

SEIS PROMESAS SOSTENIBLES

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2013



corona

TABLA DE CONTENIDO

04

22

32

42

52

66

92

108

ORGANIZACIÓN CORONA

INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS

CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES

SER MÁS COMPETITIVOS

PROMOVER A NUESTRA GENTE

SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

- 04 LA MULTINACIONAL QUE SOÑAMOS
- 06 CONTEXTO MUNDO, REGIÓN, COLOMBIA
- 08 CORONA EN CIFRAS
- 10 UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO
- 14 RECONOCIMIENTOS
- 16 HACIA DÓNDE VAMOS
- 17 MISIÓN TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS
- 18 NUESTRAS PROMESAS
- 20 MATRIZ DE MATERIALIDAD
- 21 GRUPOS DE INTERÉS

- 26 NEXENTIA
AVANCE MODELO DE INNOVACIÓN ABIERTA
- 27 TESTIMONIO JHON FERNANDO CORREA
- 28 TESTIMONIO PABLO BARRERA
- 29 PLANTA DE PINTURAS CORLANC
- 30 GUÍA DE LA INNOVACIÓN
MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL
- 31 PROMOCIÓN A LA CULTURA DE INNOVACIÓN A TRAVÉS DEL RECONOCIMIENTO

- 36 INCESA CONSOLIDANDO NUESTRA PRESENCIA EN CENTROAMÉRICA
- 37 TESTIMONIO RICARDO PINEDA
- 38 NUEVA PLANTA EN BRASIL. COMPANHIA SULAMERICANA DE CERÁMICA
ADQUISICIÓN DE ERECOS
- 39 TESTIMONIO ALEJANDRO LÓPEZ
- 40 NUEVOS FORMATOS COMERCIALES DE HOMECENTER
ALIZANZA CON VISTA ALEGRE

- 46 TESTIMONIO PABLO CERÓN
- 47 EFICIENCIA EN MANUFACTURA
- 48 RECONFIGURACIÓN DE LA RED DE COMERCIALIZACIÓN
RENOVACIÓN DE TIENDAS
- 49 TESTIMONIO WILHEM WAGNER
- 50 IMPLEMENTACIÓN DE TEORÍA DE RESTRICCIONES
CORONA VISTE TU CASA
- 51 FORTALECIMIENTO DE LAS USC

- 56 RESULTADOS SOBRESALIENTES EN CLIMA ORGANIZACIONAL
- 57 TESTIMONIO MAURICIO LOMBANA
- 58 ASSESSMENT DE EJECUTIVOS
DESARROLLO DE ESCUELA DE LIDERAZGO
- 59 TESTIMONIO ISIDRO BOYACÁ
- 60 ACCIONES PARA CIERRE DE BRECHAS DE LA ENCUESTA DE CALIDAD DE VIDA
- 61 INDICADORES GRI

- 70 HUELLA HÍDRICA Y REDUCCIÓN DE HUELLA GRIS
- 72 HUELLA HÍDRICA CORPORATIVA
- 74 TESTIMONIO DAVID PENAGOS
- 75 MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA
- 76 RESULTADO DEL MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA
- 77 TESTIMONIO EDILSON CASTILLO
- 78 HUELLA DE CARBONO
- 80 CULTURA MEDIO AMBIENTAL EN CORONA
MATERIALES DE EMPAQUES Y EMBALAJES
- 82 INDICADORES
- 90 BALANCE AMBIENTAL

- 96 SISTEMA DE RELACIONAMIENTO
- 98 VOLUNTARIADO CORPORATIVO
- 99 TESTIMONIO ADRIANA MEZA
- 100 PROGRAMA DE VOLUNTARIADO
- 102 BANCO DE MATERIALES
DONACIONES EN ESPECIE
- 103 CORONA ES TU CASA
- 104 FUNDACIÓN CORONA
- 105 TESTIMONIO ÁNGELA ESCALLÓN
- 106 PREMIO CORONA
- 107 INDICADORES GRI

108 TABLA GRI



LA MULTINACIONAL QUE SOÑAMOS



En Corona estamos comprometidos con ser la multinacional colombiana líder en las categorías y en los mercados en los que participamos. Para avanzar en este liderazgo gestionamos nuestros negocios desde una perspectiva de triple cuenta de resultados, donde damos cuenta de todas nuestras operaciones no sólo desde el resultado financiero de las mismas, sino también de sus posibles impactos ambientales y de la contribución social que puedan generar.

Este enfoque nos ha permitido formular seis grandes promesas, que representan el compromiso de Corona con sus grupos de interés y con sus objetivos de negocio:

- **Innovar en todo lo que hacemos.** Estamos convencidos de que la innovación nos permitirá desarrollar una mejor propuesta comercial y tener procesos más eficientes.
- **Crecer enfocados en nuestros clientes.** Queremos ser un jugador relevante en la región. Para ello durante 2013 logramos cerrar adquisiciones que nos permitirán ampliar nuestro negocio industrial, consolidar la oferta comercial e incrementar nuestra participación en otros mercados.
- **Ser más competitivos.** Queremos llegar de manera eficiente a nuestros clientes, con una oferta integral. Hemos logrado reestructurar algunos de nuestros costos, ser más eficientes en nuestras operaciones logísticas y competir decididamente en el mercado nacional e internacional.
- **Promover nuestra gente.** Buscamos contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias. Implementamos programas e iniciativas que contribuyan a su desarrollo personal y profesional. Nos esforzamos por tener un excelente clima laboral en

donde nuestros colaboradores puedan desarrollar todo su potencial.

- **Ser responsables con el medio ambiente.** Implementamos sistemas de gestión que nos permitan tener operaciones eficientes, seguras y de bajo impacto en el ambiente. Durante este año logramos avanzar decididamente en nuestro modelo de gestión de eficiencia energética y en procesos más eficientes en la gestión de recursos hídricos.
- **Contribuir al desarrollo del país.** Nos enfocamos en desarrollar proyectos que tengan un impacto favorable en las comunidades donde operamos. Así, logramos ampliar la oferta de nuestro programa de voluntariado corporativo, desarrollamos alianzas con el fin de complementar desde el sector privado el logro de objetivos de política pública y profundizamos en nuestro sistema de relacionamiento para mantener un diálogo fluido y frecuente con todos nuestros grupos de interés.

El resultado de esta gestión se ve reflejado en éste Informe Anual de Sostenibilidad, el cual nuevamente fue reconocido con la calificación más alta (A+) en la verificación externa llevada a cabo por Deloitte and Touche.

Los invito a conocer en detalle los avances que desde la perspectiva de la triple cuenta de resultados hemos logrado con el fin de ser la multinacional que soñamos.

Cordialmente,
CARLOS ENRIQUE MORENO

MUNDO & REGIÓN



Crecimiento **GLOBAL** se estima en **2,1%**

En mayo inició el primer proceso de recuperación, pero se verán los efectos lentamente



Sigue aumentando la competencia **CHINA** y de otros países

EE.UU.

REDUCCIÓN EN MEDIDAS DE ESTÍMULO ECONÓMICO (compra de bonos), potencialmente impactando países emergentes con devaluación y caída de mercados bursátiles

Continuó recuperación del mercado inmobiliario estimado en **10%** un ritmo menor que 2012 principalmente por tasas mayores

LATINOAMÉRICA

Crecimiento de la región se estima al rededor de **3%** Sujeto a la volatilidad de commodities, tasa de cambio, recuperación de eurozona y EE.UU.



En la última década el tamaño de la **CLASE MEDIA** de América Latina se estima en **29%**



LA POBREZA EN LATINOAMÉRICA DISMINUYÓ UN **0,3%** COMPARADO CON EL 2012

164

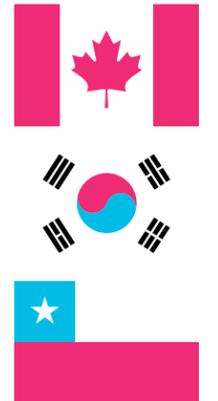
MILLONES DE PERSONAS DE LA POBLACIÓN de latinoamericanos está en situación de **POBREZA EN 2013**

COLOMBIA



CRECIMIENTO **5,1%** Colombia tuvo el mayor crecimiento del Producto Interno Bruto en la región

1,94% Inflación del país en 2013 El nivel más bajo de inflación de la región



TLC

Nuevos TLC con países como Canadá, Corea y Chile y desagravación arancelaria



PIB La tasa de inversión del PIB se encuentra en el nivel más alto: **28,4%** comparado con el 24.5% en 2010



EL PESO REVALUADO NO HA PERMITIDO HACER LA INDUSTRIA COLOMBIANA COMPETITIVA

\$ 16.822 MILLONES DE DÓLARES Inversión extranjera directa récord en 2013



CRECIMIENTO DE LA CLASE MEDIA Clase media urbana, cada vez más informada y exigente



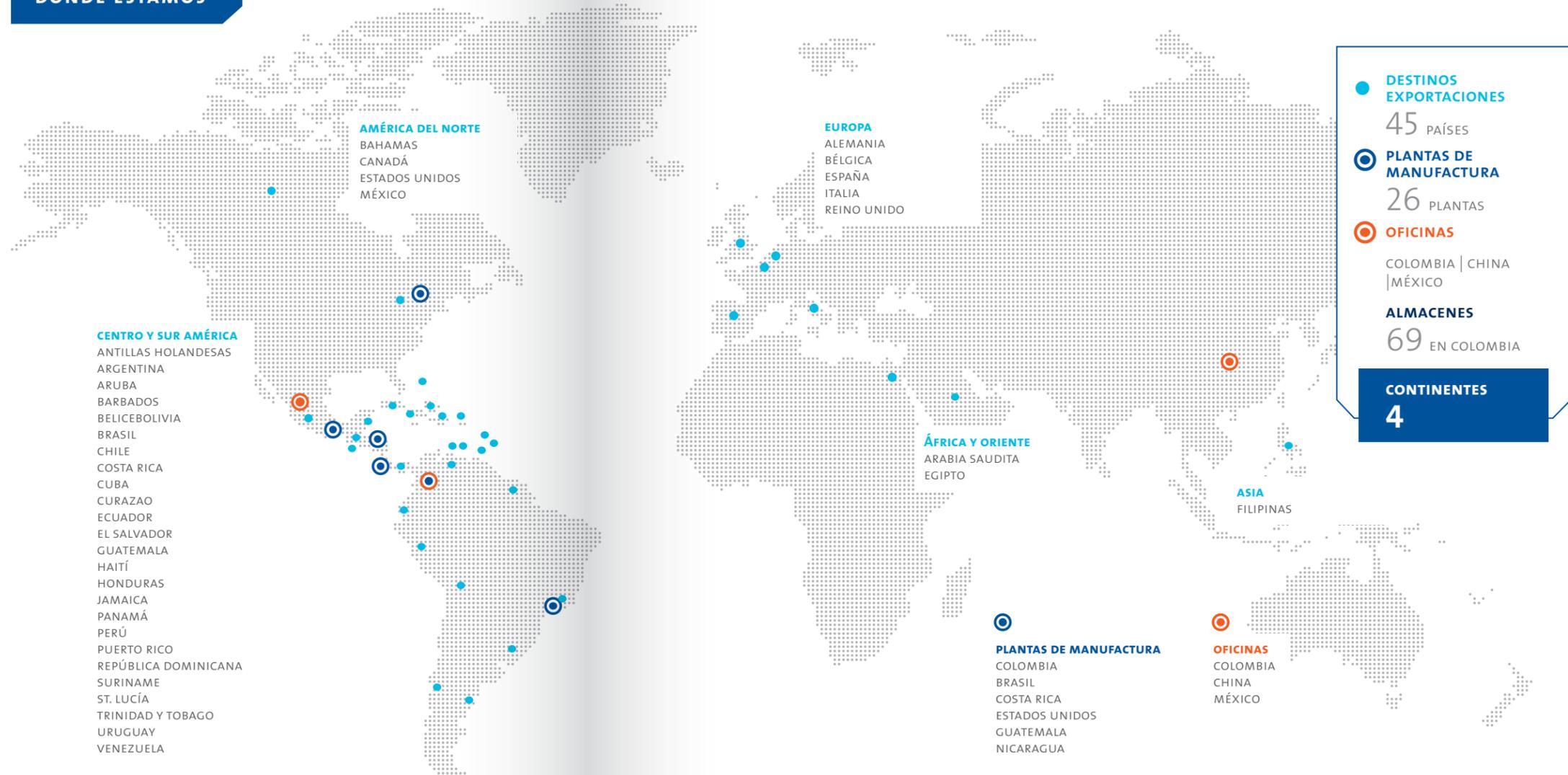
9,6% TASA DE DESEMPLEO

CORONA EN CIFRAS

ORGANIZACIÓN CORONA S.A.
MANUFACTURA Y COMERCIALIZA
PRODUCTOS PARA LA REMODELACIÓN
Y LA CONSTRUCCIÓN.

DÓNDE ESTAMOS

- 133**
AÑOS DE HISTORIA EMPRESARIAL
- 6**
UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO
- 26**
PLANTAS DE MANUFACTURA
 - 19** COLOMBIA
 - 3** ESTADOS UNIDOS
 - 3** CENTROAMÉRICA
 - 1** BRASIL
- 1**
OFICINA DE SUMINISTROS GLOBALES EN CHINA
- 1**
COMERCIALIZADORA EN MÉXICO



13.491

EMPLEOS DIRECTOS GENERADOS



63.411

MILLONES DE PESOS EN BENEFICIOS A EMPLEADOS

85,2

(GPTW)
VALORACIÓN SOBRESALIENTE GREAT PLACE TO WORK



3,8

BILLONES DE PESOS EN VENTAS



8,3%

CRECIMIENTO EN VENTAS NEGOCIO INDUSTRIAL

12%

CRECIMIENTO EN VENTAS NEGOCIO RETAIL



4.606

TERAJOULES CONSUMO DE ENERGÍA



1.190.391

M³ CONSUMO DE AGUA

UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO

-UEN-



1. CORONA COLCERÁMICA

Está dedicada a la fabricación y comercialización de productos que conforman soluciones integrales para Baños, Cocinas y Revestimientos para hogares, oficinas, establecimientos comerciales e institucionales. Colcerámica opera ocho plantas de producción ubicadas en los departamentos de Cundinamarca y Antioquia en Colombia, tres en Estados Unidos, tres en Centro América y una en Brasil, que cuentan con tecnología de punta y cumplen con los más altos estándares de calidad para ofrecer a sus clientes y consumidores los mejores productos con el respaldo de las marcas Corona, Grival, Mansfield, American Standard. Ofrece una gran variedad de productos que incluyen aparatos sanitarios, lavamanos, accesorios, asientos sanitarios, griferías, duchas, herrajes, muebles, elementos de plomería, pisos, paredes, porcelanatos y decorados. Es líder en el mercado colombiano y tiene posiciones importantes en los mercados de Estados Unidos, México, Brasil, Ecuador, Chile y Venezuela, entre otros.



2. INSUMOS, MATERIALES & PINTURAS CORONA

Esta unidad de negocio cuenta con dos divisiones

Insumos Industriales Corona

Dedicada a la producción de insumos y materias primas principalmente para las industrias cerámica, de vidrio y pintura. Es una fuente de competitividad para sus clientes, ofreciendo un suministro de insumos y minerales estable y de un alto nivel de desempeño.

Materiales y Pinturas Corona

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

Pinturas Corona®

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



3. GAMMA AISLADORES CORONA

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



4. VAJILLAS CORONA

Es una de las fabricantes más antiguas y reconocidas de lojería de Colombia y Latinoamérica. Produce cuatro líneas de productos, una para el hogar con múltiples y variadas colecciones, otra institucional dirigida a atender el mercado de hoteles y restaurantes y otra de Mugs, además de productos exclusivos para terceros. Los principales destinos de exportación de Vajillas Corona son el Reino Unido y Estados Unidos, mercados donde se comercializan productos con marcas mundialmente reconocidas.



5. ALMACENES CORONA

Comercializa soluciones para pisos, baños, cocinas, materiales y acabados, ofrece diseño asequible para todos los gustos, así como amplias opciones de financiación y de servicios relacionados con la transformación del hogar. Almacenes Corona cuenta con tres formatos:

1. **Hipercentro Corona**, que actualmente tiene catorce (14) puntos de venta a nivel nacional,
2. **Tiendas Cerámicas Corona**, que son almacenes de formato de precio bajo, de los cuales hay dieciocho (18) al servicio de los consumidores y
3. **Corona Centro de Inspiración** que actualmente tiene seis (6) almacenes a nivel nacional.

Estas cadenas ofrecen todos los productos y servicios que necesitan los consumidores para llevar a cabo proyectos grandes y pequeños relacionados con el mejoramiento del hogar y la construcción.



6. HOMECENTER

Es una empresa colombo chilena con una participación accionaria de 51% de Organización Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia S.A., cuyo inversionista es el Grupo Falabella de Chile. De la compañía hacen parte los formatos de negocio Homecenter y Constructor. Homecenter y Constructor cuentan a nivel nacional con 32 almacenes ubicados en las 17 ciudades donde tiene presencia:

Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Ibagué, Cartagena, Villavicencio, Cúcuta, Bucaramanga, Montería, Manizales, Neiva, Valledupar, Santa Marta, Palmira Armenia y en municipios de Rionegro (Antioquia) y Cajicá Cundinamarca.



USC - UNIDAD DE SERVICIOS COMPARTIDOS

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



L&T LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

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



RECONOCIMIENTOS



GAMMA
CELEBRÓ SU
CUMPLEAÑOS
NÚMERO

50



VAJILLAS CORONA
EL MEJOR
DISTRIBUIDOR
**DE PRODUCTOS
TABLE TOP**

4.

50 AÑOS
DE LA
FUNDACIÓN
CORONA

3.

PLANTA FUNZA
CELEBRÓ
50 AÑOS
DE HISTORIA

5.

CORONA RECIBE
RECONOCIMIENTO
POR PARTE DE LA
**GOBERNACIÓN DE
ANTIOQUIA**

6.

SUMICOL
50 AÑOS
DE HISTORIA



CORONA ENTRE
LAS MIL
**EMPRESAS
GANADORAS**
PUBLICADAS EN
EDICIÓN ESPECIAL
DE PERIÓDICO
EL COLOMBIANO

9.

CORONA ENTRE
LAS EMPRESAS CON
**MEJOR
REPUTACIÓN**



CORONA, UN AÑO
MÁS ENTRE LAS
**MEJORES EMPRESAS
PARA TRABAJAR**
EN COLOMBIA

10.

CORONA RECIBE
RECONOCIMIENTO
POR
**OPERACIÓN CERO
VERTIMIENTOS**

HACIA DÓNDE VAMOS

1. POR QUÉ, CÓMO Y QUÉ HACEMOS



2. MISIÓN

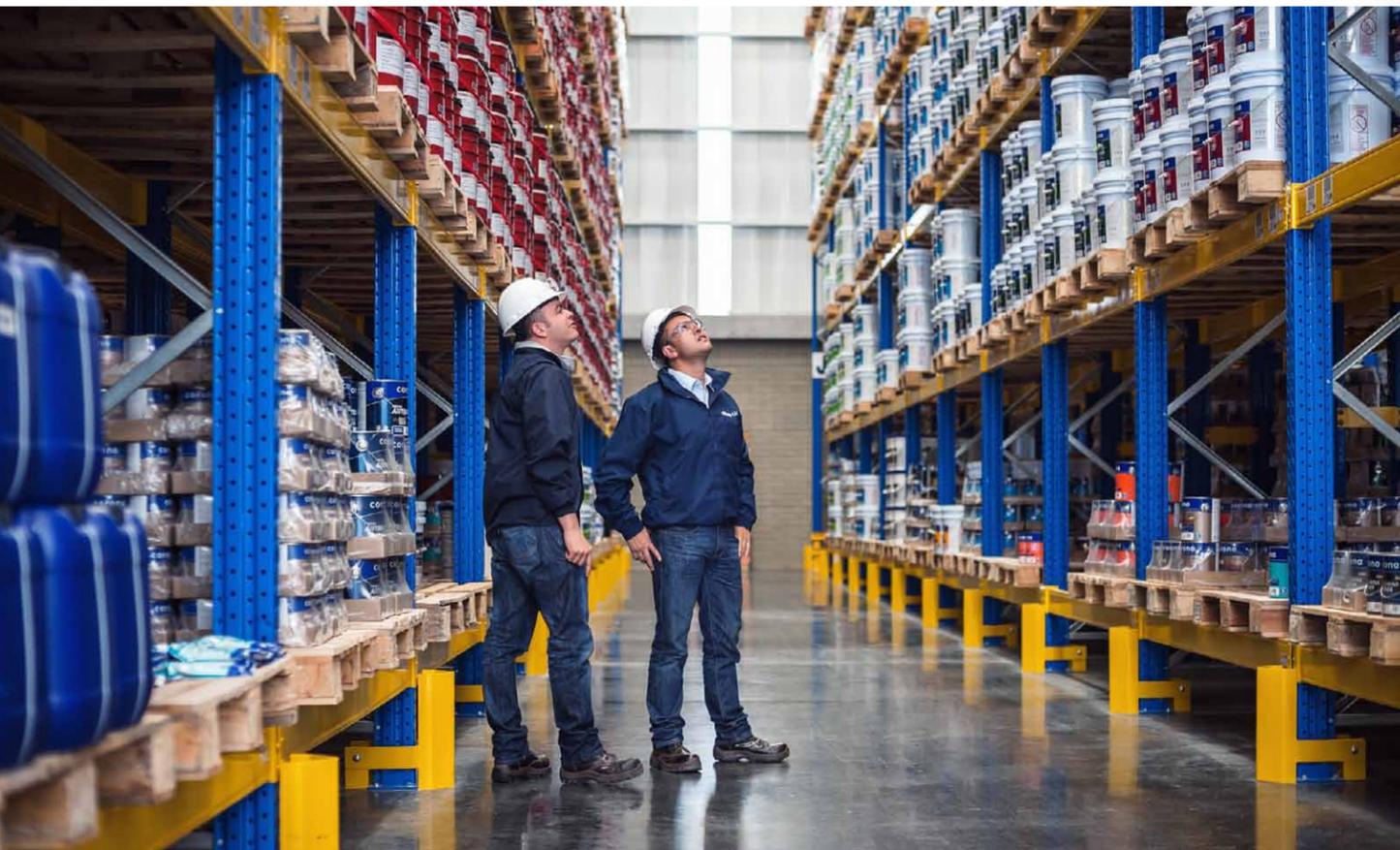
Corona será una multinacional diversificada, enfocada en soluciones y productos para el mejoramiento del hogar y la construcción nueva, especialmente en las Américas, generando valor compartido en términos económicos, sociales y ambientales.

3. TRIPLE CUENTA



NUESTRAS PROMESAS

NUESTRO PROPÓSITO FUNDAMENTAL ES MEJORAR LA VIDA DE LAS PERSONAS, CON SOLUCIONES Y PRODUCTOS PARA LA REMODELACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN, VIVIENDO NUESTROS VALORES CORPORATIVOS Y DESARROLLANDO NUESTRAS ACTIVIDADES BAJO LA PERSPECTIVA DE LA TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS. PARA ALCANZAR ESTE PROPÓSITO Y HACER REALIDAD NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS, HEMOS DECLARADO **SEIS PROMESAS** CON LAS QUE NOS HEMOS COMPROMETIDO Y CON LAS CUALES ENMARCAMOS NUESTROS PROYECTOS E INICIATIVAS. ÉSTAS PROMESAS SON:



INCREMENTAR EL VALOR: PARA NUESTROS ACCIONISTAS Y LA SOCIEDAD

INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS

INNOVAR EN PRODUCTOS Y SERVICIOS, PROCESOS, MODELOS DE NEGOCIO Y MEJORES PRÁCTICAS



CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES

DESARROLLAR MERCADOS EXISTENTES Y NUEVOS ASEGURANDO LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



SER MÁS COMPETITIVOS

ASEGURAR UN CRECIMIENTO RENTABLE



PROMOVER A NUESTRA GENTE

PROMOVER NUESTRO TALENTO Y MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTRA GENTE



SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

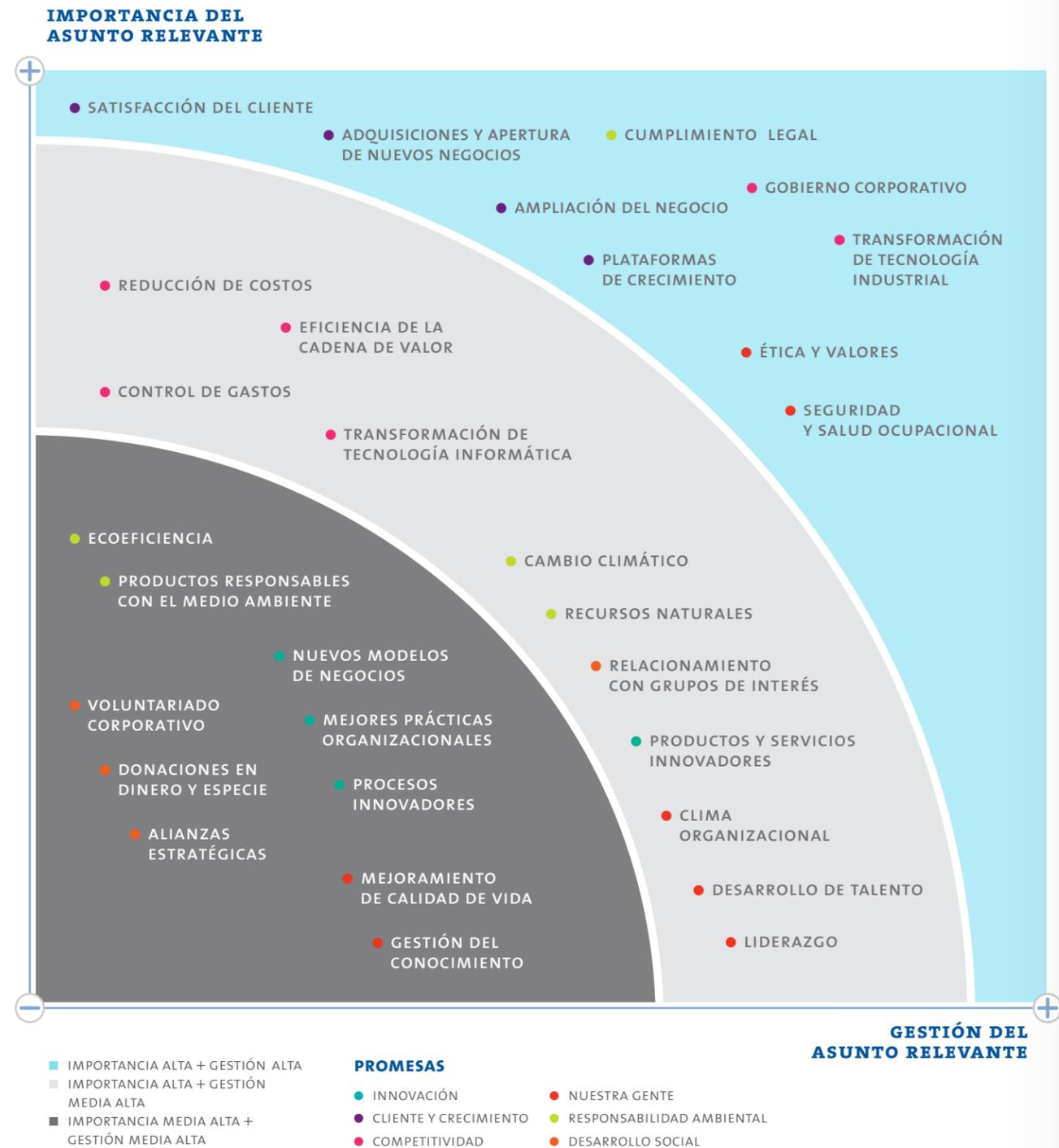
GENERAR VALOR COMPARTIDO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS EN TÉRMINOS AMBIENTALES



IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

GENERAR VALOR COMPARTIDO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS EN TÉRMINOS SOCIALES

MATRIZ DE MATERIALIDAD





INNOVAR

EN TODO
LO QUE HACEMOS



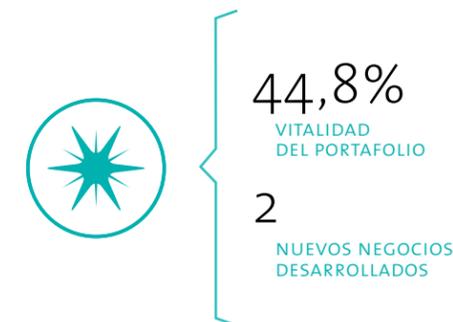
PROMESA 1.

INNOVAR EN TODO LO QUE HACEMOS

Orientamos todos nuestros esfuerzos de innovación a satisfacer las necesidades y requerimientos de nuestros clientes y consumidores. A través de la innovación buscamos entregar al mercado productos novedosos, desarrollar nuevos y mejores procesos de manufactura, implementar mejores prácticas organizacionales y diseñar nuevos modelos de negocios, de tal forma que seamos cada vez más competitivos.

Corona ha diseñado e implementado un sistema que desarrolla nuestras capacidades organizacionales para innovar sistemáticamente. Este modelo para la gestión de la innovación, establece un marco de actuación construido a partir de nuestras propias experiencias y aprendizajes en innovación, que permite identificar buenas prácticas internas y externas, para replicarlas y escalarlas. El propósito es generar innovación que a la vez que entiende y anticipa las necesidades del mercado, mejora y acelera resultados y es dinámica y actualizada.

El modelo contempla dos grandes motores de la innovación. De una parte, un generador de destrezas orientado a generar cultura, habilitar el talento y el liderazgo innovador y reconocer las buenas prácticas. Por otra parte, un generador de resultados que permite ejecutar, visibilizar el esfuerzo innovador, hacer seguimiento y conservar el foco en las necesidades del negocio y del mercado.



VITALIDAD DEL PORTAFOLIO:
Mide el grado de preferencia y/o aceptación de las novedades del portafolio (innovaciones) introducidas al mercado.

| Programas a destacar

1. NEXENTIA

La Universidad de Antioquia y Sumicol celebraron una alianza estratégica para el desarrollo científico y tecnológico que permitirá crear productos innovadores. La alianza se basó en un esquema de innovación abierta dentro del esquema Universidad – Empresa – Estado y buscó generar sinergias de conocimientos, aprovechar las capacidades investigativas y de acompañamiento de ambas partes para el desarrollo tecnológico y trabajar conjuntamente en el desarrollo de aplicaciones en diferentes productos que serán ofrecidos en el mercado.

Esta alianza llevó a la constitución de una nueva sociedad denominada Nexentia S.A.S.

Nexentia desarrolla productos microencapsulados tipo núcleo-coraza basados en una tecnología que emplea nanopartículas y micropartículas como agentes formadores de coraza.

La microencapsulación de compuestos mediante la tecnología Nexentia permite, entre otras aplicaciones industriales: liberación de los compuestos encapsulados mediante aplicación de presión, cambio de temperatura, acción enzimática, el fácil transporte de las microcápsulas secas, biodegradabilidad y biocompatibilidad entre otros.



8.585

MILLONES DE PESOS INVERTIDOS EN NEXENTIA ENTRE EMPRESAS, UNIVERSIDADES Y CENTROS DE INVESTIGACIÓN



28

ACTORES DENTRO DEL SISTEMA DE INNOVACIÓN A 2013

2. AVANCE MODELO DE INNOVACIÓN ABIERTA

El modelo de gestión de la innovación parte del entendimiento de que el desarrollo de productos o nuevas categorías no se logra de manera aislada o individual sino en un entorno multidisciplinario y colaborativo. Por esta razón, contempla varias estructuras que permiten habilitar y potenciar las redes colaborativas de trabajo con el propósito de generar un ecosistema de innovación en doble vía que traiga beneficios para todas las partes involucradas.

Durante el 2013 el modelo de innovación abierta ha permitido el desarrollo de nuevas alianzas dentro de las que se destacan la realizada con la EAFIT en temas de cocreación de baños con espacio limitado que fueran funcionales para públicos de todas las edades y personas con movilidad reducida, el Laboratorio NTC 920 el cual se enmarca en una convocatoria Colciencias de 2010 orientada a la dotación de laboratorios para la evaluación de productos terminados, que permitan elevar los estándares de calidad para consumo en el país y junto a Tecnova el proyecto de mejoras al proceso de manufactura de tanques. Por otra parte se llevaron a cabo trabajos conjuntos con la Universidad Pontificia Bolivariana en Medellín en la construcción de propuestas de métodos, productos y actividades con foco en la enseñanza de autocuidado para niños de 3 a 7 años, utilizando herramientas lúdico didácticas.



PEGACOR BAJO EN POLVO

JOHN FERNANDO CORREA

JOHN FERNANDO CORREA URIBE
Técnico Innovación y Desarrollo
Materiales & Pinturas Corona



VIDEO

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

El conocimiento del equipo formado por personas de distintas áreas de la compañía nos permitió obtener formulaciones para Pegacor® y su implementación en Pegacor® Interiores, Max y Flex, en blanco y gris, en nuestras tres plantas, siendo este el primer producto en el que trabajaba para la compañía.

El trabajo que hicimos con este producto es muy importante, pues puede servir como punto de partida para encontrar alternativas en la reducción de material particulado en productos terminados o en procesos que involucren minerales secos en Corona.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED HACER PARTE DE ESTE PROYECTO?

Participar en el proyecto de Pegacor® Bajo en Polvo me ha dado muchas satisfacciones, pero tal vez la más importante fue cuando el maestro de obra, nuestro principal cliente, validó los atributos de limpieza y comodidad, que eran nuestro objetivo principal con el producto.



INNOVACIÓN EN PRODUCTOS

PABLO BARRERA

PABLO BARRERA

Gerente Comercial Materiales de
Construcción
Materiales & Pinturas Corona

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS EN CORONA?

En Materiales & Pinturas Corona nos preocupamos por facilitar y mejorar la vida de los Instaladores o Maestros: nuestra razón de ser. Realizamos una actividad de acompañamiento en su trabajo, observamos y escuchamos sus necesidades y después de analizar los resultados, sumados a un análisis de tendencias mundiales y métodos de construcción, desarrollamos productos innovadores en el mercado que garantizan calidad y que contribuyen al cuidado de la salud de los maestros.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED HACER PARTE DE ESTE PROYECTO?

Todo esto ha sido una gran experiencia de trabajo multidisciplinario, donde involucramos proveedores y entes externos, que nos permitieron el desarrollo exitoso de productos desde el mismo proceso productivo hasta el empaque y la comunicación al mercado para demostrar los beneficios.

3. PLANTA DE PINTURAS CORLANC

En el mes de julio de 2013, Corlanc inició la operación de su planta de fabricación de pinturas en Rionegro, Antioquia. Esto es el resultado exitoso de un trabajo conjunto entre Corona y Lanco que pretende llegar al mercado con un portafolio de productos innovadores y diferenciados que nos permitirán posicionarnos en la categoría de obra gris y acabados.

La construcción de esta planta fue resultado de un proceso innovador en el diseño, que se basó en buscar la sostenibilidad ambiental y social del negocio. El diseño permite un uso eficiente de los recursos naturales y energéticos, aprovechando la iluminación natural, generando cero emisiones de CO₂ a la atmósfera y cero vertimientos de agua gracias a un sistema de recirculación. Así mismo, durante el montaje se mantuvo un contacto permanente con las comunidades vecinas y se desarrolló un Corona es tu Casa para identificar oportunidades de desarrollo.

Corona cuenta con una línea completa de pinturas que presenta dos elementos innovadores, en primer lugar, cuenta con una tecnología con micro esferas cerámicas que mejora la resistencia a la intemperie, permite lavar la superficie sin perder el acabado mate y mejora la resistencia a la mugre y las manchas.

Por otro lado, las Pinturas Corona cuentan con un bajo olor que garantiza la disminución de las emisiones de vapores. Esto se logró gracias a que no tienen amoníaco, solventes tóxicos, metales o plomo, evitando mareos, alergias y demás molestias para las vías respiratorias cuidando la salud del pintor.



4. GUÍA DE LA INNOVACIÓN

Con el fin de brindar herramientas prácticas para la implementación del modelo de gestión de la innovación a todos los niveles de Corona, se construyó la *Guía para Líderes Promotores de la Innovación*. La guía recopila las buenas prácticas para el fortalecimiento de las capacidades de un líder promotor de innovación. En ésta se resaltan las competencias de liderazgo e innovación y se orienta a los jefes en como dirigir sus equipos en la búsqueda de nuevas soluciones.

Esta guía fue resultado de un ejercicio de co-creación en diversas sesiones donde participaron los «agentes de cambio», personas entrenadas y habilitadas con herramientas y métodos que actúan como mentores o facilitadores permanentes de proyectos de innovación.

5. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Durante el año 2013 hubo un trabajo decidido en el mejoramiento de la Política de Propiedad Intelectual y en la creación del *Manual de Buenas Practicas de Propiedad Intelectual*. Este documento regula la titularidad de la Propiedad Intelectual, define los procesos para su gestión e introduce, de la manera más sencilla posible, las herramientas para su implementación, así como la forma de explotarla y negociarla.

En la medida en la que avancemos en nuestra promesa de innovación, este instrumento permitirá mantener en el tiempo las ventajas competitivas alcanzadas por Corona mediante la creación de soluciones a las necesidades del mercado y de productos y procesos innovadores que generan la diferenciación y crean mayor valor.



6. PROMOCIÓN DE LA CULTURA DE INNOVACIÓN A TRAVÉS DEL RECONOCIMIENTO

Con el propósito de generar un esquema de reconocimiento al talento innovador y recompensarlo, en el 2013 se llevó a cabo el primer evento de la Liga de Campeones de Innovación. En total se postularon 36 proyectos, se nominaron 24 y se escogieron 12 ganadores. Los proyectos se orientaron en cuatro frentes de innovación: productos y servicios, nuevos modelos de negocio, mejoramiento de procesos y prácticas organizacionales.

- **Modelo de negocio innovador: Zonas de sueño** | Se destinó un espacio para mejorar la experiencia de compra a través de ambientes aspiracionales, con productos del portafolio de venta sobre pedido y con una promesa de entrega al consumidor de 72 horas. Esta mejora permitió incrementar la contribución y el margen de las referencias comercializadas, ampliar el portafolio de Pisos y Paredes en 155 referencias de producto valorizado, que no tenían lugar en lineal de exhibición, y generar ventas adicionales por un valor de \$745.524.000
- **Producto innovador: Pegacor bajo en polvo** | Como resultado de la cercanía con los enchapadores, y entendiendo sus necesidades, Corona lanzó en el 2013 el primer

pegante bajo en polvo en Colombia. El Pegacor Bajo en Polvo ofrece ventajas a los maestros y a sus clientes como una menor emisión de polvo en la preparación e instalación, permitiendo el desarrollo de obras más limpias y menos traumáticas para los habitantes del hogar.

- **Prácticas organizacionales innovadoras: Gestión de Recursos Externos** | La construcción de Redes del tipo Universidad Empresa Estado (UEE), hace posible cambiar nuestro esquema de concebir, formular, ejecutar y hacer seguimiento a las Proyectos I+D+i, rompiendo el paradigma de pensar que todos los proyectos deben ser ejecutados con recursos propios.
- **Procesos innovadores: Aceitado de moldura por automatizado neumático** | Implementamos un sistema neumático de aceitado para mejorar la productividad, realizado con material 100% reciclado en la compañía, sin incurrir en costos. Con este proyecto se logró un incremento de la productividad en 1,3 días, una mejora de la calidad y ahorros en insumos



36

PROYECTOS DE INNOVACIÓN

24

NOMINADOS

12

GANADORES



CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES



PROMESA 2.

CRECER ENFOCADOS EN NUESTROS CLIENTES

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

Durante el 2013 dimos pasos fundamentales para acelerar nuestro ritmo de crecimiento rentable. Internamente, nos enfocamos en impulsar la productividad en los diferentes procesos a través de las distintas unidades de negocio y estimulamos la innovación en desarrollo de productos y plataformas de crecimiento que nos permitirán ampliar nuestros portafolios, complementar nuestra oferta de valor y consolidarnos como líderes del mercado de construcción en las Américas. Adicionalmente duplicamos el nivel de inversión de Capex, especialmente enfocado en consolidar el proceso de reconversión tecnológica del negocio industrial iniciado en 2012.

Por otra parte, llevamos a cabo adquisiciones de nuevas compañías que nos permitirán ampliar la oferta del negocio industrial y consolidarnos en otros mercados.

Así mismo, continuamos el proceso de expansión del negocio de retail mediante la apertura de nuevas tiendas Homecenter y mediante el desarrollo de nuevos formatos de servicio.



3,8
BILLONES DE PESOS
VENTAS CORONA

4
VOLTAJE DE MARCA

SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE

94,8
ALMACENES CORONA

94,3
GAMMA AISLADORES

91,9
MINERALES
INDUSTRIALES

90
SUMICOL

VOLTAJE DE MARCA: Mide la relevancia de la propuesta de valor de la marca y la claridad del posicionamiento de la misma en la mente del consumidor

*American
Standard*

900

EMPLEADOS
EN LA REGIÓN

3

PLANTAS DE
MANUFACTURA
UBICADAS EN
GUATEMALA,
NICARAGUA Y
COSTA RICA

| Programas a destacar

1. CONSOLIDANDO NUESTRA PRESENCIA EN CENTROAMÉRICA

En el 2013 Corona celebró un acuerdo para adquirir una participación mayoritaria en las operaciones de Incesa y la marca American Standard para Centro América. Incesa fue fundada en 1957 y actualmente cuenta con más de 900 empleados en la región. Opera tres plantas de manufactura localizadas en Guatemala, Nicaragua y Costa Rica con una capacidad productiva de más de un millón de piezas por año y actualmente produce, importa y distribuye un amplio portafolio de sanitarios, lavamanos, tinas, grifería, muebles y accesorios comercializados bajo las marcas American Standard e Incesa Standard.

Esta adquisición constituye una oportunidad de expandir las operaciones de Corona en el mercado centroamericano y de alcanzar un posicionamiento relevante en este mercado.



ADQUISICIÓN DE INCESA

RICARDO PINEDA

RICARDO PINEDA
Gerente General INCESA

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

La adquisición de Incesa es un hito en la historia de nuestra compañía. Con Incesa, Corona logra una posición preponderante en Centro América, puesto que esta es líder en la región con la marca American Standard.

Las sinergias que estamos logrando con esta adquisición son muy valiosas: En Incesa, pensando en el desarrollo y bienestar de la gente, estamos implementando la gestión del desempeño, el Código de Ética, los sistemas de compensación, así como planes de bienestar de Corona, entre otros. Así mismo, adaptaremos el expertise tecnológico de Corona en las plantas para mejorar su competitividad. De parte de Incesa, Corona viene recibiendo un valioso conocimiento en el diseño hidráulico de los sanitarios para ofrecer cada vez más, productos altamente eficientes.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED HACER PARTE DE ESTE PROYECTO?

Ser parte de este gran acontecimiento en Corona ha significado para mí crecimiento y aprendizaje, y también satisfacción y orgullo, por el hecho de haber sido designado como el responsable de esta operación.

2. NUEVA PLANTA EN BRASIL



Luego de casi dos años de trabajo conjunto entre Corona y Eternit de Brasil, se puso en marcha la planta de fabricación de sanitarios de la Companhia Sulamericana de Cerâmica, en Fortaleza, en el nordeste de Brasil. Durante 2013 se llevaron a cabo las primeras pruebas de producto y se estima que durante el primer trimestre de 2014 se produzcan los primeros lotes de sanitarios y lavamanos para atender la demanda en Brasil.

El inicio de esta operación constituye un paso importante en el proceso de transformación de Corona para alcanzar su objetivo de consolidarse como competidor internacional de alto nivel con producción directa en otros países.

3

PLANTAS DE MANUFACTURA UBICADAS EN SOGAMOSO (BOYACÁ), ITAGÜÍ Y LA UNIÓN (ANTIOQUIA)

3. ADQUISICIÓN DE ERECS

A través de Electroporcelana Gamma S.A., Corona adquirió el ciento por ciento de la participación accionaria de las compañías Empresa de Refractarios Colombianos S.A.

Ereco cuenta con amplia experiencia en el desarrollo, fabricación y comercialización de productos refractarios de alta calidad. Fue fundada en 1953 por la Empresa Siderúrgica de Medellín S.A., Simesa, en asocio con la compañía suiza *Des Produits Refractaries*.

Esta adquisición representa para Corona una nueva oportunidad de negocio y el fortalecimiento de su portafolio de productos.



ADQUISICIÓN DE ERECS

ALEJANDRO LÓPEZ

ALEJANDRO LÓPEZ PÉREZ
Gerente Gestión Integral
Gamma - Erecos

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

La adquisición de Erecos es una apuesta de Corona en un nuevo negocio que tiene afinidad con varios de los que hoy componen la organización y con el cual existen sinergias muy importantes que potenciarán la recuperación de participación del mercado y crecimiento de Erecos. Con Erecos llega un equipo de personas totalmente comprometido, un talento valioso que quiere sumar, crecer personal y profesionalmente, y que siente valorado su trabajo al hacer parte de Corona.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED HACER PARTE DE ESTE PROYECTO?

Para mí, haber participado en este proceso fue un reto profesional y personal grande, en el cual se combinaron emociones y decisiones difíciles, junto con satisfacciones inolvidables. Además, significó para mí, como sé que lo es para el resto de mis compañeros, un nuevo comienzo, un nuevo capítulo en mi desarrollo profesional y personal.

4. NUEVOS FORMATOS COMERCIALES DE HOMECENTER

Como parte de la estrategia de expansión de las operaciones del negocio de retail y con el propósito de ampliar la presencia en el territorio colombiano, durante 2013 se abrieron 3 nuevas tiendas Homecenter en Armenia, Chía y Rionegro.

Adicionalmente el negocio de retail desarrolló dos formatos comerciales novedosos. De una parte, se implementó el *Car Center*, un servicio orientado al cuidado y mantenimiento de vehículos que ofrece nuevos servicios a nuestros clientes. Durante el año se abrieron 9 puntos de servicio. De otra parte, se desarrolló el formato de Constructor stand alone si bien el formato de Constructor, como tienda especializada en la venta y comercialización de insumos y productos para la construcción no es novedosa, la misma siempre había estado vinculada a la operación de una tienda Homecenter. Este nuevo formato de un menor tamaño de operación permite generar la misma oferta comercial de manera independiente.



3
NUEVAS TIENDAS
HOMECENTER EN
ARMENIA, CHÍA
Y RIONEGRO

9
CAR CENTER

5. ALIANZA CON VISTA ALEGRE

En el 2013 Corona, a través de su negocio de Vajillas, firmó un importante acuerdo comercial con la compañía Vista Alegre de Portugal. Este acuerdo convierte a Corona en el distribuidor exclusivo del portafolio institucional de esta reconocida marca de vajillas en Colombia. Esta alianza permite consolidar la participación en el mercado mediante la oferta de un producto diferencial y de mucho valor agregado para nuestros clientes.



| Indicadores GRI

VALOR ECONÓMICO DIRECTO | EC1

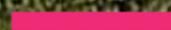
Cifras en millones de pesos

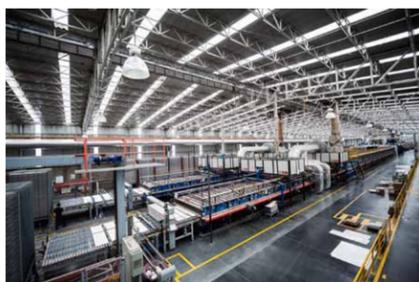
DONACIONES, CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DIRECTA

CONCEPTO	2011	2012	2013	VARIACIÓN 2012 - 2013
VENTAS NETAS	3.106.652	3.638.067	3.876.556	6.6%
UTILIDAD NETA	80.557	90.715	71.858	-21%
IMPUESTO DE RENTA CAUSADO	30.119	27.496	81.239	195%
SALARIOS Pagados a trabajadores propios a término indefinido y fijo (operarios y empleados)	220.497	238.628	253.493	6%
DONACIONES (En dinero, en especie y aportes a programas)	12.533	13.429	10.313	-23%



SER MÁS COMPETITIVOS





PROMESA 3.

SER MÁS COMPETITIVOS

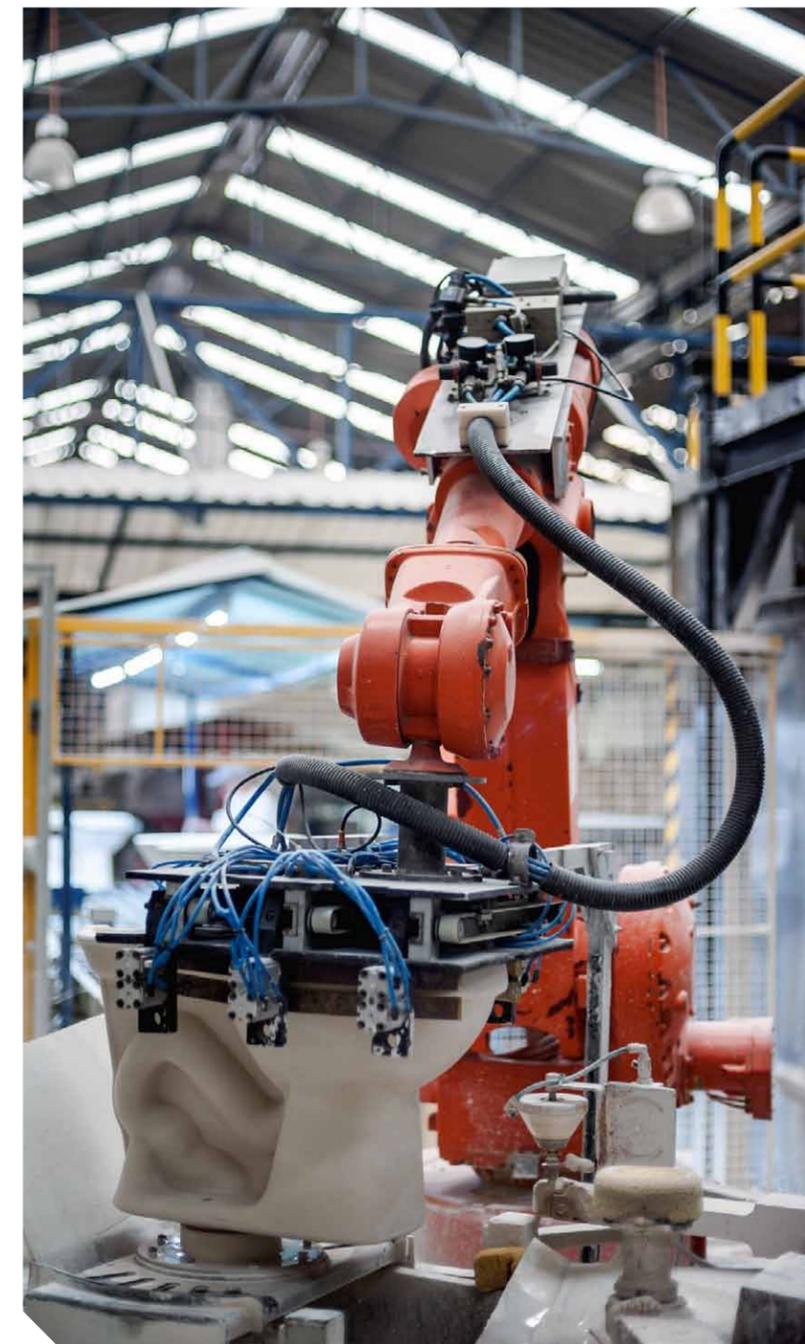
En Corona estamos comprometidos con ser una empresa más competitiva en los mercados en los que participamos dentro y fuera de Colombia, que responda de manera oportuna a las expectativas y necesidades de nuestros clientes y consumidores.

Con esto en mente, buscamos desarrollar cadenas de valor y procesos altamente eficientes, donde aprovechemos al máximo las sinergias y capacidades organizacionales e implementemos ágilmente las mejores prácticas de gestión.



11%
EBITDA / VENTAS
50.419
FCLO (\$M)

FCLO: Flujo de caja libre operativo





EFICIENCIA EN MANUFACTURA

PABLO CERÓN

PABLO CAMILO CERÓN
Gerente de Manufactura
Corona Colcerámica

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

Algo que siempre ha caracterizado el desarrollo industrial y comercial de Corona ha sido la búsqueda permanente de mejores niveles de desempeño, calidad, seguridad y cuidado ambiental en sus operaciones.

Durante 2013, logramos cifras record en inversiones de reconversión de tecnología y reposición de equipos, ampliamos capacidad de fabricación y adecuamos nuestras plantas para mantener nuestro liderazgo en el mercado. Un buen sistema de gestión, con la mejor gente y tecnología renovada son nuestros ingredientes para la competitividad.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED HACER PARTE DE ESTE PROYECTO?

En Corona, cada día nos sentimos haciendo parte del futuro de la empresa. Haber participado de la concepción de los proyectos y luego verlos realizados es muy motivante y a la vez comprometedor. Lo más valioso es sentir que podemos mejorar la vida de nuestros consumidores, que podemos facilitar el desarrollo de nuestros colaboradores y que podemos engrandecer la industria colombiana.

| Programas a destacar

1. EFICIENCIA EN MANUFACTURA

Durante el 2013 en todas las localidades de Colcerámica se adelantaron 140 proyectos de mejoramiento con herramientas del *Kit Corona*, que se centraron principalmente en reducción de ineficiencias y mejoramiento de condiciones de proceso. El *Kit Corona* agrupa el conjunto de metodologías de gestión de procesos y proyectos usados en Corona.

Por otra parte, los proyectos de inversión de mayor impacto se dieron en procesos de reconversión de procesos industriales. De una parte, en la planta de producción de revestimientos en Sopó se llevaron a cabo inversiones para la fabricación de productos de mayor valor percibido y con mejores costos, y la extensión de la decoración digital de baldosas de pared. De otra parte, en la planta de sanitarios y lavamanos ubicada en Girardota se adelantó la reconversión de colaje de sanitarios y el montaje de un horno periódico para fabricar piezas especializadas, se hicieron buenas adecuaciones en el proceso de esmaltado y están en curso inversiones importantes para el desarrollo de nuevos productos más competitivos. La ampliación del mecanizado automático de pulido y brillo en la planta de Grival tuvo un alto impacto,



21

HORNOS
ADECUADOS PARA
APROVECHAMIENTO
DE CALOR RESIDUAL

35mil

M³/AÑO.
REDUCCIÓN DEL
CONSUMO DE AGUA
EN TOTAL

a la vez que mejoró sustancialmente las condiciones de trabajo de los empleados. Se adelantó también la reposición de buena parte de la capacidad de moldeo por inyección de la planta de producción ubicada en Girardota, lo mismo que la ampliación de capacidad y mejoramiento del proceso de función. En el frente energético y ambiental se adecuaron más de 20 hornos de revestimientos y uno de sanitarios para un mejor aprovechamiento del calor. Adicionalmente, se logró que la localidad industrial de Madrid opere en ciclo cerrado de consumo de agua y se redujo el consumo de agua en total en toda la empresa en más de 35 mil m³/año.

2. RECONFIGURACIÓN DE LA RED DE COMERCIALIZACIÓN

Se dio inicio al proyecto de reconfiguración de la red de comercializadores a nivel nacional. Esto logró la operación integrada de suministro de insumos para la fabricación de sanitarios entre las plantas de Funza y Madrid, la optimización del proceso de planeación de ventas y operaciones y se dio inicio a la programación de plantas con los criterios de teoría de restricciones. Logrando disminuir los inventarios de producto terminado para ensamble de la planta de Madrid de Porcelana Sanitaria equivalente a 300 millones de pesos aproximadamente.

Esto ha permitido mejorar notablemente el cumplimiento de los pedidos solicitados por clientes y atender directamente la demanda.



13

HIPERCENTROS CUENTAN CON LAYOUT DIFERENCIADOR

3. RENOVACIÓN DE TIENDAS

Con la promesa de ser una alternativa integrada para los clientes, durante este año se llevó a cabo la remodelación de los Hipercentros Corona. Estos se han convertido en la mejor expresión de la marca Corona mostrando todo el potencial de su portafolio.

La sugerencia de recorrido que ahora ofrecen nuestros almacenes permite que nuestros ambientes y categorías obtengan un mayor protagonismo. Trece Hipercentros hoy en día cuentan con un layout que resalta todas las referencias de nuestro portafolio.

El trabajo integrado entre nuestros equipos logró excelentes resultados en el cumplimiento de los presupuestos de los almacenes y en el nivel de satisfacción por parte de nuestros clientes.



RENOVACIÓN DE TIENDAS

WILHELM WAGNER

WILHELM WAGNER
Gerente General
Almacenes Corona

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

Para Almacenes Corona el 2013 fue un año de fortalecimiento como negocio. Nuestro crecimiento fue impulsado porque retomamos aspectos fundamentales del retail, colocando al cliente en el centro de todo lo que hacemos. Alineamos la disponibilidad de producto con la exhibición de los almacenes, ofrecimos un portafolio acorde con las necesidades reales del cliente, alteramos los procesos para obtener una experiencia de compra memorable y remodelamos nuestros puntos de venta, restableciendo nuestra identidad como la mejor expresión de la marca Corona.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED HACER PARTE DE ESTE PROYECTO?

Mi gran satisfacción fue contar con un grupo de personas extraordinarias que, bajo la perspectiva de la Triple Cuenta de Resultados, abrazó la «pasión de ser comerciantes» y nos dio el empuje necesario para darle la vuelta al negocio.



4. IMPLEMENTACIÓN DE TEORÍA DE RESTRICCIONES

La Teoría de Restricciones es un concepto derivado de la Teoría de Sistemas, que parte del hecho de que todo proceso o sistema tiene al menos una limitación o restricción que evita que éste alcance su meta plenamente.

Como metodología, busca enfocarse en las restricciones de la cadena de reaprovisionamiento a través de reportes sencillos de prioridades a fabricar o suministrar, que se administran diariamente reflejando las necesidades reales de los clientes. Esto ha permitido programar la producción de lo que se vendió el día anterior y reponer lo consumido, manteniendo una disponibilidad del producto constante para nuestros clientes.

En Corona estamos aprendiendo cada vez más sobre cómo adaptar esta metodología a las realidades de los negocios y esto nos ha permitido revisar aspectos que serán factores de éxito clave como: la administración de la capacidad productiva al nivel de detalle adecuado, la conexión permanente que debe haber entre la demanda y la oferta para la toma de decisiones de corto plazo, el mejoramiento del manejo de las órdenes para pedidos *MTO* (*Make To Order*) con referencias que normalmente se manejan como *MTS* (*Make To Stock*), entre otros.

189

PROMOTORAS

+19.000

FAMILIAS DE BAJOS RECURSOS ATENDIDAS

5. CORONA VISTE TU CASA

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

Este modelo actualmente opera en 16 ciudades y municipios del país y ha vinculado a 189 promotoras que llegaron en el 2013 a más de 19.000 familias de bajos recursos.



6. FORTALECIMIENTO DE LA USC

Durante el 2013 la Unidad de Servicios Compartidos desarrolló distintos proyectos y estrategias con el fin de ampliar su cobertura, simplificar los procesos y generar ahorros que le permitieran a Corona posicionarse como una empresa cada vez más competitiva.

Dentro de los principales resultados del 2013 se pueden resaltar:

- Ahorros en negociaciones de contratos a través de reducción de precios e inversiones por un valor de \$15.500 millones.
- Ahorros en estandarización y simplificación de procesos por \$1.039 millones.
- Crecimiento del 6% en la estandarización de los procesos con respecto al 2012, principalmente en procesos administrativos, de protección industrial y de nómina.

- Cumplimiento del 99% del presupuesto de gastos.
- Recertificación BASC para todas las plantas que exportan.
- Inclusión de la póliza de grandes beneficiarios en todos los contratos.
- Implementación del Servicio al Pago en el marco del cual se configuró un flujo de trabajo para la gestión de las facturas de manera 100% digital.



\$15.500

MILLONES AHORRADOS EN NEGOCIACIONES

6%

CRECIMIENTO EN LA ESTANDARIZACIÓN DE LOS PROCESOS

99%

CUMPLIMIENTO EN EL PRESUPUESTO DE GASTOS





PROMOVER
A NUESTRA
GENTE



PROMESA 4.

PROMOVER A NUESTRA GENTE

Buscamos que Corona cuente con un equipo humano competente y comprometido, que esté orgulloso de pertenecer a la Organización y que disfrute haciendo su trabajo. Queremos que además, esté convocado por líderes que lo orienten hacia el logro de resultados extraordinarios.

Entendemos que nuestra gente es nuestro diferenciador y una de nuestras prioridades. Nos esforzamos por promover su desarrollo profesional y personal a través del diseño de planes para el mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias, programas de capacitación y desarrollo y el mantenimiento de un excelente clima laboral y un riguroso seguimiento de nuestro código de ética.



ILI
0.54
ÍNDICE DE LESIÓN INCAPACITANTE

EN EL 2013 SE REGISTRÓ UNA REDUCCIÓN FRENTE AL AÑO ANTERIOR DEL

11,4%
EN TOTAL DE ACCIDENTES

27%
MENOS EN DÍAS DE INCAPACIDAD POR ACCIDENTE DE TRABAJO

CUBRIMIENTO CARGOS CRÍTICOS CON TALENTO PROPIO
DE 192 VACANTES SE CUBRIERON

149
POSICIONES CON TALENTO INTERNO

43
POSICIONES CON TALENTO EXTERNO

ESTILO DE LIDERAZGO
80%
FAVORABILIDAD
DE ACUERDO A NUESTRA ENCUESTA GREAT PLACE TO WORK

| Programas a destacar

1. RESULTADOS SOBRESALIENTES EN CLIMA ORGANIZACIONAL



85,2

CALIFICACIÓN
GLOBAL GREAT
PLACE TO WORK

En Corona buscamos un clima organizacional que favorezca la productividad y el desarrollo integral de nuestros colaboradores. Sabemos que la gente construye las organizaciones, y con esto en mente estamos comprometidos en hacer de Corona uno de los mejores lugares para trabajar.

Para evaluar la percepción del clima organizacional utilizamos la metodología de Great Place To Work – GPTW. En 2013 la encuesta contó con la participación del 93% de los colaboradores donde se obtuvo una calificación global de 85,2, 10 puntos por encima de la obtenida en el 2012 (75,5), lo cual es calificado por GPTW como un resultado sobresaliente.



MEJORAMIENTO DE CLIMA

MAURICIO LOMBANA

MAURICIO LOMBANA ECHEVERRY
Coordinador Operaciones
Materiales & Pinturas Corona –
Planta Pegantes



VIDEO

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

Es nuestra obligación como Líderes Corona esforzarnos por tener un clima laboral excelente, así tendremos personas más felices, que con absoluta seguridad generarán mejores resultados. Para nadie es un secreto que un equipo de trabajo en medio de un clima laboral apropiado genera mejores ideas, es más innovador, más tolerante y más solidario. En resumen con un mejor clima ganamos todos: Los Colaboradores, la Compañía y la Sociedad.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED HACER PARTE DE ESTE PROYECTO?

Hacer parte de este proyecto ha sido muy enriquecedor, porque definitivamente estar con la gente, compartir con ellos, impulsarlos a ser mejores día a día, genera muchas satisfacciones. El reto más grande apenas comienza, y es mantener y porque no mejorar aún más el clima laboral. Personalmente pienso que el éxito en Sumicol lo ha marcado el compromiso, disciplina y responsabilidad del equipo de Líderes, creo que ha mantenido un estilo informal, participativo y enmarcado en el respeto.

2. ASSESSMENT DE EJECUTIVOS

En un esfuerzo por asegurar el desarrollo del talento directivo, se realizó un estudio para medir el grado de desarrollo del liderazgo entre los líderes de niveles 1 y 2 de Corona. Los resultados indican que este equipo tiene grandes cualidades y capacidades, pero al mismo tiempo señalan oportunidades para fortalecer su estilo y capacidad de liderazgo. Cada una de las personas que participó en el assessment cuenta hoy en día con un plan de trabajo personalizado y supervisado por su respectivo jefe.

Resultados

- Evaluación de 70 ejecutivos
- 11 se destacaron como ejecutivos sobresalientes en comparación con el promedio de los líderes del mercado.
- Mejores competencias: orientación a resultados, pensamiento analítico y orientación al cliente.



449

GRADUADOS DE LA ESCUELA DE LIDERAZGO

8

MÓDULOS VIRTUALES

90%

ÍNDICE SATISFACCIÓN

3. DESARROLLO DE ESCUELA DE LIDERAZGO

La Escuela de Liderazgo es un programa que fortalece el desarrollo de los líderes de Corona para lograr transformaciones a través de cuatro ejes:

- Aseguramiento de los resultados del negocio
- Desarrollo del talento a su cargo
- Fortalecimiento de la cultura Corona, y
- Gestión de un clima laboral favorable

Como complemento a la Escuela de Liderazgo se desarrolló el Programa de Habilidades Conversacionales, dirigido a los socios estratégicos de todas las unidades de negocio con el fin de desarrollar competencias y habilidades como *coach* y agente de cambio.



MARCA DE LIDERAZGO

ISIDRO BOYACÁ

ISIDRO BOYACÁ
Facilitador de Producción
Corona- Colcerámica

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

Corona tiene el objetivo de convertirse en una multinacional líder en Colombia y en los mercados internacionales donde tiene presencia. Para alcanzar esto cuenta con sus líderes y ha desarrollado el programa de Marca de Liderazgo que promueve los atributos de respeto por las personas, enfoque en resultados y acompañamiento en el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED HACER PARTE DE ESTE PROYECTO?

Personalmente, el proyecto de formación virtual de líderes Corona me permitió identificar debilidades y fortalezas en mi gestión como jefe. En particular pude mejorar, temas como la construcción de la visión compartida generando espacios de acercamiento con mi equipo, así mismo, la importancia del manejo del tiempo, me enseñó a planear las reuniones de manera más efectiva, y a respetar el tiempo de los otros y exigir lo mismo con el mío.

Considero que este espacio de formación y desarrollo fue especialmente constructivo porque amplió la idea que tenía de lo que es un líder.

4. ACCIONES PARA CIERRE DE BRECHAS DE LA ENCUESTA CALIDAD DE VIDA

A partir de los resultados de la encuesta de Calidad de Vida, realizada entre nuestros colaboradores en el 2011 y el 2012, durante el 2013 se consolidó una red de trabajo con cajas de compensación familiar y entidades públicas como el ICBF, buscando implementar acciones orientadas al mejoramiento integral de las condiciones de vida de nuestros colaboradores y sus familias.

Este trabajo en red ha permitido generar una oferta de servicios para atender necesidades de nuestros trabajadores o sus familias en asuntos relacionados con asesoría psicológica, economía y finanzas familiares, prevención de la violencia intrafamiliar, prevención de adicciones, entre otros.

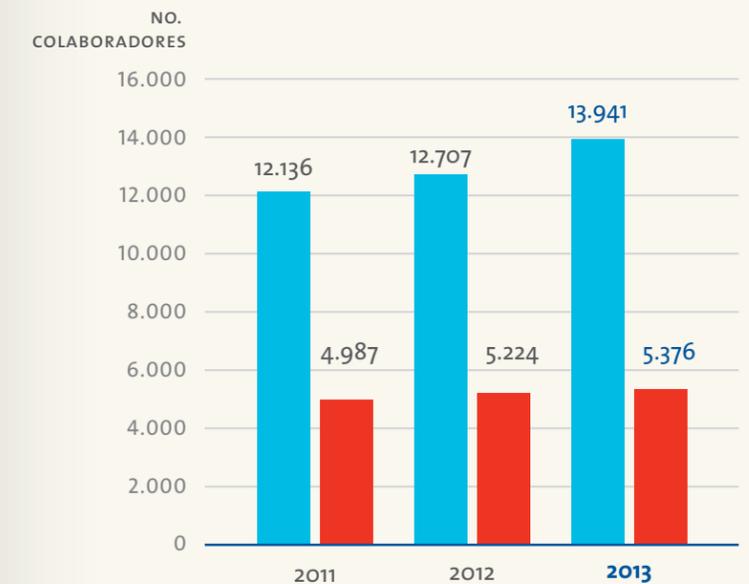
Así mismo, durante el 2013 logramos generar alianzas estratégicas con el propósito de facilitar la financiación para la adquisición o mejoramiento de vivienda de nuestros colaboradores. Estas alianzas han permitido gestionar créditos con entidades financieras que ofrecen tasas preferenciales, asesoría en adquisición de vivienda, subsidios de vivienda, y descuentos de materiales, entre otros.

Alianzas estratégicas con:

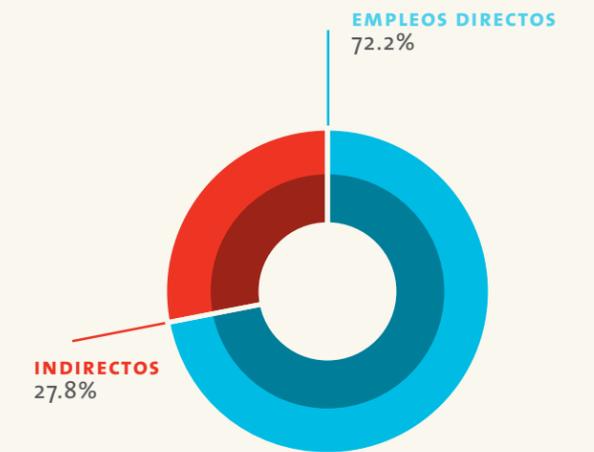


| Indicadores GRI

COLABORADORES POR TIPO DE EMPLEO | LA1



EMPLEOS DIRECTOS
EMPLEOS INDIRECTOS
Colaboradores que prestan sus servicios a través de firmas de Outsourcing, Servicios Temporales, Cooperativas de Trabajo Asociado y/o contratistas independientes.



Pensando en su estabilidad profesional y económica logramos mantener la vinculación laboral a término indefinido de los empleados directos en un porcentaje superior al 99%, generando gran sentido de pertenencia hacia Corona.

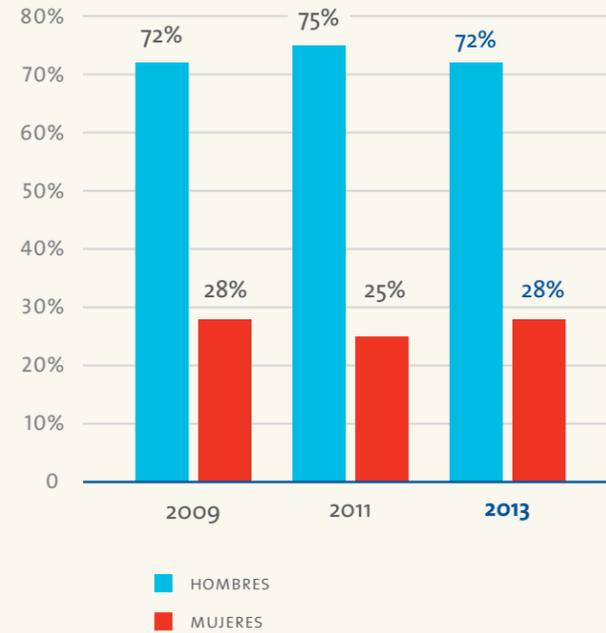
ROTACIÓN MEDIA | LA2

La atracción y retención del mejor talento es un objetivo más de Corona en su meta de consolidarse como un excelente lugar para trabajar. Durante el 2013 el índice de rotación disminuyó en 0.6% frente a 2012.

TOTAL ROTACIÓN COLABORADORES
2011-2013



ROTACIÓN POR GÉNERO
2011-2013

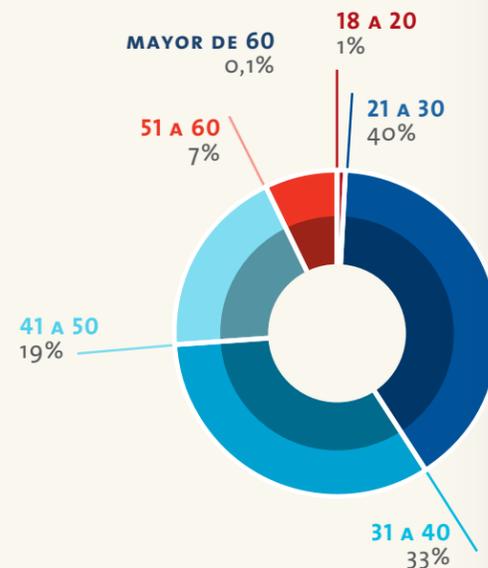


DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR
EDAD Y GÉNERO | LA13

Corona cuenta con un grupo de colaboradores esencialmente joven pues el 73% de los colaboradores se encuentran en un rango de edad ubicado entre los 21 y 40 años.

RANGO DE EDAD	2013		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
MENOR DE 18	0	0	0
18 A 20	78	42	120
21 A 30	4.077	1.476	5.553
31 A 40	3.358	1.309	4.667
41 A 50	2.049	540	2.589
51 A 60	838	166	1.004
MAYOR DE 60	7	1	8
CORONA	10.407	3.534	13.941
% GÉNERO	74,7%	25,3%	

PORCENTAJE POR EDAD



COLABORADORES CON CONTRATO A
TÉRMINO INDEFINIDO CUBIERTOS
POR UNA CONVENCIÓN O PACTO
COLECTIVO | LA4

El 100% del personal operativo que trabaja en las plantas de manufactura han suscrito acuerdos colectivos, en el marco de los cuales se desarrollan encuentros permanentes entre representantes de los colaboradores y la empresa para buscar de manera concertada beneficios.

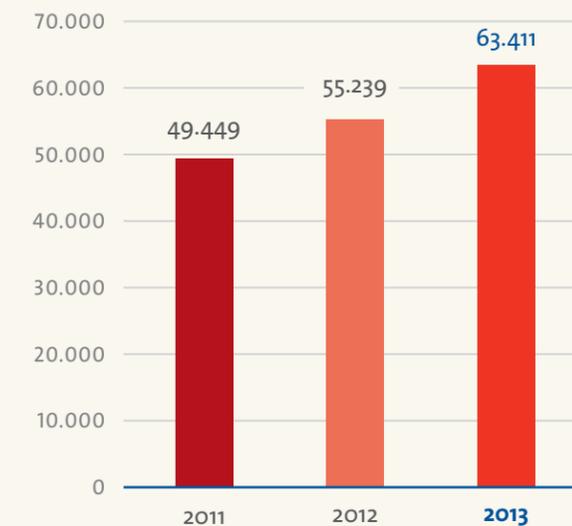
En Minerale Industriales S.A. se cuenta con una Convención Colectiva que agrupa a 28 operarios.

BENEFICIOS PARA LOS
COLABORADORES | LA3

En el año 2013 se registró un aumento del 14,8% en el valor total de beneficios entregados a los colaboradores respecto al año anterior. El mayor incremento se presenta en las bonificaciones de diciembre y auxilios de vacaciones, seguidos por los préstamos para vivienda. Este incremento responde esencialmente al número de bonificaciones y auxilios entregados por la ampliación de la planta de colaboradores en las diferentes unidades de negocio, especialmente Sodimac.

BENEFICIOS PROPORCIONADOS
A LOS COLABORADORES

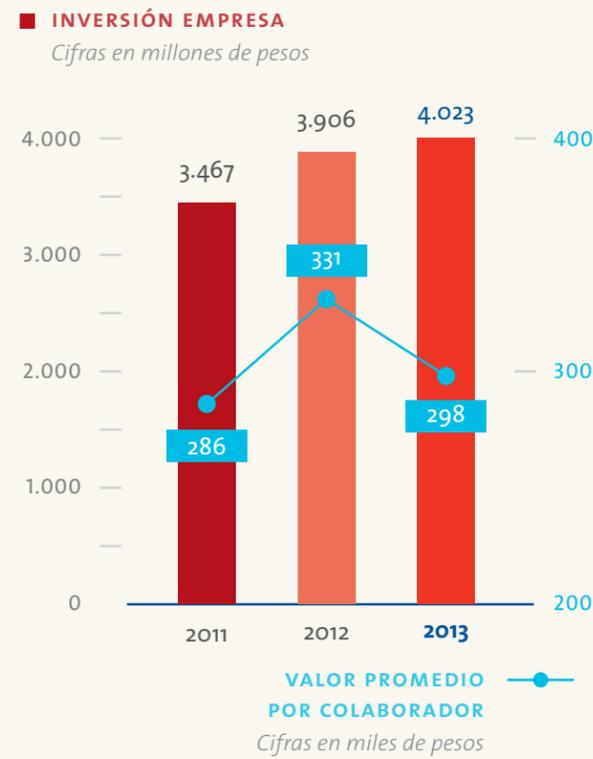
Cifras en millones de pesos



FORMACIÓN Y DESARROLLO | LA10

Corona valora el gran aporte que el conocimiento hace al desarrollo de competencias y talento de sus colaboradores. Permanentemente capacita y diseña programas encaminados a fortalecer sus habilidades para hacerlos personas altamente calificadas en el desempeño de sus labores.

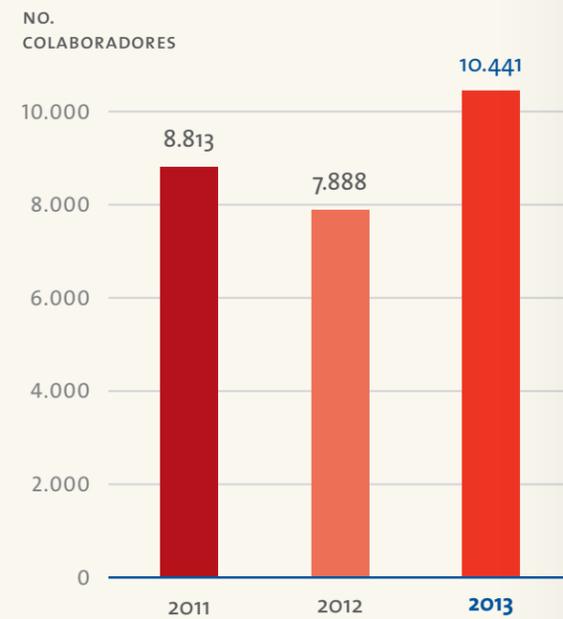
INVERSIÓN EN FORMACIÓN
2011 - 2013



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO:
MEJORAMIENTO CONTINUO | LA12

En el 2013 continuamos fortaleciendo el sistema y la cultura de evaluación de desempeño que permite acompañar el desarrollo de labores de nuestra gente y evidenciar el compromiso y cumplimiento de las metas propuestas a nivel personal y organizacional. Con un crecimiento del 32% se logró una cobertura total del 75% de nuestros colaboradores evaluados.

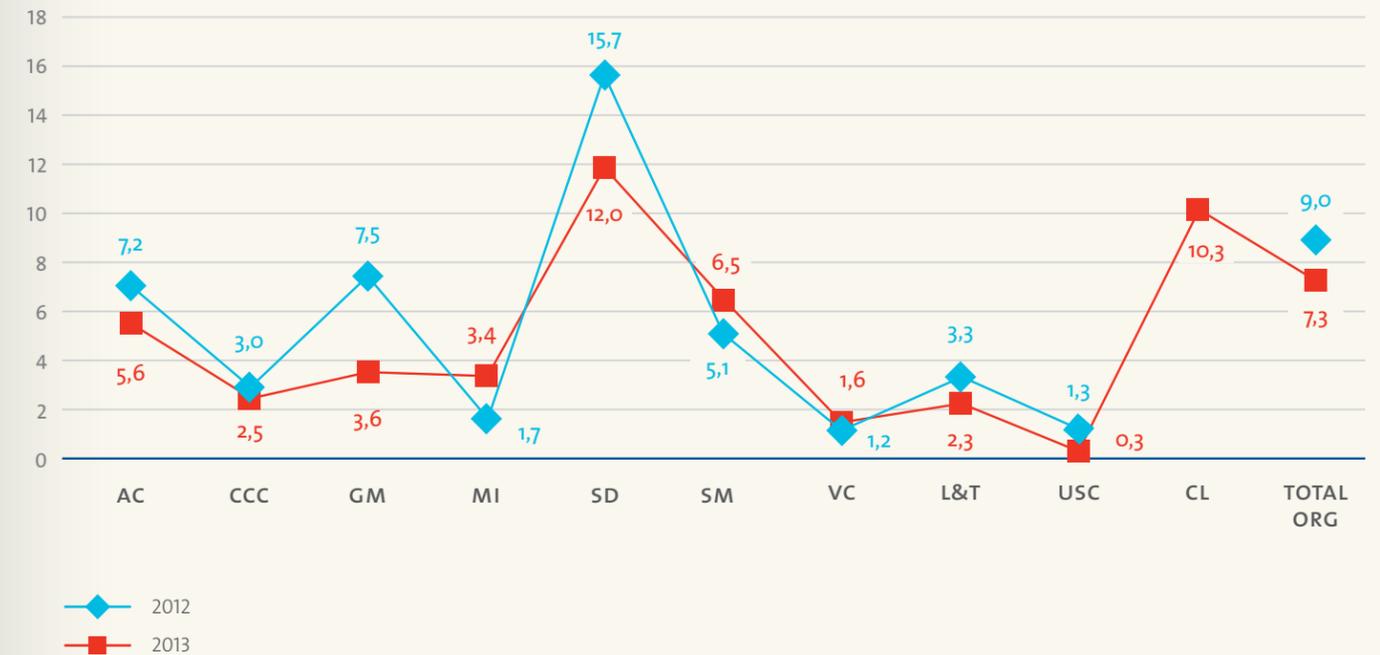
EVALUACIONES REGULARES
DE DESEMPEÑO
2011 - 2013



TASA DE ACCIDENTALIDAD
Y AUSENTISMO | LA7

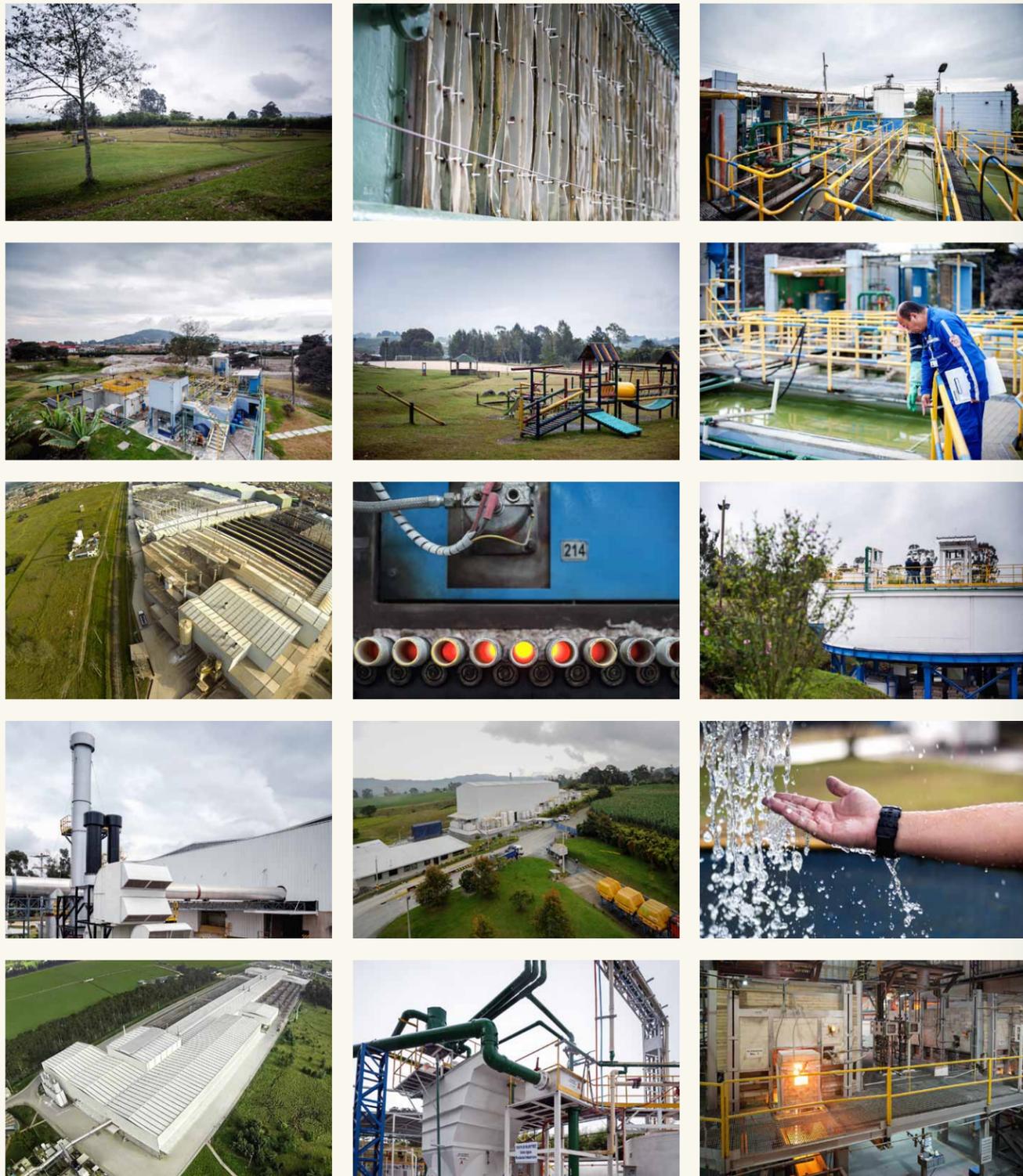
La tasa de Accidentalidad disminuyó 11,5% en el 2013, reportándose solo 7,3 accidentes de trabajo por cada 100 colaboradores.

TASA DE ACCIDENTALIDAD POR CADA 100 COLABORADORES
2012 - 2013





SER RESPONSABLES
CON EL
**MEDIO
AMBIENTE**



PROMESA 5.

SER RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

Corona está comprometida con alcanzar la sostenibilidad ambiental de todas sus operaciones. En este sentido hemos continuado con la adopción de las mejores prácticas operacionales que permiten efectivos controles sobre los impactos que con nuestras operaciones generamos en el ambiente. Buscamos exceder el cumplimiento de la ley, asegurando la gestión de los riesgos e identificando oportunidades de mejora que nos permitan ser más eficientes en el uso de los recursos naturales.

Para ello hemos adoptado un plan de sostenibilidad ambiental con 5 frentes de gestión en los cuales hemos definido compromisos y metas de cumplimiento para el 2016.

PLAN DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

FRENTE DE TRABAJO	NUESTROS COMPROMISOS
CUMPLIMIENTO	Prevenir, mitigar, reducir y/o eliminar impactos potenciales al medio ambiente en nuestra cadena de valor. Cumplimiento efectivo de la regulación ambiental.
ECOEficiencia	Reutilización de residuos sólidos y líquidos. Reducción de la huella hídrica.
CAMBIO CLIMÁTICO	Reducción de emisiones de efecto invernadero.
RECURSOS NATURALES	Aseguramiento de recursos naturales y energía en la cadena de valor.
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS VERDES	Desarrollo de productos responsables con el medio ambiente en su ciclo de vida.

Programas a destacar

LOGROS



RECURSOS NATURALES

3.9%

RECIRCULACIÓN DEL AGUA SOBRE LA LÍNEA BASE



PRODUCTOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

DESARROLLO DE PROPUESTA DE FICHAS TÉCNICAS DE PRODUCTOS CON CRITERIOS LEED



ECOEficiencia

INICIATIVAS AMBIENTALES CON PROVEEDORES DE ESTIBAS Y CARTÓN



CUMPLIMIENTO

ACTUALIZACIÓN DUE DILIGENCE AMBIENTAL



CAMBIO CLIMÁTICO

302.558

TONELADAS DE CO₂ EQUIVALENTES HUELLA DE CARBONO. 2013

4.826

TON CO₂ EQUIV. DEJADAS DE EMITIR DURANTE EL 2013 POR EL MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

4.800

TON CO₂ EQUIV MENOS EN NUESTRA HUELLA DE CARBONO

ACTUALIZACIÓN DE PARÁMETROS DEL CÁLCULO DE HUELLA DE CARBONO DE LOGÍSTICA & TRANSPORTE

ACTUALIZACIÓN DE LAS LÍNEAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA DESARROLLADAS EN LA AUDITORIA ENERGÉTICA DEL 2011

\$1.740

MILLONES DE PESOS AHORRO

1. HUELLA HÍDRICA Y REDUCCIÓN DE HUELLA GRIS

Dada la importancia del recurso hídrico en el ciclo manufacturero al igual que en la operación de los puntos de venta, realizamos constantemente esfuerzos para desarrollar e implementar buenas prácticas de gestión del recurso hídrico en nuestros procesos. Así mismo, dirigimos nuestros esfuerzos a diseñar y ofrecer a nuestros clientes un portafolio de productos de bajo consumo de agua.

Teniendo presente los riesgos asociados al recurso hídrico y los resultados de nuestra medición de huella hídrica corporativa, para 2013 nos propusimos el reto de disminuir nuestra huella hídrica gris corporativa entre un 2% y 3% sobre la línea base.

En este sentido, consolidamos un portafolio de proyectos que nos permitió definir metas específicas y entregables por cada unidad de negocio:



HOMECENTER

- Implementación de nuevas técnicas en los lavados de tanques de agua en los puntos de venta.
- Mayor aprovechamiento de aguas lluvias.



ALMACENES CORONA

- Desarrollo de campañas de sensibilización para reducir el consumo de agua en el lugar de trabajo.
- Instalación de tanques de recolección de aguas lluvias en los nuevos puntos de venta.



AISLADORES GAMMA

- Monitoreo y atención de fugas en la red de agua con la implementación de buenas prácticas para el control del consumo hídrico.
- Inicio de plan piloto para recirculación de agua en el proceso de filtropresado.



VAJILLAS CORONA

- Recirculación de agua en los procesos de esmaltado.
- Incremento del área de captación de agua lluvia.
- Recirculación de agua industrial para la limpieza.



INSUMOS, MATERIALES & PINTURAS

- Disminución de lavado de máquinas.
- Implementación de sistemas de ahorro en plantas de Colorificio y Corlanc.
- Inicio de la primera fase de ciclo cerrado de agua industrial en planta La Unión.



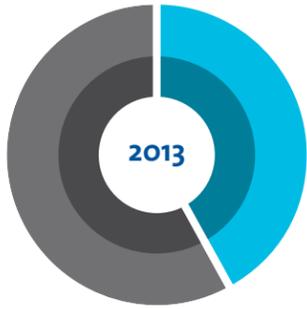
COLCERÁMICA

- Ejecución y puesta en marcha del proyecto de ciclo cerrado del agua (industrial y doméstica) en planta Madrid.
- Implementación de la fase inicial para implementar ciclo cerrado de agua doméstica en Sopó y agua industrial en Funza.
- Mejoramiento en la planta de aguas industriales en planta Girardota.
- Aumento de consumo de aguas lluvia en planta La Estrella.

De manera paralela se desarrollaron en conjunto con el área de comunicaciones campañas de sensibilización con el objetivo de promover comportamientos adecuados tanto en el lugar de trabajo como fuera del mismo.

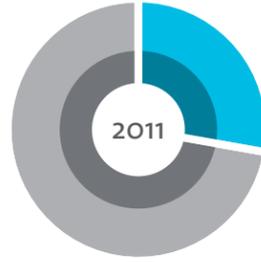
HUELLA HÍDRICA CORPORATIVA

HUELLA AZUL
42%



HUELLA GRIS
58%

28%



72%

SE PRESENTA UNA DISMINUCIÓN DEL 10% DE LA HUELLA HÍDRICA EN COMPARACIÓN A LÍNEA BASE (2011) EN RAZÓN A LA GESTIÓN DE LOS PROYECTOS EJECUTADOS QUE PERMITIERON RECIRCULAR 3.9% DE AGUA, A LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA Y LA SENSIBILIZACIÓN EN EL USO DEL RECURSO. LO ANTERIOR TIENE IMPACTO EN LA REDUCCIÓN DE LA HUELLA GRIS EN EL 27%

HUELLA GRIS
1.079.397 M³

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

HUELLA AZUL
797.027 M³

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

HUELLA VERDE

VOLUMEN DE AGUA LLUVIA EVAPO-TRANSPIRADA POR UN CULTIVO, QUE ESTA ALMACENADA EN EL SUELO COMO HUMEDAD



MINERÍA

100%



100%



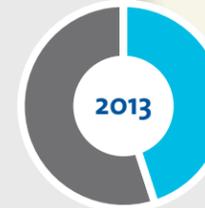
SUMICOL
(PLANTAS)

21%



79%

45%



55%



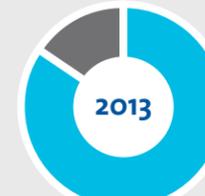
COLCERÁMICA

84%



16%

85%



15%



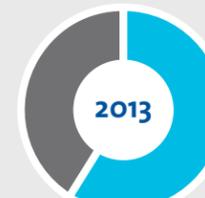
GAMMA

59%



41%

59%



41%



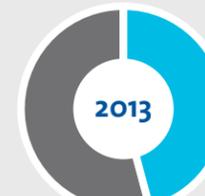
VAJILLAS

4%



96%

46%



54%



SODIMAC

3%



97%

4%



96%

5%



95%

5%



95%



ALMACENES
CORONA



PROYECTO DE CERO VERTIMIENTOS

DAVID PENAGOS

DAVID EDUARDO PENAGOS RANGEL
Coordinador Ambiental
Corona- Colcerámca



¿PORQUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

Desde del concepto de sostenibilidad el recurso hídrico es vital para la operación de Corona. Desde la perspectiva económica es simple: sin agua no existirá producción, sin ésta no podríamos generar valor económico. Desde lo ambiental, la gestión del agua tiene un valor muy especial. Desde lo social también se puede ver el impacto de la gestión del recurso: sin agua los seres humanos no podríamos sobrevivir y la vida como se conoce hoy no existiría.

Corona siempre ha sido un abanderado del tema de la eficiencia hídrica como se muestra en algunos productos que fabricamos, por tal razón todas las iniciativas que estén encaminadas a la eficiencia hídrica y a la preservación del recurso hídrico son muy importantes para Corona.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED PARTICIPAR EN ESTE PROYECTO?

Significa mucho desde lo profesional, personal y trascendental; siempre he pensado que en el pasar de la vida hay que dejar huella, hay que dejar obras maestras, como alguna vez lo hicieron grandes artistas. Este proyecto considero que dejo huella, simplemente logre hacer realidad un sueño.

2. MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

La **eficiencia energética** de nuestras operaciones es un tema principal en nuestra agenda. Se gestiona desde el más alto nivel corporativo y hace parte de la matriz de compensación de Corona.

Para el 2013 se realizó la actualización de la línea base de la matriz energética de desempeño, con el fin de verificar la evolución de Corona en términos de eficiencia, identificar mejores prácticas y recomendar acciones a seguir. En particular este ejercicio permitió:

- Actualizar la **caracterización energética** de Corona y analizar la evolución en los últimos 5 años (2008 -2012).
- Revisar el **impacto de los proyectos de eficiencia energética** emprendidos por Corona.
- Actualizar el **sistema de gestión energética** mediante la evaluación de los objetivos y metas establecidos y los indicadores implementados.

El comparativo presentado por Deloitte en la gestión energética de Corona muestra que durante 2011 y 2012 se logró reducir los consumos específicos energéticos en 4,6% y se obtuvo con ello una reducción de la huella de carbono del 4,5% que nos acerca rápidamente a la meta proyectada al 2016.

DIAGNÓSTICO ENERGÉTICO

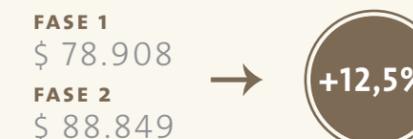
PRODUCCIÓN (TONELADAS/AÑO)



CONSUMO TOTAL ENERGÍA ELÉCTRICA + ENERGÍA TÉRMICA (MWh/AÑO)



COSTO TOTAL ENERGÉTICOS (MILLONES/AÑO)



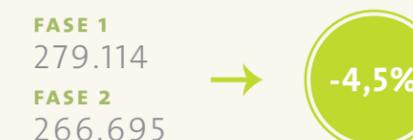
CONSUMO ESPECÍFICO ENERGÍA ELÉCTRICA (kwh/kg)



CONSUMO ESPECÍFICO ENERGÍA TÉRMICA (kcal/kg)



EMISIONES CO₂ (TONCO₂/AÑO)



RESULTADOS DEL MODELO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA



REDUCCIÓN DE CALOR EN HORNOS

EDILSON CASTILLO

JOSÉ EDILSON CASTILLO CANO
Gerente Especialista Térmico
Corona- Colcerámica

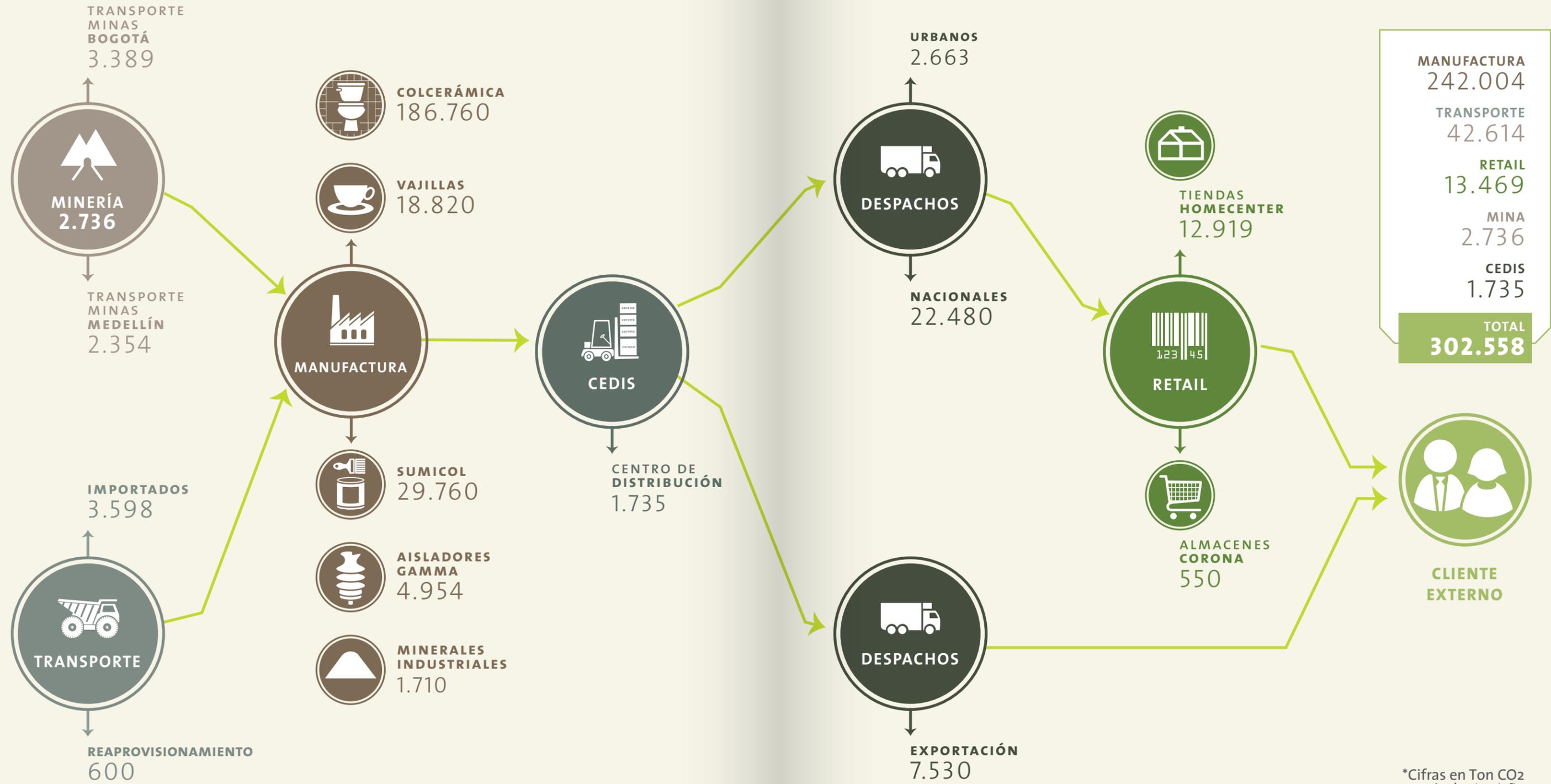
¿PORQUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA
El proyecto de reducción de calor en hornos está alineado con la estrategia y el plan de sostenibilidad ambiental de Corona. Con el aprovechamiento de aire caliente en el sistema de combustión logramos disminuir el consumo de gas natural y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero generando a la vez beneficios económicos para la compañía.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED PARTICIPAR EN ESTE PROYECTO?
Participar en este proyecto, significa para mí estar haciendo realidad el compromiso de generar los menores impactos posibles en el uso de los recursos. También me permite desarrollar capacidades técnicas y promover el trabajo en equipo, ya que en la concepción, el diseño e implementación del proyecto contamos con el apoyo y participación de todas las áreas. Es un reto que me ha invitado a buscar más oportunidades de mejoramiento de la eficiencia energética.

HUELLA DE CARBONO

CO₂

INDICADOR EN16



*Cifras en Ton CO₂ equivalentes/año

3. HUELLA DE CARBONO

INDICADOR EN16

Las emisiones de gases efecto invernadero presentaron una disminución del 3% con respecto al año anterior y del 2,8% sobre la línea base (2010). Esta reducción demuestra que con las diferentes iniciativas en eficiencia energética se logra reducir el impacto ambiental así como mejores aprovechamientos del uso de la energía. En conjunto, el sector de manufactura y minería presentan disminución del 6%.

La reducción de las emisiones de logística se deben a la implementación de buenas prácticas y mejoras en los centros de distribución y la reducción del transporte de productos por las vías nacionales.

Retail tuvo un incremento que se debe a la expansión que realizó Homecenter de 3 nuevas tiendas.



3%

DISMINUCIÓN EMISIONES DE GASES EFECTO EFECTO INVERNADERO

4. CULTURA MEDIO AMBIENTAL EN CORONA

Durante el 2013 se promovió una cultura de la gestión ambiental en los diferentes niveles. En los procesos productivos se conformaron pequeños equipos que compartieron y monitorearon los avances en cuanto a los impactos ambientales en cada área, permitiendo identificar los aspectos claves de gestión en temas como manejo de residuos sólidos, accidentalidad ambiental, reducción de consumos de recursos naturales, entre otros. Esta actividad permitió incluso en algunos casos avanzar en la creación de eco-mapas de los procesos productivos y definir responsabilidades en los diferentes equipos de trabajo.

5. RESERVA NATURAL EN LA UNIÓN

Como parte del compromiso con la sostenibilidad ambiental de Corona y con el desarrollo y bienestar de la región Sumicol, con la aprobación de la autoridad de Parques Nacionales Naturales de Colombia, constituyó una Reserva de la Sociedad Civil sobre 20 hectáreas que hacen parte de un título minero en el Municipio de La Unión. Esta Reserva estará destinada a la conservación del ecosistema natural de la zona y la fauna y la flora que este comprende.



20

HECTÁREAS DE RESERVA NATURAL



\$600

MILLONES DE PESOS EN AHORROS

10

HECTÁREAS DE EUCALIPTO MENOS TALADAS

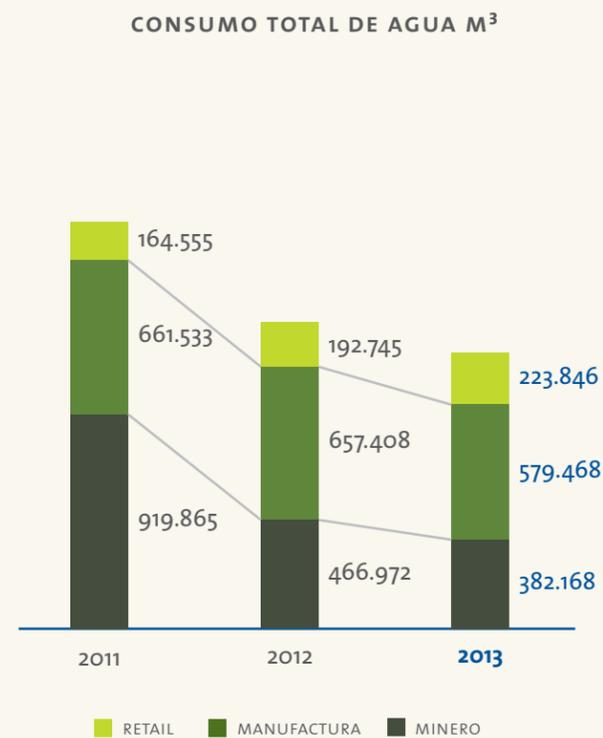
6. MATERIALES DE EMPAQUES Y EMBALAJES

Durante el 2013 el equipo de compras, producción y servicios logísticos de Colcerámica trabajó en la conceptualización y puesta en funcionamiento de un modelo de negocio que permitió optimizar la vida útil de las estibas que hacen parte de los materiales de empaque y embalaje. Se logró la negociación con un proveedor que adquirió la responsabilidad del mantenimiento y retorno a los sitios de consumo de las estibas, con lo cual se han logrado ahorros por más de \$600 millones de pesos, que en términos de disminución del impacto ambiental equivalen a haber dejado de talar más de 10 hectáreas (aproximadamente 9.900 árboles de eucalipto).



| Indicadores asociados a la gestión eficiente del recurso hídrico.

CONSUMO TOTAL DE AGUA POR FUENTES | EN8



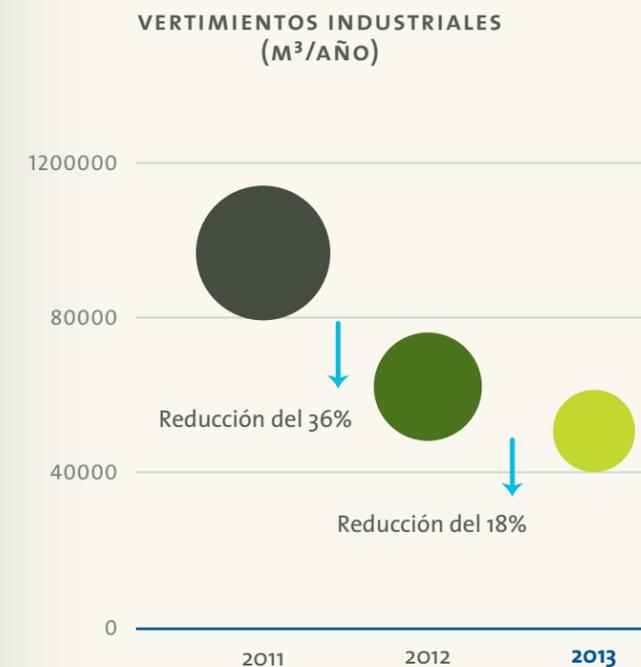
Durante el 2013 se logró la disminución en el consumo hídrico total en 10% con respecto al año anterior. Las operaciones mineras aportaron a la reducción con el 18% mientras que las manufactureras disminuyeron un 12%. Por su parte las operaciones de retail incrementaron un 16% el consumo hídrico principalmente por la apertura de nuevas tiendas.

PORCENTAJE Y VOLUMEN TOTAL DE AGUA REICLADA Y RECIRCULADA | EN10



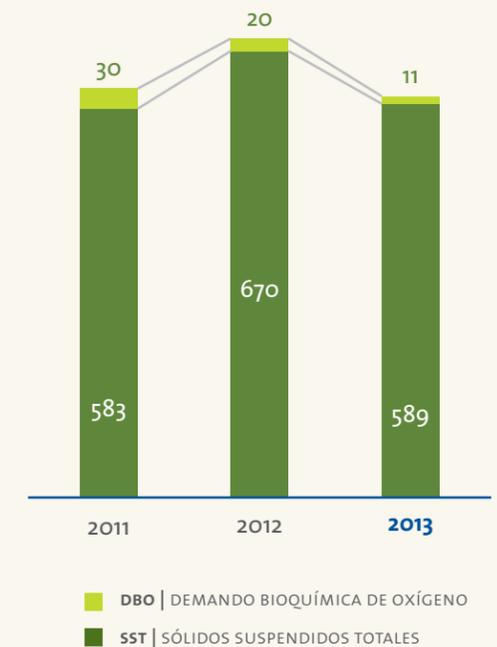
Logramos un incremento de 4% en la recirculación de agua en las operaciones mineras y de manufactura. Entre los proyectos destacables está la incorporación de tecnologías en la planta de producción ubicada en el municipio de Madrid que permitió tener «Huella Gris Cero», es decir, eliminar los vertimientos industriales y domésticos a fuentes hídricas.

VERTIMIENTO TOTAL DE AGUAS RESIDUALES, SEGÚN SU NATURALEZA Y DESTINO | EN21



Para el 2013 el caudal de aguas residuales en fuentes hídricas presentó una disminución del 18% en comparación al año anterior. La reducción de los vertimientos se da de forma constante gracias a la implementación de tecnologías que permiten cerrar los sistemas de ciclo cerrado de aguas.

CARGAS CONTAMINANTES EN LOS VERTIMIENTOS (TON/AÑO)

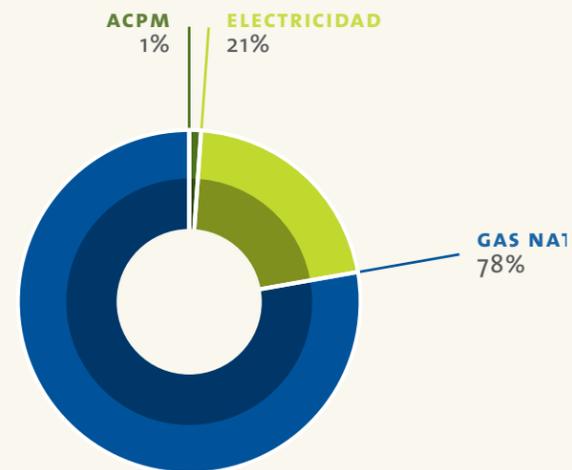


Esta disminución se debe a los ajustes en los sistemas de tratamiento que han permitido mayores eficiencias en la remoción de cargas contaminantes

| Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética

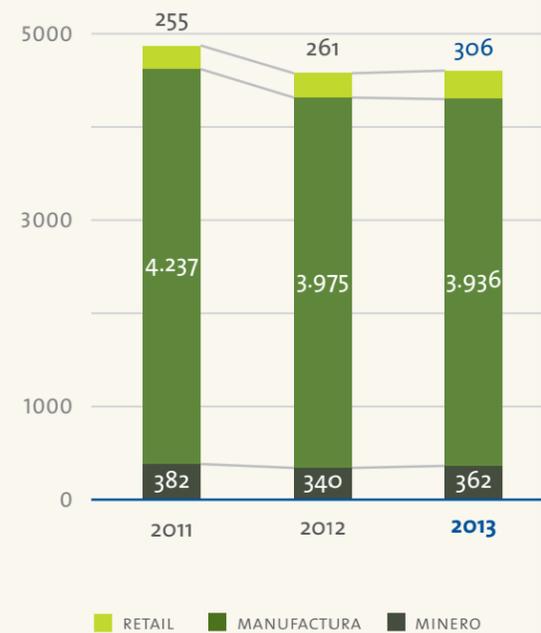
CONSUMO DIRECTO E INDIRECTO DE ENERGÍA | EN3 - EN4

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA POR FUENTE



La mayor fuente de energía para la cadena de valor es el gas natural, lo que asegura las mínimas generaciones de material particulado y óxidos de azufre. La segunda fuente energética corresponde a la energía eléctrica que se obtiene de la red eléctrica del país.

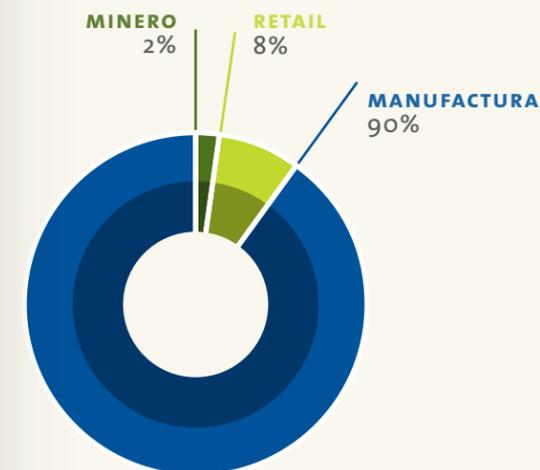
CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA (TERAJOULES)



El consumo energético de la cadena de valor muestra un leve aumento en retail por la apertura de las nuevas tiendas. Las operaciones de manufactura lograron una reducción del 1% del consumo energético respecto al año anterior, principalmente por la mejora en los consumos específicos. Las operaciones mineras por el contrario aumentaron un 5% el consumo de energía total, debido a los aumentos de producción de materiales de construcción.

AHORRO DE ENERGÍA DEBIDO A LA CONSERVACIÓN Y MEJORAS EN LA EFICIENCIA | EN5

PARTICIPACIÓN EN EL AHORRO DE ENERGÍA



Durante el 2013 el modelo de gestión y eficiencia energética condujo a Corona a la obtención de ahorros energéticos de 91 TJ lo que permitió una reducción adicional de la huella de carbono de 4.826 toneladas de CO2 equivalentes.



IMPACTOS SIGNIFICATIVOS DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS | EN29

EMISIONES DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS Y OTROS BIENES

CATEGORÍA TRANSPORTE	TOTAL TONELADAS DE CO ₂				VARIACIÓN 2012 - 2013
	2010	2011	2012	2013	
MINAS	13.407	13.839	8.713	5.743	-34%
BOGOTÁ	7.582	8.854	5.563	3.389	-39%
MEDELLÍN	5.825	4.985	3.150	2.354	-25%
DESPACHOS	40.640	31.674	41.517	36.270	-13%
NACIONALES	22.116	15.682	24.193	22.480	-7%
EXPORTACIÓN	11.760	9.934	7.980	7.530	-6%
IMPORTACIÓN	4.304	3.637	6.628	3.598	-46%
URBANOS	2.460	2.421	2.716	2.662	-2%
TOTAL	54.047	45.513	50.230	42.013	-16%

Monitoreamos y evaluamos tanto impactos directos de nuestros vehículos de transporte como los indirectos provenientes de los vehículos contratados por Logística & Transporte. El 2013 presenta una disminución en las emisiones del transporte del 16%, gracias a la reducción de emisiones en el transporte de materias primas que se obtuvo con el mejoramiento de los índices de consumo del equipo de transporte.

| Indicadores asociados a la cultura y compromiso ambiental

MATERIALES UTILIZADOS PROVENIENTES DEL RECICLAJE (INTERNO - EXTERNO) | EN2

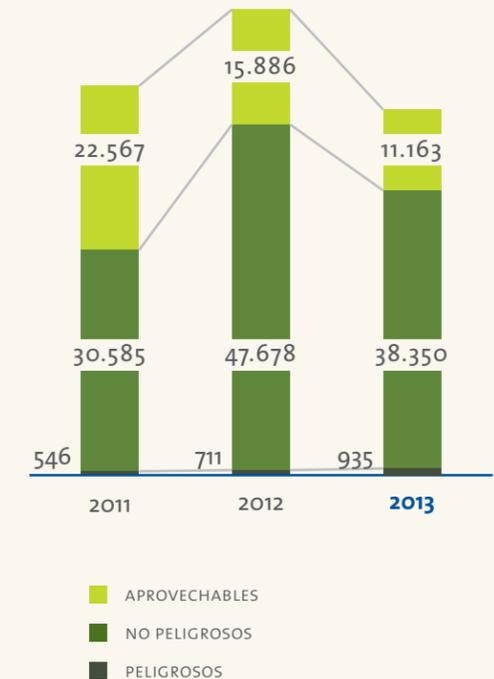
MATERIALES UTILIZADOS PROVENIENTES DEL RECICLAJE (TON X MIL)



El uso de materiales provenientes de reciclaje aumentó en un 8% para las actividades manufactureras. Este incremento se da principalmente por Vajillas, ya que para el 2013 incluyó el volumen del recorte de pasta recuperado al valor que usualmente reportaba del compuesto de dolomita reutilizado. Así mismo, permitió la reincorporación de roturas crudas y cocidas y la recuperación de esmaltes en los procesos de Sanitarios & Lavamanos. De igual forma se incorporaron los lodos provenientes del tratamiento de aguas residuales en los procesos productivos de Pisos & Paredes.

PESO TOTAL DE RESIDUOS GESTIONADOS POR MÉTODO DE TRATAMIENTO | EN22

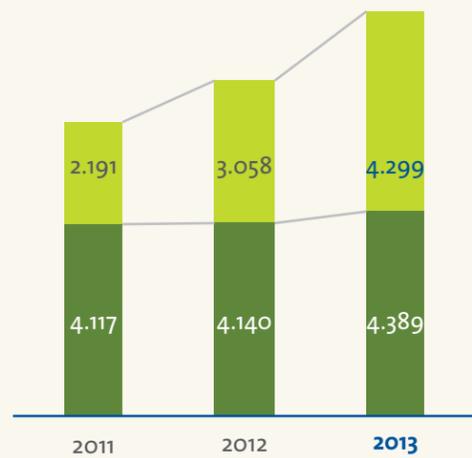
GENERACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS POR TIPO DE DISPOSICIÓN (TON)



La generación de residuos durante el 2013 disminuyó 19% frente al año anterior. Los residuos peligrosos presentaron un aumento del 30% debido a que se dispuso en celdas de seguridad un volumen importante de fibra de vidrio que resultó de la actualización de los hornos de planta Sopó de Colcerámica y al mantenimiento bianual en los hornos de planta Madrid.

DESGLOSE POR TIPO DEL TOTAL DE GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES | EN30

GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES (MM)



■ INVERSIÓN
■ GASTO

Para el 2013 el gasto ambiental incrementó en un 6% debido a las actividades tales como muestreos de chimeneas, auditorías, estudios de caracterización de aguas. Así como los costos por disposición de residuos tanto peligrosos como inertes. Por su parte la inversión presenta un incremento del 41% con respecto al año anterior, debido a la tecnología demandada en los proyectos en eficiencia energética y gestión eficiente del recurso hídrico.

GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES



■ INVERSIÓN
■ GASTO



BALANCE AMBIENTAL

TOTAL
1.190.391

SUPERFICIALES
469.684

ACUEDUCTO
445.160

SUBTERRANEAS
239.246

LLUVIA
36.301

m³/año



TOTAL
2.274.949

VÍRGENES
2.180.729

**RECICLADAS,
REUTILIZADAS
REUSADAS**
94.220

Toneladas



TOTAL
4.606

MANUFACTURAS
3.936

MINERO
357

RETAIL
306

SERVICIOS
7

Terajoules

- AHORRO ENERGÍA**
91 terajoules
- AGUA RECICLADA/RECIRCULADA**
1.563.510 m³/año



**EMISIONES
AL AIRE**

GEI
302.558 CO₂

NOX
238

SOX
1,03

Toneladas



**RESIDUOS A LA TIERRA
PELIGROSOS**
935

NO PELIGROSOS
38.350

APROVECHABLES
11.163

Toneladas

**VERTIMIENTOS
AL AGUA**

ARI M³/AÑO
508.339

SST TON/AÑO
589

DBO TON/AÑO
11

PRODUCCIÓN



COLCERÁMICA
588.307



VAJILLAS
19.726



SUMICOL
1.364.250



**AISLADORES
GAMMA**
5.419



**MINERALES
INDUSTRIALES**
14.458

TOTAL
1.922.159

Toneladas

GEI: GASES EFECTO INVERNADERO
SOX: ÓXIDO DE AZUFRE
NOX: ÓXIDO NITROSO
ARI: AGUAS RESIDUALES INDUSTRIALES
SST: SÓLIDOS SUSPENDIDOS TOTALES
DBO: DEMANDA BIOLÓGICA DE OXÍGENO



IMPULSAR EL
DESARROLLO
SOCIAL



PROMESA 6

IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL

El desarrollo de las regiones donde operamos y de nuestros grupos de interés es una de las premisas en las que se fundamenta nuestra actividad. Nuestra promesa es impulsar el desarrollo social, es decir, generar impactos positivos en nuestros trabajadores, sus familias y las comunidades que se traduzcan en el mejoramiento de sus condiciones de vida.

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

PLAN DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL

GRUPO DE INTERÉS	NUESTROS COMPROMISOS
COLABORADORES	Propender por la calidad de vida de los colaboradores y sus familias
COMUNIDADES	Promover actividades de mejoramiento de la calidad de vida en el área de influencia identificando e implementando programas que contribuyen al desarrollo local
PROVEEDORES	Contribuir al desarrollo integral de nuestros proveedores promoviendo una cultura de sostenibilidad en la cadena de valor
ONG / GOBIERNO / GREMIOS	Acompañar el desarrollo de políticas públicas y alianzas público privadas buscando la creación de valor compartido. Promover prácticas públicas y alianzas público privadas buscando la creación de valor compartido.
CLIENTES	Promover prácticas sostenibles de consumo y el desarrollo responsable de productos en la cadena de valor

SISTEMA DE RELACIONAMIENTO



SISTEMA DE VALORES Y ÉTICA CORPORATIVA

SEAMOS PASIÓN POR EL SERVICIO	SEAMOS AUSTEROS Y SENCILLOS	SOCIEDAD
SEAMOS CADA VEZ MEJORES	SEAMOS PERSONAS ÍNTEGRAS	SEAMOS EJEMPLO DE RESPETO POR LOS DEMÁS
SEAMOS INNOVADORES	SEAMOS RESPONSABLES CON LA	



SISTEMA DE COMUNICACIONES Y REPORTE

BOLETINES Y MEDIOS CHARLAS CON EL PRESIDENTE GRUPOS NATURALES ENCUENTRO LÍDERES



PROGRAMAS Y PROYECTOS

- | | | |
|--|---|--|
| ▶ CORONA ES TU CASA | ▶ NEGOCIACIONES ÉTICAS Y TRANSPARENTES | ▶ DESARROLLO DE PRODUCTOS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE |
| ▶ VOLUNTARIADO CORPORATIVO | ▶ DESARROLLO DE SOSTENIBILIDAD EN PYMES | ▶ INFORMES DE GESTIÓN |
| ▶ BANCO DE MATERIALES | | ▶ PROMOCIÓN DE CULTURA DE PROTECCIÓN DE MEDIO AMBIENTE |
| ▶ DONACIONES | | ▶ MEJORAMIENTO DE VIVIENDA E INSTITUCIONES EDUCATIVAS |
| ▶ PREMIO CORONA | | |
| ▶ FORTALECIMIENTO DE ORGANIZACIONES Y POLÍTICA PÚBLICA | | |



GRUPOS DE INTERÉS

COLABORADORES GOBIERNO Y ONG'S PROVEEDORES CLIENTES ACCIONISTAS FUNDACIÓN CORONA
COMUNIDAD

TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS



SOCIAL



ECONÓMICO



AMBIENTAL

GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

SISTEMA DE RELACIONAMIENTO

El Sistema de Relacionamiento define la forma en que Corona se relaciona con su entorno y desarrolla los compromisos establecidos en el Plan de Sostenibilidad Social. Este sistema nos permite priorizar los aspectos relevantes en los que debemos trabajar con cada uno de nuestros grupos de interés, aprovechando nuestras fortalezas y competencias organizacionales para articular alianzas público privadas, influir en políticas públicas a nivel local o nacional y promover el desarrollo de una cultura de buena ciudadanía corporativa, con miras a implementar programas y proyectos que mejoren su calidad de vida.

Se fundamenta en cuatro aspectos

- Grupos de interés:** Identificamos nuestros principales grupos de interés (colaboradores, las comunidades en las que operamos, los clientes, proveedores, accionistas, Fundación Corona y gobierno y ONGs).
- Programas y proyectos:** Diseñamos programas y proyectos enfocados a atender las necesidades materiales de cada grupo de interés.

3. Sistema de comunicación y reporte:

Nos comunicamos con nuestros grupos de interés a través del sistema de comunicaciones interno y externo.

El sistema de comunicaciones interno cuenta con los siguientes canales:

- Lunes de Noticias
- Naturalmente Corona
- Corona Sostenible
- Corona al Día
- Charlas con el Presidente
- Encuentros con la Gerencia
- Grupos Naturales

A nivel externo Corona comunica sus principales logros a través de la página web www.corona.com.co, en sus redes sociales y a través de comunicados de prensa.

- Valores y ética:** Nuestra gestión está enmarcada en los principios y valores corporativos que guían nuestro actuar, definen la manera como nos relacionamos con nuestros grupos de interés y nos han convertido en un importante referente de ética empresarial.

| Programas a destacar

1. VOLUNTARIADO CORPORATIVO

El Programa de Voluntariado Corona - Homecenter es una iniciativa que promueve y facilita la participación de todos los colaboradores en proyectos o actividades puntuales en beneficio de las comunidades de nuestras zonas de influencia. Cuenta con una política corporativa que orienta la operación del mismo, y permite que exista una alineación entre las actividades que plantea y la estrategia de sostenibilidad de Corona. Este programa pretende generar un espacio donde nuestros colaboradores puedan vivir de cerca los valores organizacionales, en especial, «Seamos Responsables con nuestra Sociedad».

Durante el 2013, el programa se enfocó en tres líneas de acción:

1. **Mejoramiento locativo** de instituciones educativas ubicadas en las distintas zonas de influencia,
2. **Jornadas ambientales** de siembra de árboles y,
3. **Transferencia de conocimiento** por medio de mentorías y proyectos de fortalecimiento institucional con organizaciones aliadas como la Agencia Colombiana para la Reintegración (ACR).

El 2013 fue un año de consolidación del programa donde se generaron distintos tipos de alianzas con empresas, autoridades locales y organizaciones sociales que nos permitieron llegar a más ciudades de Colombia ampliando la cobertura y generando un mayor impacto.

Durante el 2013 se presentó un incremento significativo en las actividades y horas de voluntariado debido a que con ocasión del aniversario de los 20 años de Homecenter esta unidad de negocio organizó 20 jornadas de voluntariado adicionales a las programadas.



VOLUNTARIADO

ADRIANA MEZA

ADRIANA MEZA MATALLANA
Directora de Calidad y Formación
Almacenes Corona

¿PORQUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA

El programa de Voluntariado en Corona refleja el compromiso y responsabilidad social de nuestros colaboradores en beneficio de las comunidades vecinas. Es un gran espacio para que el valor «seamos responsables con nuestra sociedad» sea una realidad pues las actividades desarrolladas nos enriquecen como seres humanos y tenemos la oportunidad de dar un poco de nosotros para beneficio de los demás.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED PARTICIPAR EN ESTE PROYECTO?

Es gratificante estar en el proyecto, ver las sonrisas de los beneficiados ¡no tiene precio! Apoyar la participación de los colaboradores de Almacenes es muy enriquecedor porque se siente el ánimo de todos. En las actividades compartimos, trabajamos duro pero logramos mejorar estos colegios, además las intervenciones tienen un componente pedagógico que queda grabado en nuestra mente y en nuestro corazón. ¡Ayudar me hace Bien!

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO



PRODUCTO DONADO
\$ 53.604.663

INVERSIÓN MONETARIA
\$ 279.171.416

VALOR DEL TIEMPO
\$ 114.584.436

TOTAL
\$ 447.360.515

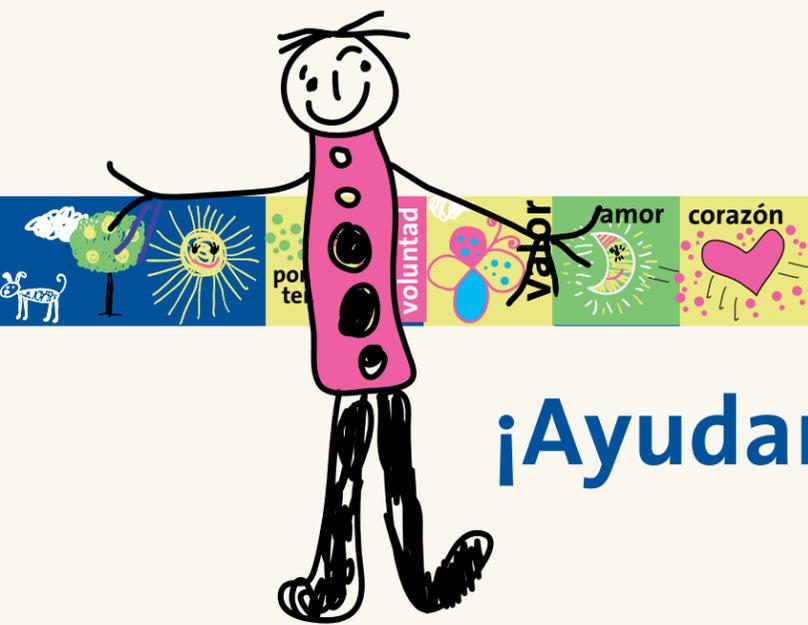
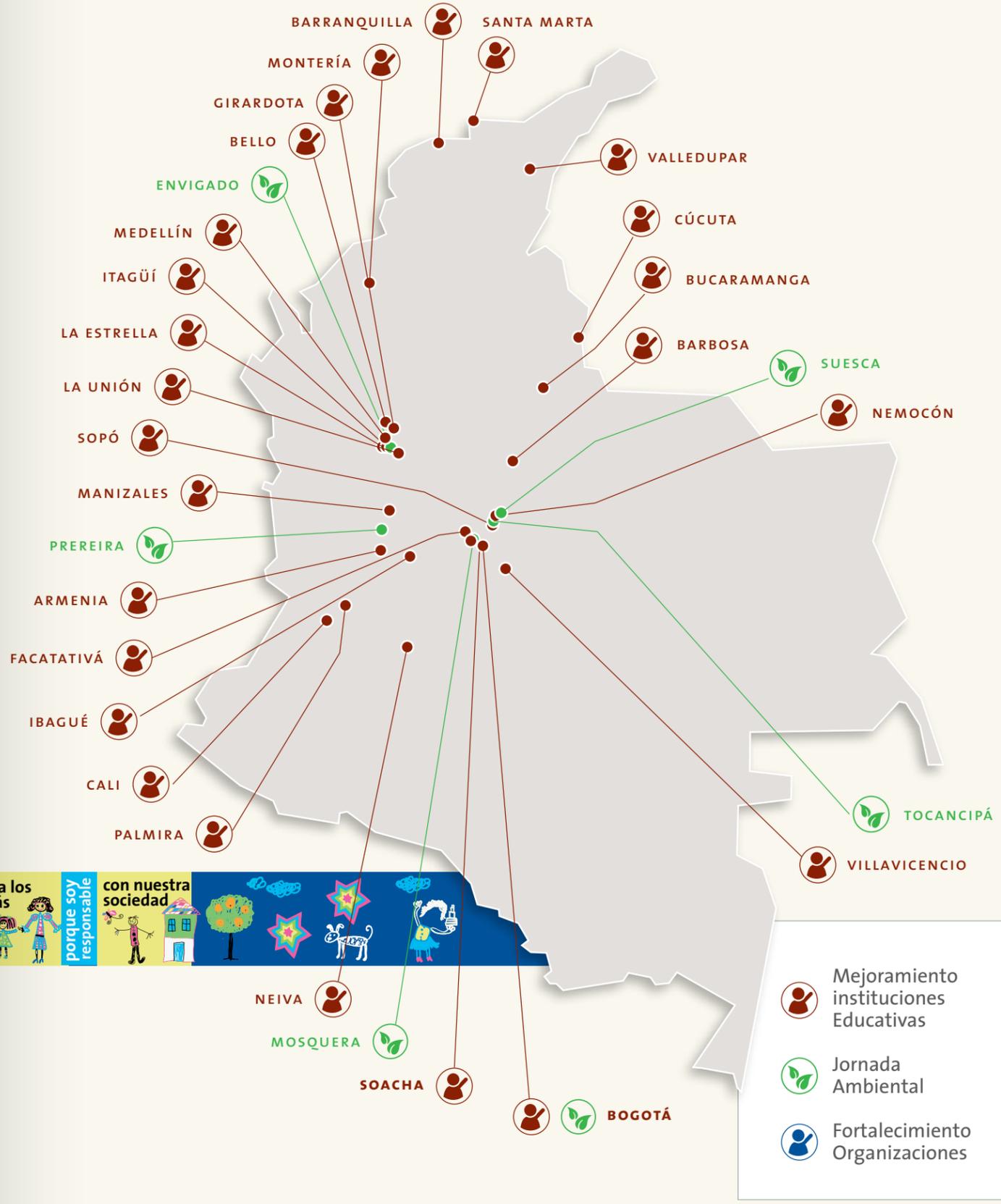
ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO
59

BENEFICIARIOS
18.735

MUNICIPIOS BENEFICIADOS
31

HORAS DE VOLUNTARIADO
12.026

VOLUNTARIOS CORONA SODIMAC
1.569



soy voluntario
corona SODIMAC

porque me gusta apoyar
ayudar a los demás
porque soy responsable
con nuestra sociedad

¡Ayudar me hace bien!

2. BANCO DE MATERIALES

El Banco de Materiales es un programa de mejoramiento de las condiciones físicas de las viviendas de los colaboradores, por medio de la asignación y entrega de producto, en calidad de obsequio. Este programa cuenta con una política que establece criterios de acceso al beneficio con el fin de asegurar que este llegue a la población objetivo, respondiendo a las necesidades de mejoramiento de vivienda identificados. Las cantidades a entregar se establecieron de acuerdo a los requerimientos técnicos promedio de una vivienda.

Durante el 2013 logramos articular este programa con otras iniciativas de la Organización como el programa de mejoramiento de la calidad de vida de *Familias Corona*, lo que nos permitió priorizar las necesidades y responder a ellas de una manera más efectiva.



544
NÚMERO DE
BENEFICIARIOS

36.081
MTS DE PISOS
Y PAREDES

334
SANITARIOS

335
LAVAMANOS



402
ENTIDADES

79.733
NÚMERO DE
BENEFICIARIOS
DIRECTOS

\$2.297
MILLONES DE PESOS
DONADOS EN
ESPECIE

3. DONACIONES EN ESPECIE

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

Durante el 2013 se reorientó el programa de donaciones con el fin de identificar estrategias y proyectos que permitan maximizar el impacto del aporte en especie que hace la Organización como apoyo a entidades sin ánimo de lucro. En este nuevo enfoque se priorizaron proyectos de mejoramiento de vivienda de población vulnerable, instituciones educativas municipales o departamentales y proyectos de equipamiento comunitario.

4. CORONA ES TU CASA

Corona es Tu Casa es una iniciativa que permite el acercamiento de Corona a la comunidad y a las administraciones locales de nuestras zonas de influencia, propiciando el intercambio de ideas y opiniones en torno a temas relevantes para el desarrollo de la comunidad de la región.

Durante el 2013 trabajamos en la consolidación de la «Mesa de Trabajo por La Unión», iniciativa que nació del *Corona es Tu Casa* que se llevó a cabo en la región en el año 2012. En el marco de esta mesa se identificaron tres frentes de trabajo:

1. Infraestructura educativa
2. Infraestructura de vivienda y
3. Calidad educativa y como logro
Construcción de dos proyectos de vivienda

Adicionalmente realizamos cinco *Corona es Tu Casa* en los municipios de Madrid, Funza, Caldas, Arcabuco y Rionegro. Los principales temas que se trataron fueron:

1. Generación de empleo local
2. Procesos de formación y capacitación.
3. Mantenimiento de la infraestructura vial.



5
CORONA ES TU CASA

4. Impacto de nuestras operaciones en términos ambientales.

Con base en las inquietudes de los actores y la estrategia de Corona se establecieron compromisos, se generaron canales entre la comunidad y las autoridades locales y se identificaron posibles proyectos a desarrollar de manera conjunta. Estos se llevarán a cabo durante el 2014 con el fin de aportar de manera activa al desarrollo regional.

5. FUNDACIÓN CORONA

La **Fundación Corona** es un aliado estratégico de Corona para el desarrollo de diversos programas y proyectos alineados con el cumplimiento de políticas públicas o de metas relevantes para el país, fuera de nuestras zonas de influencia directa.

En el 2013 desarrollamos en conjunto dos proyectos:

1. «Piloto de Mejoramiento de Vivienda Población Unidos en el Municipio de Facatativá, Cundinamarca». Su objetivo es contribuir a reducir los indicadores de pobreza extrema relacionados con habitabilidad y bancarización de 156 familias del municipio de Facatativá, pertenecientes a la Red Unidos u otra población en situación de vulnerabilidad, en el marco de los objetivos trazados tanto en el plan de desarrollo municipal como en la estrategia de reducción de la pobreza extrema de la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema – ANSPE.

Este proyecto, que se estructuró en el 2013 y que se ejecutará durante el 2014, busca articular diversos actores en torno a un mismo obje-

tivo, con el fin de generar un mayor impacto. Es así como Corona facilitó la estructuración de un modelo de mejoramiento de vivienda en el cual participa la Alcaldía del municipio de Facatativá, la ANSPE, el SENA, la Fundación Corona y la Fundación Juligón, que prestará la asistencia técnica en el proyecto.

2. «Escuelas Protectoras del Medio Ambiente». Este se desarrolla en conjunto con la Fundación Corona, UNICEF y Fundación PLAN en el departamento del Cauca: Santander de Quilichao y Buenos Aires y busca identificar y ejecutar obras de mejoramiento de infraestructura como un medio de entrada a instituciones educativas en las que, a través de un modelo participativo con la comunidad (estudiantes, docentes, padres de familia y estudiantes), se desarrollen programas de educación ambiental, orientados al adecuado manejo de los recursos y residuos.

◀ 156
FAMILIAS EN
SITUACIÓN
DE POBREZA
BENEFICIADAS

\$284
MILLONES
INVERTIDOS ENTRE
ORGANIZACIÓN
CORONA Y
FUNDACIÓN CORONA

+ 17.000
BENEFICIARIOS

corona +
Fundación corona

PROYECTOS CONJUNTOS CON FUNDACIÓN CORONA

ÁNGELA ESCALLÓN

ÁNGELA ESCALLÓN EMILIANI

Directora Ejecutiva
Fundación Corona

¿PORQUÉ ES IMPORTANTE ESTE PROYECTO PARA CORONA?

La Organización Corona y la Fundación Corona comparten los valores y el compromiso con el desarrollo del país. En el último año hemos acordado una estrategia de trabajo conjunto enfocada en temas de vivienda de interés prioritario, mejoramiento de infraestructura de servicios sociales, con especial énfasis en acceso a agua potable y saneamiento básico, y formación para el trabajo.

Cada una con su conocimiento y su experticia, le da a la otra la posibilidad de diseñar e implementar proyectos de mayor impacto, llegar a zonas donde tradicionalmente no estaría y aportar en el sector industrial y social.

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED PARTICIPAR EN ESTE PROYECTO?

Trabajar en alianza nos muestra un camino que podemos compartir con otros y principalmente nos permite potencializar y complementar lo que cada uno puede y sabe hacer bien

6. PREMIO CORONA

El Premio Corona Pro Hábitat se ha dedicado desde 1982 a promover el mejoramiento del hábitat popular y la sostenibilidad ambiental, siendo hoy una ventana para que profesionales y estudiantes de arquitectura, ingeniería y diseño industrial puedan dar a conocer sus ideas, hallazgos y talento.

En el 2013 reconoció a los mejores proyectos en la convocatoria *Escuelas Rurales para Colombia* en la categoría de arquitectura. Los criterios de evaluación que se tuvieron en cuenta para esta versión del Premio fueron la calidad de diseño, viabilidad, replicabilidad, innovación y sostenibilidad ambiental y cultural.

Los ganadores en esta versión fueron los proyectos:

- Escuela M3: móvil, modular, modificable
- Escuela Nueva Rural El Tabor
- Escuela Semillero Sikvani
- Proyecto educativo rural integral Pabellón cafetero

Como es costumbre, dentro de la agenda del Premio, se presentó la Cátedra Corona con tres conferencias:

1. **Las Gaviotas**, la imaginación al servicio de la sustentabilidad tropical
2. **Arquitectura escolar**, un medio para educar
3. **La Sostenibilidad** se toma la agenda de la construcción en Colombia.

Para mayor información de los proyectos visitar la página <http://www.corona.com.co/web/Corporativo/Pages/mision-premio-corona>.

| Indicadores GRI

PROYECTOS SOCIALES CORONA | SO1

Cifras en millones de pesos

NOMBRE	TOTAL	VALOR INVERTIDO	NO. BENEFICIARIOS
TOTAL AMBIENTALES	3	913.934.540	75.000
TOTAL VIVIENDA	1	2.297.040.795	79.733
TOTAL SOCIALES	7	136.708.338	8.723
TOTAL EDUCACIÓN	4	647.385.125	35.169
TOTAL COMERCIAL	3	1.334.585.103	150.145
TOTAL BIENESTAR	3	64.791.420	699
TOTAL GENERAL	21	5.394.445.321	269.736



IX - TABLA GRI - PACTO GLOBAL



CONTENIDO GRI	INFORME 2013	PÁGINA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS WW		
1.1. DECLARACIÓN DEL MÁXIMO RESPONSABLE DE LA TOMA DE DECISIONES DE LA ORGANIZACIÓN SOBRE LA RELEVANCIA DE LA SOSTENIBILIDAD PARA LA ORGANIZACIÓN.	La multinacional que soñamos	4-5
1.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES.	Seis Promesas Matriz de materialidad	19-20
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1. NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN.	Organización Corona S.A.	
2.2. PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.	La descripción completa de los productos y servicios y las principales marcas se encuentra disponible en la sección de Perfil Corporativo en el sitio web de Corona: http://www.corona.com.co/web/Corporativo/Pages/Perfil-corporativo	8-13
2.3. ESTRUCTURA OPERATIVA DE LA ORGANIZACIÓN, INCLUIDAS LAS PRINCIPALES DIVISIONES, ENTIDADES OPERATIVAS, FILIALES Y NEGOCIOS CONJUNTOS.	La descripción completa de los negocios, la estructura societaria, situación de control y subsidiarias se encuentra disponible en la sección de Perfil Corporativo en el sitio web de Corona: http://www.corona.com.co/web/Corporativo/Pages/Perfil-corporativo	8-13
2.4. LOCALIZACIÓN DE LA SEDE PRINCIPAL DE LA ORGANIZACIÓN.	Calle 100 No 8A - 55 Torre C Piso 9 - PBX 6446500 Bogotá – Colombia	8-9
2.5. NUMERO DE PAÍSES EN LOS QUE OPERA LA ORGANIZACIÓN Y NOMBRE DE LOS PAÍSES EN LOS QUE DESARROLLA ACTIVIDADES SIGNIFICATIVAS.	Corona en Cifras	8-9

CONTENIDO GRI	INFORME 2013	PÁGINA
2.6. NATURALEZA DE LA PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA.	La descripción completa de los negocios, la estructura societaria, situación de control y subsidiarias se encuentra disponible en la sección de Perfil Corporativo en el sitio web de Corona: http://www.corona.com.co/web/Corporativo/Pages/Perfil-corporativo	10-13
2.7. MERCADOS SERVIDOS (INCLUYENDO EL DESGLOSE GEOGRÁFICO, LOS SECTORES QUE ABASTECE Y LOS TIPOS DE CLIENTES/BENEFICIARIOS).	Corona en cifras	8-9
2.8. DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN INFORMANTE.	Promesas de Corona Crecimiento Competitividad Gente Innovación Desarrollo Social Responsabilidad con el Medio Ambiente	23-107
2.9. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS DURANTE EL PERIODO CUBIERTO POR LA MEMORIA EN EL TAMAÑO, ESTRUCTURA Y PROPIEDAD DE LA ORGANIZACIÓN.	Corona en cifras Promesa 2: Crecer enfocados en nuestros clientes	38-40
2.10. PREMIOS Y DISTINCIONES OBTENIDAS DURANTE EL PERIODO.	Reconocimientos	14-15
PARÁMETROS DE LA MEMORIA		
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
3.1. PERIODO CUBIERTO POR LA INFORMACIÓN INCLUIDA EN LA MEMORIA.	El informe abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013, e incluye para la mayoría de los indicadores información comparativa desde el 2011	126
3.2. FECHA DE LA MEMORIA ANTERIOR (SI LA HUBIERE).	Informe publicado en Abril de 2013, Periodo reportado 1 de enero a 31 de diciembre 2012. Comunicación de progreso (CoP) Enviada Agosto de 2013.	126
3.3. CICLO DE PRESENTACIÓN DE LA MEMORIA (ANUAL, BIANUAL).	Anual	126
3.4. PUNTO DE CONTACTO PARA CUESTIONES RELATIVAS A LA MEMORIA O SU CONTENIDO.	pcuellarm@corona.com.co	110

CONTENIDO GRI	INFORME 2013	PÁGINA
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5. PROCESO DE DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA.	De acuerdo con la Estrategia de Corona basada en 6 Promesas y la metodología GRI V3. Adicionalmente, se tiene como referencia externa los lineamientos de DJSI identificados en la matriz de materialidad.	126
3.6. COBERTURA DE LA MEMORIA (PAÍSES, DIVISIONES, FILIALES).	El informe cubre las operaciones de Colombia.	111
3.7. INDICAR LA EXISTENCIA DE LIMITACIONES DEL ALCANCE Y LA COBERTURA DE LA MEMORIA.	El informe cubre las operaciones de Colombia.	111
3.9. TÉCNICAS DE MEDICIÓN DE DATOS Y BASES PARA REALIZAR LOS CÁLCULOS, INCLUIDAS LAS HIPÓTESIS Y TÉCNICAS SUBYACENTES A LAS ESTIMACIONES APLICADAS EN LA RECOPIACIÓN DE INDICADORES Y DEMÁS INFORMACIÓN DE LA MEMORIA.	Los indicadores GRI que se presentan en el informe, detallan los comentarios que permiten entender la metodología y supuestos utilizados para su cálculo.	126
3.10. DESCRIPCIÓN DEL EFECTO QUE PUEDE TENER LA REEXPRESIÓN DE INFORMACIÓN PERTENECIENTE A MEMORIAS ANTERIORES, JUNTO CON LAS RAZONES QUE HAN MOTIVADO DICHA REEXPRESIÓN.	Los datos reportados para Sumicol con las iniciales SM hace referencia a la unidad estratégica de negocio de Insumos y Materiales Corona	111
3.11. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS RELATIVOS A PERIODOS ANTERIORES EN EL ALCANCE, LA COBERTURA O LOS MÉTODOS DE VALORACIÓN APLICADOS A LA MEMORIA.	Ninguno	111
INDICE DEL CONTENIDO DEL INFORME		
3.12. TABLA QUE INDICA LA LOCALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS BÁSICOS DE LA MEMORIA.	Tabla GRI	109-125
VERIFICACIÓN		
3.13. POLÍTICA Y PRÁCTICA ACTUAL EN RELACIÓN CON LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA.	Verificación emitida por entidad externa – Deloitte	127

CONTENIDO GRI	INFORME 2013	PÁGINA
GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
GOBIERNO CORPORATIVO		
4.1. LA ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN, INCLUYENDO LOS COMITÉS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO RESPONSABLE DE TAREAS TALES COMO LA DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA O LA SUPERVISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	El Sistema de Gobierno corporativo de Corona se encuentra disponible en el sitio web: http://www.corona.com.co/web/Corporativo/Pages/Gobierno-Corporativo	1112
4.2. HA DE INDICARSE SI EL PRESIDENTE DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO OCUPA TAMBIÉN UN CARGO EJECUTIVO	El Presidente del Consejo Corporativo no ocupa un cargo ejecutivo en Corona.	112
4.3. EN AQUELLAS ORGANIZACIONES QUE TENGAN ESTRUCTURA DIRECTIVA UNITARIA, SE INDICARÁ EL NÚMERO DE MIEMBROS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO QUE SEAN INDEPENDIENTES O NO EJECUTIVOS.	En el Consejo Corporativo hay 6 miembros independientes y 3 miembros dependientes.	112
4.6. PROCEDIMIENTOS IMPLEMENTADOS PARA EVITAR CONFLICTOS DE INTERÉS EN EL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO.	El Sistema de Gobierno Corporativo de Corona establece procedimientos para la solución de conflictos en general y también del Consejo Corporativo.	1112
4.8. DECLARACIÓN DE MISIÓN Y VALORES DESARROLLADOS INTERNAMENTE, CÓDIGOS DE CONDUCTA Y PRINCIPIOS RELEVANTES PARA EL DESEMPEÑO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL, Y EL ESTADO DE SU IMPLEMENTACIÓN.	Hacia dónde vamos: Porqué, cómo y qué hacemos.	16-17
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.12. PRINCIPIOS O PROGRAMAS SOCIALES, AMBIENTALES Y ECONÓMICOS DESARROLLADOS EXTERNAMENTE, ASÍ COMO CUALQUIER OTRA INICIATIVA QUE LA ORGANIZACIÓN SUSCRIBA O APRUEBE.	Los proyectos y programas sociales corporativos se encuentran enunciados en la Promesa 6: Impulsar el desarrollo Social y en el indicador SO1.	107
4.13. PRINCIPALES ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENEZCA (TALES COMO ASOCIACIONES SECTORIALES) Y/O ENTES NACIONALES E INTERNACIONALES A LAS QUE LA ORGANIZACIÓN APOYA.	Aliados: Organizaciones No Gubernamentales. Corporación Transparencia por Colombia. Fundación Endeavor, Corporación Ocaso, Corporación Excelencia de la Justicia, Consejo Privado de Competitividad. Fundación Ideas Para La Paz, Best Buddies, Fundación Corona. Red Local, Prodeocsa, Prodensa, Prosur, Proaburrá Norte. Fundación Liderazgo y Democracia, Instituto de Ciencia Política. Consejo Colombiano de Construcción Sostenible, ceco-des, Corporación Empresarial de Oriente. Educación Colegio Gabriel Echavarria, Colegio Tercer Milenio	112

CONTENIDO GRI	INFORME 2013	PÁGINA
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.14. RELACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS QUE LA ORGANIZACIÓN HA INCLUIDO.	Grupos de Interés	21
4.15. BASE PARA LA IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS CON LOS QUE LA ORGANIZACIÓN SE COMPROMETE.	Grupos de Interés / Sistema de Relacionamiento	21 y 96
4.16. ENFOQUES ADOPTADOS PARA LA INCLUSIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS, INCLUIDA LA FRECUENCIA DE SU PARTICIPACIÓN POR TIPOS Y CATEGORÍA DE GRUPOS DE INTERÉS.	Sistema de Relacionamiento	96
4.17. PRINCIPALES PREOCUPACIONES Y ASPECTOS DE INTERÉS QUE HAYAN SURGIDO A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y LA FORMA EN LA QUE HA RESPONDIDO LA ORGANIZACIÓN A LOS MISMOS EN LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA.	Sistema de Relacionamiento / Corona es tu Casa	96 y 103

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES ECONOMICOS					
EC1	VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO, INCLUYENDO INGRESOS, COSTES DE EXPLOTACIÓN, RETRIBUCIÓN A EMPLEADOS, DONACIONES Y OTRAS INVERSIONES EN LA COMUNIDAD, BENEFICIOS NO DISTRIBUIDOS Y PAGOS A PROVEEDORES DE CAPITAL Y A GOBIERNOS.	Se reportan: ingresos operacionales, utilidad neta, impuesto de renta causado, pago de salarios y donaciones.	Parcial	7	41
EC2	CONSECUENCIAS FINANCIERAS Y OTROS RIESGOS Y OPORTUNIDADES PARA LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN DEBIDO AL CAMBIO CLIMÁTICO.	No se presentan impactos	Total	8	114
EC3	COBERTURA DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN DEBIDAS A PROGRAMAS DE BENEFICIOS SOCIALES.	Pensiones \$3.900 Millones	Total		114
EC4	AYUDAS FINANCIERAS SIGNIFICATIVAS RECIBIDAS DE GOBIERNOS.	Incentivos o Bonificaciones Fiscales: El gobierno creó un incentivo para la generación de empleo y la formalización laboral. Está cuantificado tuvo un descuento por \$547 millones para Homecenter	Total		114
EC5	SALARIO INICIAL COMPARADO CON EL SALARIO MÍNIMO LOCAL.	Salario mínimo mensual básico de la empresa: \$685,344 Salario mínimo legal mensual \$ 589,500	Total	1	114
EC6	POLÍTICA, PRÁCTICAS Y PROPORCIÓN DE GASTO CORRESPONDIENTE A PROVEEDORES LOCALES EN LUGARES DONDE SE DESARROLLEN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS.	Los proveedores nacionales adhieren al Código de Ética de Corona y anualmente ratifican su entendimiento y compromiso. Proporción compras Nacional: 80,9% Proporción compras Extranjero: 19,1%	Total		114
EC7	PROCEDIMIENTOS PARA LA CONTRATACIÓN LOCAL Y PROPORCIÓN DE ALTOS DIRECTIVOS PROCEDENTES DE LA COMUNIDAD LOCAL EN LUGARES DONDE SE DESARROLLEN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS.	A cierre 2013, 97% de nuestros altos directivos (primer y segundo nivel de la Organización) son nacionales.	Total	6	114
EC8	DESARROLLO E IMPACTO DE LAS INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA Y LOS SERVICIOS SOPORTADOS QUE PROPORCIONAN UN BENEFICIO PÚBLICO.	Infografía Programa de Voluntariado Corporativo	Total		100-101

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA
INDICADORES ECONOMICOS				
EC9	ENTENDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS SIGNIFICATIVOS INCLUYENDO EL ALCANCE	Programa Viste Tu Casa Modelo de negocio inclusivo desarrollado por Corona – Colcerámica que comercializa productos en comunidades de bajos recursos a través de promotoras - mujeres cabeza de familia que buscan el mejoramiento de las condiciones de las viviendas de estas comunidades. Número de Ciudades donde opera el programa: 16 ciudades o municipios Número de promotoras vinculadas: 189 Familias Vinculadas al programa: 19.584 familias de bajos recursos.	Total	50

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES AMBIENTALES					
EN1	MATERIALES UTILIZADOS, POR PESO O VOLUMEN	Se presenta una disminución en consumo de materia prima virgen del 6% lo cual tiene relación con la baja en la producción (4%) y también a las eficiencia que han presentado en los procesos productivos y el aumento de materiales reutilizados	Total	8	116
EN2	PORCENTAJE DE MATERIALES UTILIZADOS QUE PROVIENEN DE RECICLAJE		Total	8	87
EN3	CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS		Total	8	84
EN4	CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS		Total	8	84
EN5	AHORRO DE ENERGÍA DEBIDO A LA CONSERVACIÓN Y A MEJORAS EN LA EFICIENCIA		Total	8	85
EN8	CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA POR FUENTES		Total	9	82
EN10	PORCENTAJE Y VOLUMEN TOTAL DE AGUA RECICLADA Y REUTILIZADA		Total	8	82
EN11	DESCRIPCIÓN DE TERRENOS ADYACENTES O UBICADOS DENTRO DE ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS O DE ÁREAS DE ALTA BIODIVERSIDAD NO PROTEGIDAS. INDÍQUESE LA LOCALIZACIÓN Y EL TAMAÑO DE TERRENOS EN PROPIEDAD, ARRENDADOS, O QUE SON GESTIONADOS DE ALTO VALOR EN BIODIVERSIDAD EN ZONAS AJENAS A ÁREAS PROTEGIDAS.	Las actuales operaciones mineras no se encuentran en terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas, ni ecosistemas vulnerables o sensibles. En general las materias primas de Corona se encuentran en zonas geográficas secas y con bajos niveles de biodiversidad.	Total	8	116
EN12	DESCRIPCIÓN DE LOS IMPACTOS MÁS SIGNIFICATIVOS EN LA BIODIVERSIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS O EN ÁREAS DE ALTA BIODIVERSIDAD NO PROTEGIDAS, DERIVADOS DE LAS ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS EN ÁREAS PROTEGIDAS Y EN ÁREAS DE ALTO VALOR EN BIODIVERSIDAD EN ZONAS AJENAS A LAS ÁREAS PROTEGIDAS.	Las actuales operaciones mineras no se encuentran en terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas, ni ecosistemas vulnerables o sensibles. En general las materias primas de Corona se encuentran en zonas geográficas secas y con bajos niveles de biodiversidad.	Total	8	116

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES AMBIENTALES					
EN13	HÁBITATS PROTEGIDOS O RESTAURADOS	Corona trabaja permanentemente en la restauración de terrenos por medio de programas de manejo, recuperación y restitución del paisaje, suelo, flora y fauna de las zonas intervenidas. En el 2013 se regeneraron 0,39 km2 con una inversión de \$47 millones.	Total	8	81 y 117
EN16	EMISIONES TOTALES, DIRECTAS E INDIRECTAS, DE GASES DE EFECTO DE INVERNADERO, EN PESO.		Total	8	78-79
EN17	OTRAS EMISIONES INDIRECTAS, DE GASES DE EFECTO DE INVERNADERO, EN PESO.		Total	8	90-91
EN19	EMISIONES DE SUSTANCIAS DESTRUCTORAS DE LA CAPA OZONO, EN PESO.	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono en peso: Estas emisiones son muy bajas por lo tanto no son consideradas en el cálculo de la huella de carbono.	Total	8	117
EN20	NOX SOX Y OTRAS EMISIONES SIGNIFICATIVAS AL AIRE POR TIPO Y PESO	El 96% del consumo de energía térmica se obtiene de la combustión del gas natural, razón por la cual las emisiones de óxidos de azufre (SOx) son mínimas. Adicionalmente, la tecnología de quemadores utilizada en los procesos de cocción en los hornos permite un menor impacto en la generación de óxidos de nitrógeno (NOx).	Total	8	117
EN21	VERTIMIENTO TOTAL DE AGUAS RESIDUALES, SEGÚN SU NATURALEZA Y DESTINO		Total	8	83
EN22	PESO TOTAL DE RESIDUOS GESTIONADOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO		Total	8	87

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES AMBIENTALES					
EN23	NÚMERO TOTAL Y VOLUMEN DE LOS DERRAMES ACCIDENTALES MÁS SIGNIFICATIVOS	Se presentaron 193 incidentes ambientales, en donde el 85% corresponde a los derrames de diferentes sustancias de Sodimac, las cuales fueron atendidas de acuerdo al plan de contingencias ambientales evitando contaminaciones al recurso hídrico. El 13% corresponde a incidentes menores de Vajillas asociados a derrames de pasta colaje y de agua residual industrial por fallas en sistema de tuberías.	Parcial	8	118
EN26	INICIATIVAS PARA MITIGAR LOS IMPACTOS AMBIENTALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, Y GRADO DE REDUCCIÓN DE ESE IMPACTO		Parcial	7-9	
EN27	PORCENTAJE DE PRODUCTOS VENDIDOS, Y SUS MATERIALES DE EMBALAJE, QUE SON RECUPERADOS AL FINAL DE SU VIDA ÚTIL, POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS.		Total	9	
EN28	COSTE DE LAS MULTAS SIGNIFICATIVAS Y NÚMERO DE SANCIONES NO MONETARIAS POR INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA AMBIENTAL.	Durante el 2013 se registró una sanción no monetaria para el proveedor que realiza el manejo de residuos en planta Sopó, quien realizó una disposición de residuos inertes en un lugar no permitido. Esto lo hizo sin la comprobación de los permisos para disponer este tipo de residuos en ese lugar. El tema fue revisado, monitoreado y se acompañó a la compañía en las actividades ambientales que tuvo que desarrollar. La autoridad ambiental del Área Metropolitana del Valle de Aburrá impuso una multa por \$119.000.000 a Vajillas Corona por un presunto vertimiento fuera de norma al río Medellín.	Total	8	118
EN29	IMPACTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS, OTROS BIENES Y MATERIALES UTILIZADOS PARA LA PRODUCCIÓN		Total		86
EN30	DESGLOSE POR TIPO DEL TOTAL DE GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES		Total	7-9	88

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES LABORALES					
LA1	DESGLOSE DE TRABAJADORES POR TIPO DE EMPLEO, CONTRATO Y REGIÓN.	Total	6	61	
LA2	NÚMERO TOTAL EMPLEADOS Y ROTACIÓN MEDIA DESGLOSADOS POR EDAD, GÉNERO Y REGIÓN.	Total	6	61-62	
LA3	BENEFICIOS PROPORCIONADOS A LOS EMPLEADOS DE TIEMPO COMPLETO.	Total	6	63	
LA4	NÚMERO DE TRABAJADORES CON CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO CUBIERTOS POR UN CONVENIO COLECTIVO	Corona cuenta con una vinculación directa del 99,8% y del 0,2% de contratación a término fijo, generando gran sentido de pertenencia hacia la organización.	Total	3	63
LA5	PERIODO(S) MÍNIMO(S) DE PREAVISO RELATIVO(S) A CAMBIOS ORGANIZATIVOS, INCLUYENDO SI ESTAS NOTIFICACIONES SON ESPECIFICADAS EN LOS CONVENIOS COLECTIVOS.	Se realizó 1 notificación con un preaviso de 3 meses para formalizar el cierre del Hipercentro Corona ubicado en Montería.	Total	3	119
LA6	NÚMERO Y % DE TRABAJADORES QUE ESTÁ REPRESENTADO EN COMITÉS DE SALUD Y SEGURIDAD CONJUNTOS DE DIRECCIÓN-EMPLEADOS, ESTABLECIDOS PARA AYUDAR A CONTROLAR Y ASESORAR SOBRE PROGRAMAS DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	A cierre 2013 Corona contó con once comités en las UEN. La composición de estos comités paritarios es la siguiente: Rep. Empleador: 48% Rep. Trabajador: 52%	Total	1	119
LA7	TASAS DE AUSENTISMO, ENFERMEDADES PROFESIONALES, ACCIDENTES, DÍAS PERDIDOS Y NÚMERO DE VÍCTIMAS MORTALES RELACIONADAS CON EL TRABAJO POR REGIÓN.	Promesa Promover a nuestra Gente Contamos con 1 Accidente Fatal en la UEN de L&T reforzando medidas de seguridad.	Total	1	65
LA8	PROGRAMAS DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN, ASESORAMIENTO, PREVENCIÓN Y CONTROL DE RIESGOS QUE SE APLIQUEN A LOS TRABAJADORES, A SUS FAMILIAS O A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD EN RELACIÓN CON ENFERMEDADES GRAVES.	Promesa Promover a nuestra Gente	Total	1	55
LA10	PROMEDIO HORAS DE FORMACIÓN POR AÑO.	32.2 horas promedio por empleado	Total		64

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES LABORALES					
LA11	PROGRAMAS DE GESTIÓN DE HABILIDADES Y DE FORMACIÓN CONTINUA QUE FOMENTEN LA EMPLEABILIDAD DE LOS TRABAJADORES Y QUE LES APOYEN EN LA GESTIÓN DEL FINAL DE SUS CARRERAS PROFESIONALES.	Para 2013 se continuó con el acompañamiento en la revisión de historias Laborales a 232 colaboradores que están a 2 años de pensionarse. El programa Nueva Etapa se realizó en Vajillas y Colceramica Localidad Funza donde participaron 50 colaboradores.	Total		120
LA12	NÚMERO Y PORCENTAJE DE EMPLEADOS A TÉRMINO INDEFINIDO QUE RECIBEN EVALUACIONES REGULARES DEL DESEMPEÑO Y DE DESARROLLO PROFESIONAL	Promesa Promover a nuestra Gente	Total		64
LA13	COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y PLANTILLA, DESGLOSADO POR SEXO, GRUPO DE EDAD, PERTENENCIA A MINORÍAS Y OTROS INDICADORES DE DIVERSIDAD	Los órganos de Gobierno corporativo están conformados así: Por Género: Mujeres: 23% Hombres: 77 % Por Edad: Menor de 30 años: 0% Entre 30 y 50 años: 25% Mayor de 50 años: 75%	Total	6	62
LA14	RELACIÓN ENTRE SALARIO BASE DE LOS HOMBRES CON RESPECTO AL DE LAS MUJERES, DESGLOSADO POR CATEGORÍA PROFESIONAL.	El promedio ponderado de la relación del salario de hombres comparado al salario de mujeres es de 3,6%. Esta diferencia no está asociada a un tema de género sino a criterios de experiencia de cada perfil.	Total		120

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES SOCIEDAD					
SO1	NATURALEZA, ALCANCE Y EFECTIVIDAD DE PROGRAMAS Y PRÁCTICAS PARA EVALUAR Y GESTIONAR LOS IMPACTOS DE LAS OPERACIONES EN LAS COMUNIDADES, INCLUYENDO ENTRADA, OPERACIÓN Y SALIDA DE LA EMPRESA.	Promesa Impulsar el desarrollo Social	Total		107
SO2	PORCENTAJE Y NÚMERO TOTAL DE UNIDADES DE NEGOCIO ANALIZADAS CON RESPECTO A RIESGOS RELACIONADOS CON LA CORRUPCIÓN.	Dentro del Código de Ética y Conducta, capítulo de conducta de Empleados y Proveedores, se hace relación a la conducta de los mismos en temas de anticorrupción.	Parcial	10	121
SO3	PORCENTAJE DE EMPLEADOS FORMADOS EN LAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTI-CORRUPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	El 100% de los colaboradores reciben una capacitación sobre el manejo y cumplimiento del mismo y permanentemente en los medios de comunicación internos se hace refuerzo del cumplimiento y denuncia a los incumplimientos del mismo.	Total	10	121
SO4	MEDIDAS TOMADAS EN RESPUESTA A INCIDENTES DE CORRUPCIÓN.	En 2013 se presentaron 6 casos en los que los empleados fueron despedidos por corrupción	Total	10	121
SO5	POSICIÓN EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE LAS MISMAS Y DE ACTIVIDADES DE "LOBBYING".	Corona participa en la construcción y promoción de políticas públicas a través de los gremios de los cuales es miembro (ANDI, CECODES, CCCS, ANDA, Pacto Global y ONG locales en zonas de influencia)	Total	10	121
SO8	VALOR MONETARIO DE SANCIONES Y MULTAS SIGNIFICATIVAS Y NÚMERO TOTAL DE SANCIONES NO MONETARIAS DERIVADAS DEL INCUMPLIMIENTO DE LAS LEYES Y REGULACIONES.	Se presentó una multa por sanción ambiental por un presunto vertimiento ambiental por fuera de norma al río Medellín, en Vajillas Corona.	Total		121

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA
INDICADORES DERECHOS HUMANOS				
HR1	PORCENTAJE Y NÚMERO TOTAL DE ACUERDOS DE INVERSIÓN SIGNIFICATIVOS QUE INCLUYAN CLÁUSULAS DE DERECHOS HUMANOS O QUE HAYAN SIDO OBJETO DE ANÁLISIS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS.	No es material.	No se reporta	1-6
HR2	PORCENTAJE DE LOS PRINCIPALES DISTRIBUIDORES Y CONTRATISTAS QUE HAN SIDO OBJETO DE ANÁLISIS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS, Y MEDIDAS ADOPTADAS COMO CONSECUENCIA.	La totalidad de los proveedores reciben y firman el Código de Ética de Corona, en el cual establecen el compromiso de abstenerse de realizar conductas que impliquen o promuevan la esclavitud, trabajo infantil y, en general, la afrenta a los derechos humanos. Se ha traducido a Inglés el Código de Ética de la Organización el cual se ha compartido con proveedores del exterior.	Parcial	1-6 122
HR4	NÚMERO TOTAL DE INCIDENTES DE DISCRIMINACIÓN Y MEDIDAS ADOPTADAS.	No existieron incidentes relacionados con la discriminación	Total	1-3 122
HR5	ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA EN LAS QUE EL DERECHO A LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y DE ACOGERSE A CONVENIOS COLECTIVOS PUEDA CORRER IMPORTANTES RIESGOS, Y MEDIDAS ADOPTADAS PARA RESPALDAR ESTOS DERECHOS.	Se respeta el derecho a la libertad de asociación, en MI se cuenta con una Convención Colectiva que agrupa a 29 operarios y en Sodimac se cuenta con 272 trabajadores sindicalizados. No han existido casos en MI ni en SD en los que la libertad sindical haya sido afectada.	Total	3 63 y 122
HR6	ACTIVIDADES IDENTIFICADAS QUE CONLLEVAN UN RIESGO POTENCIAL DE INCIDENTES DE EXPLOTACIÓN INFANTIL, Y MEDIDAS ADOPTADAS PARA CONTRIBUIR A SU ELIMINACIÓN.	En Corona no se permite el trabajo de menores de edad en ninguna de sus Unidades de Negocio y adicionalmente se verifica que los proveedores de servicios y/o contratistas, cumplan con las leyes exigidas por el gobierno colombiano. A demás tanto el Pacto Global como nuestro Código de Ética, prohíben esta situación.	Total	5 122

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA
INDICADORES DERECHOS HUMANOS				
HR7	OPERACIONES IDENTIFICADAS COMO DE RIESGO SIGNIFICATIVO DE SER ORIGEN DE EPISODIOS DE TRABAJO FORZADO O NO CONSENTIDO, Y MEDIDAS ADOPTADAS PARA CONTRIBUIR A SU ELIMINACIÓN	Entendemos los derechos humanos desde de nuestros valores corporativos: • Respeto a las normas nacionales e internacionales relativas al trabajo forzoso y obligatorio • Respeto a las normas nacionales e internacionales relativas al trabajo infantil • Inclusión laboral de personas con discapacidad • Procesos de selección que brindan igualdad de oportunidades • No discriminación por motivo de raza, sexo o creencias	Total	4 122

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES PRODUCTO RESPONSABLE					
PR1	<p>FASES DEL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN LAS QUE SE EVALÚAN, PARA EN SU CASO SER MEJORADOS, LOS IMPACTOS DE LOS MISMOS EN LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES, Y PORCENTAJE DE CATEGORÍAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGNIFICATIVOS SUJETOS A TALES PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN.</p>	<p>Contamos con las siguientes certificaciones de calidad: ISO9001: GM, G&C, SM, S&L, VC. ISO14001: GM, G&C, SM. OHSAS18001: GM, G&C.</p> <p>97% de los productos de s&l están certificados de acuerdo a la NTC 920 -2012. 97% de los productos de P&P están certificados de acuerdo a la NTC 919.</p> <p>Para 2013, Corona – Colcerámica recibió la certificación de Calidad del Icontec para sus productos de P&P, S&L y G&C bajo una sola que certificación después de su integración</p>	Parcial	1	124
PR3	<p>TIPOS DE INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SON REQUERIDOS POR LOS PROCEDIMIENTOS EN VIGOR Y LA NORMATIVA, Y PORCENTAJE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUJETOS A TALES REQUERIMIENTOS INFORMATIVOS.</p>	<p>El plan de sostenibilidad ambiental de Corona tiene un frente de trabajo Portafolio de productos verdes, que permite gestionar el desarrollo de estos productos en las UEN. El objetivo para 2016 es contar con un producto certificado en cada UEN.</p> <p>Para 2013 conservamos la certificación EPA – Watersense, otorgada para los inodoros de alta eficiencia.</p>	Total		69 y 124
PR5	<p>PRÁCTICAS CON RESPECTO A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, INCLUYENDO LOS RESULTADOS DE LOS ESTUDIOS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.</p>	<p>Los resultados de encuestas de Satisfacción de clientes en las siguientes UEN fueron</p> <p>AC 94,8% GM 94,3% MI 91,9% SM 90,0%</p>	Total		35 y 124

GRI - G3	OBSERVACIONES	ALCANCE	PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL	PÁGINA	
INDICADORES PRODUCTO RESPONSABLE					
PR6	<p>PROGRAMAS DE CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES O ADHESIÓN A ESTÁNDARES Y CÓDIGOS VOLUNTARIOS MENCIONADOS EN COMUNICACIONES DE MARKETING, INCLUIDOS LA PUBLICIDAD, OTRAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES Y LOS PATROCINIOS.</p>	<p>todas las piezas publicitarias se elaboran de acuerdo con el Decreto 3466 de 1982 (Estatuto del Consumidor), el Código Colombiano de Autoregulación Publicitaria y la supervisión de ETESA para los sorteos promocionales.</p>	Total		125
PR7	<p>NÚMERO TOTAL DE INCIDENTES FRUTO DEL INCUMPLIMIENTO DE LAS REGULACIONES RELATIVAS A LAS COMUNICACIONES DE MARKETING.</p>	<p>En 2013 no se reportaron incumplimientos</p>	Total	1	125
PR9	<p>COSTE DE AQUELLAS MULTAS SIGNIFICATIVAS FRUTO DEL INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EN RELACIÓN CON EL SUMINISTRO Y EL USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA ORGANIZACIÓN.</p>	<p>En 2013 no se reportaron sanciones.</p>	Total	1	125

ACERCA DE ESTE INFORME

Este informe fue elaborado de acuerdo con la estrategia de Corona basada en 6 Promesas y siguiendo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) versión G3. En concordancia con los lineamientos del Pacto Global y los requerimientos de comunicación del mismo (Comunicación en Progreso – CoP). Adicionalmente, se tiene como referencia externa los lineamientos de DJSI identificados en la matriz de materialidad.

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

UNIDADES DE MANUFACTURA	SIGLA
CORONA COLCERÁMICA	CC
VAJILLAS CORONA	VC
INSUMOS, MATERIALES & PINTURAS	SM
MINERALES INDUSTRIALES	MI
GAMMA – AISLADORES CORONA	GM

UNIDADES DE SERVICIO	SIGLA
UNIDAD DE SERVICIOS COMPARTIDOS	USC
LOGÍSTICA Y TRANSPORTE	L&T
CENTRO CORPORATIVO	CCORP

UNIDADES DE RETAIL	SIGLA
ALMACENES CORONA	AC
SODIMAC	SD

Alcances y límites

El informe abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013, e incluye para la mayoría de los indicadores información comparativa desde el 2011.

Los indicadores GRI que se presentan en el informe, detallan los comentarios que permiten entender la metodología y supuestos utilizados para su cálculo

Deloitte.

Informe de revisión independiente

Revisión independiente del Informe de Sostenibilidad 2013 de la Organización Corona S.A

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del informe de sostenibilidad del año 2013 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales propuestos en dicha Guía. Por lo anterior, en nuestra revisión no se verificaron datos de ejercicios anteriores que se hayan incluido para efectos comparativos.

Estándares y procesos de verificación

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

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

- Reuniones con el personal de la Organización Corona para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el reporte de sostenibilidad 2013 mediante visitas a las Unidades Estratégicas de Negocio Minerales Industriales, Corlanc, Grifería, Almacenes Corona y Homecenter.
- Análisis de la adaptación de los contenidos e indicadores del informe de sostenibilidad a los recomendados en la guía G3 de GRI.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluidos en el informe de sostenibilidad 2013 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de la Organización Corona.

Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de sostenibilidad 2013 contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).

De acuerdo con nuestra revisión de indicadores y contenidos consideramos que el reporte cumple con los requisitos del nivel de calificación A+ según los estándares GRI.

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

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

Responsabilidades de la Dirección de Organización Corona y de Deloitte

- La preparación del Informe de Sostenibilidad 2013, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Organización Corona, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Organización Corona de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la Organización Corona.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de Sostenibilidad 2013 de la Organización Corona.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.
Jorge Enrique Múnera D.
Socio

Bogotá, Marzo 2014



Nos gusta como eres. | **corona**

