® ANTIBACTERIAL ALGAS MARINAS

Con la sofisticación de las algas marinas y una mezcla de ingredientes naturales, este jabón humecta, nutre y suaviza la piel. Tiene una fórmula que garantiza la limpieza y cuidado antibacteriano para manos y cuerpo.



ACONDICIONADOR RESTAURADOR ANTIFRIZZ DESEO® HERBAL – CANNABIS:

Acondicionador restaurador sin sal, sin colorantes, con una mezcla de 10 aceites, Biokeratina y Provitamina B5 que potencian el brillo del cabello, reducen y controlan el frizz, nutren, hidratan, fortalecen y suavizan el cabello.

**¡BIENVENIDOS A LA NUEVA ONDA
DEL CUIDADO CONSCIENTE!**





Mercados servidos



DESDE MÉXICO Y COLOMBIA

- | | |
|----------------|-------------|
| Argentina | Guatemala |
| Brasil | Italia |
| Canadá | México |
| Colombia | Panamá |
| Costa Rica | Perú |
| Ecuador | Puerto Rico |
| España | Suiza |
| Estados Unidos | Venezuela |

Certificaciones y membresías del Sistema Integrado de Gestión

Es compromiso permanente de todos los miembros de la organización ser responsables con las partes interesadas, gestionando de manera efectiva los procesos con el fin de generar valor agregado, en un ambiente seguro y respetuoso con los intereses económicos, sociales y ambientales, velando por el cumplimiento de los requisitos legales, normativos y otros que la organización suscriba, asegurando la continuidad del negocio mediante la aplicación de un enfoque preventivo.

Para el Grupo Hada, la calidad es prioridad, por lo que a lo largo de los años hemos fortalecido nuestro sistema de gestión de calidad, asegurando que todos los procesos de producción cumplan con los más altos estándares exigidos por la industria y nuestros clientes. Contamos con diferentes certificaciones de carácter local y global, para que nuestro producto final cumpla los requisitos exigidos en los diferentes mercados, con el fin de ser competitivos a nivel mundial.



Calidad



Seguridad y salud
en el trabajo



Ambiental



Control
y seguridad



Responsabilidad
social

En coherencia con nuestro enfoque, aceptamos las iniciativas de certificación y membresías que contribuyen, no sólo a la calidad de nuestros productos y servicios, si no que adicionalmente nos permiten estar alineados con los estándares de gobernanza, talento humano, sociales, medio ambientales, entre otros.

Así mismo, nuestro Sistema de Gestión – Gestión IntegrHada, se encuentra sustentado en tres pilares:



Mejora continua



Cumplimiento de requisitos



Enfoque preventivo

Dando respuesta a las exigencias de nuestro entorno, grupos de interés y oferta de valor, se ha implementado de manera proactiva diversidad de estándares que nos han permitido estar a la vanguardia en la industria:

- Anexo 2 Decisión 516 de 2002 de la CAN (BPM Cosméticas)
- Decisión 721 de 2009 de la CAN (BPM Higiene Doméstica)
- ISO 22716:2008 (BPM Cosméticas)
- CFR - Code of Federal Regulations Title 21 U.S. Food and Drugs Administration
- NTC - ISO 9001:2015
- NTC - ISO 14001:2015
- NMX-CC-9001-IMNC-2015
- NMX-SAA-14001-IMNC-2015
- Decreto 1072 de 2015 del Ministerio del trabajo
- ISO 45001: 2018, Modelo empresa segura y empresa limpia (México)
- Norma y estándares BASC versión 5 – 2017
- Resolución 000015 del 17 de febrero de 2016 de la DIAN
- Operador Económico Autorizado OEA
- ISO 31000: 2018
- NTC-ISO-IEC 17025:2005.



* COLMZ L00034-1-5

*** SMETA 4 Pilares.

**** WCA

Con la aprobación FDA para producción de OTC USA.

Contamos con las membresías de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible – RSPO y del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Igualmente, las certificaciones de entes regulatorios y de empresas multinacionales, que han contribuido al fortalecimiento de los estándares de la organización.

Las plantas de manufactura ubicadas en Barranquilla, Colombia y Cuautitlán Izcalli, México, se han adherido a iniciativas de responsabilidad social como Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX), organización dedicada a impulsar mejoras en las prácticas empresariales en lo relativo a la ética y responsabilidad de las cadenas de suministro en todo el mundo, bajo los lineamientos de SMETA, los cuales están anclados en cuatro pilares:



Normativas laborales



Prevención de riesgos laborales



Medio ambiente



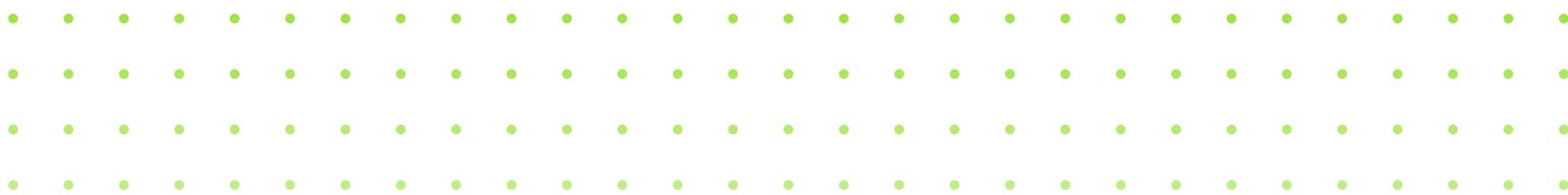
Ética comercial

La planta de manufactura Hada International S.A., Barranquilla, cuenta con:

- Certificado de capacidad de fabricación para sólidos, líquidos y semisólidos en formas cosméticas y productos de higiene doméstica en forma líquida, otorgado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA.
- Certificado World BASC Organization.
- Certificado Kosher.
- Registro ante la FDA.

Adicionalmente esta planta de manufactura en los años 2015, 2018 y 2019 obtuvo el reconocimiento de alto desempeño, en los estándares CFR - Code of Federal Regulations Title 21 U.S. Food And Drugs Administration y Workplace Conditions Assessment (WCA), con porcentajes de cumplimiento por encima del promedio internacional, nacional y del propio sector cosmético.

Por último, realizamos un proceso de evaluación en el Work Conditions Assesment, que arrojó un resultado sobresaliente, demostrando la importancia que desde Grupo Hada se le otorga a garantizar las mejores condiciones de trabajo.



Alineación con gremios y asociaciones a las que pertenecemos

En coherencia con nuestra caracterización y priorización de grupos de interés, continuamos dando la debida importancia a construir posturas conjuntas con el gremio sobre asuntos relevantes para los intereses de las compañías, garantizando la generación de conocimiento y el desarrollo de la dinámica empresarial y local, por lo que estamos afiliados:

- ANDI - Asociación Nacional de Empresarios, Colombia.
- BASC - Business Alliance for Secure Commerce.
- INDUSTRIALES MX - IMSS Asociación de Industriales Unidos por México A.C.
- CANIPEC - Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos, México.
- PROBARRANQUILLA - Agencia de Promoción de Inversiones Empresariales.

Auditorías

Continuamos ratificando nuestro compromiso por ser promotor de buenas prácticas en diferentes ámbitos, que den garantía de productos con calidad, cumplimientos normativos, adecuadas condiciones laborales, protección a los derechos humanos y medio ambiente, entre otros, por lo que encontramos en las auditorías, desafíos de crecimiento sostenible a nivel organizacional y que nos garantice mantenernos actualizados en las tendencias de riesgos y criterios científicos.

Durante el año 2021 las plantas de manufactura en Colombia y México recibieron en su orden, **16** y **6** auditorías, de clientes, entidades certificadoras y entes regulatorios nacionales e internacionales, ratificando la alineación del Sistema de Gestión con cada uno de los estándares auditados y manteniendo el estatus de aprobado, para así dar continuidad a las diferentes operaciones y relaciones comerciales.



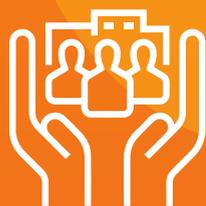
Deseo
Algas Marinas

Jabón líquido
Manos y cuerpo



ANTIBACTERIAL
Elimina el 99.9% de las bacterias*

500ml



Dimensión Económica

Nuestro crecimiento es continuo y en armonía con la dimensión social y ambiental

Gobierno corporativo	36
Ética y anticorrupción	39
Gestión de riesgos	41
Crecimiento económico compartido.....	43
Clientes y consumidores.....	48
Innovación y tecnología.....	52

Gobierno corporativo



Adoptamos las mejores prácticas para garantizar un gobierno corporativo sólido que permita impulsar el desarrollo de quienes hacen parte de la organización.

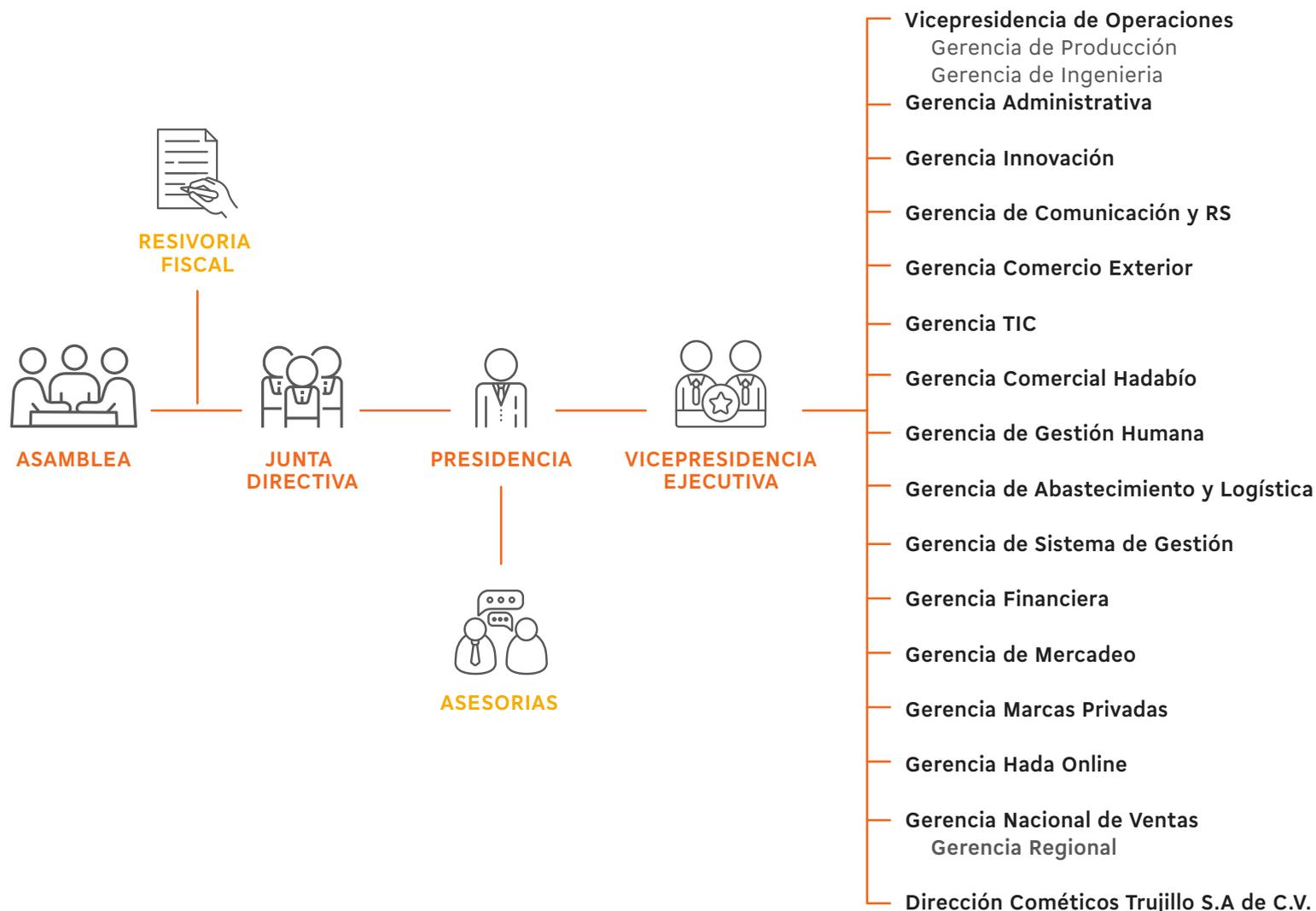
En Grupo Hada contamos con un equipo de Gobierno Corporativo como máximo órgano de decisión de la compañía. Este equipo se encarga de dirigir y gestionar todas nuestras actuaciones, en línea con lo dispuesto por nuestro Código de Ética Empresarial. [GRI \(102-18\)](#)

La figura de Gobierno Corporativo está conformada por Asamblea, Junta Directiva, Presidencia y Vicepresidencia Ejecutiva, los cuales se soportan en la Vicepresidencia de Operaciones, Vicepresidencia Administrativa y Financiera, Directores y Gerencias de Procesos y Comités de Gestión.

Con el objetivo de garantizar el diseño e implementación de políticas y procedimientos acordes con la actividad principal del negocio, desde la Presidencia se cuenta con un grupo de asesores externos que aseguran la integración de conocimientos específicos, a través de la conformación de grupos interdisciplinarios que apoyan la definición de los lineamientos estratégicos, considerando los requisitos legales, normativos y de otra índole aplicables al negocio.

Desde Hada S.A., Manizales, Colombia, como casa matriz, se tiene implementado un esquema de control estratégico para las diferentes empresas de Colombia y México, cubriendo actividades administrativas desde los procesos estratégicos, misionales, en los cuales se establecen los lineamientos, políticas y procedimientos de gestión.

Bajo este modelo de gobierno, la estructura organizacional apalanca el cumplimiento de los objetivos y estrategias definidas para el Grupo Hada.



Considerando que el Gobierno Corporativo tiene como finalidad proteger los asuntos relevantes de la compañía, los intereses de los accionistas, monitorear la creación de valor y el uso eficiente de los recursos, se cuenta con diferentes Comités de Gestión, corporativos y normativos, que tienen bajo su responsabilidad el establecimiento de políticas alineadas con las directrices estratégicas y el seguimiento a su cumplimiento, así como de los procedimientos y demás lineamientos definidos por la organización. **GRI (102-19)**

El presidente de nuestro máximo órgano de gobierno destaca, entre otros aspectos, por su amplia trayectoria en los sectores académico y empresarial, por desempeñar roles de liderazgo en figuras iguales o similares a las de junta directiva y por su profundo conocimiento en temas de gobierno corporativo. Reconociendo la importancia de este rol, el presidente de la junta directiva no tiene asignadas funciones ejecutivas, garantizando así que la junta opere de manera independiente de la administración y que los directores tengan un liderazgo independiente. **GRI (102-23)**

Nuestro modelo de Gobierno Corporativo tiene un rol de acelerador de ventajas competitivas, así: _____ **GRI (102-26)**

- Estrategia corporativa.
- Fusiones, adquisiciones y nuevos proyectos.
- Desarrollo organizacional.
- Sistema integrado de gestión.
- Marketing corporativo.
- Comercial y mercadeo.
- Investigación y desarrollo.
- Mejoramiento continuo.

Las responsabilidades son asumidas por diferentes roles en la compañía de acuerdo con el macroproceso al cual corresponden en la cadena de valor vigente. Para cada macroproceso, proceso y subproceso se tienen documentadas las caracterizaciones que evidencian las correlaciones entre ellos, teniendo en cuenta las figuras cliente y proveedor, internos y externos.

Así mismo, nuestro Gobierno Corporativo trabaja de la mano con la Gerencia de Comunicación y Responsabilidad Social en la gestión de impactos económicos, sociales y ambientales. En este sentido, los responsables del proceso son quienes supervisan y evalúan el proceso de elaboración del informe no financiero y a su vez validan que la información presentada sea la adecuada para finalmente presentársela a la Alta Dirección. _____ **GRI (102-19)(102-32)**

Desde la Alta Dirección se establece en el apartado de Relaciones de nuestro Código de Ética Empresarial las definiciones necesarias para limitar las actuaciones por parte de los empleados, con el fin de prevenir y mitigar cualquier acción que pueda generar conflictos de interés a nivel interno y externo, protegiendo la integridad de la organización y sus empleados. _____ **GRI (102-25)**

Ética y anticorrupción



Establecemos principios que garanticen la actuación de manera ética e integral por parte de nuestro equipo de trabajo.

La misión, visión y políticas organizacionales, definidas por parte de la Alta Dirección, son el marco que establece la estrategia y a su vez dan rumbo a la organización. El actuar bajo estos lineamientos nos permite obtener los resultados esperados, centralizando los esfuerzos y optimizando los recursos.

GRI (103-1)

Para lograr que estas definiciones trasciendan a las diferentes empresas del Grupo Hada y se fomente la cultura corporativa, se desarrollaron estrategias enfocadas a generar conciencia de la importancia de crear equipos de trabajo empoderados, líderes, empáticos, diversos e inclusivos.

En el año 2021 la Junta Directiva definió los lineamientos estratégicos para el nuevo quinquenio, integrando programas claves como El Creatorium, el cual tiene como objetivo fomentar la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y el valor agregado en nuestros productos y procesos. _____ GRI (103-2)

En línea con nuestro compromiso por la transparencia, cumplimos a cabalidad con los informes requeridos por las diferentes entidades de vigilancia y control. En el caso de los estados financieros de nuestras empresas, se contó con un revisor fiscal externo.

Durante el año 2021 se realizó la revisión anual de los requisitos legales del Grupo Hada y se gestionaron las acciones pertinentes basadas en su indicador de cumplimiento.

En este período, se contrataron consultorías para la identificación/validación, implementación y/o mantenimiento de los requisitos legales comerciales y asociados a protección de datos personales y SAGRILAFI, demostrando nuestro compromiso con su gestión.

En este sentido es importante resaltar que durante el período reportado no se presentó ninguna sanción o multa derivada del incumplimiento de las leyes y regulaciones.

En Grupo Hada estamos comprometidos con establecer procesos y políticas que hagan frente a cualquier acto de corrupción, es por esto, que a través de un asesor jurídico llevamos a cabo un proceso de Compliance, y así minimizar los riesgos que puedan causar un detrimento patrimonial, atentar contra la sostenibilidad y la continuidad el negocio. **GRI (205-1)**

Se han evaluado las operaciones que intervienen en la cadena de suministro para identificar riesgos relacionados con corrupción. En nuestro Código de Ética Empresarial, en el capítulo denominado “Relaciones”, se definen los lineamientos y restricciones que deben ser tenidos en cuenta al momento de relacionarnos con los representantes del sector privado y público.

Con el fin de afianzar conocimientos frente a posibles hechos de corrupción a los que nos podamos ver expuestos, a lo largo del año participamos de actividades de capacitación relacionadas con temas de corrupción y soborno, dictadas por entidades como Business Alliance for Secure Commerce (BASC) y la Policía Nacional de Colombia. **GRI (205-2)**

Nuestro Código de Ética Empresarial recoge las medidas dispuestas para actuar frente a un caso de corrupción, destacando que durante el año 2021 no se presentaron incidentes de este tipo.

GRI (205-3)

Destacamos también que, durante el período reportado, no se recibieron acciones jurídicas contra la compañía en materia de competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia, demostrando una vez más nuestro compromiso con la sana y justa competencia, una gestión transparente y la participación de nuevos actores en el mercado que nos obliguen a ser más competitivos. **GRI (206-1)**

Retos

Implementar un Programa de Ética y Transparencia Empresarial que cumpla con los requisitos de la Superintendencia de Sociedades.

Evaluar la metodología implementada para la gestión de requisitos legales de la empresa, así como los de la cadena de suministro.

Gestión de riesgos



Identificar y gestionar los riesgos es la mejor manera de asegurar la continuidad y sostenibilidad de la operación.

Año a año, analizamos los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental y social que puedan afectar nuestro negocio. **GRI (102-33)**

Gestionar estos riesgos es un aspecto relevante para nosotros en cuanto es una estrategia que nos permite asegurar la continuidad del negocio. Por lo que en el 2021 se constituyó el Comité de Riesgos y Sostenibilidad, cuyo objetivo principal es gestionar los riesgos a los que está expuesta la organización y tener una visión en prospectiva, con el fin de recomendar y/o validar las acciones de tratamiento requeridas, alineadas con las estrategias del negocio. **GRI (103-1)**

Esta gestión fue posible en el 2021 gracias al compromiso que adquirió la Alta Dirección, participando de manera activa en las diferentes etapas y asignando los recursos necesarios para implementar las acciones de tratamiento definidas para el control de los riesgos identificados. **GRI (103-2)**

En conjunto con la empresa asesora en gestión de riesgos y seguros, en el año 2021 las empresas del Grupo Hada identificaron, valoraron, clasificaron y trataron los diferentes riesgos que pueden afectar la continuidad del negocio en el marco del contexto actual. Como resultado de esta gestión se identificaron **25** riesgos de los cuales **11** fueron catalogados como riesgos estratégicos, **11** operativos y **3** financieros. **GRI (207-2)**

Estos a su vez se gestionaron de manera satisfactoria, implementando las acciones necesarias para eliminar o mitigar los impactos que pudieran generar para la organización.

Reto

Actualizar el plan de continuidad de negocio teniendo en cuenta la evaluación, el contexto actual y la estrategia definida para el quinquenio 2022 - 2026.



Crecimiento económico compartido



Impulsamos el crecimiento económico como garante de la continuidad del negocio.

Los compromisos de sostenibilidad integrados a nuestra estrategia de negocio nos permiten generar valor compartido. A continuación, se presentan las principales cifras del valor económico directo generado y distribuido. GRI (201-1)

Valor económico directo generado	275.265*
Valor económico directo distribuido	264.343*
Pagos laborales	22.141*
Parafiscales y seguridad social	6.368*
Beneficios extralegales para empleados	4.395*
Pagos a Proveedores	258.017*
Pagos a Gobierno de Colombia	7.296*
Pagos a Gobierno de México	313*
Inversión en gestión social	4.937*
Inversión en gestión ambiental	21.160*
Inversiones nuevos proyectos	19.808*

*Valores expresados en millones de pesos colombianos.

Tras pasamos fronteras y tenemos presencia en el mercado nacional e internacional, a través de ventas de terceros y llegando a más de 20 mercados con nuestros productos propios desde Colombia y México.



Colombia:

Deseo, Deseo Herbal, Dans, Heno de Pravia, Suite, Danubio, Sensy, Mec.



Panamá:

Dans, Deseo



Puerto Rico:

Dans



Perú:

Suite

CRECIMIENTO DEL MERCADO

El período reportado fue de ampliación, crecimiento y mayor penetración en el mercado global. El crecimiento en ventas frente al 2020 fue de un **34%**, las exportaciones un **85%** y nuestra unidad de negocio de Marcas Privadas, dedicada al contract manufacturing, creció en un **46%**, logrando llegar a nuevos mercados, crecer con nuestros clientes actuales y desarrollar nuevos clientes estratégicos, buscando posicionarnos como una de las principales empresas en las categorías de cuidado personal, perfumería, cuidado del hogar e institucional.

POR UNIDAD DE NEGOCIO

El Grupo Hada en el año 2021 tuvo una penetración importante en el mercado nacional e internacional, con un crecimiento del **7%** en la cantidad de clientes de las unidades de negocio de Hadabío, Marcas Hada y Marcas Privadas; esto significó un crecimiento del **14%** en clientes de esta última unidad, lo cual generó nuevas relaciones comerciales a nivel internacional con la fabricación de marcas líderes del mercado.

La unidad de negocio de Marcas Hada, tuvo un crecimiento en clientes del **5%** desarrollando negocios de distribución adicional.

La unidad de negocio Hadabío mantuvo sus clientes aún con la situación de escasez de aceites en el mundo.

Por último las ventas en línea tuvieron un crecimiento en clientes del **263%** como consecuencia de campañas promocionales con contenidos enfocados al consumidor final, mejoramiento de visibilidad en la WEB y estrategias de conversión.

En Colombia, la unidad de negocio de Marcas Privadas dedicada a los contratos de manufactura para terceros apalancó gran parte del crecimiento y proceso de expansión global del grupo empresarial a más de 20 países en el mundo. El crecimiento en pesos de esta unidad de negocio frente al resultado del año 2020 fue de un **46%**, donde se fortaleció la penetración en mercados internacionales estratégicos como Estados Unidos, España y México.

Por otra parte, resaltamos el crecimiento que obtuvimos desde nuestra empresa Cosméticos Trujillo S.A de C.V ubicada estratégicamente en México, buscando atender principalmente los mercados de Centroamérica y Estados Unidos que se destacan por su alto consumo y crecimiento en las categorías de cuidado personal, perfumería y cuidado del hogar.

CRECIMIENTO EN VENTAS POR UNIDAD DE NEGOCIO		
COLOMBIA		
	CRECIMIENTO EN COP	CRECIMIENTO EN KILOS
Marcas Privadas	45,87%	16,86%
Marcas Hada	-6,13%	-18,49%
Hadabío	0,68%	-32,31%
MÉXICO		
	CRECIMIENTO EN MXN	CRECIMIENTO EN KILOS
Marcas Privadas	37,19%	1,21%

POR PAÍS

México: Cosméticos Trujillo S.A. de C.V. tuvo un crecimiento de nuevos clientes del **18%** que representaron un incremento del **6.13%** sobre las ventas.

Colombia: Nuestro crecimiento en ventas para el mercado de exportación en el año 2021 comparado con el año inmediatamente anterior creció en un **85%**.

Estados Unidos: Iniciamos la producción de tres de las cinco principales marcas del mercado norteamericano impulsando el crecimiento en ventas y la sostenibilidad del negocio.

América Latina: Una de las principales marcas de venta directa, generó incrementos importantes en las ventas del Grupo Hada, generando una penetración importante en este segmento de mercado.

Europa: Este mercado sigue siendo atendido a través de una de las principales marcas de España, la cual ha generado incrementos en las ventas importantes para la compañía.

Nuestra planta de manufactura en México continua su crecimiento de la mano de grandes multinacionales con enfoque en el mercado mexicano y americano. De esta manera seguimos construyendo un futuro con clientes actuales y nuevos con enfoque en la perfumería y productos líquidos.

CRECIMIENTO EN VENTAS POR MERCADO

CRECIMIENTO EN VENTAS POR MERCADO		
COLOMBIA		
	CRECIMIENTO EN COP	CRECIMIENTO EN KILOS
Exportación	84,25%	30,80%
Nacional	-8,60%	-18,69%
MÉXICO		
	CRECIMIENTO EN MXN	CRECIMIENTO EN KILOS
Exportación	58%	35%
Nacional	42%	60%

Para Grupo Hada, el mercado de exportación es de gran importancia en el crecimiento y la expansión de nuestras operaciones en el mundo, por este motivo hemos ubicado estratégicamente nuestras plantas de manufactura, buscando abastecer los diferentes mercados a nivel mundial, ya sea por el océano Pacífico o el Atlántico. Esto nos permite ofrecer a nuestros clientes mayor flexibilidad y competitividad en nuestro ejercicio de comercio exterior.

Adicional al valor económico directo generado, producto de la operación del negocio anteriormente descrita, se generó valor económico indirecto de carácter significativo en México, debido a los efectos de la circulación de dinero producto de la construcción de la nueva planta de producción para la fabricación de productos líquidos. Esta ejecución de inversión se realizó en maquinaria, adecuaciones, implementaciones y mobiliario, para potencializar y aumentar la capacidad de producción en proyectos y licitaciones con nuevos clientes. Este proyecto incrementó los puestos de trabajo en un **36%** vs el año anterior.

Retos

Realizar adecuaciones con el fin de aumentar la capacidad de almacenamiento de materias primas, producto terminado y capacidad productiva de la planta de manufactura ubicada en México.

Lograr una mayor diversificación y penetración de nuestro portafolio en el mercado de Estados Unidos, buscando que este mercado se convierta en el 2022 en nuestro principal país de exportación.

Expandir nuestras ventas de producto al continente africano en el 2022.

Cientes y consumidores



Trabajamos para cumplir y superar las expectativas de nuestros clientes con productos más sostenibles.

Trabajamos por desarrollar un amplio portafolio de productos y servicios de calidad que resuelvan las necesidades de nuestros clientes, tal como se recoge en nuestro Código de Ética Empresarial. Además, concentramos esfuerzos en la materialización de los proyectos más importantes que hemos tenido en los últimos 10 años, aportando a la sostenibilidad económica. [GRI \(103-1\) \(416-1\)](#)

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

La calidad de los productos fue la mayor ventaja competitiva durante el año 2020, y teniendo en cuenta la importancia de una experiencia de servicio, en el año 2021, los esfuerzos se enfocaron en garantizar la mejora continua de los procesos, el bienestar de nuestros colaboradores y la satisfacción de los clientes; obteniendo un resultado en la medición de la satisfacción del **96%** para el año 2020 y logrando alcanzar un resultado en el nivel de satisfacción, lealtad y recomendación para el año 2021 del **100%**.

[GRI \(103-2\)](#)

QUEJAS Y RECLAMACIONES

Disponemos de canales accesibles para que los clientes, distribuidores, el área comercial o las empresas transportadoras puedan interponer sus quejas y/o reclamaciones, tales como la línea 018000, la página web, las redes sociales o el correo electrónico. Una vez son recibidas, se evalúa la queja y se coordina su resolución.

En el 2021 las quejas recibidas corresponden a un **5,5%** frente a las facturas emitidas. El promedio de tiempos de respuesta inicial al cliente para estas quejas fue de 4 días.

SEGURIDAD Y SALUD DE LOS CLIENTES

Nuestro compromiso por la calidad nos lleva a cumplir con rigurosos estándares que aseguren procesos de producción enfocados al cumplimiento de las expectativas de nuestros clientes, consumidores y la industria en general. **GRI (103-1) (416-2)**

En este sentido, garantizamos que el **100%** de las formulaciones desarrolladas cumplan con las directrices de la comisión europea "Cosing", vigilada bajo la Regulación No 1223/2009, Directriz 76/768/EEC, Decisión 2019/701, la lista de opiniones de la Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS) y la Administración de Alimentos y medicamentos / FDA de los Estados Unidos.

Adicionalmente, algunos de nuestros productos han tenido evaluaciones en laboratorios externos en Europa, que nos han permitido proclamas como "Dermatológicamente testeados" - " No Lagrimas".

Destacamos que, durante el 2021 no presentamos ningún caso de incumplimiento a la normativa, que diera lugar a cualquier tipo de sanción, estando soportado en:

- 1**  Aplicación de estándares para Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en productos cosméticos.
- 2**  Apropiación de metodologías, herramientas y técnicas para la planificación y ejecución de auditorías de primera, segunda y tercera parte.
- 3**  Cumplimiento de manera conforme con los requisitos y elementos claves de las BPM relacionados con la seguridad de los productos.
- 4**  Formación y capacitación constante para mantener una base de personal calificado y bien entrenado, capaz de producir consistentemente productos seguros.
- 5**  Actualización de los descriptores de cargos de acuerdo a las tareas y responsabilidades.
- 6**  Canales efectivos de comunicación interna y externa.

7 Procesos estandarizados, validados y controlados estadísticamente, que permiten asegurar la confiabilidad de las operaciones para obtener de manera sistemática productos conformes con las especificaciones.



8 Gestión de riesgos de producto y por procesos, con el fin de asegurar la continuidad operacional en el corto, mediano y largo plazo, protegiendo a las personas, los equipos, los materiales, el producto y el medio ambiente.



9 Gestión de requisitos legales y normativos aplicables, tanto nacionales como de los países destino de los productos manufacturados por las empresas del Grupo Hada.



10 Buenas Prácticas de Documentación.



ETIQUETADO DE PRODUCTOS

En Grupo Hada usamos prácticas de mercadeo justas y responsables, comunicamos de forma transparente y evitamos declaraciones engañosas, falsas o discriminatorias. Nuestra comunicación está alineada a... *La magia de hacerlo bien.* _____ **GRI (417-1) (417-2) (417-3)**

Los diseños de nuestros empaques son el resultado de la gestión entre procesos internos y asuntos regulatorios, para asegurar el cumplimiento de los requisitos legales y del cliente.

Durante el 2021, no se recibieron multas por incumplimiento de la normativa relacionada con el suministro y el uso de productos, tampoco se presentaron incidentes o incumplimientos referentes a comunicaciones de mercadeo.

PRIVACIDAD DEL CLIENTE

En Grupo Hada estamos comprometidos con la privacidad de nuestra información y la de nuestros clientes, este compromiso y las actuaciones que se derivan para alcanzarlo están recogidas en nuestro Código de Ética en el apartado Seguridad Informática y de la Información. Adicional a estas actuaciones, en 2021, consolidamos nuestra estrategia de backup, permitiéndonos tener copia no solo de los datos, sino también de los servidores de nuestra infraestructura mejorando, los tiempos de respuesta en caso de requerir una restauración de un servidor y sus datos. _____ **GRI (418-1)**

En cumplimiento de las normas vigentes, fue reportada ante la Superintendencia de Industria y Comercio un (1) reclamo de supresión en materia de protección de datos personales, el cual se resolvió a favor del cliente, cancelando la suscripción previamente aceptada.

Retos

Continuar con la verificación de las regulaciones relacionadas con seguridad de materias primas, dosificaciones de uso, y límites de exposición en cada uno de nuestros productos.

Innovación y tecnología



Impulsamos la innovación para lograr mejores resultados no solo del negocio sino del entorno.

Como compañía percibimos la innovación en proceso, producto y empaque, como eje fundamental para brindar soluciones que responden a las necesidades de nuestros clientes, generar nuevas oportunidades de negocio que impacten positivamente en nuestro entorno y en la sostenibilidad de la compañía.

GRI (103-1)

Durante el año 2021 invertimos **1.500*** en programas de innovación, esto corresponde a un **15%** más que el año anterior y generamos nuevas oportunidades de negocio que impactaron positivamente en nuestro entorno y en la sostenibilidad de la compañía, logramos el lanzamiento de **27** nuevos productos del portafolio de fabricación en Colombia y **37** en México, representando la consecución de nuestra meta trazada para este año en un **101.5%** y **360%** respectivamente.

GRI (103-2)

PROYECTOS DESTACADOS EN PRODUCTO

Se desarrollaron nuevas formulaciones:

- No testeadas en animales.
- Veganas.
- De jabones sólidos con **84%** de ingredientes naturales.
- De jabones líquidos con **91%** de ingredientes naturales.

Un **33%** del aceite utilizado en la fabricación del producto tuvo certificación RSPO. El **67%** restante corresponden a cultivos formalmente constituidos con buenas prácticas agrícolas, ambientales y sociales y que no participan en procesos de deforestación ni desplazamiento forzoso.

*Valores expresados en millones de pesos colombianos.

PROYECTOS DESTACADOS EN EMPAQUE

Con nuestro compromiso en disminuir los micrajcs/gramajes de los materiales de empaque, flexibles y rígidos, se avanzó en los siguientes proyectos:

- Empaque flexible **100%** reciclables para jabones líquidos.
- El **24%** del portafolio de jabón sólido utilizó como empaque primario materiales derivados del papel, lo que nos permitió eliminar el uso de **64 ton** de plástico en el empaque del producto terminado, lo anterior representa una disminución del **62%** en el consumo de material plástico.

PROYECTOS DESTACADOS EN PROCESO OPERATIVO

- Se renovaron **55** equipos de cómputo, bajo la modalidad de arrendamiento, con características de operación de un menor consumo energético.
- Con la implementación de un nuevo software en las sedes de Colombia, las facturas de proveedores se administran y gestionan de forma digital.
- Con el diseño, instalación y puesta en marcha de la nueva planta para la fabricación de productos líquidos en nuestra sede de Tepetzotlán, México, se aumentó la capacidad instalada de 200 a **2.000 toneladas mes**, logrando procesos más eficientes.
- Instalación de cubiertas de policarbonato en la planta de producción y bodega de almacenamiento, con el fin optimizar el uso de la iluminación natural durante el día y así generar ahorro energético.
- Instalación y puesta en marcha en la subestación eléctrica con un sistema de electroductos que aumentan la capacidad de distribución a **1.600 kVa**.

Retos

Estructurar un Plan de Recuperación de Desastres (DRP) que permita el restablecimiento rápido de la operación, en caso de una contingencia tecnológica.

Realizar diagnóstico de la infraestructura tecnológica de la organización, para identificar oportunidades de mejora con los nuevos desarrollos tecnológicos que se puedan aplicar al funcionamiento y progreso de la organización, buscando ser cada vez más eficientes, eficaces, seguros y competitivos.

Mejorar capacidades de cómputo y disponibilidad de la información con la implementación de una infraestructura de servidores de última generación en el Data Center de Hada International S.A., Barranquilla.

Generar nuevas alianzas con proveedores de aceite certificado RSPO.

A través de alianzas estratégicas con Fedepalma y Solidaridad promover la incorporación de pequeños palmicultores a la producción de aceite sostenible.



07

Dimensión Social

Creemos en nuestro talento y creamos alianzas para transformar realidades

Nuestros colaboradores	56
Seguridad y salud en el trabajo	68
Sociedades más prósperas e inclusivas	73
Nuestros aliados estratégicos	81
Momentos de Magia	87

Nuestros colaboradores

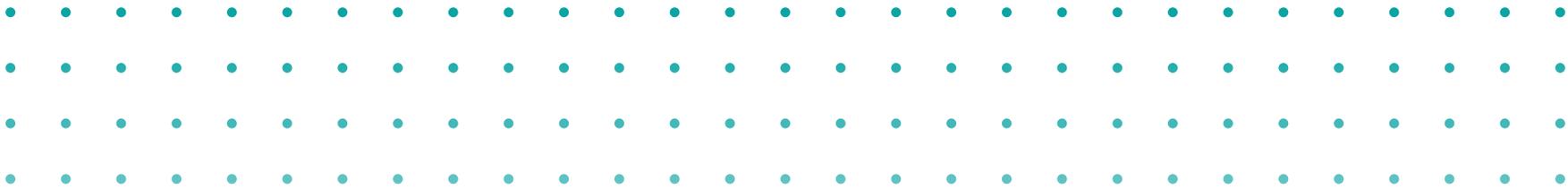


Como equipo asumimos los retos organizacionales con un capital humano empoderado, empático, diverso e inclusivo.

En Grupo Hada consideramos a nuestra fuerza laboral un activo fundamental y valioso para el desarrollo de nuestros negocios, por lo que procuramos estructurar y poner en marcha programas estratégicos que fomenten el desarrollo de la autoconfianza, el empoderamiento y el liderazgo de nuestros colaboradores. **GRI (103-1)**

Bajo este motivo, en el año 2021 ejecutamos el programa Magia y Bienestar, con el que buscamos brindar herramientas de crecimiento personal, salud y bienestar integral a los empleados que son el motor de nuestras compañías. **GRI (103-2)**

Contamos con un equipo de trabajo transnacional de **688** colaboradores comprometidos con el desarrollo sostenible de la compañía.



SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

GRI (102-7)



Hombres
59%



Mujeres
41%



Empleos directos
552



Empleos temporales y aprendices
136

EMPLEOS INDIRECTOS (GRI 102-7)

CONSOLIDADO

Contratistas	92
Asesores	23
In-house	4
Mercaderistas	35
Vigilancia	34
Outsourcing	33

GRUPO GENERACIONAL

CONSOLIDADO

Tradicional (nacidos hasta 1940)	0.15%
Baby boomers (nacidos entre 1941 y 1960)	0.87%
Generación X (nacidos entre 1961 y 1981)	19.91%
Generación Y (nacidos entre 1982 y 2000)	76.31%
Centennials (nacidos de 2001 en adelante)	2.76%

RANGO DE EDAD

	CONSOLIDADO	PORCENTAJE
Menos de 25 años	145	21%
26 a 30 años	185	27%
31 a 35 años	144	21%
36 a 40 años	80	12%
41 a 45 años	62	9%
46 a 50 años	31	5%
51 a 55 años	22	3%
56 a 60 años	12	2%
Mayores de 60 años	7	1%

Promedio
de Edad**33 años****CARGOS EN LA ALTA DIRECCIÓN**

	CONSOLIDADO	PORCENTAJE
Vicepresidentes	3	0,44%
Gerentes	31	4,51%
Jefes	29	4,22%

NIVEL DE EDUCACIÓN

	CONSOLIDADO	PORCENTAJE
Primaria	53	7.7%
Bachiller	256	37%
Técnico	143	21%
Tecnólogo	93	14%
Pregrado	75	11%
Especialización	57	8.3%
Maestría	11	2%

VINCULACIÓN Y RETIRO

Año a año trabajamos para optimizar nuestros procesos de selección con el propósito de asegurar la contratación de personal idóneo para cumplir nuestra misión de mejorar la calidad de vida de quienes nos rodean. **GRI (401-1)**

En el año 2021 se realizaron 306 nuevas contrataciones que incluyeron a aprendices técnicos, tecnólogos y practicantes universitarios, que representaron un **10,5%** del total de nuevas contrataciones en el período, distribuidas por género y grupos generacionales:



Masculino
179



Femenino
127



Generación X
(Nacidos entre 1961y 1981)
6



Generación Y
(Nacidos entre 1982 y 2000)
271



Centennials
(Entre 2001 - actualidad)
29

Así mismo, se estandarizó el proceso de convocatorias internas, siendo un avance importante en la gestión para el desarrollo del personal. En el período, **59** empleados fueron seleccionados en las convocatorias internas, distribuidas de la siguiente manera:



Ascensos
47



Traslados
11



Promociones
1

Ascenso: Cambio de cargo en sentido vertical.

Traslado: Cambio de cargo en el mismo nivel organizacional (transversal).

Promociones: Posibilidad de adquirir más habilidades desde el mismo cargo.

Durante el mismo período hubo una tasa de rotación del **11%**, siendo esta desagregada de la siguiente manera entre las diferentes empresas:



DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

Para el 2021 mantuvimos el impacto a todos los niveles de la compañía con campañas y programas que buscaron afianzar la cultura organizacional, generar sentido de pertenencia e infundir en sí mismos la importancia y valor que tiene cada persona. **GRI (405-1)**

De esta manera se culminó el proyecto de Equidad de Género e Inclusión Social, denominado **Ruta Inclusiva**, en alianza con la ONG Cuso International, contribuyendo a la transformación de una cultura organizacional inclusiva, con la estructuración de la Política de Diversidad, Equidad e Inclusión, en la cual se establecieron lineamientos que promueven el respeto a la diversidad y derechos humanos, prácticas laborales equitativas, promoción de entornos inclusivos y la no discriminación.

Respaldao la equidad de género y la inclusión de las nuevas generaciones en toda su diversidad, se evidenció un aumento en la contratación de población minoritaria (afrodescendientes, indígenas, LGTBIQ+, migrantes, discapacitados y víctimas), así:

	CONSOLIDADO (Número de empleados)	PORCENTAJE
Víctimas del conflicto armado	42	6%
Migrantes	16	2.3%
Población afrodescendiente	15	2.2%
Población LGTBIQ+	4	0.6%
Comunidad indígena	13	1.9%
Población con discapacidad	2	0.3%

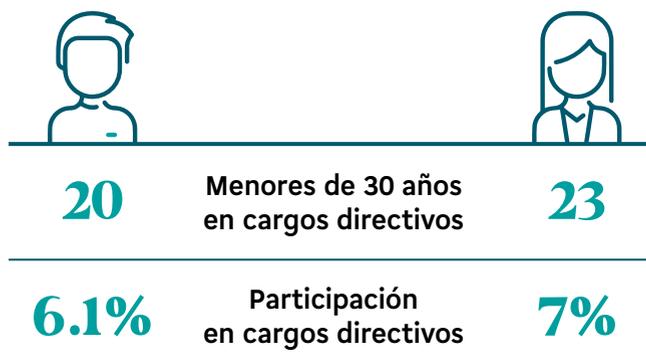
	CONSOLIDADO (Número de empleados)	PORCENTAJE
0 a 5 años	606	88.1%
6 a 10 años	36	5.2%
11 a 15 años	12	1.7%
16 a 20 años	10	1.5%
21 a 25 años	10	1.5%
26 a 30 años	8	1.2%
31 a 35 años	1	0.2%
36 a 40 años	2	0.3%
41 a 45 años	1	0.2%
46 a 50 años	0	0%
Más de 50 años	2	0.3%



Promedio
de antigüedad
3 años

Confiamos en que contar con un equipo interdisciplinario de diversas culturas nos permite enriquecer las dinámicas laborales que existen en la organización, estando comprometidos con fomentar la diversidad en nuestra fuerza laboral, promoviendo el respeto por la multiculturalidad, la equidad de género y la inclusión de nuevas generaciones en toda su diversidad.

El 2021 se finalizó con **330** empleados menores de 30 años, algunos ocupando puestos directivos.



Fomentamos la equidad de género en puestos directivos.

	CONSOLIDADO	PARTICIPACIÓN mujeres en cargos directivos
Junta Directiva	3	20%
Vicepresidencias	0	0%
Gerencias	14	45%
Jefaturas	15	50%

Mujeres con responsabilidad económica frente a los gastos del hogar.

	CONSOLIDADO	PORCENTAJE
Menos del 20%	18	6%
Entre el 21% y el 40%	37	13%
Entre el 41% y el 60%	82	29%
Entre el 61% y el 80%	60	21%
Entre el 81% y el 100%	83	30%

Reto

Dar continuidad a las estrategias corporativas encaminadas a fortalecer nuestra cultura organizacional diversa e inclusiva, que contribuya a la mejora de la calidad de vida de nuestros empleados.

Diseñar una propuesta de valor para la atracción de nuevo capital humano y la fidelización de nuestros empleados.

Implementar estrategias de comunicación para permear en todos los niveles de la organización una cultura inclusiva y diversa, con el propósito de consolidar un equipo de trabajo enriquecido.

ASOCIACIÓN SINDICAL

GRI (102-41)

El año 2021 finalizó con **80** colaboradores sindicalizados, los cuales representaron el **14.49%** del total de empleos directos, distribuidos de la siguiente manera:

Hada Internacional S.A., Barranquilla – Colombia:

4 colaboradores que se encuentran afiliados al sindicato del sector químico.

Cosméticos Trujillo S.A. de C.V., México:

76 colaboradores afiliados a la Unión Mexicana de Trabajadores (UMT).

RETRIBUCIÓN LABORAL

En Grupo Hada estamos comprometidos con el bienestar de nuestros colaboradores, por tal motivo garantizamos a nuestra fuerza laboral un salario justo, basado en escalas salariales definidas de acuerdo con el nivel de responsabilidad que tiene cada cargo, con miras a cumplir satisfactoriamente los objetivos organizacionales.

Igualmente, como política organizacional se asigna a los cargos de Operarios Generales (181 empleados beneficiados), un porcentaje superior al salario mínimo legal vigente, determinado por la ley en cada país donde operamos.

BENEFICIOS EXTRALEGALES

De acuerdo con el país donde se realizan las operaciones, el Grupo Empresarial brinda a sus empleados beneficios extralegales, que se ven representados en apoyos adicionales a la compensación salarial incluyendo: auxilios de incapacidad, auxilios adicionales de transporte, primas vacacionales, seguros colectivos de vida, entre otros.

Para el período evaluado, se realizó una inversión de **4.442*** en beneficios extralegales.

*Valores expresados en millones de pesos colombianos.

DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

GRI (404-1) (404-2)

En este período ejecutamos diversos programas de desarrollo del capital humano con el objetivo de aumentar las capacidades, mantener la motivación y liderazgo de nuestros colaboradores.

Los focos estratégicos de capacitación giraron en torno a temas de Seguridad y Salud en el Trabajo, Derechos Humanos, Anticorrupción, Gestión Ambiental, entre otros, logrando impactar al **96%** de los empleados, un promedio de **18,35** horas de capacitación individual, con una inversión de **368.466***

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

	CONSOLIDADO (Número de temas)
Seguridad y Salud en el Trabajo	72
Derechos Humanos	32
Anticorrupción	15
Gestión Ambiental	17
Otros	145

TIEMPO EN CAPACITACIÓN

	CONSOLIDADO
Horas de capacitación	12.626,5
Promedio horas de capacitación por empleado	18,35
Porcentaje de empleados que recibieron al menos una capacitación	96%

*Valores expresados en millones de pesos colombianos.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Durante el año 2021 se realizó la actualización de la metodología utilizada para la evaluación de desempeño de los empleados. Bajo los parámetros establecidos para la renovación de este proceso, se realizó la redefinición de los descriptores de cargos corporativos, los indicadores y los objetivos de desempeño para todos los cargos, permitiendo, a su vez, redefinir las competencias y niveles organizacionales, en respuesta a la estructura actual.

La actualización de esta metodología fue socializada con los colaboradores para dar inicio al proceso de evaluación en el período de 2022, con lo cual podremos realizar seguimiento a todas las actividades, al cumplimiento de los objetivos de cada cargo y la identificación y estructuración de planes de carrera, transformando y potencializando competencias técnicas y blandas con proyección hacia el futuro.

En el 2021, como prueba piloto de la metodología, se valoró el desempeño de Vicepresidentes, Gerentes y Jefes, con quienes llevamos procesos de autoevaluación y evaluación por parte del jefe directo.

Reto

Se espera que durante el período del 2022 todos los colaboradores que conforman las empresas del Grupo Hada, sean evaluados mediante una metodología estandarizada que permita identificar las oportunidades de mejora y estructurar planes de carrera.

BIENESTAR INTEGRAL

GRI (401-2)

Como Grupo Empresarial brindamos acompañamiento a nuestros empleados y su grupo familiar. Consideramos que generar relaciones sólidas con quienes hacen de nuestro negocio algo especial, mejora el rendimiento de nuestra fuerza laboral, aumenta su fidelidad, satisfacción y aporta a su bienestar integral.

Por este motivo, en el 2021 continuamos esforzándonos por afianzar nuestras relaciones y transformar las conexiones netamente virtuales que trajo consigo la pandemia (2020), para reencontrarnos en actividades de integración como: celebraciones de cumpleaños, emprendimientos para la familia, vacaciones recreativas para los hijos de empleados, días del padre y de la madre, entre otros.

Uno de los programas que destacamos es “Mi casa, mi sueño”, en el que se establecieron alianzas con entidades financieras para que los empleados pudieran cumplir el sueño de tener casa propia. En la primera intervención de este programa se beneficiaron 20 empleados.



Inversión en actividades de bienestar

112*



Inversión en actividades dirigidas a los empleados

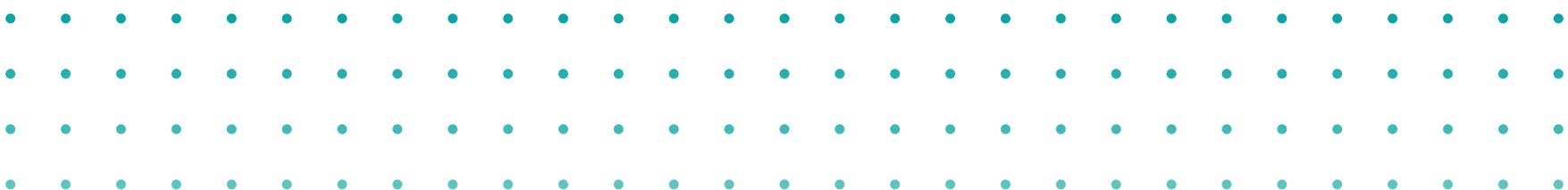
83*



Inversión en actividades dirigidas a las familias

21*

*Valores expresados en millones de pesos colombianos.



CLIMA ORGANIZACIONAL

Durante el 2021 y con el objetivo de conocer y potencializar un adecuado clima organizacional, evaluamos cinco dimensiones relacionadas a criterios como: coherencia con el trabajo, entorno de bienestar, sentido de pertenencia, relaciones cercanas, recursos propios y habilidades que aportan al bienestar personal.

Se llevaron a cabo planes de entrenamiento de personal, en los cuales se reforzaron los valores corporativos, se generaron espacios de bienestar, sentido de pertenencia y óptimo desarrollo personal y laboral.

Por otra parte, impulsamos estrategias como “Momentos de magia” en la cual se reconocieron los logros de los empleados, o “Historias de magia para contar” que tiene como principal objetivo motivar e inspirar el equipo de trabajo, dando a conocer el testimonio de empleados con mayor trayectoria laboral, siendo referentes por su desarrollo dentro de la compañía.

RESULTADO ENCUESTA DE CLIMA ORGANIZACIONAL

	Hada S.A.	Hada Internacional S.A.
Resultado	89%	86.9%
Empleados evaluados	81%	65%

En Cosméticos Trujillo S.A de C.V. se realizó una evaluación de riesgo psicosocial que tuvo como resultado un riesgo bajo, teniendo en cuenta que se encuestaron el 100% de los colaboradores.

En Colombia, por motivos de la emergencia sanitaria del COVID – 19, no fue posible realizar la evaluación de riesgo psicosocial nombrada anteriormente.

Seguridad y salud en el trabajo



Como Grupo Empresarial y teniendo como objetivo cuidar la salud y seguridad de nuestros empleados, gestionamos adecuadamente procesos rigurosos, enfocados a mitigar los riesgos a los que puedan estar expuestos en el desarrollo de sus labores.

Orientados a cumplir este propósito, ejecutamos acciones para identificar, evaluar los riesgos relacionados con el desarrollo del negocio y definir estrategias de prevención y control que todos los empleados deben conocer, cumplir y respetar.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

GRI (403-1)

A la largo de nuestra historia, como compañía nos adaptamos y acatamos los requisitos legales y normativos aplicables en cada región donde operamos. El año 2021 no fue la excepción, dado que cumplimos notablemente con la implementación de estándares mínimos en nuestro Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SG -SST), garantizando a nuestros empleados ambientes laborales en condiciones idóneas de seguridad, individual y colectiva.

En Colombia, fuimos evaluados bajo el estándar ISO 45001 por la Administradora de Riesgos Profesionales, obteniendo calificaciones de **99%** y **98.5%** de cumplimiento en Hada S.A., Manizales, y Hada Internacional S.A., Barranquilla, respectivamente.

En México, Cosméticos Trujillo S.A. de C.V., se realizó una auto evaluación mediante la plataforma oficial de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), bajo la normativa NOM-001-STPS-1993, obteniendo un cumplimiento del **97%** y reflejando una mejora del **4%** en comparación con el año 2020.

COMITÉS DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

GRI (403-4)

A nivel general en Grupo Hada los Comités de Gestión en SST están enfocados en aplicar medidas de seguridad y salud en el trabajo con el objetivo de vigilar, controlar, prevenir e implementar medidas que logren mejorar las condiciones laborales de nuestros colaboradores, procurando generar una reducción eficaz de los riesgos y peligros que puedan presentarse en los lugares de trabajo.

Los comités y sus representantes se reúnen de acuerdo con la dinámica de trabajo establecida por cada uno de estos, tendiendo a reunirse mensualmente, una vez cada trimestre o tres veces al año. Así mismo, tienen una representación de todos los empleados del grupo empresarial y participan activamente en el desarrollo de mejoras en los temas de seguridad vial, manejo de emergencias, seguridad e higiene y asumen la vigilancia general de los procesos adelantados en la organización en temas de seguridad y salud en el trabajo.

A nivel singular se resaltan los siguientes procesos:

Hada S.A.: Con objetivo de mejorar las condiciones laborales de los empleados y velar por reducir los riesgos y peligros que puedan presentarse en los lugares de trabajo, se cuenta con comités de gestión en SST.

Hada Internacional S.A.: En el 2021 se llevó a cabo el proceso de elección de los comités de gestión en SST que estarán en vigencia hasta el 2023. En este proceso se contó con la participación tanto de los candidatos inscritos como del personal votante. Sumado a lo anterior, se conformó el Comité Vial y en conjunto con la Administradora de Riesgos Profesionales se generaron avances importantes en la gestión de movilidad.

Cosméticos Trujillo S.A. de C.V.: Enfocados en ejecutar acciones de prevención y seguimiento a condiciones inseguras que puedan desencadenar en posibles accidentes o enfermedades laborales, se reestructuró la Comisión de Seguridad e Higiene.

EMPLEADOS EN COMITÉS DE SST



INDICADORES DE SST

ÍNDICE DE AUSENTISMO

Tipo de Ausencia	Hada S.A. Días de ausencia	Hada International S.A. Días de ausencia	Cosméticos Trujillo S.A. de C.V. Días de ausencia	Consolidado Días de ausencia
Enfermedad general	842	4.325	347	5.514
Accidente de trabajo	0	433	18	451
Maternidad	307	962	0	1.269
Paternidad	0	119	0	119
Permisos	0	1.101	42	1.143

ACCIDENTALIDAD GRI (403-9)

	Hada S.A.	Hada International S.A.	Cosméticos Trujillo S.A. de C.V.	Consolidado
Índice de accidentalidad	0%	6,61%	1,2%	5,1%
Índice de severidad accidentalidad - Tasa de lesiones por accidente laboral registrable	0%	0,32%	0,90%	-
Total accidentalidad en el período	0	33	2	35

Como resultado satisfactorio de los procesos de gestión y prevención de riesgos, los planes de flexibilidad y alternancia desarrollados en la compañía, en el año 2021 se evidenció una mejora en las tasas de accidentalidad, dado que hubo reducciones del 1% y del 1.29% para este indicador en Hada S.A., Manizales, y Hada International S.A., Barranquilla, respectivamente.

Por otro lado, en Cosméticos Trujillo S.A de C.V., México, se evidenció un incremento del 1% en la tasa de accidentalidad a comparación del año 2020, lo cual está directamente relacionado con el crecimiento en la fuerza laboral de esta planta de manufactura y nos incentiva a continuar implementando programas de concientización, prevención y control.

En Grupo Hada se continuó con la asesoría de médico laboral con enfoque de medicina preventiva y del trabajo y en conjunto con la Administradora de Riesgos Laborales, se realizaron diagnósticos como línea basal de todos los programas de vigilancia epidemiológica, para el establecimiento de planes de acción.

ENFERMEDADES LABORALES

GRI (403-10)

	Hada S.A.	Hada International S.A.	Cosméticos Trujillo S.A. de C.V.	Consolidado
Índice de enfermedad laboral	0%	0%	0%	0%
Índice de severidad de enfermedad laboral - Tasa de dolencias y enfermedades laborales	0%	0%	0%	0%
Enfermedades laborales en el período	0	0	0	0

En comparación con el resultado final obtenido en el 2020 en el índice de enfermedad laboral debido al Covid-19, se percibió una reducción del 0.22% para el período evaluado.

PROGRAMAS DE AUTOCUIDADO, PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD

Hada S.A.

- Inspecciones de seguridad de puestos de trabajo en casa, enfocadas a la prevención de riesgo ergonómico.
- Sensibilizaciones enfocadas al reconocimiento de normas de tránsito para una conducción segura.
- Momentos de conexión virtual para desarrollar pausas saludables.
- Sensibilizaciones para la prevención del Covid - 19.

Hada International S.A.

- Programas de vigilancia epidemiológica para la prevención de enfermedades laborales.
- Construcción de línea base de personal con riesgos auditivos, cardiovasculares, ergonómicos y osteomusculares, para establecer estrategias de prevención y control.
- Identificación de sustancias químicas que representan peligro para la salud de los empleados.
- Desarrollo de la semana de la salud con actividades de promoción, prevención y control.

Cosméticos Trujillo S.A. de C.V.

- Ejecución de simulacros, para concientizar al personal de cómo actuar en caso de emergencias, ante incendios y/o sismos.
- Seguimiento a las condiciones de salud de los empleados positivos para Covid-19 y análisis de red de contagios para prevenir su propagación.
- Campaña de vacunación contra influenza, impactando el **99%** de los empleados.
- Campaña contra Cáncer Cervicouterino, impactando a **17** colaboradoras.

	Hada S.A.	Hada International S.A.	Cosméticos Trujillo S.A. de C.V.	Consolidado
Empleados impactados con los programas de autocuidado	239	537	99	875

Retos

Mantener en un **0%** los índices de enfermedades laborales y los índices de severidad por causa de enfermedades laborales, fortaleciendo nuestros programas de autocuidado, prevención y promoción de la salud.

ENTRENAMIENTO EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Con el objetivo de brindar a las brigadas de emergencia una formación y capacitación integral, durante el período evaluado se desarrollaron diversas jornadas de entrenamiento teórico práctico, enfocadas al funcionamiento de sistemas y protocolos de emergencia (sismos, incendios, terremotos), primeros auxilios, búsqueda, rescate y evacuación. **GRI (403-5)**

Sociedades más prósperas e inclusivas



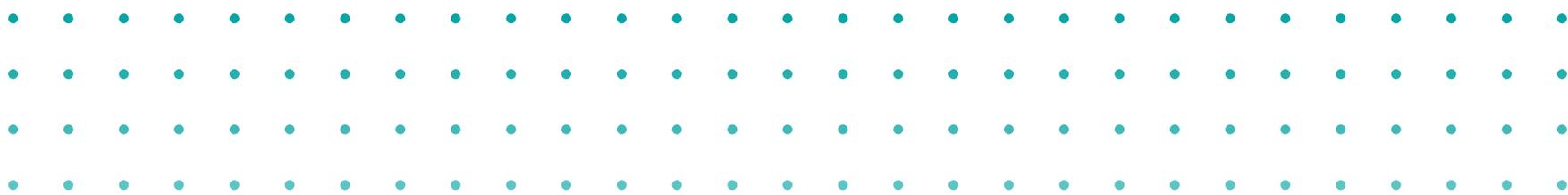
Construir y mantener relaciones a largo plazo es la clave para contribuir a la calidad de vida de quienes hacen parte de nuestro entorno.

INVERSIÓN CON IMPACTO SOCIAL

En el Grupo Hada trabajamos por generar desarrollo y progreso integral en las regiones donde operamos, nuestro objetivo es mejorar la calidad de vida de la población cercana, por medio de programas de bienestar, dirigidos a comunidades vulnerables, bajo alianzas público-privadas.

 Inversión en Responsabilidad Social Empresarial
26.097*

*Valores expresados en millones de pesos colombianos.



RELACIONAMIENTO CON LA COMUNIDAD

El 2021 nos volvió a abrir las puertas a la colectividad, en él, como grupo empresarial nos encargamos de retomar relaciones con la comunidad, desde una perspectiva de respeto por la población circundante a nuestras áreas de operación, logrando un diálogo cercano con nuestros grupos de interés y conversaciones con la banca, el comercio, la autoridad civil e instituciones con vocación social, generando alianzas en aras de propiciar un desarrollo colectivo y la construcción de tejido social.

Implementamos programas y proyectos de desarrollo, enfocados en el fomento del emprendimiento, la equidad de género e inclusión social, el mejoramiento de la calidad de vida de la tercera edad, la contribución al desarrollo de la niñez, la prevención del Covid-19, entre otros.

DERECHOS HUMANOS

Nos encontramos en la búsqueda constante de generar un impacto sostenible a nuestro entorno, estando siempre guiados bajo los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los lineamientos de nuestro Código de Ética Empresarial que enmarcan nuestra cultura organizacional, comprometida y respetuosa con los derechos humanos. Actuamos bajo los principios de igualdad y equidad, ejecutando de acciones que transforman y mejoran la calidad de vida de las comunidades ubicadas en las zonas de influencia donde tenemos operaciones.

Bajo la premisa anterior, continuamos alineando nuestro negocio de manera responsable con estándares de producción sostenible, avalados por la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) y los compromisos de No Deforestación, No Turba y No Explotación (NDPE) que son el punto de partida para el relacionamiento con proveedores de materia prima proveniente de cultivos agrícolas.

Estamos comprometidos con el cuidado de los derechos humanos a lo largo de toda nuestra cadena de valor, promovemos en todos nuestros aliados estratégicos el rechazo a toda conducta que afecte directamente los derechos humanos, tales como: tráfico de personas, explotación infantil, trabajo forzoso, discriminación de género, y en general cualquier conducta que violente los derechos a la dignidad, libertad, buen nombre y libre desarrollo de las personas.

LINEAMIENTO CON LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

DERECHOS HUMANOS



Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.

Fomentamos el respeto a los derechos humanos en nuestros grupos de interés, siendo conscientes del rol que tenemos como un actor empresarial responsable que crea valor económico y social.



Principio 2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

Manejamos principios éticos que contemplan a profundidad el respeto a la dignidad humana y los derechos de los colaboradores, ideales que construyen un tejido social a lo largo de la cadena de valor y contagian a nuestros grupos de interés, siendo este un compromiso y una gestión adelantada desde la Alta Dirección. De la misma manera, a lo largo de nuestra cadena de suministro, exigimos a nuestros proveedores cumplir con unas políticas de compra y desarrollo que se encuentran en periódica auditoría y certificación para garantizar el cuidado de los derechos humanos en todo nuestro modelo de negocio.

RELACIONES LABORALES



Principio 3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Respetamos el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva, reconociéndolas como herramientas de representación de los intereses laborales y sociales de los empleados que complementan la concertación, la adopción de medidas y las políticas dirigidas a beneficiar el bien común.

Así mismo, existe un Comité de Convivencia Laboral que representa a los colaboradores y periódicamente realiza una medición de satisfacción y desempeño laboral para monitorear las condiciones del capital humano como activo fundamental para nuestro modelo de negocio.



Principio 4. Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio

A lo largo de los años hemos creído en el potencial que tienen nuestros colaboradores, por esta razón seguimos fomentando su crecimiento por medio del entrenamiento y desarrollo en un ambiente laboral saludable y coherente con nuestros principios éticos, hecho que ha llevado a la fidelización de nuestros empleados y que se ha visto facilitado gracias a la inducción, al trabajo y el reglamento interno.

Igualmente, con la medición del clima laboral y los reportes confidenciales, hemos logrado identificar a tiempo inconformidades que puede tener nuestro capital humano, lo que nos ha permitido abordar estas condiciones a tiempo con nuestros líderes de proceso y nuestros comités de convivencia, acciones que, junto a procesos como el cuidado de la seguridad física con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, crean las condiciones adecuadas para crear un entorno de trabajo saludable libre de dinámicas de trabajo forzoso u obligatorio.



Principio 5. Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.

El no empleo de menores de edad es un pilar no negociable en el grupo empresarial y para evitar que esto ocurra a lo largo de nuestra cadena de valor, trabajamos arduamente con los proveedores y contratistas que hacen parte de la misma, con quienes por medio de auditorías monitoreamos el cumplimiento de este requisito.



Principio 6. Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

La objetividad, independientemente de la nacionalidad, raza, etnia o género de las personas, es un principio rector de nuestros procesos internos de gestión del talento, bajo este fundamento promovemos la igualdad de oportunidades, la diversidad y la inclusión en nuestros procesos de selección, donde evaluamos las competencias de nuestros aplicantes y respetamos su diversidad individual.

Siendo este un análisis que nos ha llevado a mantener principios de igualdad de oportunidades, incluso para contrataciones internas y procesos de selección para programas de formación y capacitación con nuestros empleados. Hechos que se materializan también en incrementos salariales, que son aprobados mediante evaluaciones de desempeño y cumplimiento de objetivos de los candidatos.

MEDIO AMBIENTE



Principio 7. Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a riesgos ambientales.

Buscamos minimizar impactos y riesgos ambientales, adaptando nuestros procesos y adquiriendo nuevas tecnologías que nos permiten contribuir a la protección y el uso sostenible de los recursos naturales.

También, en nuestro Sistema Integrado de Gestión continuamos considerando los riesgos ambientales, los cuales son socializados con nuestro capital humano de manera tal que su mitigación se ponga en práctica, facilitando esto último con el uso de equipos, nuevos sistemas compatibles y procesos amigables con el uso sostenible de recursos naturales.



Principio 8. Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

Mantenemos integrada la disposición de residuos en nuestra estrategia de sostenibilidad organizacional. En el 2021 continuamos con nuestras iniciativas de valorización de residuos de acuerdo con la legislación vigente en los países donde operamos.

Igualmente, a nivel local, seguimos realizando labores de concientización sobre el medio ambiente con las comunidades ubicadas en las zonas de influencia de nuestras operaciones y auditamos al menos una vez al año a nuestros proveedores en temas de gestión ambiental de sus operaciones.



Principio 9. Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

Nuestra apuesta innovadora para desarrollar tecnologías inofensivas para el medio ambiente se basa en desarrollar productos y empaques con componentes naturales, consiguiendo así un beneficio directo en el aspecto medio ambiental, hecho que se complementa con la promoción del uso de aceite 100% vegetal en la fabricación de nuestros productos.

ANTICORRUPCIÓN



Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Buscamos robustecer nuestros mecanismos de prevención ante posibles casos de corrupción y soborno, lo cual nos permite evitar actos fraudulentos que no solo afectan el patrimonio del grupo empresarial, sino también de terceros vinculados a nuestras actividades de negocio.

Para esto mantenemos y ponemos en práctica acuerdos de seguridad y de administración de riesgos que evitan casos de lavado de activos y financiamiento del terrorismo e incluso, tienen alcance a nuestros proveedores y son analizados en nuestros procesos de auditoría.

Lo que comprueba que mantenemos un compromiso activo con la transparencia y las obligaciones legales que corresponden a la actividad operativa de nuestras compañías.

PROGRAMAS Y ACTIVIDADES DEL 2021

VOLUNTARIADO HADA

Los programas de voluntariado fueron llevados a cabo tanto en México como en Colombia bajo dos enfoques específicos: las necesidades de la comunidad y las de los empleados.

En Colombia, a través de Hada S.A., Manizales, despertamos el espíritu solidario de nuestros colaboradores y su sentido de pertenencia, por medio de la participación y la creación de redes de apoyo en actividades de acción social dirigidas a atender a empleados de la compañía o poblaciones económicamente vulnerables de la zona de influencia de nuestras operaciones. Con estas acciones se logró realizar una donación de **2.300.000 COP** dirigidos a cumplir dicho objetivo.

En México, con Cosméticos Trujillo S.A. de C.V., Cuautitlán Izcalli, se realizó una recolección voluntaria de ropa usada y alimentos no perecederos que fueron entregados a una población económicamente del municipio, logrando aportar a la construcción del tejido social de la comunidad, fomentar la moda circular y el cuidado sostenible del medio ambiente.

PROYECTO DE FORMACIÓN HACIA LA COMUNIDAD

En el 2021, dimos continuidad al proyecto de intervención para habitantes del barrio Persia, Manizales, Colombia, con la ejecución de una iniciativa de formación, en alianza con la Fundación Cruzada Social con la oferta de 50 becas del **80%** en cursos cortos y técnicos, con el objetivo de desarrollar competencias y habilidades blandas, necesarias para acceder con mayor facilidad al campo laboral.

Debido a diferentes factores externos, como el paro nacional e impactos de la pandemia que afectó directamente la económica de los interesados en participar de los cursos, únicamente se inscribieron, matricularon e iniciaron la formación **2 personas** en los técnicos de Secretariado Sistematizado y Auxiliar Contable y Financiero.

CAMPAÑA “LO HACEMOS BIEN, LO HACEMOS CON AMOR”

En convenio con la Fundación La Cayena seguimos impactando la comunidad del municipio de Tubará, Atlántico, Colombia, donde se brindaron elementos básicos de higiene personal a **33 personas** de la tercera edad que se encuentran en condiciones de vulnerabilidad económica y social.

CAMPAÑA “MANOS LIMPIAS, NIÑOS SANOS”

Mediante actividades pedagógicas de difusión y comunicación, promovimos el lavado de manos en la niñez con el propósito de generar conciencia respecto a la existencia de enfermedades infecciosas y parasitarias, que pueden afectar a adultos y niños de manera indiscriminada.

Con este objetivo se entregaron **665 kits** de aseo personal a estudiantes entre 4 y 10 años del Instituto Distrital del Corregimiento Juan Mina, Atlántico y en la institución Educativa Divina Providencia en el municipio de Manizales, Caldas, Colombia.

ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN CONTRA EL COVID – 19

Reconocemos que el COVID – 19 sigue siendo una amenaza para nuestros trabajadores y sus familias, por este motivo en el 2021 seguimos manejando dinámicas de aislamiento social y campañas internas que nos permitieron aislar a los empleados con síntomas o que estuvieron en contacto con alguna persona positiva para el virus.

De esta manera pudimos continuar operando mientras creábamos cercos de contagio y pagábamos el **100%** de los salarios del empleado aislado, cumpliendo así con un compromiso social adquirido como grupo empresarial.

Retos

Con la ubicación de la nueva planta de manufactura en Tepetzotlán, México, se proyecta generar espacios de acercamiento con empresas o instituciones aledañas a Cosméticos Trujillo S.A. de C.V., y así identificar buenas prácticas de impacto socioambiental que nos permitan atraer el desarrollo colectivo y desarrollar tejido social durante el año 2022.

Incentivar a nuestros grupos de interés en la construcción de un mundo más sostenible y sustentable, por medio de la campaña Deseo un mundo mejor, con la cual se implementarán votaciones para escoger entre las iniciativas de proteger a nuestros animales, limpiar nuestros mares y plantar árboles para el planeta, siendo el elegido el proyecto de gestión ambiental que como compañía gestionaremos y consolidaremos para el año 2022.

EMPLEOS PARA LA COMUNIDAD

Dimos continuidad a esta iniciativa en articulación con la Fundación La Cayena, Cuso International, Oportunidades Sin Fronteras de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Alcaldía Distrital de Barranquilla y ProBarranquilla.

Con este proyecto, promovimos la empleabilidad en habitantes de la zona de influencia de Hada International S.A., Barranquilla Colombia, pertenecientes a estratos 1 y 2, personal migrante de Venezuela que han cruzado fronteras de manera voluntaria/forzada o personal retornado al país.

Durante el 2021 se logró formalizar la contratación de tres Operarios Generales, hito al que se plantea dar continuidad durante el año 2022 para operadores y personal técnico de mantenimiento eléctrico y mecánico.

Nuestros aliados estratégicos



El compromiso y la ética son las conductas con las cuales consolidamos relaciones comerciales estratégicas, generando valor en nuestra cadena de suministro y en todos los actores que hacen parte de ella.

RELACIONES COMERCIALES

Confiamos en que construir relaciones transparentes y comprometidas a largo plazo con nuestros proveedores es uno de los caminos que nos llevará al éxito empresarial, y sabemos que esto se logra siendo rigurosos al momento de definir con quienes se estarán construyendo esas relaciones.

Es por esta razón que desde Grupo Hada manejamos estrictos criterios para la selección de nuestros proveedores, de quienes se espera estén cumpliendo con la legislación que regula su actividad de negocio, velando por el cuidado y el respeto a los derechos humanos, de los trabajadores y de las comunidades que rodean su entorno de operaciones.

Empalmando directamente con nuestro Código de Ética Empresarial y los estándares definidos dentro del Sistema Integrado de Gestión – *Gestión IntegrHada*, con los que velamos por la seguridad de nuestros productos para los consumidores y cuidado del entorno que rodea nuestra cadena de valor.

Hemos conseguido trabajar por medio de estas relaciones comerciales a favor del cuidado de los Derechos Humanos y la consolidación de soluciones innovadoras y sostenibles en los productos y en los empaques.

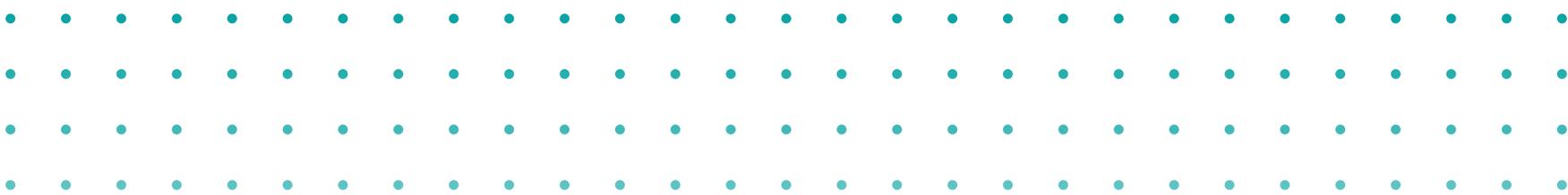
Por tanto, en el 2021 y con el objetivo de mantener relaciones corresponsables con nuestros proveedores en materia de desempeño en normatividad laboral, prevención de riesgos laborales, medio ambiente y fortalecimiento de la ética empresarial, continuamos con la adhesión a la iniciativa de responsabilidad social Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX).

Así mismo, fuimos evaluados por ECOVADIS en sostenibilidad empresarial que abarcando criterios de impacto al medio ambiente, prácticas laborales, derechos humanos, ética y compras sostenibles a lo largo de su cadena de suministro, logrando el vigésimo quinto puesto mejor puntuado, ubicándonos en la Categoría Plata y resaltando el considerable esfuerzo que han realizado los empleados, la organización y sus proveedores para lograr un mundo más sostenible.

EVALUACIÓN Y DESEMPEÑO DE PROVEEDORES

Manteniendo nuestro compromiso de construir un mundo más sostenible bajo un principio de corresponsabilidad con nuestras relaciones comerciales, año a año realizamos un proceso de evaluación de proveedores utilizado, tanto para analizar la gestión de aquellos con quienes ya tenemos una relación comercial activa, como para adelantar procesos de selección de nuevos proveedores.

En los criterios de evaluación de proveedores tenemos en cuenta la consulta en listas de riesgos, la revisión de información financiera y legal, análisis de los estándares de calidad y seguridad de los productos frente al usuario, administración de personal, Seguridad y Salud en el Trabajo, políticas de igualdad de género e inclusión social, prácticas sociales, ambientales y criterios de lucha contra la corrupción bajo un enfoque en el sistema de autocontrol y gestión del riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (LA/FT).



Tras haber culminado el proceso de auditoría resaltado anteriormente, se realiza una evaluación en el desempeño de los proveedores con un puntaje establecido en tres niveles de cumplimiento, siendo estos expuestos de la siguiente manera:

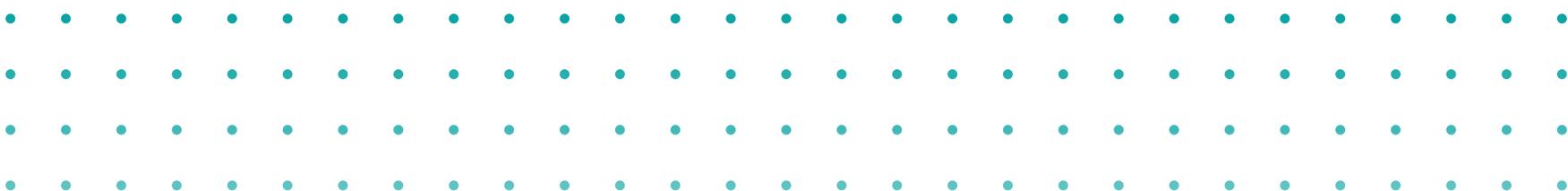
Muy confiable >80%	Condicional 79% - 60%	No confiable <59%
---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

A partir de los resultados obtenidos en este proceso de evaluación se generan acuerdos de mejora para el desarrollo de los proveedores, lo que permite que aquellos que no cumplen totalmente con los niveles esperados puedan tener la oportunidad de mejorar bajo un acompañamiento en el desarrollo de los planes de acción descritos en nuestro proceso de auditoría. **GRI (414-1)**

**SELECCIÓN DE PROVEEDORES
BAJO UN CRITERIO SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO
(GRI 414-1)**

	PORCENTAJE SOBRE TOTAL DE PROVEEDORES
Colombia (Hada S.A. y Hada International S.A.)	16%
México (Cosméticos Trujillo S.A. de C.V.)	44%

Durante el año 2021 ingresaron **155** proveedores nuevos: 55 en Colombia y 100 en México. Del total de **568** proveedores en ambos países, 210 son proveedores de materias primas y 358 son proveedores de repuestos, servicios y consumibles.



Reto

Involucrar aspectos sociales relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y estándares GRI dentro del proceso de auditoría de proveedores. Se espera para el 2022 estar evaluando aspectos como diversidad e igualdad de oportunidades, no discriminación y código de conducta.

COMPRAS SOSTENIBLES

Como compañía buscamos año tras año impulsar el desarrollo local de los países donde tenemos operaciones, lo que nos ha llevado siempre a tomar en cuenta las perspectivas que pueden tener los proveedores locales, con quienes buscamos generar sinergias que den nacimiento a estrategias que apoyen e impulsen el desarrollo social y económico de las comunidades que hacen parte de nuestras zonas de influencia.

Bajo esta lógica, buscamos siempre generar una conversación positiva entre el crecimiento empresarial y las buenas prácticas agrícolas en cuanto a la extracción de recursos naturales que son utilizados como materia prima para el diseño y la fabricación de los productos de la compañía. Lo que nos ha llevado a usar aceites **100%** vegetales y sostenibles, abastecernos de aceite certificado Roundtable for Sustainable Palm Oil (RSPO) Mass Balance y comprar cartón de bosques certificados Forest Stewardship Council (FSC) con manejo forestal y cadena de custodia. Colaborando con nuestros proveedores para disminuir el uso del plástico, mientras se reduce el micraje en empaques y se desarrollan nuevos empaques con estructuras reciclables.

COMPRAS POR PAÍS

	Total compras	Compras locales	Compras en el exterior
Colombia	179.181*	81%	19%
México	41.320*	74%	26%

*Valores expresados en millones de pesos colombianos.

PROVEEDORES LOCALES

	Proveedores /país	Proveedores locales*	Proveedores exterior
Colombia	343	93%	7%
México	225	97%	3%

*Ubicados en el país donde tenemos operaciones.

PROVEEDORES ESENCIALES

	Proveedores /país	Proveedores esenciales*	Porcentaje
Colombia	343	62	18%
México	225	122	54%

* La clasificación de proveedor esencial está definida por un valor de compra mínimo anual de 360 salarios mínimos legales mensuales vigentes (Colombia).

En Colombia de los **343** proveedores, **62** son esenciales, correspondientes al **18%**.

El **33.58%** de las compras de aceites son sostenibles, bajo modelos de certificación RSPO Mass Balance y créditos Book&Claim. (Informe ACOP 2021 <https://rspo.org/members/468>)

Los proveedores de aceite **100%** vegetal y sostenible, están catalogados como esenciales y para el 2021 el **100%** del abastecimiento fue local, disminuyendo la huella de carbono por uso de transportes.

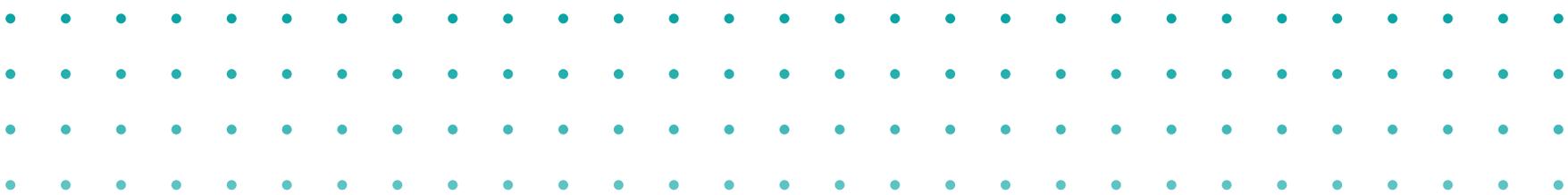
Fedepalma, la federación que agremia los palmicultores en Colombia, constituyó la Corporación Aceite de Palma Sostenible de Colombia, APSColombia, que tiene como objetivo dar respuesta a la tendencia de los consumidores y mercados de exigir cada vez mayores estándares de sostenibilidad y trazabilidad para los productos. En este sentido, el sector palmero busca aprovechar y fortalecer las condiciones que lo diferencian y profundizar su reconocimiento en el ámbito nacional e internacional como un producto sostenible. La palma en Colombia es única y diferenciada debido a que no se ha realizado deforestación para sus cultivos, porque se han llevado a cabo en tierras previamente cultivadas.

En Grupo Hada, como participante activo en el desarrollo de iniciativas de sostenibilidad, reconocemos el papel vital que juega el aceite de palma en Colombia, asumiendo un compromiso conjunto basado en ampliar los esfuerzos sectoriales para aumentar la producción sostenible de aceite de palma, impulsar la adquisición de aceite de palma sostenible en el país y garantizar su trazabilidad desde el proveedor hasta el comprador, y estimular la demanda a través de la sensibilización de los consumidores.

Reto

Incrementar el uso de aceite de palma certificado RSPO Mass Balance a un 80% del total del abastecimiento para el 2024.

Implementar estructuras 100% reciclables en empaques.



Momentos de Magia

En Grupo Hada contamos con una cultura organizacional diversa e inclusiva, soportada en valores y principios éticos corporativos que hacen que las cosas sucedan, interactuando de manera armoniosa y sistémica en los diferentes escenarios.

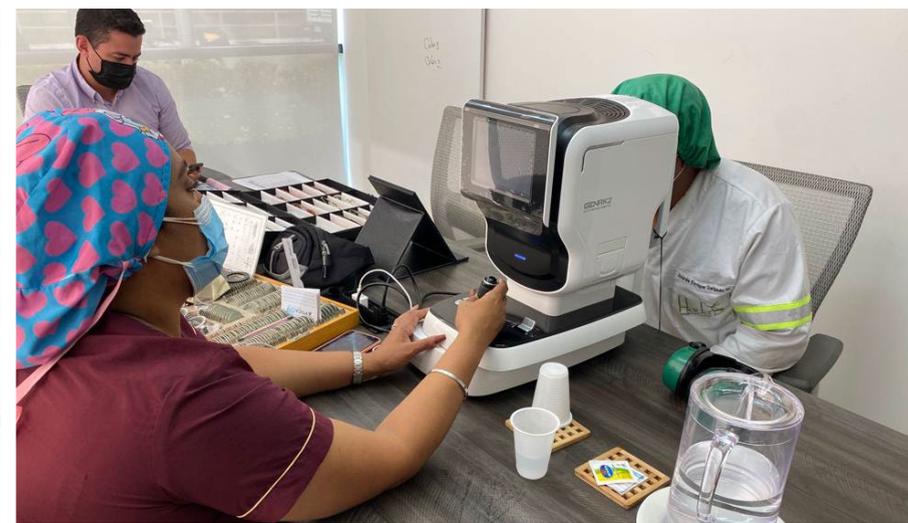
Juntos dejamos volar nuestra imaginación y capturamos momentos que nos inspiran para hacer...

la magia realidad.













Dimensión Ambiental

Nuestra huella en equilibrio con el planeta

Responsabilidad con el planeta	94
Gestión de los recursos naturales	106

Responsabilidad con el planeta



Buscamos ser una empresa sostenible y competitiva, ofreciendo a los clientes los más altos estándares de calidad con tecnología de punta, buscando ser siempre innovadores. Contamos con procesos eficientes que contribuyen a la identificación, valoración y minimización de cada uno de los impactos y aspectos ambientales generados por nuestras operaciones, siempre con una perspectiva de equilibrio ambiental. Evaluamos los riesgos en todas las etapas del ciclo de vida, desde la producción de las materias primas pasando por el proceso de transformación, hasta el consumo de los productos.

Somos conscientes de que el mayor desafío actual es el cambio climático y reconocemos el reto de operar en un entorno cambiante, para ello, estamos apoyando la reducción de los impactos asociados a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y optimizando la disponibilidad de los recursos naturales, como una prioridad de nuestra organización.



ECONOMÍA CIRCULAR

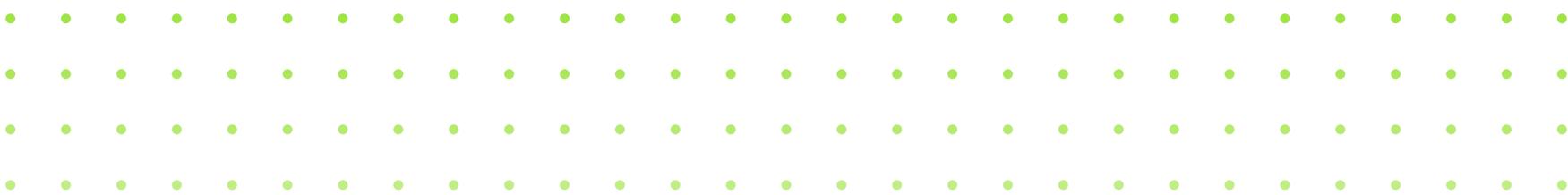


Promovemos la optimización de los recursos y el aprovechamiento de los residuos, reciclándolos para aumentar su vida útil.

En Grupo Hada promovemos la gestión del reciclaje, generando valor para nuestros grupos de interés y hacemos realidad la economía circular manteniendo el valor de los productos, materiales y recursos el mayor tiempo posible. **GRI (103-1)**

Con el fin de dar cumplimiento a la resolución 1342 del 2020 que reglamenta la utilización de empaques de papel, cartón, plástico, vidrio y metal, y que tiene impacto directo en el sector industrial, las empresas Hada S.A. y Hada International S.A. se vincularon a la iniciativa colectiva Visión 30/30, puesta en marcha por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI). **GRI (103-2)**

Con esta iniciativa se busca avanzar en la gestión de envases y empaques en Colombia, con acciones de reciclaje, reúso y reducción, además de la promoción de prácticas de eco-diseño, desarrollo de nuevos modelos de negocio e incremento gradual de las tasas de aprovechamiento de papel, cartón, plástico, vidrio y metales, con el fin de recuperar y aprovechar al menos el **30%** de lo puesto en el mercado para el año 2030.



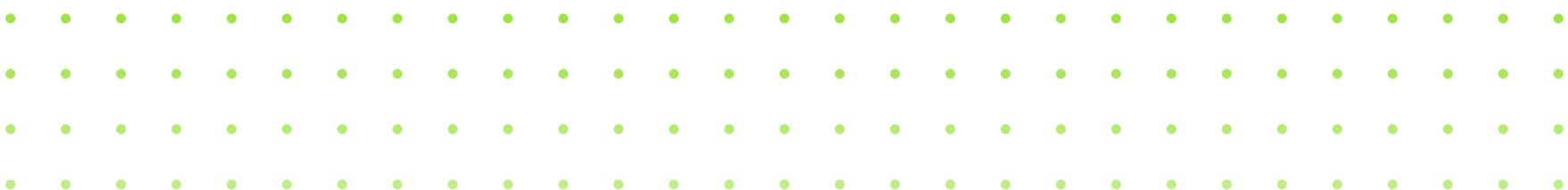
En el 2021 iniciamos con una meta del **10%**, la cual irá incrementando de manera gradual hasta alcanzar el valor esperado en 2030, acelerando la transición a la economía circular.

Paralelamente, Cosméticos Trujillo S.A. de C.V., participó a través de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC) en una iniciativa de economía circular, la cual busca la gestión de envases y empaques en México a través de acciones de reciclaje, reúso y reducción de plásticos de un solo uso en este sector.

Entre las materias primas de mayor consumo e impacto ambiental y que fueron las principales generadoras de residuos peligrosos en el año 2021 para Colombia, se encuentran alcohol etílico, aceite de palma, ácido clorhídrico, tensoactivos, hidróxido de sodio, fragancias, estearina de palma, dióxido de titanio, cremas, colorantes, antibacteriales, ácido cítrico, almidón de maíz, aceites vegetales, aceite de palmiste. Es importante destacar que el **30%** de estas materias primas fueron de origen extranjero.

En Colombia, la información de las materias primas queda registrada anualmente en el Registro Único Ambiental (RUA), el cual es enviado a la autoridad ambiental competente para su seguimiento y control.

GRI (103-3)



MATERIALES UTILIZADOS EN 2021 - COLOMBIA GRI (301-1)

Hada International S.A.	Cantidad en kg
Aceite de Palma	11.688.714,69
Aceite de Palmiste	2.826.516,31
Aceites Vegetales	258.810,55
Ácido Cítrico	56.439,77
Almidón de Maíz	54.078,03
Antibacteriales	25.181,40
Colorantes	19.336,70
Cremas	7.799,69
Dióxido de Titanio	57.204,01
Estearina de Palma	2.821.826,91
Fragancias	287.853,9
Hidróxido de Sodio-Soda Caustica	5.271.046,37
Tensoactivos	334.488,19
Ácido Clorhídrico	2.550
Alcohol Etílico	54.398,9
TOTAL	23.766.245,42

MATERIALES UTILIZADOS EN 2021 - MÉXICO

GRI (301-1)

Cosméticos Trujillo S.A. de C.V.	Cantidad en kg
Jabón base	1.571.824
Alcohol	481.750
Fragancias	56.616
Colorantes	5.861
SLES	74.592
Betaina	4.000
Dietanolamida de coco	10.990
Dypropilene Glycol	4.730
Alcohol Etílico	2.415
Cloruro de Sodio	4.500
Ácido Cítrico	350
TOTAL	2.217.628

Como compañía nos hemos enfocado en incrementar el uso de materiales compuestos de insumos vegetales, logrando hasta el momento, la utilización de un 60% de material corrugado proveniente de fibra reciclada. GRI (301-2)

Sumado a ello, en Colombia continuamos con la búsqueda de proveedores con capacidad de suministro de envases a base de resinas plásticas recicladas, para sustituir los envases plásticos, sin embargo, su consecución es difícil teniendo en cuenta que la demanda es mayor que la oferta.

En Cosméticos Trujillo S.A. de C.V., México, utilizamos en la perfumería envases de vidrio que son envases **100%** reciclables.

Tenemos iniciativas destinadas a reducir los impactos ambientales negativos de los productos, entre ellas se encuentran: el correcto manejo, aprovechamiento y/o disposición de residuos generados, la inclusión de materiales de empaque reciclables/biodegradables y el tratamiento adecuado de aguas residuales industriales. GRI (301-3)

Así mismo, contamos con medidas destinadas a potencializar los impactos ambientales positivos, a través de la correcta valorización de residuos con las diferentes empresas y/o instituciones que intervienen en este proceso.

MATERIALES SOSTENIBLES

En Grupo Hada estamos comprometidos con fórmulas eco-diseñadas y con la implementación de acciones para eliminar y/o reducir el uso de material plástico, por tal motivo nuestra estrategia continúa en el desarrollo de productos sostenibles.

De las **21.432** toneladas de jabón sólido fabricadas durante el año 2021, el **24%** del portafolio utilizó como empaque primario materiales derivados del papel, lo que nos permitió eliminar el uso de **64.000 kg** de plástico en el empaque del producto terminado, representando una disminución del **62%** en el consumo de material plástico.

Se mantuvo el uso de aceites **100%** vegetales para la fabricación de jabones cosméticos, utilizando como fuente principal la palma de aceite, un cultivo capaz de capturar carbono del ambiente, aportando de manera indirecta a la disminución de nuestra huella de carbono.

Retos

Recuperar y aprovechar para el año 2030 el **30%** del material de envase y empaque puesto en el mercado.

Considerar la utilización de empaques más amigables con el medio ambiente, realizados a partir de fuentes alternas al plástico.

Buscar nuevos cupos de aceite certificados RSPO para lograr un incremento del **5%** en el consumo de aceites certificados.

Evaluar la viabilidad técnica para el uso de materiales de empaque biobasados, disminuyendo el consumo de plástico y permitiendo el uso de fuentes alternas, ambientalmente más amigables.



GESTIÓN **DEL CAMBIO CLIMÁTICO**



Gestionamos iniciativas de mitigación y compensación, que nos lleven a ser carbono neutral.

Conscientes de la importancia de trabajar para mitigar el cambio climático, replanteamos la metodología corporativa para la métrica de huella de carbono, debido a que se encontraron unas desviaciones significativas en el uso de los factores de emisión que alteraban el resultado de años anteriores, lo cual nos permitirá mitigar los riesgos, comenzando por estructurar una estrategia clara, medible y viable en función de la creación de valor para la empresa y para el planeta en el largo plazo.

GRI (103-1)

Ser carbono neutro significa que las emisiones generadas por nuestras actividades sean proporcionales a la captura de carbono que estamos realizando y para alcanzar el carbono neutralidad, hemos implementado acciones encaminadas a reducir y a compensar la huella generada.

En línea con la estrategia "Colombia carbono neutral" establecida en el marco de la meta del país para el año 2050, hemos demostrado nuestro compromiso para reducir las emisiones generadas, compensándolas y generando conocimiento y conciencia en nuestros empleados para disminuir la huella individual.

Para el cálculo del inventario de Emisiones Gases de Efecto Invernadero (GEI) se consideran los 3 niveles, tomando como referente metodológico el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol), con el correspondiente alcance dentro de este análisis. _____ **GRI (103-2)**



ALCANCE 1: Son emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que ocurren por fuentes que son propiedad de o están controladas por la organización. Las fuentes de emisión tenidas en cuenta para este alcance son el uso de combustibles fósiles y fuga de gases refrigerantes en equipos de refrigeración.



ALCANCE 2: Abarca las emisiones de la generación de electricidad adquirida y consumida por la compañía que es comprada o traída. La fuente de emisión para este alcance es el consumo de energía.



ALCANCE 3: Es una categoría de reporte opcional que permite tratar todas las emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero (GEI), que son consecuencia de las actividades de la organización, pero que se originan en fuentes de GEI que no pertenecen o no son controladas por la misma, como el transporte tercerizado terrestre, marítimo y aéreo; uso de insumos de impresión; insumos de empaques, embalajes, y de disposición de residuos.

El procedimiento de cuantificación de las emisiones alcance 1,2 y 3 fue : _____ **GRI (103-3)**



La huella de carbono es un indicador de la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) generados y emitidos por una organización, que permite detectar ineficiencias en sus operaciones directas y en la cadena de valor. A partir de esta medición se pueden tomar decisiones orientadas a reducir sus emisiones de GEI, incrementar eficiencias y competitividad, con un factor de diferenciación en los mercados.

La medición de la huella de carbono para Grupo Hada arrojó los siguientes resultados:

EMISIONES DIRECTAS DE GEI ALCANCE 1 – GRUPO HADA 2021 GRI (305-1)

Alcance	Fuente de emisión	Total (tCO ₂ e)	Porcentaje Participación	
Alcance 1	Combustibles fósiles en fuentes móviles	Combustible líquido de vehículos propios	11,04	0,12%
	Fuga de gases refrigerantes	Equipos de refrigeración	0,41	0%
		Extintores	26,22	0,28%
TOTAL ALCANCE 1		37,66	0,40%	

EMISIONES INDIRECTAS DE GEI ALCANCE 2 – GRUPO HADA 2021 GRI (305-2)

Alcance	Fuente de emisión	Total (tCO ₂ e)	Porcentaje Participación
Alcance 2	Consumo de energía eléctrica	1.093,89	11,62 %
TOTAL ALCANCE 2		1.093,89	11,62%

EMISIONES INDIRECTAS DE GEI ALCANCE 3 – GRUPO HADA 2021 GRI (305-3)

Alcance	Fuente de emisión	Total (tCO ₂ e)	Porcentaje Participación	
Alcance 3	Transporte tercerizado aéreo	Vuelos corporativos	69,34	0,74%
	Transporte tercerizado terrestre	Materias primas y producto final	3.478,32	36,94%
	Transporte tercerizado marítimo	Importación marítima	835,25	8,87%
		Exportación marítima	3.175,42	33,72%
	Insumos de impresión	Consumo de papel	2,72	0,03%
		Consumo de tóner	0	0%
	Insumos	Insumos de empaque y embalaje	584,04	6,20%
	Generación de residuos	Transporte, aprovechamiento y recolección de residuos	140,69	1,49%
TOTAL ALCANCE 3		8.285,78	87,98%	

TOTAL EMISIONES GRUPO HADA

Alcance	2020 (tCO ₂ e)	2021 (tCO ₂ e)
Alcance 1	51,92	37,66
Alcance 2	2.008,24	1.093,89
Alcance 3	2.777,0	8.285,78
Total Emisiones GEI	4.837,16	9.417,33

Los resultados del cálculo de huella de carbono de Grupo Hada indican que las emisiones totales en el 2021 obtuvieron un valor de **9.417,33** Ton CO₂e, siendo el alcance 3 las que más aportan al total de las emisiones con un **87,98%**. Las fuentes de emisión que más aportan son el transporte terrestre y marítimo, seguida de las emisiones por insumos de empaque y embalaje y generación de residuos.

El alcance 2 por consumo de energía eléctrica aporta al total de emisiones un **11,62%** y el alcance 1 solo aporta el **0,40%** con sus fuentes de emisión de combustibles fósiles de fuentes móviles y las fugas de los gases refrigerantes.

EMISIONES EVITADAS

Como grupo empresarial hemos implementado iniciativas destinadas a reducir los impactos ambientales negativos generados por la operación, entre las que se encuentran el correcto manejo, aprovechamiento y/o disposición de residuos generados.



Gracias al aprovechamiento adecuado de residuos, durante los años 2020 y 2021 dejamos de generar más de **1.000** toneladas de gases de efecto invernadero:

EMISIONES EVITADAS GRUPO HADA

Año	Residuos aprovechados (toneladas)	Emisiones evitadas (tCO ₂ e)
2020	207,04	-532,18
2021	282,87	-498,95

Retos

Para el año 2022 nuestra meta es alcanzar la carbono neutralidad, dando continuidad a las acciones de mitigación cuyo principal objetivo es la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y realizar compensaciones voluntarias mediante siembra de árboles certificables, mediante la adquisición de bonos de carbono equivalentes a las emisiones de CO₂e calculadas para los alcances 1 y 2 de nuestra huella generada en los años 2020 y 2021.

Gestión de los recursos naturales



El uso racional de los recursos naturales es nuestra prioridad para proteger el medio ambiente.

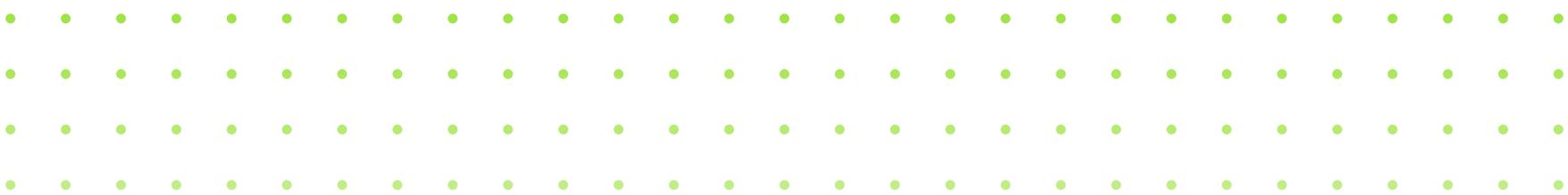
El cuidado del medio ambiente hace parte de nuestra filosofía de sostenibilidad, por este motivo diseñamos nuestros procesos productivos de forma responsable con el entorno, los gestionamos activamente para reducir su impacto, enfocándonos en el uso óptimo y eficiente de los recursos naturales, aportando a su conservación y aplicando principios de buenas prácticas ambientales, como la gestión integral de residuos, el uso eficiente del agua, la energía y la gestión de vertimientos.

GRI (103-1)

MANEJO AMBIENTAL DE RESIDUOS

La gestión integral de residuos o desechos tiene como objetivo identificar los aspectos relacionados con la generación, separación y tratamiento en la fuente de origen de estos, así como su recolección, transferencia, transporte, reciclaje y disposición final, enfocando la gestión en nuestro compromiso para la implementación de principios de la economía circular.

Somos conscientes del impacto ambiental a causa de la alta generación de desechos a nivel mundial, y para ello contribuimos a la reducción de los residuos, con el fin de prevenir los impactos en salud pública, fuentes hídricas y rellenos sanitarios.



Nuestro actuar frente al manejo integral de los residuos sólidos se refleja en:

- Separar adecuadamente los residuos, disminuir su generación y asegurar su correcta disposición.
- Lograr un manejo adecuado de las sustancias químicas utilizadas en los procesos productivos.
- Implementar acciones para la optimización de los recursos renovables y no renovables.

GRI (103-2)

Los principales resultados de la gestión integral de residuos son : _____ GRI (103-3)

Colombia

RESIDUOS GENERADOS EN 2021 (GRI 306-3)

Tipo de residuo	Descripción	Cantidad kg	Tipo de Disposición
No Peligrosos	Ordinarios jabón	27.637,41	Relleno sanitario
	Ordinarios	221.918,68	Relleno sanitario
	Papel/cartón	70.889,09	Aprovechamiento
	Plástico	85.307,9	Aprovechamiento
	Chatarra	29.294,3	Aprovechamiento
	Madera	66.824	Aprovechamiento
TOTAL		501.871,38	
Peligrosos	Corrosivos, reactivos, explosivos, tóxicos, inflamables, infecciosos, radiactivos	29.918,64	Incineración
		5.388,7	Celda de seguridad
		415,65	Aprovechamiento
		2.679,3	Blending
		51.000	Otro
TOTAL		89.402,29	
TOTAL GENERADO		591.273,67	

RESIDUOS NO DESTINADOS A ELIMINACIÓN EN 2021 (GRI 306-4)

RESIDUOS DESTINADOS A ELIMINACIÓN EN 2021 (GRI 306-5)

Tipo de Residuo	Tipo de disposición	kg	%
Residuos No peligrosos (No Eliminación)	Relleno Sanitario	249.556,09	42
	Aprovechables	252.315,29	43
Peligrosos (Eliminación)	Incineración	29.918,64	5
	Celda de seguridad	5.388,7	1
	Aprovechamiento	415,65	0
	Proceso de Blending	2.679,3	0,5
	Otro	51.000	8,6
TOTAL APROVECHABLES		306.410,24	100
TOTAL DISPUESTOS		284.863,43	

Para el año 2021 se generaron en Colombia un total de 501,8 ton de residuos no peligrosos, correspondientes al **85%** del total de residuos generados.

El **42,7%** de residuos fueron aprovechados por empresas especializadas en procesos de conversión, fundición, molienda, lavado, aglutinado, peletizado o extrusión, el **42,2%** fueron dispuestos en relleno sanitario, el **8,6%** fue tratado en plantas de tratamiento de agua residual industrial, el **5,1%** fue incinerado, el **0,9%** fue dispuesto en celda de seguridad y el **0,5%** fue aprovechado en los procesos de blendig.

El **100%** de estos residuos fueron transportados y dispuestos por prestadores de servicios que cuentan con permisos y licencias ambientales legales y vigentes.

En Hada S.A., Manizales, se aprovecharon **250 kg** de residuos de jabón molido proveniente del laboratorio de innovación, los cuales fueron reincorporados en el proceso productivo de Hada International S.A., Barranquilla, con el objetivo de recuperar los aceites en el proceso de saponificación.

El total de residuos peligrosos generados fue de **89,4 ton** correspondientes al **15%** del total de residuos generados.

Para el 2021 se dio cumplimiento a la maximización de las ganancias por gestión de residuos **141.793.197 COP**, demostrando una excelente gestión en cuanto a la segregación en la fuente de los residuos aprovechables y su posterior valorización, incorporándolos nuevamente a la cadena productiva, convirtiendo un impacto negativo asociado a gestión de residuos en uno positivo.

Dando continuidad a las alternativas para incrementar la eficiencia en el manejo de residuos no peligrosos mantuvimos el uso de la maquina compactadora, que nos permite minimizar el volumen de los residuos dispuestos en el relleno sanitario o incluso, reciclados, disminuyendo la carga a transportar y por ende la huella generada por esta actividad.

México

RESIDUOS GENERADOS EN 2021 (GRI 306-3)

Tipo de residuo	Descripción	Cantidad kg	Tipo de Disposición
No Peligrosos	Reciclables	37.900	Reúso externo
	Ordinarios	4.800	Relleno Sanitario
TOTAL		42.700	
Peligrosos	Alcohol contaminado, materias primas caducadas y productos químicos, otros	1.221	Incineración
TOTAL		1.221	
TOTAL GENERADO		43.921	



Total residuos generados
Grupo Hada

635.194,67 kg

En Cosméticos Trujillo S.A. de C.V., México, se generaron **37,9** toneladas de residuos reciclables y **4.800** kg de residuos sanitarios, estos últimos siendo enviados al relleno sanitario. Los residuos reciclables se vendieron a una empresa autorizada para su reincorporación a otras cadenas productivas.

Se generaron **1.221** kg de residuos peligrosos, los cuales se dispusieron bajo los manifiestos 10016 y 10068, con la empresa de Servicios Integrales de Residuos, mediante el permiso ante SEMARNAT 09-II-09-18, siendo el alcohol contaminado por análisis de laboratorio y lavados de líneas de perfumería un **74%**, materias primas caducadas un **13%**, desechos químicos un **6%** y otros un **7%**.

La valorización de residuos para el año 2021 en la planta de manufactura en Tepotzotlán, México, alcanzó los **11.547.621 COP**, superando la meta establecida para dicho período.

Retos

Disminuir la generación de residuos en Colombia, para aportar positivamente al cuidado del medio ambiente y reducir los costos en disposición final.

Continuar con las estrategias de minimización, separación en la fuente y disposición y/o valorización dependiendo del tipo de residuo.

Debido al inicio de operaciones en planta de manufactura en Tepotzotlán en México, se pretende mantener la generación de residuos e incrementar la valorización de estos.

CONSUMO DE ENERGÍA

La generación de energía es la base fundamental para el desarrollo sostenible de nuestro planeta, es así como, el aprovechamiento a gran escala de energías limpias y el uso de combustibles con bajas emisiones, son una apuesta importante para todos los sectores industriales. Como organización, cuidamos cada detalle, evaluando los posibles impactos sobre los recursos naturales, así como los riesgos que conllevan en el desarrollo de nuestras operaciones.

En Grupo Hada trabajamos por la eficiencia energética, actualizando los equipos en los procesos de producción y administrativos, realizando inversiones en equipos altamente eficientes y con ello minimizar el impacto a los recursos naturales. _____ GRI (103-2)

Adicionalmente la organización ha declarado un compromiso de operar responsablemente, logrando un crecimiento y desarrollo exponencial, pero ante todo sustentable; para ello se trazaron lineamientos corporativos en el Código de Ética Empresarial, Capítulo 4 Responsabilidad Social.

Dicho compromiso se ve reflejado en nuestra gestión y es soportado en diferentes documentos internos. _____ GRI (103-3)

Los principales resultados relacionados con el consumo de energía son:

HADA INTERNATIONAL S.A.

- Logró la conversión de compresoras preliminares para el proceso de refinación de jabón, pasando de dos etapas a una sola, lo que implicó la eliminación de uno de los dos motores utilizados por estos equipos, **generando un ahorro de 133.000 kWh por mes.** _____ GRI (302-4)
- Instalación de cubiertas de policarbonato, con el fin de hacer uso de la iluminación natural durante el día en la planta de producción y bodega de almacenamiento, lo cual **generó un ahorro energético de 4.435 kWh por mes.**
- Puesta en marcha de la planta de secado (Soaptec S10000), incrementando la capacidad en un **64%**, lo cual **generó un ahorro energético del 25% al producir mayor volumen de jabón base en menor tiempo.**
- De igual forma en los equipos homogenizadores (Silverson), se redujeron los tiempos de mezcla en un **40%** para productos de diferentes viscosidades en la planta de líquidos, esta disminución **incrementó lo eficiencia del proceso y a su vez generó ahorro energético.**

COSMÉTICOS TRUJILLO S.A DE C.V.

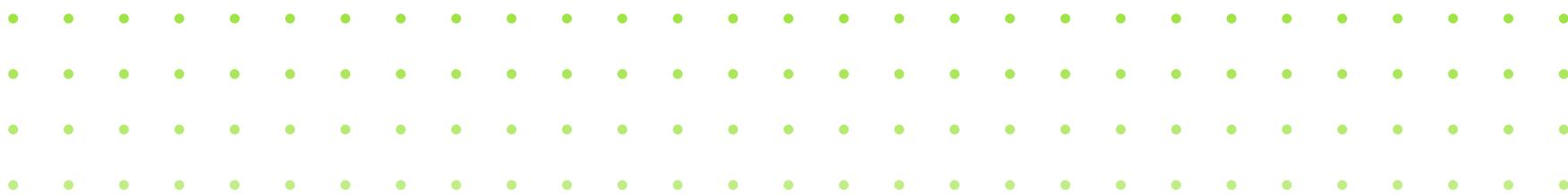
Se realizó la instalación de alumbrado led en la nueva planta de líquidos, **logrando un ahorro del 60% en energía eléctrica 18.912.000 COP.**

Adicional se contó con un programa de monitoreo, sensibilización, ahorro y uso eficiente de la energía dirigido a los colaboradores, en el cual se enfocaron los esfuerzos en la implementación de buenas prácticas para reducir los consumos.

CONSUMO INTERNO DE ENERGÍA EN 2021 (GRI 302-1)

Operación	Consumo en Gigajulios (GJ)	Empresa de energía eléctrica
Hada International S.A. Colombia	26.299,3	AIR-E S.A. E.S.P
Cosméticos Trujillo S.A. de C.V. México	1.499,04	Comisión Federal de Electricidad CFE
TOTAL GRUPO HADA	27.798,34	

El consumo de energía para el 2021 en comparación con el 2020 aumento debido a la ampliación y crecimiento de la compañía, tanto en operaciones de producción como administrativas.



Retos

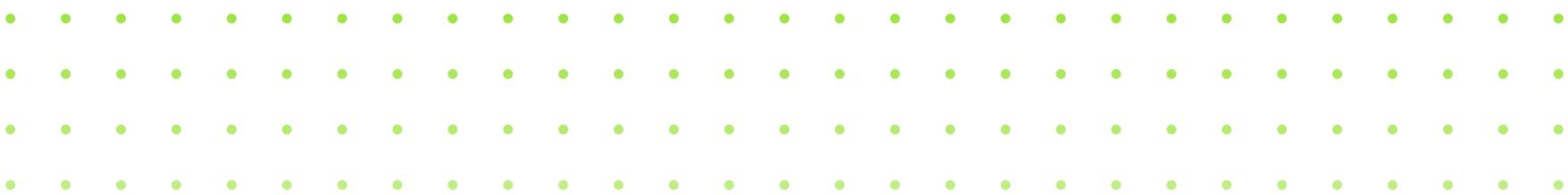
Puesta en marcha de la planta de manufactura para la producción de jabón líquido, en Tepotzotlán, México, por apertura de contrato con la autoridad competente para aprobación de las nuevas normativas en el país.

Puesta en marcha del proceso integrado de saponificación y secado en la planta de producción Hada International S.A., Colombia, para lo cual se estima generar un ahorro del 20% en gas natural.

Ampliación en un 22% de la capacidad productiva de la planta de jabones sólidos de Hada International S.A., Colombia, determinando como requisitos indispensables para su adquisición, sistemas y equipos que consuman recursos energéticos de manera eficiente y amigable con el medio ambiente.

Puesta en marcha de los equipos de alto flujo adquiridos, con el fin de incrementar la producción en las líneas de acabado y disminuir el consumo energético.

Implementar mejoras en infraestructura física, como adecuaciones en las líneas, maquinaria y equipos de producción, con el fin de disminuir el consumo de energía eléctrica.



CONSUMO DE AGUA

El consumo sostenible del agua es uno de los pilares que contribuyen a la protección de los recursos naturales, por lo cual en Grupo Hada su uso y gestión se hacen de manera responsable.

Contamos con iniciativas como el Plan de ahorro y uso eficiente del agua que están encaminadas a reducir el consumo de este recurso en los procesos, permitiendo se generen bajos impactos a los ecosistemas y aportando al cuidado de nuestras fuentes hídricas. _____ **GRI (103-2)**

Debido al cambio y mejora de tecnología en el proceso de purificación de agua, por medio de membranas de ósmosis inversa, se pasó de tener una disminución del rechazo de agua del **50%** al **20%** (planta de Tepotzotlán) logrando una mejora de eficiencia de un **30%**. _____ **GRI (103-3)**

EXTRACCIÓN Y CONSUMO DE AGUA 2021

GRI (303-3) (303-5)

Operación	Consumo en m ³	Fuente de Agua
Hada International S.A. Colombia	57,40	Acueducto Municipal
Cosméticos Trujillo S.A. de C.V. México	2.734	Acueducto Municipal
TOTAL GRUPO HADA	2.791,4	

En Grupo Hada toda el agua que ingresa para los procesos productivos y actividades administrativas corresponde a agua potable, potabilizada por proveedores externos que cuentan con los respectivos permisos ante la autoridad ambiental competente.

Para Hada S.A., Manizales, el agua consumida corresponde únicamente a la requerida para uso humano y no es posible contabilizar los consumos debido a que su sede administrativa está ubicada en una torre empresarial que cuenta con contadores generales que no permiten la individualización por usuarios conectados a la red.

Para Hada International S.A., Barranquilla, el servicio de acueducto del Parque Industrial de Zona Franca la Cayena es brindado por la Sociedad de Acueducto, Alcantarillado, y Aseo de Barranquilla S.A E.S.P. (Triple A), el cual se abastece del Río Grande del Magdalena, a partir de allí se distribuye el agua potable a todos sus usuarios. Por esta razón nuestra planta no requiere concesión de aguas ni un seguimiento obligatorio al control de la calidad del agua utilizada.

En Cosméticos Trujillo S.A. de C.V., México, se tuvo un consumo anual de **2.734** m³, los cuales fueron captados directamente del acueducto o adquiridos por carrotanques. Igualmente se realizan campañas permanentes, con el fin de garantizar el uso adecuado de este recurso y monitoreo mensual de consumos vs toneladas fabricadas para identificar estándares de consumo y oportunidades de mejora.

En las plantas para la fabricación de productos líquidos se instalaron dispositivos Pig Pusher como sistemas para la recuperación de producto, reducción de vertimientos de producto terminado y disminución a la carga de los afluentes a tratar.

VERTIMIENTOS

La implementación de sistemas de tratamiento de fuentes hídricas con tecnologías avanzadas, nos ha permitido alcanzar estándares de calidad en nuestros vertimientos de agua, definidos por la actual legislación, reduciendo los impactos a los ecosistemas y permitiendo una sostenibilidad ambiental con el entorno.

COLOMBIA

Las aguas residuales industriales que genera la planta de Hada International S.A., Barranquilla, son tratadas en la Planta de Tratamiento de Agua Residual Industrial -No Doméstica (PTARnD).

Los efluentes de la PTARnD son descargados en el arroyo Granada ubicado en las proximidades de la Zona Franca, según lo estipulado en el permiso de vertimientos.

El vertido de agua de lluvia y de aguas residuales domésticas no se considera vertido de agua.

MÉXICO

En Cosméticos Trujillo S.A de C.V, México, no contamos con planta de tratamiento de aguas residuales, sin embargo, estos vertimientos dieron cumplimiento en el año 2021 a la NOM-002-SEMARNAT-1996. Cada año se tramitan los permisos de vertimientos y posteriormente se realizan por un laboratorio autorizado los monitoreos de calidad de aguas.

VERTIDO DE AGUA EN 2021 (GRI 303-4)

Operación	Vertimiento en m ³	Fuente de Agua Receptora
Hada International S.A. Colombia	13.814,4	Arroyo Granada
Cosméticos Trujillo S.A. de C.V. México	N/D	N/D
TOTAL GRUPO HADA	13.814,4	

Retos

Iniciar con el cálculo de la huella hídrica y diseñar estrategias para su mitigación.

Diseñar y poner en marcha la Planta de Tratamiento de Agua Residual Industrial -No Doméstica (PTARnD) para los efluentes industriales de la nueva planta de producción de Cosméticos Trujillo S.A. de C.V. en Tepetzotlán, México.

Puesta en marcha de la planta integrada de saponificación y secado en la planta de producción de Hada International S.A., Colombia, para lo cual se estima generar un ahorro alrededor del 20% en agua.

009



Índice de contenidos GRI
Opción esencial

GRI	Aspectos generales del reporte	Página / Respuesta
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
102-1	Nombre de la organización.	Grupo Hada
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios.	Pág. 3, 4 y 18
102-3	Ubicación de la sede.	Carrera 21 N° 64 A 33 Piso 9 y 15 Edificio Multiplaza El Cable, Torre Empresarial, Manizales, Colombia.
102-4	Ubicación de las operaciones.	Pág. 20
102-5	Propiedad y forma jurídica.	Sociedad Anónima de Propiedad Privada
102-6	Mercados servidos.	Pág. 29
102-7	Tamaño de la Organización.	Pág. 43, 44, 45, 46, 47, 57 y 58
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores.	Pág. 57 y 58
102-9	Describe la cadena de suministro de la organización.	Pág. 81, 82, 83, 84, 85 y 86
102-12	Iniciativas externas.	Pág. 31, 74, 75, 76 y 78
102-13	Afiliaciones y Asociaciones.	Pág. 33
ESTRATEGIA		
102-14	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización.	Pág. 6 y 7
102-15	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Pág. 6 y 7
ÉTICA E INTEGRIDAD		
102-16	Valores, principios, Estándares y normas de conducta	Pág. 18 y 19
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Pág. 78

GRI	Aspectos generales del reporte	Página / Respuesta
GOBERNANZA		
102-18	Estructura de gobernanza	Pág. 36 y 37
102-19	Delegación de autoridad.	Pág. 37 y 38
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno.	Pág. 37
102-25	Conflictos de intereses	Pág. 38
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos , valores y estrategia	Pág. 38
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Pág. 38
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	Pág. 41
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
102-40	Lista de grupos de interés	Pág. 13, 14 y 15
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Pág. 63
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Pág. 13, 14 y 15
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág. 13, 14 y 15
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Pág. 13, 14 y 15
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES		
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Estados financieros consolidados
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Pág. 16
102-47	Lista de temas materiales	Pág. 16
102-48	Reexpresión de la información	Pág. 6
102-49	Cambios en la elaboración de informes	Pág. 6
102-50	Período objeto del informe	1º de enero al 31 de diciembre de 2021

GRI	Aspectos generales del reporte	Página / Respuesta
102-51	Fecha del último informe	2021
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Pág. 6
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Este informe ha sido elaborado de conformidad con los estándares de Global Reporting Initiative (GRI), opción esencial.
102-55	Índice de contenidos GRI	Pág. 117
ENFOQUE DE GESTIÓN		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pág. 39, 41, 48, 49, 52, 56, 95, 101 y 106
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pág. 39, 41, 48, 52, 56, 95, 102, 107, 111 y 114
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 96, 102, 107, 111 y 114
DESEMPEÑO ECONÓMICO		
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Pág. 43
ANTICORRUPCIÓN		
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pág. 40
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 40
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Pág. 40

GRI	Aspectos generales del reporte	Página / Respuesta
COMPETENCIA DESLEAL		
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Pág. 40
FISCALIDAD		
207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	Pág. 41
MATERIALES		
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Pág. 97 y 98
301-2	Insumos reciclados	Pág. 99
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Pág. 99
ENERGÍA		
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Pág. 112
302-4	Reducción del consumo energético	Pág. 111
AGUA Y EFLUENTES		
303-3	Extracción de agua	Pág. 114
303-4	Vertidos de agua	Pág. 116
303-5	Consumo de agua	Pág. 114
EMISIONES		
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pág. 103
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Pág. 103
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Pág. 104

GRI	Aspectos generales del reporte	Página / Respuesta
RESIDUOS		
306-3	Residuos generados	Pág. 107 y 109
306-4	Residuos no destinados a eliminación	Pág. 108
306-5	Residuos destinados a eliminación	Pág. 108
EMPLEO		
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Pág. 59
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Pág. 66
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 68
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 69
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 72
403-9	Lesiones por accidente laboral	Pág. 70
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Pág. 71
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA		
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Pág. 64
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 64
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Pág. 60, 61 y 62

GRI	Aspectos generales del reporte	Página / Respuesta
EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES		
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Pág. 82 y 83
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES		
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Pág. 48
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Pág. 49
MARKETING Y ETIQUETADO		
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Pág. 50
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Pág. 50
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Pág. 50
PRIVACIDAD DEL CLIENTE		
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Pág. 51

