



INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2017

# PRÁCTICAS QUE HACEN LA DIFERENCIA

Somos lo que hacemos  
Sostenibilidad

corona

# TABLA DE CONTENIDO

## ACERCA DE ESTE INFORME

Este informe fue elaborado de acuerdo con la estrategia de Corona siguiendo las directrices estándar del *Global Reporting Initiative (GRI)* en concordancia con los lineamientos del Pacto Global, los requerimientos de comunicación del mismo (Comunicación de Progreso – COP) y los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

Incluye el análisis de materialidad que fue realizado teniendo en cuenta las prioridades y expectativas de los grupos de interés, las cuales se ven reflejadas en la matriz correspondiente.

A lo largo del informe se utilizan las siguientes siglas para hacer referencia a las empresas, Divisiones de Negocios, Unidades Comerciales y/o Funciones Transversales según corresponda.



**CORONA INDUSTRIAL**

### DIVISIONES DE NEGOCIOS

- ByC** Baños y Cocinas
- SMyP** Superficies Materiales y Pinturas
- IlyE** Insumos Industriales y Energía
- MS** Mesa Servida

### UNIDADES COMERCIALES

- CCC** Comercial Corona Colombia
- AC** Almacenes Corona

### DIVISIÓN INDEPENDIENTE

- EC** Ecocementos

### FUNCIONES TRANSVERSALES

- USC** Financiera, de Estrategia y Servicios
- LyT** y Servicios
- IT** y Servicios
- GH** Gestión Humana
- ACorp** Asuntos Corporativos
- GTC** Gerencia Tecnología Industrial



**HOMECENTER**



**TIENDAS FALABELLA**



**BANCO FALABELLA**

102-50

### Alcance y límites

El informe abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2017 e incluye para la mayoría de los indicadores información comparativa desde el 2015. Los indicadores GRI que se presentan detallan los comentarios que permiten entender la metodología y supuestos utilizados para su cálculo.

Además de la información de Colombia, este año se incluye información energética, hídrica y social correspondiente a nuestras operaciones controladas en Centroamérica, Estados Unidos y México.



**3 NUESTRA ORGANIZACIÓN**

**16 CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR**

**22 INCREMENTARLA COMPETITIVIDAD**

**27 POTENCIAR A NUESTRA GENTE**

**33 SER UNA EMPRESA RESPONSABLE SOCIAL Y AMBIENTALMENTE**

**52 INDICADORES GRI**



102-14

## **CARTA DEL PRESIDENTE**

**EL 2017 FUE UN AÑO** de grandes retos para todos los negocios de Organización Corona. El consumo y la construcción estuvieron menos dinámicos que en años anteriores, lo cual impactó las ventas de manera significativa y a pesar de los esfuerzos realizados no fue posible mitigar completamente el efecto de la coyuntura económica. En Corona Industrial se implementó un nuevo modelo operativo conformado por cuatro Divisiones de Negocios, dos Unidades Comerciales y cuatro Funciones de Soporte Transversales con el cual se busca consolidar una empresa más balanceada y enfocada en los negocios internacionales y en las necesidades de los consumidores en cada mercado donde se tiene presencia..

Es de destacar que en el 2017 Corona Industrial continuó adelantando el *assessment* tecnológico e implementando mejoras en procesos y desarrollando nuevos productos y tecnologías. En cuanto a las plataformas de crecimiento es de resaltar el inicio de la construcción de la planta de Ecocementos, proyecto en alianza con Cementos Molins de España, que esperamos entre en operación en el 2019 y se adquirió el 51% de Agromil, empresa líder en el desarrollo de productos para la fertilización avanzada de cultivos, lo que permitirá llevar el conocimiento de Corona Industrial en minerales no metálicos al sector agroindustrial. Por otra parte, Corona Industrial reafirmó su compromiso de ser una empresa ambientalmente responsable avanzando en la optimización de sistemas de recirculación de agua y recibió el reconocimiento de Líder en el programa Reconocimiento Empresarial en Sostenibilidad de parte de el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y el Centro Nacional de Producción Más Limpia.

En lo social Corona Industrial continuó trabajando para fortalecer la propuesta de valor a los colaboradores buscando mejorar su calidad de vida y la de sus familias, enfocándose en temas de educación, mejoramiento de vivienda y asuntos de salud y seguridad en el trabajo. Así mismo, continuó desarrollando los programas enfocados en comunidades tales como donaciones en especie, voluntariado y proyectos de potabilización de agua y saneamiento básico con los cuales se beneficiaron más de 100.000 personas.

Comprometidos con impulsar la innovación, Corona Industrial y Sodimac Colombia lanzaron la Aceleradora Sodimac Corona para trabajar con emprendimientos enfocados en las industrias de manufactura y *retail* a fin de incorporar



tecnologías como *big data*, internet de las cosas e inteligencia artificial en las operaciones y mejorar la experiencia de compra de los consumidores.

Sodimac Colombia, que desarrolla los formatos Homecenter y Constructor, logró unas ventas muy importantes a pesar del difícil entorno económico y avanzó en la implementación de su estrategia de omnicanalidad. Es de destacar la implementación de pantallas digitales en las tiendas para promover las ventas *non-store retailing*, la puesta en marcha de cajas de autoservicios en siete tiendas y la remodelación de los espacios físicos en las tiendas donde los consumidores recogen los productos que compraron por internet (servicio *click & collect*).

En materia ambiental, Sodimac Colombia obtuvo la certificación ISO 14001 de sistemas de gestión ambiental para 12 tiendas. Así mismo, el proyecto de eficiencia energética generó significativos ahorros en el consumo de energía y una reducción de la huella de carbono a través del cambio del 100% de luminarias a tecnología LED. En el frente social, benefició a más de 197 entidades a través del programa de donaciones en especie y reafirmó su compromiso con la inclusión al vincular directamente a más de 120 personas con algún tipo de discapacidad.

En cuanto a los negocios no controlados de Organización Corona, es de mencionar que el negocio de tiendas por departamentos, Falabella de Colombia, abrió una nueva tienda en Bogotá y continuó creciendo las ventas por internet gracias a un buen enfoque en las preferencias del consumidor digital. A su vez, Banco Falabella avanzó en la aplicación de inteligencia artificial y deep learning, entre otras tecnologías digitales, en sus procesos para mejorar la experiencia del cliente y cerró una alianza con Makro que le permitirá ofrecer sus servicios a los clientes de esta cadena mayorista y ampliar su red de sucursales.

En este informe podrán encontrar el detalle de nuestra gestión desde la perspectiva de la triple cuenta de resultados y nuestro compromiso con el cumplimiento de las directrices del Pacto Global y de los ODS. Los invito a leerlo detalladamente.

Cordialmente,

**CARLOS ENRIQUE MORENO**  
 Presidente Organización Corona

102-4

# Corona en cifras\*

## 136 AÑOS DE HISTORIA EMPRESARIAL

**17.465**

Empleados directos

Ambiente laboral (medición propia)

**82,1**

Corona Industrial

GPTW (Great Place To Work)

**74,9**

Homecenter



**\$82.709**

Millones de pesos en beneficios extralegales de empleados.



Corona Industrial

**119.655**

Personas beneficiadas con proyectos sociales.



Homecenter

**197**

Entidades beneficiadas por donaciones.

\$

**5,3**

Billones de pesos en ventas



**4.199**

Terajoules consumo de energía

**1'792.929 m<sup>3</sup>**

Agua reciclada

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO

**5** Continentes

**50** Destinos de exportación

● DESTINO DE EXPORTACIÓN

■ OFICINAS SUMINISTROS

■ PLANTA

**4** Empresas



Corona Industrial



Homecenter



Tiendas Falabella



Banco Falabella

**1**

Oficina de suministros globales en China



**30**

Plantas

- ..... 20 Colombia
- ..... 3 Centro América
- ..... 3 EEUU
- ..... 1 Brasil
- ..... 3 México



**82**

Tiendas en Colombia

\* Información de Corona Industrial y Homecenter

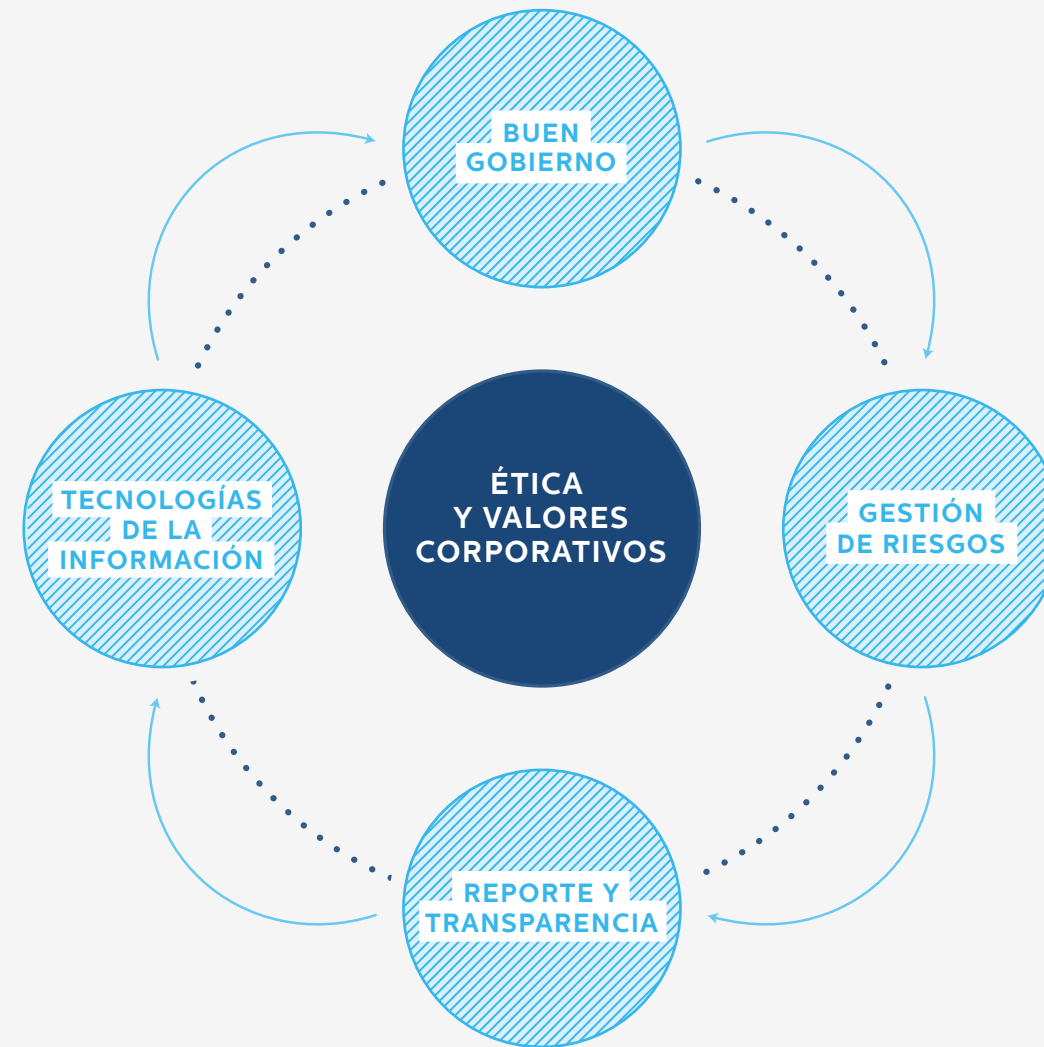
102-18

# SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

**EN CORONA CONTAMOS CON** un sistema de Gobierno Corporativo orientado a facilitar el cumplimiento de nuestras promesas estratégicas y de las normas legales aplicables a nuestras actividades en todos los países donde operamos. Este sistema reúne el conjunto de normas, políticas y buenas prácticas, bajo las cuales las sociedades que hacen parte del grupo empresarial, sus directores, administradores y colaboradores se relacionan con los grupos de interés, a fin de mantener credibilidad y confianza.

Nuestro sistema de Gobierno Corporativo está compuesto por cinco grandes capítulos y está centrado en el Código de Ética y los valores corporativos.

*El sistema de Gobierno Corporativo ha permitido establecer las bases sólidas de una administración estable, eficiente y centrada en nuestros grupos de interés.*



102-16

## Ética y valores corporativos

La ética y los valores corporativos son centrales en toda nuestra gestión. Parten de una visión del ser y del hacer, que nos conduce a ser responsables con la sociedad, trabajando en red para multiplicar nuestro potencial y eficiencia, de una manera austera y sencilla.

Este conjunto de valores está reflejado en el Código de Ética el cual orienta la conducta de todos colaboradores y nos ha permitido tener estructuras de administración transparentes e íntegras.

## Buen gobierno

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

en nuestros grupos de interés, facilitar una adecuada administración y un mayor control de los niveles de riesgo.

Adicionalmente nuestros órganos de administración cumplen su función sobre la base de políticas que definen sus responsabilidades y atribuciones. Para tal efecto además revelamos el esquema de compensación y el de evaluación de nuestra Junta Directiva.

## Reporte y transparencia

Contamos con una serie de medios orientados a promover comunicación y confianza en todos nuestros grupos de interés. Para tal efecto publicamos nuestros mecanismos de contacto, nuestra línea de ética y anticorrupción, nuestra Política de Lucha Anticorrupción, el informe de revisoría fiscal y los principales casos de prácticas contrarias a la ética.

## Gestión de riesgos

Un aspecto central de nuestra tarea es la gestión de riesgos y la adopción de medidas de control para disminuir la probabilidad de ocurrencia del evento o para reducir su impacto si ocurre.

Para facilitar esta gestión hemos definido:

- i) una Política Integral de Riesgos que define los lineamientos generales para la identificación, el análisis, la evaluación, el tratamiento y el monitoreo adecuado de los riesgos asociados a la actividad de Corona;
- ii) un Mapa de Riesgos que contiene la identificación y valoración de los riesgos que se pueden generar en la operación de cada División de Negocios, Unidad Comercial y Función de Soporte Transversal, su clasificación en escalas de evaluación y sus correspondientes planes de acción; y
- iii) un Manual de Manejo de Comunicaciones en Situaciones de Crisis que consagra información general acerca del manejo de situaciones de riesgo y las acciones específicas a seguir.

En Corona estamos totalmente comprometidos con el estricto cumplimiento de las normas legales vigentes y aplicables a nuestras actividades en todos los países donde operamos. Por esta razón, durante 2017 implementamos un programa de detección y gestión de riesgos de cumplimiento de leyes, políticas internas y mejores prácticas, orientado a mitigar el riesgo legal derivado de cualquier posible incumplimiento normativo que pudiera generar pérdidas financieras o daños reputacionales. Para la prevención y mitigación de este riesgo contamos con un equipo que define los lineamientos corporativos y

que administra e implementa mecanismos que permitan controlar, identificar, crear alertas y reportar cualquier tipo de incidente.

Finalmente tenemos una Política de Auditoría que reglamenta la función de la auditoría interna e informa a las distintas áreas los lineamientos que sigue en la ejecución de sus labores. Así mismo contamos con un Comité de Auditoría que funciona como un órgano asesor de la Junta Directiva en asuntos relacionados con control interno.

## Tecnologías de la información

Estamos totalmente comprometidos con el estricto cumplimiento de las normas legales vigentes y aplicables, así como a la protección de la información y garantía de confidencialidad de todas las personas que interactúan con nosotros. Por esa razón hemos desarrollado una Política de Seguridad de la Información y un modelo de gobierno que nos ha permitido establecer protocolos de actuación involucrando las herramientas y las tecnologías de la información en servicio de mayor transparencia.



102-46

# ENFOQUE ESTRATÉGICO DE NUESTRA ORGANIZACIÓN

## 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.

## HACIA DÓNDE VAMOS

Por qué, cómo y qué hacemos

### ¿Por qué?

Mejoramos vidas transformando espacios.

### ¿Qué?

- Construye soluciones para una vida mejor.
- Vive los valores corporativos.
- Genera resultados de triple cuenta.

### ¿Cómo?

- Una compañía multinacional enfocada en el sector de la construcción, que provee soluciones completas a sus clientes y consumidores.
- Atrae el mejor talento y promueve el desarrollo y el bienestar de sus colaboradores.
- Ayuda a mejorar las condiciones de vida en sus zonas de influencia.

## NUESTRAS PROMESAS

Nuestro propósito central es mejorar vidas transformando espacios 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 cuatro promesas con las que nos hemos comprometido y en las cuales enmarcamos nuestros proyectos e iniciativas. Estas promesas son:

### Crecer orientados al consumidor

Expandir el negocio entregando consistentemente la oferta de valor, incrementando la preferencia y mejorando la experiencia de nuestros consumidores.

### Incrementar la competitividad

Ser un jugador relevante y competitivo en la región, llegando eficiente y rentablemente al mercado.

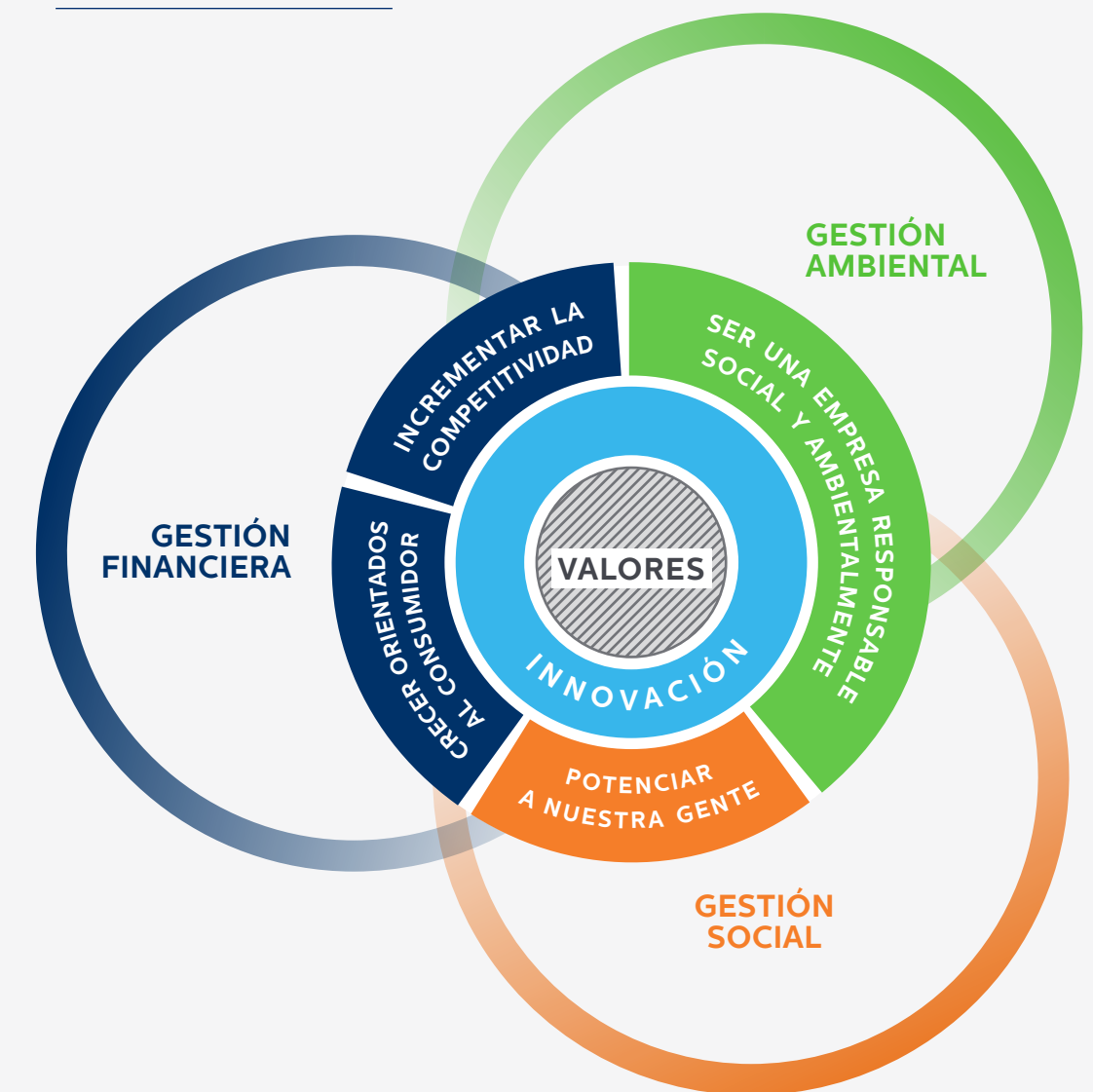
### Potenciar a nuestra gente

Ser un excelente lugar para trabajar, desarrollando el talento y mejorando la calidad de vida de nuestra gente y sus familias.

### Ser una empresa responsable social y ambientalmente

Hacer uso eficiente de los recursos naturales y crear impactos positivos para la sociedad.

## TRIPLE CUENTA





## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

LA COMUNIDAD INTERNACIONAL DEFINIÓ en el 2015 los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) dando una hoja de ruta para promover no solo la erradicación de la pobreza sino la generación de crecimiento económico y el cuidado del medio ambiente. En Corona estamos comprometidos con los ODS y nos vinculamos a ellos por medio de los distintos proyectos e iniciativas que desarrollamos y los cuales se enmarcan en nuestra estrategia y aportan al cumplimiento de las metas desde lo que hacemos. De los 17 ODS hemos identificado aquellos en los que más influimos y dentro de los cuales podemos destacar\*:

### Impacto directo



- Proyectos en alianza Fundación Corona
- Ecoeficiencia
- Recursos naturales



- Lograr una manufactura competitiva y eficiente
- Seguridad y salud ocupacional



- Donaciones en especie



- Recursos naturales

### Influencia directa



- Donaciones en especie



- Donaciones en especie
- Voluntariado corporativo



- Cambio climático



- Proyectos en alianza Fundación Corona

### Influencia indirecta



- Donaciones en especie

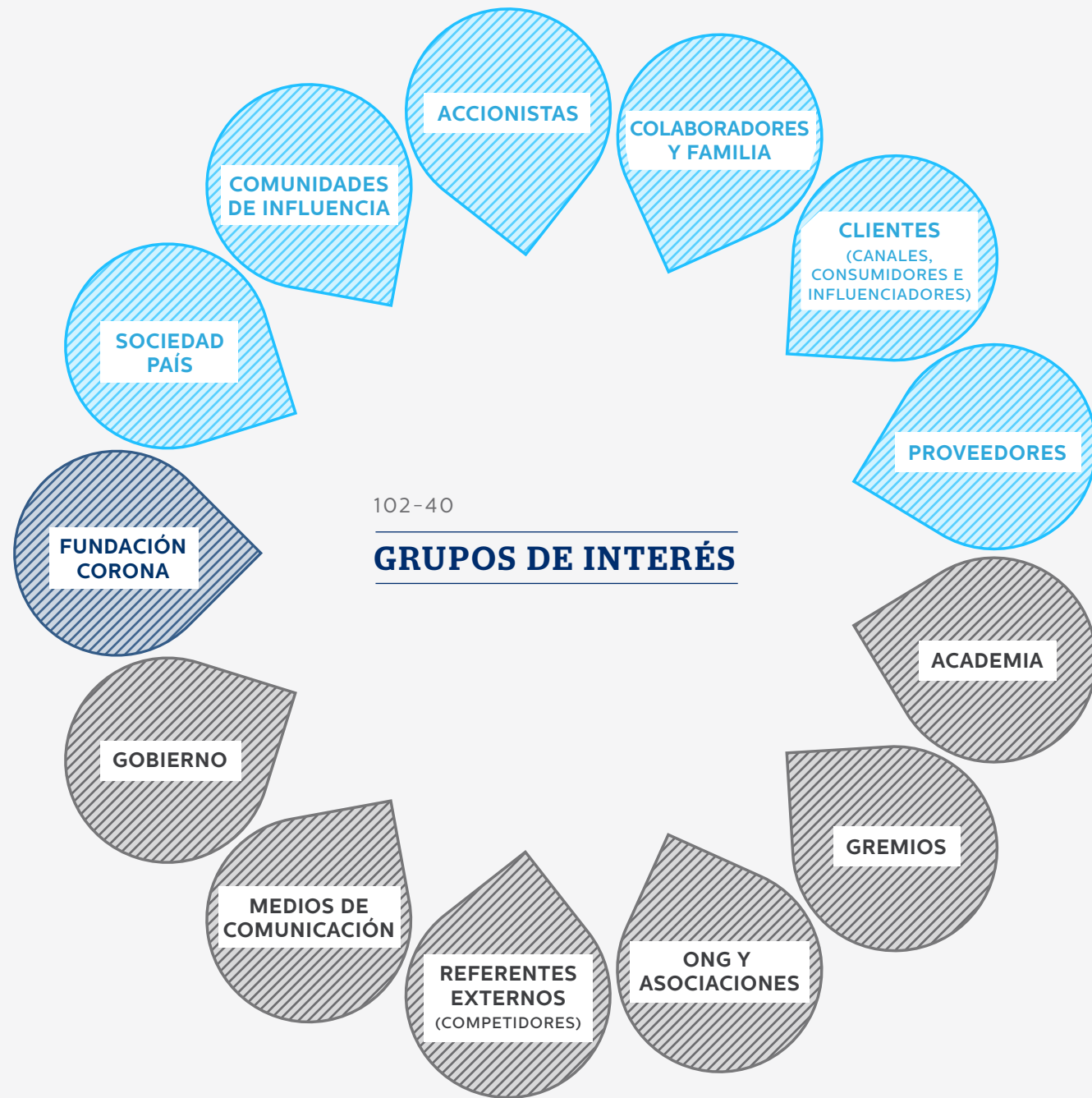


- Recursos naturales



- Cambio Climático

\* Durante el informe se encontrará referencia de la relación de nuestra gestión y los ODS de impacto e influencia directa



**DIRECTOS** Prioritarios, con los cuales Corona desarrolla alianzas conjuntas

**SOCIO ESTRATÉGICO** Grupos de interés que facilitan la ejecución de alianzas con los grupos directos

**ALIADOS**

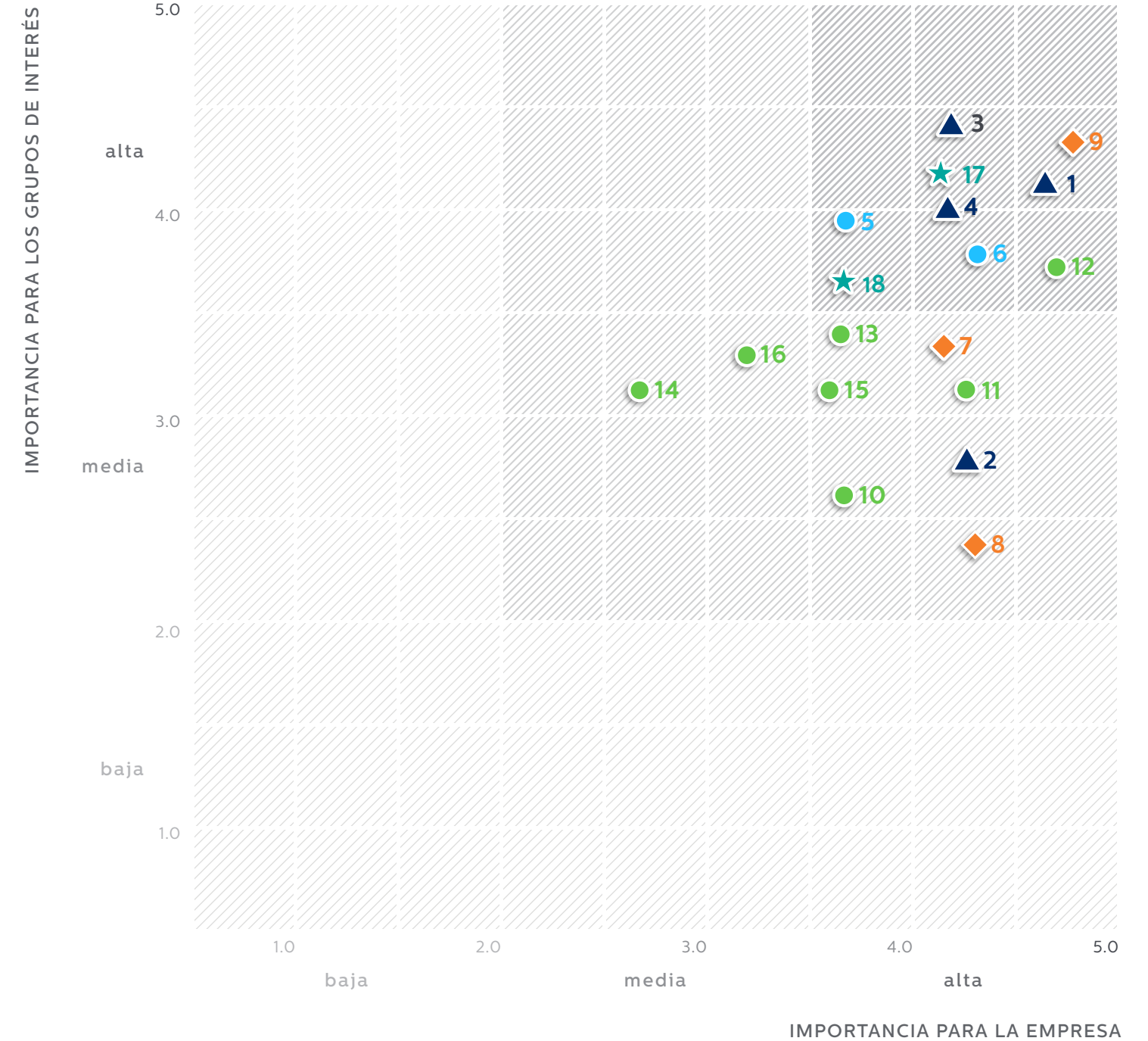
Corona participa activamente en el comité de Crecimiento Verde del DNP y ha realizado actividades voluntarias como la medición de la huella de publicidad liderada por la ANDA.

102-46

## MATRIZ DE MATERIALIDAD

EN CORONA REALIZAMOS EL primer análisis de materialidad en el 2015 con base en el cual construimos nuestra matriz. Durante los años posteriores hemos venido actualizándola. En el 2017 iniciamos el proceso formal de validación de los asuntos materiales a la luz de la estrategia, los riesgos, la operación y la percepción de nuestros grupos de interés. Para esto realizamos un *benchmark* identificando las mejores prácticas y definimos el procedimiento a seguir para el ejercicio el cual incluyó un total de 96 encuestas a colaboradores, autoridades locales y representantes de las comunidades de las zonas de influencia. El ejercicio permitió iniciar la validación de los asuntos relevantes confirmando la pertinencia de la gestión que hemos venido adelantando. Durante el 2018 continuaremos el ejercicio con los distintos grupos de interés para así contar con una matriz que de respuesta a las expectativas de todos.

*Esta práctica nos ha permitido identificar los temas relevantes en los distintos ámbitos directamente con nuestros grupos de interés.*



### ▲ CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR

- 1 Crecimiento rentable en ventas
- 2 Incrementar el valor de las marcas
- 3 Conocer profundamente el consumidor
- 4 Innovación de producto ágil y orientada al consumidor

### ● INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD

- 5 Lograr una manufactura competitiva y eficiente
- 6 Entregar al menor costo y cumpliendo la promesa de servicio

### ◆ POTENCIAR A NUESTRA GENTE

- 7 Ser uno de los mejores lugares para trabajar
- 8 Gestionar el talento y la cultura a nivel multinacional
- 9 Seguridad y salud ocupacional

### ● SER UNA EMPRESA RESPONSABLE SOCIAL Y AMBIENTALMENTE

- 10 Ecoeficiencia
- 11 Cambio climático
- 12 Cumplimiento legal
- 13 Recursos naturales
- 14 Productos responsables con el medio ambiente
- 15 Desarrollo de proveedores en temas de sostenibilidad
- 16 Impacto positivo en las comunidades

### ★ OTROS TEMAS MATERIALES

- 17 Gobierno Corporativo
- 18 Relacionamiento con los grupos de interés

102-21

## SISTEMA DE RELACIONAMIENTO

**ESTAMOS COMPROMETIDOS CON GENERAR** valor compartido para todos nuestros grupos de interés (accionistas, clientes, colaboradores, proveedores, comunidad y gobierno, ONG y gremios). Con esto en mente construimos nuestra estrategia corporativa.

En los últimos años hemos venido fortaleciendo nuestra gestión con nuestros grupos de interés, generando relaciones constantes basadas en la confianza lo que ha permitido identificar sinergias y desarrollar alianzas estratégicas. Es así como hemos podido responder a las tendencias sociales y ambientales, las dinámicas de mercados o las políticas y regulación adversas. Los intercambios de ideas y la elaboración de planes de trabajo conjunto no sólo han impedido la materialización de riesgos, sino que también han facilitado que situaciones de necesidad se conviertan en una oportunidad para generar impacto y mejorar entorno.

Nuestro Sistema de Relacionamiento es una herramienta fundamental para construir relaciones de confianza y comunicación efectiva entre Corona y sus grupos de interés.

- Grupos de interés
- Instrumentos de comunicación
- Programas y proyectos



102-2  
**ORGANIZACIÓN  
CORONA**

<p><b>CORONA INDUSTRIAL</b></p>	<p><b>Divisiones de negocios</b></p>	 <p><b>BAÑOS Y COCINAS</b></p> <p>Dedicada al desarrollo y fabricación de productos que conforman soluciones integrales para baños y cocinas en Colombia, Estados Unidos, Centro América, México y Brasil por medio de las marcas Corona, Grival, American Standard, Ambiance, Mansfield, Orchid Ceramics y Vortens.</p>
	<p><b>Unidades Comerciales</b></p>	 <p><b>SUPERFICIES, MATERIALES Y PINTURAS</b></p> <p>Desarrolla y fabrica productos para la construcción y remodelación que incluyen revestimientos, materiales de construcción brindando soluciones y sistemas constructivos.</p>
		 <p><b>INSUMOS INDUSTRIALES Y ENERGÍA</b></p> <p>Integra dos negocios: Insumos Industriales que produce insumos y materias primas para la industria cerámica de Corona y para terceros y Energía que está enfocado en generar valor a sus clientes por medio de la innovación en las diversas categorías de productos y servicios especializados para los sectores de energía eléctrica y de industria.</p>
		 <p><b>MESA SERVIDA</b></p> <p>Uno de los fabricantes más antiguos y reconocidos de vajillas de Colombia y Latinoamérica, así mismo comercializa cristalería y cubertería para completar su oferta para la mesa servida.</p>
	<p><b>División independiente</b></p>	 <p><b>COMERCIAL CORONA COLOMBIA</b></p> <p>Unidad Comercial encargada de las fuerzas de ventas para las Divisiones de Negocios de Baños y Cocinas y de Superficies, Materiales y Pinturas –las dos divisiones de Corona de productos de acabados para la construcción en Colombia.</p>
		 <p><b>ALMACENES CORONA</b></p> <p>Comercializa soluciones para pisos, baños y cocinas, ofrece diseño asequible para todos los gustos, amplias opciones de financiación y de servicios relacionados con la transformación del hogar.</p>
	<p><b>Funciones transversales</b></p>	 <p><b>ECOCEMENTOS</b></p> <p>Se constituyó en desarrollo de la alianza entre Corona y Cementos Molins celebrada en septiembre del 2015 para desarrollar de manera conjunta el negocio de producción y venta de cemento en Colombia.</p>
<p><b>Funciones transversales</b></p>	 <p>Unidades de apoyo para Divisiones de Negocios y Unidades Comerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiera, Estrategia y Servicios</li> <li>• Gestión Humana Integral</li> <li>• Asuntos Corporativos</li> <li>• GTC (Tecnología industrial)</li> </ul>	
<p><b>HOMECENTER</b></p>	 <p>Empresa colombo chilena con 25 años de trayectoria en Colombia y una participación accionaria de 51% de Organización Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia s.a. cuyo inversionista es el Grupo Falabella de Chile. Homecenter ofrece todos los productos y servicios que necesitan los consumidores para llevar a cabo grandes y pequeños proyectos</p>	
<p><b>TIENDAS FALABELLA</b></p>	 <p>Empresa de retail especializada en las categorías de moda, accesorios para el hogar y electrónicos y electrodomésticos. Cuenta con diferentes formatos incluyendo las tiendas por departamentos Falabella, la tienda de hogar y decoración Crate &amp; Barrel en Colombia y las tiendas <i>stand alone</i> Call It Spring.</p>	
<p><b>BANCO FALABELLA</b></p>	 <p>Compañía de banca retail que inició operaciones en Colombia en el 2005 y que hoy cuenta con más de 2 millones de clientes y es el cuarto emisor más grande de tarjetas de crédito en el país.</p>	

# INNOVACIÓN

LA INNOVACIÓN ES PRIMORDIAL en nuestra estrategia por eso es un tema transversal a todo lo que hacemos. Es decir, la innovación está al servicio de la estrategia para amplificar y cumplir todas nuestras promesas corporativas y lograr la mega.

Para esto contamos con Prisma, nuestro sistema de innovación que ofrece herramientas y recursos para formar cada vez más personas con el ADN innovador, inquietas y preocupadas por el desarrollo y crecimiento de nuestra empresa.



Innovamos en todo lo que hacemos



## LIGA DE CAMPEONES



Evento corporativo llevado a cabo con los ganadores de Campeones de cada unidad de negocio

## CAMPEONES



Evento local que se desarrolla en varias unidades de negocio

## SEMANA



Evento a nivel local y corporativo en el que se exponen diferentes proyectos llevados a cabo en todos los negocios

## ALQUIMISTA



Reconocimiento del día a día

*El sistema permite reconocer y recompensar las ideas innovadoras de nuestros colaboradores en eventos donde promovemos el talento por el valor que genera.*

En Corona estamos desarrollando una capacidad organizacional que nos permite innovar de manera sistemática y organizada en:



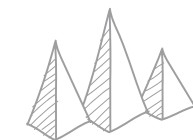
Productos y servicios



Procesos



Modelos de negocios y mercados



Prácticas organizacionales



Sostenibilidad ambiental y social



Transformación digital

## ALGUNAS INNOVACIONES DEL 2017



### Productos y servicios



#### BOQUILLAS CONCOLOR MAX

##### CARACTERÍSTICAS

- ▶ Repelen las manchas con base agua y base aceite
- ▶ Garantizan acabados suaves con colores que no se fisuran
- ▶ Fáciles de aplicar y tienen mayor durabilidad



#### SANITARIO AQUA PRO

##### CARACTERÍSTICAS

- ▶ Con taza alargada, sin anillo
- ▶ Tecnología Maxi Clean que permite mejor lavado
- ▶ Desempeño hidráulico excepcional que hace posible una mayor capacidad de descarga y ahorro agua



### Transformación digital



#### HYBRIS - UNO A UNO

##### CARACTERÍSTICAS

- ▶ Proyecto encaminado a mejorar la experiencia de usuario en el portal de compras para los clientes B2B del país.
- ▶ Facilita el proceso de compra multicompañía en una misma transacción

##### RECONOCIMIENTOS

Prisma - Bronce



#### DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA DECORACIÓN DE PLATOS DE VAJILLERÍA

##### CARACTERÍSTICAS

- ▶ Innovación en el proceso de fabricación de vajillas por medio de la integración de tecnologías digitales, usadas por primera vez en el mundo de la vajillería, para la decoración en línea de platos.

##### RECONOCIMIENTOS

Prisma Oro



### Sostenibilidad ambiental y social



#### OPTIMIZACIÓN DE CONSUMO DE LODOS DE LA PTARI EN LA FABRICACIÓN DE PASTA AUTOMATIZADA

##### CARACTERÍSTICAS

- ▶ Implementación de ciclo cerrado de materias primas en el proceso de pisos y paredes de la planta de Girardota por medio de la adición total del lodo resultante de la PTARI de las plantas de Girardota y La Estrella como parte de la formulación de pasta. Con esto se elimina la disposición final de lodos y se disminuye el consumo de materias primas.

##### RECONOCIMIENTOS

Prisma Oro



### Prácticas Organizacionales



#### MODELO DE PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DDMRP

##### CARACTERÍSTICAS

- ▶ Cambio en el modelo de planeación de inventarios orientado a optimizar el flujo del proceso logrando una reducción de inventario y aumentando la confiabilidad del mismo.

##### RECONOCIMIENTOS

Prisma Oro

# RECONOCIMIENTOS



**1** Mansfield recibe reconocimiento **Crystal Vision** otorgado a compañías que hacen parte de la industria de remodelación de cocinas y baños en Estados Unidos

**4** La Revista La Barra entregó los Premios La Barra otorgándole a **Vajillas Corona el primer lugar** en la categoría de Mejor Proveedor de Productos Nacionales Table Top de Colombia

**7** Colcerámica y Sumicol figuran en las posiciones 4 y 7 respectivamente en el primer **ranking de las empresas más innovadoras** del país construido por la ANDI y la Revista Dinero

**10** Corona entró al **Top 10** del ranking Merco Empresas Colombia 2017 ocupando el décimo puesto dentro de las 100 empresas con mejor reputación. Así mismo se mantuvo en el **primer lugar** del sector Industrial

**2** Corona ocupó el **primer lugar** del sector Industrial y el décimo puesto en el ranking “Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo Colombia”

**5** Gamma y Vajillas Corona fueron reconocidas por su **compromiso y aporte al desarrollo** del departamento en el marco de los 25 años de la Cámara de Comercio Aburrá Sur

**8** Corona fue reconocida como una de las 5 **mejores empresas en su gestión ambiental** por parte del Área Metropolitana del Valle de Aburrá y el Centro Nacional de Producción Más Limpia

**11** Durante la entrega XIX de los Premios a la Excelencia Inmobiliaria de la Federación Internacional de Profesiones Inmobiliarias, (Fiaci), Corona fue reconocida como **Empresa Internacional del Año**

**3** Connect Bogotá Región, organización que fomenta la innovación, reconoció a Corona como la **«Organización más abierta al riesgo»** al ser pionera en el apoyo al emprendimiento

**6** Corona ocupó el **puesto 12** dentro de las 100 empresas con mayor capacidad de retener y atraer talento en Colombia en Merco Talento 2017

**9** Corona en el **Top 5** del ranking de Goodwill

**12** Corona se ubicó en el puesto número 25 de los Fabricantes de Revestimientos Cerámicos y en el puesto 5 de los Fabricantes de Cerámica Sanitaria a nivel mundial según la revista italiana **Ceramic World Review**



PROMESA  
1

**CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR**

**103-1 Enfoque de gestión**

En Corona buscamos de manera permanente ofrecer nuevos productos y servicios a nuestros clientes y consumidores, por eso estamos enfocados en asegurar un crecimiento rentable y sostenible a través del fortalecimiento de los mercados actuales y la expansión hacia mercados potenciales. Internamente nos enfocamos en estimular la innovación y las plataformas de crecimiento que nos permitan ampliar nuestro portafolio, complementar nuestra oferta de valor y consolidarnos como líderes del mercado de manufactura y comercialización de productos para el hogar, la construcción, la industria y el sector de energía.

**103-2**

ASUNTOS	INDICADORES	2016	2017
CR24 Conocer profundamente al consumidor	Satisfacción del cliente*	Los resultados de encuestas de satisfacción de clientes en las siguientes UENS fueron: AC: 96,5% ER: 87,8% MI: 89,0% SM: 90,8% GM: 90,8% USC: 4,4/5,0 CC: 4,1/5,0	Los resultados de encuestas de satisfacción de clientes <b>AC: 91,6%</b> <b>USC: 4,3/5</b>
CR20 Incrementar el valor de las marcas	Equity de marca	53,6	No se realizó medición en 2017
CR21 Innovación de producto ágil y orientada al consumidor	Vitalidad de portafolio	43,7%	<b>39,2%</b>
CR2 Crecimiento rentable en ventas	Ingresos operacionales	7%	<b>-2,9%</b>

\* En 2017 se realizó encuesta de satisfacción en Almacenes Corona y la USC únicamente



# CONOCER PROFUNDAMENTE EL CONSUMIDOR

## Inauguración Centros Corona

Los cambios en el mercado, los nuevos competidores, el crecimiento de la clase media y los avances tecnológicos que le facilitan al consumidor conocer tendencias fueron algunos de los factores que pusieron en evidencia la oportunidad de evolucionar nuestra cadena de retail de cara al consumidor y al mejoramiento de la expresión de la marca Corona.

Durante el 2017 inauguramos 5 Centros Corona –3 en Cali y 2 en Bogotá– enfocados en las necesidades de los consumidores y con el firme propósito de ofrecer un completo portafolio de productos para la remodelación y renovación de diferentes espacios del hogar y de garantizar una experiencia de compra placentera, memorable y cercana con la mejor asesoría.

Estos nuevos Centro Corona fueron transformados en respuesta a las necesidades de los consumidores de encontrar en un solo lugar todo nuestro portafolio y nuestra oferta de soluciones, así como servicio personalizado y diversas opciones de pago y financiación.

Actualmente contamos con 4 formatos retail, 39 tiendas en total y un canal institucional con presencia en 5 regiones.

La transformación de la cadena se hará de manera gradual en los próximos años y le daremos prioridad a los puntos que presenten una mayor e inmediata oportunidad de negocio según el mercado de su ubicación.

5  
nuevos  
Centros Corona  
en el país



## Llave Maestra

2010

### INICIA

Hace siete años, lanzamos el programa de lealtad Llave Maestra Corona para maestros de obra en todas sus especialidades con quienes se busca desarrollar una relación más cercana y perdurable. Cualquier trabajador de construcción puede vincularse al programa de manera gratuita para empezar a disfrutar de los beneficios de ser socio de Llave Maestra Corona.

Para Corona es fundamental conocer mejor a sus influenciadores y compradores y potencializar sus capacidades, y Llave Maestra ha sido el camino para lograrlo.



Una buena práctica...  
**BENEFICIOS**

2017

**Avances** Al cierre de 2017 seguimos fortaleciendo este programa con formación y capacitación permanente, llegando a nuevas ciudades y vinculando a nuevos maestros.



**Capacitaciones** Contamos con un Programa de Capacitación con alta cobertura y frecuencia a nivel nacional realizado directamente por personal técnico de Corona, cuyo objetivo es profesionalizar a los maestros de obra en temas como tendencias, técnicas de instalación, uso del producto, lanzamientos, administración de las finanzas personales e introducción al mundo digital, entre otros. Registramos más de 18.000 asistencias a las capacitaciones a cierre de noviembre 2017 (incluye maestros que asisten a varias capacitaciones).

<b>12</b>	Apartadó, .....
Ciudades	Armenia, .....
	Bogotá, .....
	Barranquilla, .....
	Bucaramanga, .....
	Cali, .....
	Cartagena, .....
	Cúcuta, .....
	Medellín, .....
	Pereira, .....
	Santa Marta, .....
	Valledupar, .....



**Cajas de autopago Homecenter**

Durante el 2017 se implementaron las cajas de autopago en Homecenter con el fin de mejorar la experiencia de pago de nuestros clientes. Esta nueva alternativa tiene como beneficios filas más cortas, mayor cobertura de cajas y mayor agilidad en el tiempo de atención.

**Círculo de especialistas/ Homecenter**

Programa de la marca Constructor que reúne a maestros, contratistas y personas que están relacionadas con el mundo de la construcción, el mantenimiento y la remodelación

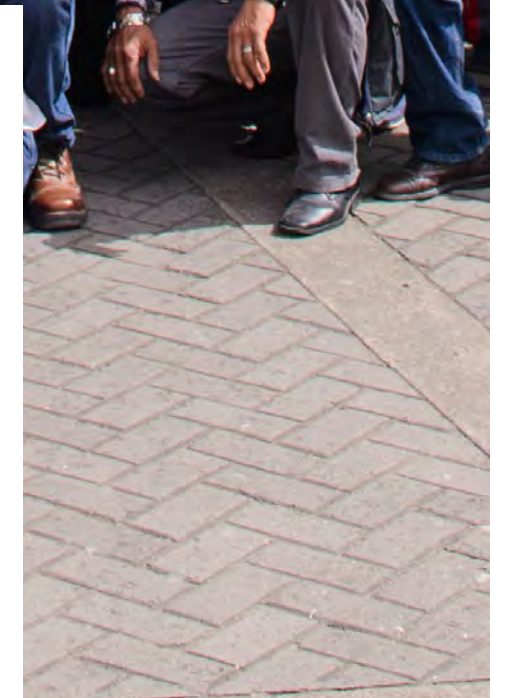
Entrega de 305 Becas para el Diploma de Gestión de la Innovación Empresarial aplicado al Sector de la Construcción, como parte de los beneficios del Círculo de Especialistas a sus asociados.



**Alianza Grival - Rappi**

Grival y Rappi lanzaron una aplicación para gestionar domicilios, hicieron un convenio para ofrecer servicios de plomería con personal capacitado por Corona y conector del portafolio y la oferta de valor de Grival.

Esta iniciativa que atenderá inicialmente la ciudad de Bogotá surge de la necesidad de Grival de apoyar a los plomeros conectándolos más con nuestros consumidores. Todos los plomeros que prestan el servicio por Rappi son participantes activos de las capacitaciones de Grival y por lo tanto tienen un conocimiento superior de plomería y del uso correcto de los productos.



Una buena práctica...  
**BENEFICIOS**

**Recompensa por compras** Los maestros reciben el 1% del valor de las compras propias o referidas que realicen en Hipercentros Corona, Tiendas Cerámicas, Centros Corona y Centros de Inspiración Corona.

**Revista Llave Maestra** Publicación de distribución nacional, considerada una extensión de las capacitaciones. Durante el 2017 se publicaron 3 ediciones en las cuales se resaltaron historias de vida de los socios del programa y se presentaron novedades del sector y de las marcas asociadas. Es un espacio donde además de hablar de producto y soluciones constructivas se resalta la vida de los maestros, su oficio y se dan recomendaciones para cuidar su salud y atraer más clientes.



24

Ediciones de la revista

EN 7 AÑOS

15.000

Ejemplares impresos de la revista

POR EDICIÓN

**Celebración de fechas y eventos especiales** Día de la familia, día del padre, invitación a ferias de construcción, entre otros, donde buscamos enaltecer la labor del maestro y propiciar espacios de bienestar y disfrute con su familia.



# INNOVACIÓN DE PRODUCTO ÁGIL Y ORIENTADA AL CONSUMIDOR

**CON RESPECTO A NUESTRO** compromiso de fortalecer la propuesta de valor ofreciendo productos y soluciones integradas e innovadoras con funcionalidad superior y diseño excepcional, durante el 2017 podemos destacar los siguientes lanzamientos:

## Grifería Aluvia

La División de Negocios de Baños y Cocinas lanzó la grifería Aluvia que ganó el reconocimiento Oro en la categoría «Bathroom Furniture and Sanitary Ware Design» de los premios *A'Design Award & Competition*, uno de los más importantes y prestigiosos en diseño a nivel mundial. El diseño está inspirado en la erosión aluvial y la grifería está hecha de plástico cromado que responde a la necesidad de los consumidores que buscan productos económicos con gran diseño. Algunos de sus principales beneficios son un ultra ahorro de agua al consumir 5,7 litros por minuto en lavamanos y lavaplatos y 7,3 litros por minuto en duchas.

## Lanzamiento de sanitarios Solare y Crescento

El sanitario Solare trae un diseño continuo y limpio que representa la fluidez de las formas orgánicas creando un producto que integra el bienestar y la funcionalidad. El sanitario Crescento ofrece un concepto compacto, único y atemporal y llega para imprimir carácter al espacio del baño con sus formas armoniosas. Ambas líneas de sanitarios ofrecen ventajas y beneficios incluyendo ahorro de agua, mayor capacidad de evacuación, evita taponamientos, mayor higiene sin devolución de olores, fácil instalación y mantenimiento.

Así mismo, para los consumidores en Estados Unidos desarrollamos el sanitario Vanquish que es innovador en facilidad de limpieza, desempeño hidráulico superior e integración del asiento en el diseño.

## Lanzamiento de cocinas línea básica y lavaderos cerámicos

Renovamos la línea básica de cocinas listas para armar y lanzamos la nueva categoría de lavaderos cerámicos.

La nueva línea de cocinas trae diseños renovados que ofrecen una solución integral para hacer de este espacio el más acogedor del hogar. Por ser prácticas y funcionales se adaptan a diferentes estilos y necesidades. Por su parte los nuevos lavaderos cerámicos son la mejor forma de hacer de la zona de ropas un espacio multifuncional, convirtiéndose en el complemento perfecto junto con la cocina. Sus accesorios multifuncionales hacen que este espacio no solo sirva para lavar la ropa sino para otras labores del hogar como jardinería, baño de mascotas, bricolaje y muchas otras tareas del hogar.



Una buena práctica...  
**LOGROS**

Es una buena práctica porque

- Llave Maestra es un programa referente de relacionamiento en el sector de la construcción que profesionaliza la mano de obra del país y fortalece los vínculos emocionales y racionales entre los maestros de obra y la marca corona a través de beneficios exclusivos para los socios
- El maestro de obra es nuestro principal influenciador
- Los maestros son aliados claves para llegar al consumidor final
- El programa no solo los premia por su fidelidad, sino que además logra que sean mejores en su labor por medio de las capacitaciones



**Nuestras colecciones y las macrotendencias**

Durante el primer semestre del 2017 lanzamos las colecciones Orígenes y Harmony para remodelación del hogar y la mesa servida, respectivamente, ambas inspiradas en dos de las grandes macrotendencias: Inside Harmony y Old Havana.

La tendencia Old Havana nos transporta a la época dorada de Cuba reviviendo el lujo y la sofisticación de La Habana vieja. Los diseños rescatan el encanto de la ciudad cubana por medio de arquitectura y diseños inspirados en el *Art Decó* y *Art Nouveau*. Las piezas reflejan un matiz del abandono de La Habana de hoy contrastado con formas y colores tropicales que resaltan y le dan vida.

Inside Harmony representa la ideología oriental donde lo espiritual y lo místico cobran protagonismo y el valor de lo interior sobrepasa lo exterior. El diseño está influenciado por la filosofía y las costumbres de la cultura asiática que se centra en la iluminación y en la búsqueda de la armonía interior. En esta tendencia los espacios son abiertos y austeros y los acabados son envejecidos y con apariencia de hecho a mano.



**Una nueva patente otorgada a Corona**

La manguera plástica con acople mixto es el más reciente producto patentado por Corona.

Este nuevo producto fue diseñado para la línea Koral II teniendo en cuenta que actualmente solo se contaba con productos importados para la manufactura de griferías. La manguera plástica con acople mixto permite conectar el suministro de agua desde una llave registro universal a griferías con conexión a roscas M6 a M12 asegurando así la no filtración de agua y la reducción de costos de producción.

**Pisos Brillorresistentes Corona**

Estamos comprometidos con el desarrollo de tecnologías eficientes y novedosas, por eso en 2017 presentamos los pisos con tecnología Brillorresistente que brinda mayor resistencia al desgaste, conserva el alto brillo de los pisos y es de fácil limpieza, mantenimiento e instalación.

Nuestros pisos Corona con tecnología Brillorresistente tienen una mayor resistencia al manchado y desgaste que permite disfrutar plenamente los espacios del hogar como áreas de tráfico comercial moderado en tres diferentes referencias: Hara, Rivera y Heredia.



Una buena práctica...  
**LOGROS**

Es una buena práctica porque

- Logra consolidar una base de datos muy valiosa para iniciativas de mercadeo
- Mantiene comunicación permanente y fundamental con ellos usando el celular como canal de comunicación para enviarles información de capacitaciones y tips que enriquezcan su labor
- Premia la fidelidad de las compras de los maestros en Almacenes Corona, entregando más de \$250 millones en incentivos entre enero y noviembre de 2017
- Otorga premios durante los eventos promocionales en Almacenes Corona por más de \$50 millones entre ellos bonos para remodelar sus hogares



# CRECIMIENTO RENTABLE EN VENTAS



**EL AÑO PRESENTÓ UN** ambiente económico más desfavorable de lo previsto, mostrando un débil crecimiento de la economía, dentro del cual el sector de la construcción tuvo un pobre desempeño. Se tomaron las medidas necesarias en costos de producción y gastos para mitigar en parte el impacto del decrecimiento de los ingresos en los resultados del negocio.

Finalizando el año se adquirió el 51% de Agromil, empresa dedicada a la producción y comercialización de productos a base de minerales para el sector agroindustrial. En Almacenes Corona se llevó a cabo la primera fase de transformación de puntos de venta, dando inicio a una nueva propuesta de valor y un nuevo modelo de experiencia de compra que transforma todos los puntos de contacto con el consumidor. En Centroamérica se relanzó la marca American Standard con nueva imagen y portafolio renovado, al igual que en Estados Unidos se renovó la marca Mansfield.

## Viste tu Casa

Es un modelo de negocio inclusivo desarrollado por Corona para comercializar sus 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 25 ciudades y municipios del país y ha vinculado a 265 promotoras que llegaron en el 2017 a más de 19.000 familias de bajos recursos brindándoles una opción integral para el mejoramiento de su calidad de vida. Este canal decreció -12% en ventas y generó un EBITDA del 17% durante el 2017.

### Desempeño económico

	INDICADOR	CONCEPTO	2016	2017	%VARIACIÓN 2017 - 2016	
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>	201-1	Ingresos operacionales (ventas)	5.464.329	5.305.591	-2,9%	
		Utilidad neta	164.103	100.966	-38,5%	
			Impuesto de renta causado	136.199	97.528	-28,4%
	201-3	Monto total de pensiones total o parcialmente a cargo de la empresa	3.182	3.205	0,7%	
	201-4	Incentivos, bonificaciones fiscales, subsidios	751	790	5,1%	
<b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>	202-1	Total salarios pagados a trabajadores propios a término indefinido y fijo	338.070	351.290	3,9%	
		Salario mínimo mensual básico de la empresa (en miles de pesos)	876.298	934.981	6,7%	

(Cifras en millones de pesos)



PROMESA  
2

**INCREMENTAR  
LA COMPETITIVIDAD**

103-1 Enfoque de gestión

En Corona estamos comprometidos con ser un jugador relevante y competitivo en la región, llegando eficiente y rentablemente a los mercados en los que participamos dentro y fuera de Colombia. 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.

103-2

ASUNTOS	INDICADORES	2016	2017
CR22 Lograr una manufactura competitiva y eficiente	Porcentaje de avance de la ejecución de los proyectos aprobados en el Comité de Presidencia y en el Consejo	75%	<b>89%</b>
CR3 Entregar al menor costo y cumpliendo la promesa de servicio	Ahorros derivados de proyectos de gestión encaminados a la reducción y control de gastos	Más de 29 mil millones de pesos ahorrados	<b>Más de 19 mil millones de pesos ahorrados</b>

## Nexentia

CONSTITUÍDA EN

2013

Luego del Convenio de Cooperación acordado en el 2013 entre Corona y la Universidad de Antioquia nace Nexentia, empresa a través de la cual ha sido posible desarrollar una planta para la investigación, desarrollo e innovación en nanotecnología y técnicas de microencapsulación.

El reto de Nexentia consiste en producir y comercializar minerales no metálicos de alto valor agregado para las industrias de alimentos, farmacéutica, cosméticos y agricultura, entre otras, tanto en Colombia como a nivel mundial.

### OBJETIVO

Convenio de Colaboración con la Universidad de Antioquia con transferencia de tecnología

Creación de Newco Nexentia

Construcción de una planta semi-industrial

Elaboración de microcápsulas a partir de minerales no metálicos (carbonato de calcio, caolín y fosfatos, entre otros).

Elaboración de nanopartículas a partir de carbonato de calcio

### RESULTADOS OBTENIDOS



# LOGRAR UNA MANUFACTURA COMPETITIVA Y EFICIENTE



**EN CORONA BUSCAMOS AUMENTAR** nuestras capacidades para responder mejor a los retos del mercado, es por esto que desde el 2012 iniciamos un proceso de análisis detallado del estado de la tecnología y elaboramos un plan de actualización tecnológica que revisamos en el 2016. Este plan nos permitió identificar oportunidades de sinergias, desarrollo y mejoramiento tecnológico en todas nuestras plantas.

Durante el 2017 se limitó el presupuesto para proyectos de inversión buscando mantener el nivel de endeudamiento. No obstante, logramos avanzar en el indicador de % de ejecución del plan pasando de 75% en el 2016 a 89% en el 2017. La ejecución se enfocó en avanzar en proyectos de reconversión industrial, aumento de capacidad y desarrollo de nuevos productos para cumplir con el objetivo de lograr una manufactura más competitiva.

### Centro de Competencias

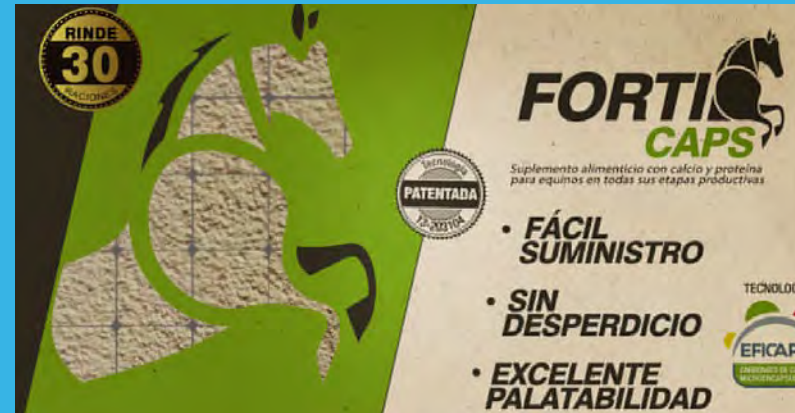
Durante el 2017 concluimos el proyecto Prometeo con la implementación del modelo operativo de Corona en SAP para las Divisiones ByC, SMYP e IlyE, y en consecuencia creamos el Centro de Competencias, una red de conocimiento conformada por un equipo interdisciplinario que apoya el objetivo de concretar más sinergias y eficiencias en las Divisiones de Negocios, Unidades Comerciales y Funciones Transversales. El Centro tiene como objetivo la adopción de mejores prácticas en los procesos y la incorporación de redefiniciones estratégicas de los negocios.





Una buena práctica...  
**PROYECTOS**

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



**Microcápsulas** El núcleo de la microcápsula puede ser compuestos hidrosolubles, liposolubles o sólidos insolubles en agua. Para lograr la elaboración de la microcápsula se emplean equipos de dispersión de alta velocidad y turbulencia tipo Cowles y homogenizadores de alta presión. Una vez se genera la microcápsula en húmedo se puede secar para obtener microcápsulas en polvo mediante el uso de secadores por aspersion. Las microcápsulas secas pueden ser incorporadas en diversos productos alimentarios, farmacéuticos, agroquímicos o de la industria química.

**EL CONTROL DEL TIEMPO DE LIBERACIÓN** de los compuestos microencapsulados

**LA LIBERACIÓN DE LOS COMPUESTOS ENCAPSULADOS** mediante la aplicación de presión, cambio de temperatura, acción enzimática, etc.

**LA PROTECCIÓN DE COMPUESTOS LÁBILES** a las condiciones adversas del medio ambiente (por ejemplo, radiación ultravioleta, pH, iones).

**EL FÁCIL TRANSPORTE** de las microcápsulas secas.

**VENTAJAS DE ESTA TECNOLOGÍA**



**Construcción planta Ecocementos**

Durante el 2017 iniciamos la construcción de la planta cementera de Empresa Colombiana de Cementos (Ecocementos) en el municipio de Sonsón, Antioquia. Ecocementos se constituyó en desarrollo de la alianza entre Corona y Cementos Molins de España celebrada en septiembre del 2015 con el objeto de producir y comercializar cemento en Colombia.

OHL Industrial, multinacional española especialista en proyectos industriales que pertenece al Grupo OHL que cuenta con más de 100 años de experiencia, es la encargada del diseño, construcción y puesta en marcha de la planta que tendrá una capacidad de 3.150 toneladas/día de clinker y de 1.350.000 toneladas anuales y contará con tecnología de punta que incluye las mejores técnicas disponibles en sistemas de eficiencia energética y control de emisiones.

**Adquisición Agromil**

Acorde con el plan de desarrollo de las plataformas de crecimiento adquirimos el 51% de Agromil, empresa colombiana dedicada a la producción y comercialización de productos a base de minerales para el sector agroindustrial. Esta adquisición nos permite incursionar en un mercado de gran crecimiento y poner nuestra experiencia con minerales no metálicos, la efectiva gestión de la innovación y experiencia comercial en beneficio de la agroindustria.







Una buena práctica...  
**PROYECTOS**

**Nanopartículas** Nexentia desarrolló una tecnología de elaboración de nanopartículas tipo multinúcleo, donde los núcleos son de naturaleza inorgánica y la matriz donde se encuentran aglutinados es de naturaleza orgánica. Para la elaboración de estas nanopartículas se efectúa una co-precipitación de los compuestos en un equipo de alta velocidad de mezclado como los dispersores Cowles y los homogenizadores de alta presión. Las nanopartículas generadas requieren posterior proceso de separación, purificación y secado mediante secadores por aspersion. Las nanopartículas secas obtenidas pueden ser empleadas como reforzamiento de polímeros sintéticos, fuentes de minerales para alimentos y elaboración de elementos electrónicos, entre otras aplicaciones.



**ESTABILIDAD COLOIDAL** de las suspensiones de nanopartículas

**ALTA COMPATIBILIDAD** con matrices orgánicas

**BIODEGRADABILIDAD**

**BIOCOMPATIBILIDAD**

**CONTROL DEL TAMAÑO DE LAS PARTÍCULAS** mediante el cambio en las variables de proceso de elaboración

**CARACTERÍSTICAS NOVEDOSAS**



# ENTREGAR AL MENOR COSTO Y CUMPLIENDO LA PROMESA DE SERVICIO

## Agentes de cambio

Contamos con una estrategia que se implementa de manera transversal en Corona encaminada a asegurar que llegamos de manera eficiente a nuestros clientes y consumidores con una oferta integral. De esta manera fortalecemos cada día más nuestra competitividad a nivel nacional e internacional.

Por medio de la implementación de 325 proyectos con la metodología de mejoramiento del Kit Corona y el entrenamiento de 12 colaboradores como *Cinturón Negro* a lo largo de toda la cadena

productiva hemos logrado reestructurar algunos costos y gastos generando ahorros de \$19.461 millones.

Al cierre del 2017 contamos con más de 89 Agentes de cambio en Corona para mantener los mejores niveles de desempeño, calidad, seguridad y cuidado ambiental en nuestras operaciones.



## Transformación digital

Los grandes modelos operativos de las empresas están migrando a una estrategia digital que transforme la forma como se gestionan los procesos. En Corona estamos comprometidos con la actualización constante de nuestra operación y entendemos que el tema digital es transversal y debe permear todo, incluyendo el mercado, la innovación de producto, la cadena de abastecimiento y la manufactura altamente competitiva.

Dentro del plan de Transformación digital implementado en el 2017 podemos resaltar:

- Utilización de impresión 3D en prototipos y moldes de producto.
- Desarrollo de plataforma de comercio electrónico para consumidores de la marca Vajillas Corona.
- Desarrollo de contenidos transaccionales, detallados e informativos para que los consumidores tengan toda la información necesaria solamente con un clic.
- Aplicación móvil de Logística y Transporte que permite contratar servicios de transporte y saber dónde están en un momento determinado las entregas en tránsito.
- Análisis de variables involucradas en los procesos de manufactura en tiempo real y con el uso de inteligencia artificial.



**Es una buena práctica porque**

- Permitirá mejorar la competitividad de las industrias de alimentos, agricultura, farmacéutica, médica, cosmética y química, entre otras
- La alianza se basó en un esquema de innovación abierta dentro del esquema Universidad - Empresa - Estado
- Genera sinergias de conocimientos, aprovecha las capacidades investigativas y de acompañamiento de ambas partes para el desarrollo tecnológico y trabaja conjuntamente en el desarrollo de aplicaciones en diferentes productos
- Se ha adoptado metodologías de trabajo pioneras no solo en Corona, sino también en el país

**Aceleradora Sodimac Corona**

Desde hace años en Corona y en Sodimac Colombia hemos estado experimentando con innovación abierta, trabajando de la mano con centros de investigación en universidades y emprendimientos alrededor del país para desarrollar nuevas y mejores tecnologías.

Detrás de cada ecosistema de *startups* hay mucho talento y queremos impulsar el potencial de los emprendedores en Colombia. Por eso en el 2017 lanzamos la Aceleradora Sodimac Corona que tiene como objeto traer a las *startups* de mayor potencial de Colombia y el mundo para desarrollar la próxima generación de grandes empresas en las industrias de *retail* y manufactura.

Para el primer ciclo de la aceleradora buscamos *startups* enfocadas en mejorar la experiencia de compra, tanto en nuestras tiendas como en línea, y *startups* que están trabajando con tecnologías como internet de las cosas, *big data* e inteligencia artificial para ayudarnos a llevar nuestra operación de manufactura al futuro.

*Startups* seleccionadas para trabajar con Corona

- Fourier
- Things by Pragma

*Startups* seleccionadas para trabajar con Sodimac Colombia

- Liftit
- Pitmmam



- Acceso a capacidades, mercado y conocimiento
- Mentoría de aceleración intensiva Scaling LEAN
- Mentoría con líderes corporativos y emprendedores exitosos
- Potencial de recibir inversión sin condicionar *equity* al inicio del programa
- Acceso al espacio profesional de emprendimiento de la Aceleradora
- Acceso a inversionistas corporativos y privados al cierre del programa

beneficios que reciben las startups





PROMESA  
3

POTENCIAR  
A NUESTRA GENTE

103-1 Enfoque de gestión

Entendemos que nuestra gente es nuestro diferenciador, por eso es nuestra prioridad. Buscamos que Corona cuente con un equipo humano competente y comprometido que se sienta orgulloso de su trabajo y que disfrute haciéndolo. Nos esforzamos por promover su desarrollo profesional y personal a través del diseño de planes para el mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias, programas de capacitación y desarrollo y el mantenimiento de un excelente ambiente laboral, todo esto enmarcado en un riguroso seguimiento de nuestro Código de Ética.

103-2

ASUNTOS	INDICADORES	2016	2017
Ser uno de los mejores lugares para trabajar	CR5 Ambiente laboral	NA	82,1* sobresaliente
Gestionar el talento y la cultura a nivel multinacional		Homecenter 80,6 GPTW	Homecenter 74,9 GPTW
Seguridad y salud ocupacional	CR10 Índice de Lesión Incapacitante (ILI)	0,15	0,11

\* Para 2017 la metodología de medición cambió, no se aplicó GPTW, por lo tanto no es comparable con los resultados de 2016.

## Propuesta de valor al empleado

Promover un buen clima laboral, mantener la motivación entre los colaboradores, estimular la innovación, la creatividad y el trabajo colaborativo son aspectos fundamentales que Corona ha querido mantener y fortalecer a lo largo del tiempo.

Para llevar a la práctica este objetivo, Corona cuenta con un plan de Reconocimientos y Beneficios que motivan a los colaboradores a cumplir sus metas personales y profesionales.

# SER UNO DE LOS MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR

**EN CORONA TRABAJAMOS EN** la creación y gestión de programas orientados al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y sus familias mediante la integración de nuevas propuestas de valor desarrolladas de manera conjunta con nuestros aliados estratégicos.

Nuestros principales logros fueron:

### Vivienda

Continuamos implementando el modelo de vivienda «Todos Trabajando por tu Hogar» en el que apoyamos las iniciativas de compra y mejora de vivienda para los colaboradores.

En 2017 se desembolsaron



**59**  
créditos



**\$536 millones**  
subsídios parte de Corona



**\$5.172 millones**  
en alianzas con otras  
entidades financieras

**\$24 mil millones**  
desembolsados en 4 años del programa



### Familia

En 2017 continuamos ofreciendo los servicios de orientación psicológica en alianza con las cajas de compensación familiar y proveedores de servicios de salud mental para asesorar a los colaboradores y sus familias. En total se realizaron 1.270 citas de atenciones para 255 beneficiados.

### Una nueva etapa

«Una nueva etapa» es el programa que venimos desarrollando desde 2015 con el objeto de asesorar a los colaboradores próximos a su retiro por pensión. El modelo integra a la familia con el fin de contribuir al proceso de readaptación del colaborador. En 2017 participaron 672 colaboradores que recibieron capacitaciones en diferentes áreas como economía familiar, emprendimiento y utilización del tiempo libre.



Una buena práctica...  
**BENEFICIOS**

**Plan de beneficios al empleado**

**Objetivo** Con el fin de mejorar la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, Corona cuenta con un Plan de Beneficios extralegales que les permiten disfrutar de auxilios económicos en dinero o en especie.

**BONIFICACIÓN DE VACACIONES**

**BONIFICACIÓN DE NAVIDAD** (adicional a la prima legal)

**AUXILIOS EDUCATIVOS PARA EL EMPLEADO Y SUS HIJOS.** Se otorga auxilio escolar, pregrado y especialización. También se da auxilio de idioma extranjero para aquellos cargos que requieren un segundo idioma para su gestión.

**SEGURO DE VIDA**

**RUTAS DE TRANSPORTE** así como con alimentación en las mismas localidades, para los colaboradores que trabajan en plantas.

**DESCUENTOS Y OBSEQUIOS DE PRODUCTOS CORONA** Los colaboradores que quieran remodelar sus viviendas pueden acceder al Banco de Materiales a través del cual se entregan materiales de la empresa y descuentos en las tiendas propias con el objeto de que puedan para mejorar sus viviendas.

**AUXILIOS DESTACADOS**

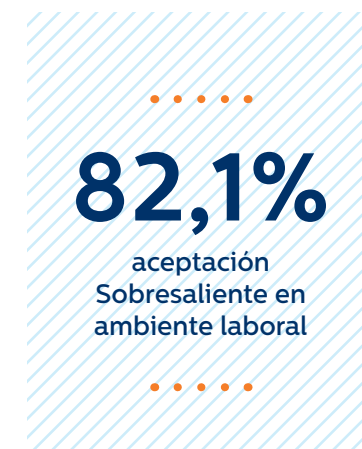


**Calidad de vida**

Comprometidos con asegurar el equilibrio entre la vida personal y laboral, revisamos y comparamos de manera continua los beneficios que ofrece la compañía con las prácticas del mercado y las prioridades que nuestra gente manifiesta en los diferentes escenarios de diálogos. Enmarcadas en la Propuesta de Valor al Empleado, en 2017 incorporamos nuevos beneficios y servicios incluyendo salas de lactancia en todas las localidades, teletrabajo (pilotos en los negocios Comerciales, Mesa Servida e IT) y un día libre para la fecha de cumpleaños.

**Ambiente laboral**

Para Corona es fundamental que sus colaboradores cuenten con un buen ambiente laboral. En el 2017 obtuvimos un resultado general para la organización de Sobresaliente (82,1% de aceptación) con el cual ratificamos nuestro compromiso de cuidar a nuestra gente.



406-1

**Inclusión**

Continuamos fortaleciendo nuestra iniciativa de ofrecer oportunidades laborales a personas con algún tipo de discapacidad con el objeto de potenciar sus habilidades e impulsar su crecimiento y desarrollo como profesionales. Corona cuenta con 8 colaboradores con discapacidad auditiva en las operaciones de Logística y Transporte quienes recibieron una capacitación especial para sus cargos. Así mismo, capacitamos a sus jefes y compañeros de trabajo en el lenguaje signado para facilitar la comunicación en el equipo humano.

Por su parte, en Homecenter fortalecimos el programa Manos Capacitadas como alternativa de trabajo para la población en condición de discapacidad física, cognitiva y/o sensorial, mediante la vinculación laboral directa a término indefinido. En 2017 se implementó el Plan de Carrera en esta población de la cual 15 colaboradores se encuentran en proceso de cambio de cargo. Actualmente el programa opera en 38 tiendas en 19 ciudades con un total de 120 colaboradores con algún tipo de discapacidad vinculados.



**Plan de reconocimiento a los colaboradores**

**Noche de los Mejores** La Noche de los Mejores de Almacenes Corona es el evento que reconoce el desempeño excepcional de colaboradores y equipos comerciales y logísticos a nivel nacional. Esta iniciativa se lleva a cabo una vez al año en Bogotá y premia categorías como Mejor Vendedor, Mejor Jefe de Punto de Venta, Mejor Equipo Logístico y Mejor Equipo en Satisfacción al Cliente, entre otras.

**Liga de Campeones Prisma** Es un espacio creado para reconocer el talento humano a través de los proyectos innovadores ejecutados por ellos en los diferentes negocios. Los proyectos son evaluados de acuerdo con la categoría en la que han sido postulados y los ganadores participan en la *Expedición Prisma*, un viaje donde viven un reto que incrementa sus competencias para innovar.

54 proyectos  
17 ganadores  
EN 2017

**Ceremonia de reconocimientos** Evento en el que se reconoce la gestión, el compromiso de los colaboradores, así como la antigüedad y el sentido de pertenencia de todos aquellos que cumplen 5, 10, 15, 20 y más años de vinculación directa con la empresa. Se realiza en todas las localidades de Corona, en los meses de octubre y noviembre.

8 eventos  
500 colaboradores reconocidos  
EN 2017

**Bonificaciones por resultados** Dentro de la estrategia de reconocimiento y motivación laboral, Corona cuenta con el pago de una bonificación por resultados que busca valorar el esfuerzo y compromiso de los colaboradores con las metas propuestas por la empresa.



# GESTIÓN DEL TALENTO Y LA CULTURA A NIVEL MULTINACIONAL

## Corona Enseña

En 2017 la plataforma Corona Enseña se reestructuró con el objeto de relacionar los contenidos y temas de capacitación con el nuevo modelo operativo de la compañía. Se dio continuidad a los programas orientados al desarrollo de competencias como trabajo en equipo, liderazgo, toma de decisiones y el manejo adecuado de las diferentes normas relacionadas con protección de datos y lavado de activos, entre otras. Los principales ejes transversales que se desarrollaron fueron: desarrollo de competencias comerciales, Escuela de Liderazgo, desarrollo de competencias asociadas a la experiencia de compra, competencias en logística y formación de Socios Estratégicos, logrando impactar a 2.581 colaboradores.

## Formación y Capacitación Homecenter

Teniendo en cuenta la formación específica que se requiere para este negocio, se ha desarrollado La Escuela de Excelencia Sodimac, que abarca todos los procesos relacionados con la formación de empleados en retail. Se cuenta con programas de formación para cada rol y cargo, así como también con formación especializada. Den-

tro de las principales escuelas de formación tenemos: Escuelas de Cajas, Ventas, Liderazgo y Logística entre otras.

Durante el año 2017 se desarrollaron programas para el 100% de los empleados, representados en 941.602 horas de formación (27% virtuales y 73% presenciales) y distribuidas en 7 Escuelas de formación.

## Escuela de Liderazgo

Una de las estrategias más importantes para el desarrollo del talento humano en Corona es la Escuela de Liderazgo que busca perfeccionar las competencias de los líderes actuales y futuros en todas las áreas de la organización. En 2017 se graduaron 146 líderes de la Fase 1 y 51 de la Fase 2.

## Competencias Comerciales - Comercial Corona Colombia

En 2017 continuamos con el desarrollo de Competencias Comerciales en los niveles de Asesores, Jefes y Gerentes de la Unidad Comercial de Comercial Corona Colombia. En esta oportunidad participaron más de 140 colaboradores que adquirieron herramientas de liderazgo comercial, rol consultor y rol estrategia para construir relaciones de largo plazo con los clientes.





Una buena práctica...  
**LOGROS**

# SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO



## Sistema de gestión

En 2017 nos enfocamos en definir los planes de acción transversales para asegurar la implementación de los criterios definidos por la legislación y garantizar su cumplimiento. De igual manera en la ejecución de acciones para disminuir las causas más comunes de los accidentes, se logró una reducción del 20% en la frecuencia de los accidentes comparado con el 2016.

## Construimos la Cultura de Seguridad

Continuamos trabajando en el fortalecimiento de la Cultura de Seguridad desarrollando los talleres vivenciales «Haciendo de la Seguridad una Tradición» los que tienen como finalidad movilizar y fortalecer comportamientos seguros en los jefes que les permitan instruir con el ejemplo.



## Cuidamos a nuestra gente

A través de la implementación del proyecto *Sentido de Vida* buscamos mejorar la calidad de vida de los colaboradores con mayor exposición a riesgos laborales. Para lograr esto, involucramos a sus familias en la realización de actividades de cuidado permanente y preventivo en salud, buscando así mantener en la sociedad personas productivas, felices y saludables.



### Es una buena práctica porque

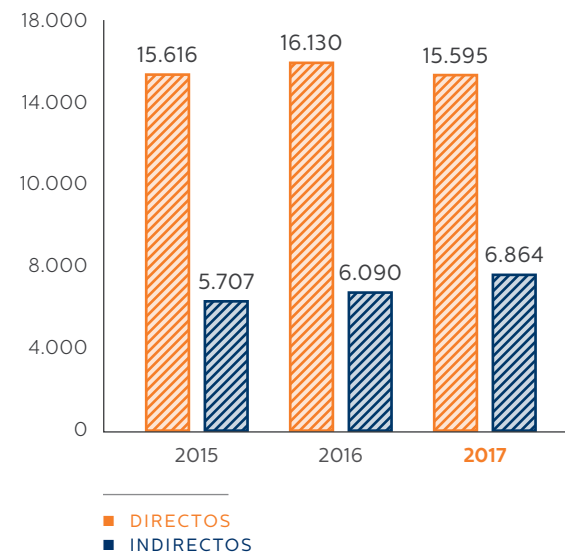
- Nos alineamos con las expectativas y necesidades de los colaboradores.
- De acuerdo a su momento profesional, mejoramos su calidad de vida, aumentamos su compromiso y elevamos su productividad.
- Promovemos un ambiente laboral agradable y saludable y ofrecemos un mejor balance entre la vida personal y profesional.
- Los beneficios económicos adicionales contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida del colaborador y su familia.



# Indicadores de gestión laboral

102-8

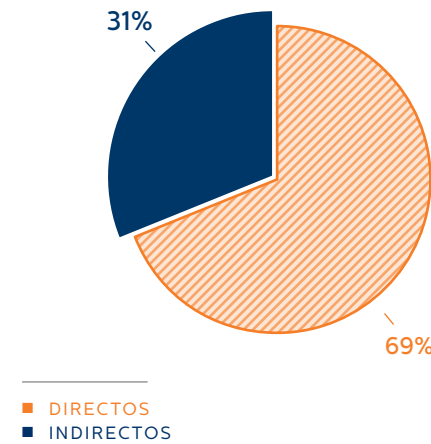
## TOTAL COLABORADORES POR TIPO DE EMPLEO



Los empleos directos disminuyeron el 3,4% frente al año anterior. Esta disminución obedece a la revisión del modelo operativo y al decrecimiento de las ventas para 2017 que tuvo un impacto directo en la producción. Los empleos indirectos aumentan el 13%, para un total de empleados en Colombia de 22.459.

102-8

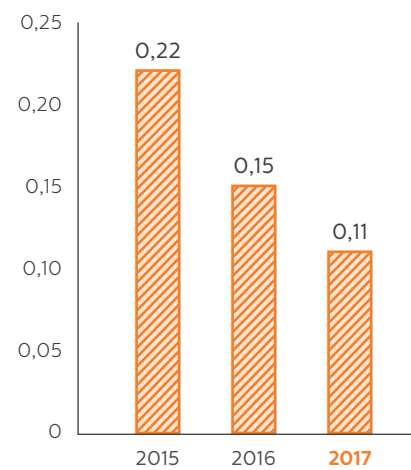
## INFORMACIÓN SOBRE EMPLEADOS Y OTROS TRABAJADORES



Se generaron 22.459 empleos de los cuales el 69% corresponden a vinculaciones directas con la empresa y el 31% a servicios contratados por Corona

CR10

## ÍNDICE DE LESIÓN INCAPACITANTE (ILI)

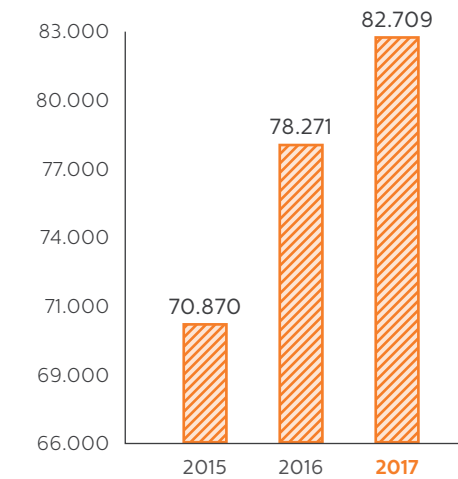


Se logra una disminución del 27% en el indicador del ILI especialmente por la disminución de la accidentalidad y severidad de los mismos.

401-2

## BENEFICIOS EXTRALEGALES PROPORCIONADOS A LOS COLABORADORES

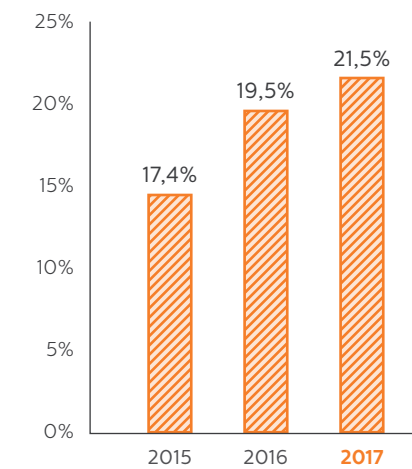
(cifras en millones de pesos)



Los beneficios extralegales aumentan 5,7% con respecto al año anterior, donde el beneficio es bonificaciones de vacaciones y de Diciembre.

401-1

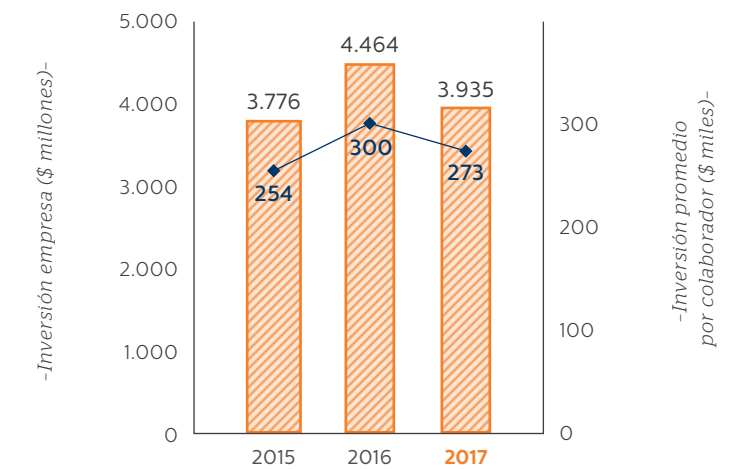
## TOTAL ROTACIÓN 2015 - 2017



La rotación se incrementa el 10%, principalmente por el impacto que tuvo la caída de las ventas sobre la producción.

CR8

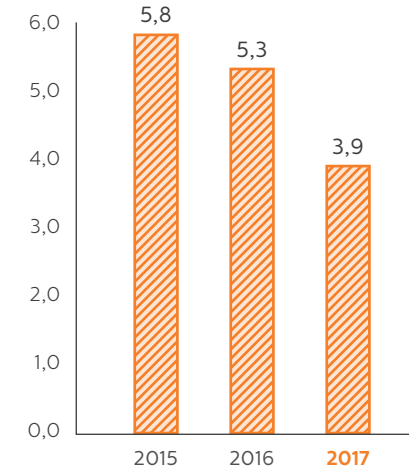
## INVERSIÓN EN FORMACIÓN 2015 - 2017



El valor invertido en formación por Corona en 2017 disminuye el 13% con respecto al año anterior. Número promedio de horas de formación por empleado: 72,4 disminuye 3,4%. El valor promedio de inversión en capacitación por empleado fue \$273.445 pesos, disminuyendo 8,8% frente al año anterior. Estas disminuciones obedecen principalmente a la finalización del proyecto Prometeo en 2016.

403-2

## TASA DE ACCIDENTALIDAD POR CADA 100 COLABORADORES 2015 - 2017



La tasa de Accidentalidad disminuye el 27% frente a 2016 especialmente por la disminución en el número de accidentes de trabajo, gracias a los esfuerzos realizados con las campañas de seguridad y los seguimientos rigurosos en las plantas especialmente.

102-8

## DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR EDAD Y GÉNERO

RANGO DE EDAD	2017		TOTAL	% EDAD
	HOMBRES	MUJERES		
MENOR DE 18	0	0	0	0%
18 A 20	196	155	351	2%
DE 21 A 30	4.256	1.684	5.940	38%
DE 31 A 40	3.768	1.463	5.231	34%
DE 41 A 50	1.943	538	2.526	16%
DE 51 A 60	1.234	228	1.462	9%
MAYOR DE 60	83	2	85	0,5%
<b>TOTAL POR GÉNERO</b>	<b>11.480</b>	<b>4.115</b>	<b>15.595</b>	<b>100%</b>
<b>&amp; DE GÉNERO</b>	<b>73,6%</b>	<b>26,4%</b>		



PROMESA  
4

**SER UNA EMPRESA RESPONSABLE SOCIAL Y AMBIENTALMENTE**

**103-1 Enfoque de gestión**

En Corona estamos comprometidos con el desarrollo sostenible en términos sociales, económicos y ambientales. Para lograrlo hemos desarrollado un sistema de relacionamiento y unos planes de Sostenibilidad Social y Ambiental en los cuales se enmarcan nuestros programas y proyectos estratégicos que buscan hacer uso eficiente de los recursos naturales y crear impactos positivos para la sociedad.

**103-2**

ASUNTOS	INDICADORES	2016	2017
Impacto positivo en comunidades	Corona Industrial # de personas beneficiadas con proyectos sociales*	108.147	119.655
	Homecenter # de entidades beneficiadas por donaciones	**	197
Desarrollo de proveedores en temas de sostenibilidad	Índice de sostenibilidad de servicios	64,5%	67,6%
	Índice de sostenibilidad de insumos	70,0%	62,9%

\*Incluyen: Voluntariado, Donaciones en especie, Banco de materiales, Proyectos en alianza con Fundación Corona y otras organizaciones

\*\* Este indicador no se midió de esta manera en el 2016

## Potabilización de agua y saneamiento básico

Trabajo en alianza con Fundación Corona

2013

INICIA

De acuerdo con los intereses de cada organización, los asuntos materiales, la propuesta de valor que se generaría con el trabajo articulado y el interés de las organizaciones de mejorar la calidad de vida de los colombianos, se definieron las líneas de acción del trabajo conjunto.

Mejoramiento de infraestructura

Potabilización de agua y saneamiento básico

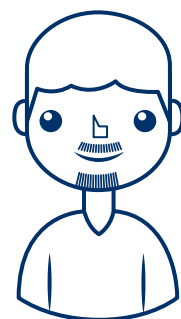
LÍNEAS DE ACCIÓN

Fundación EPM  
Fundación Alpina / Coschool  
Fundación Plan  
Fundación Semana  
UNICEF  
Auteco  
Instituciones educativas

ACTORES EXTERNOS



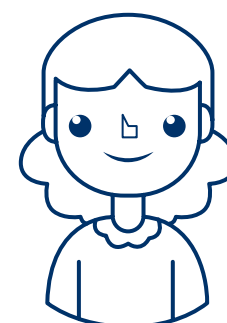
# IMPACTO POSITIVO EN LAS COMUNIDADES



197 entidades

donaciones en especie Homecenter

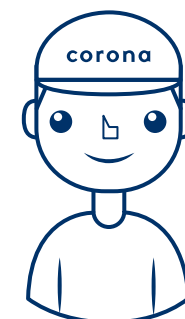
Dirigido a entidades sin ánimo de lucro, el cual tiene como objetivo fortalecer las ONGs y contribuir al bienestar de las comunidades ubicadas cerca a los centros de trabajo.



109.448 personas

donación material cerámico Corona Industrial

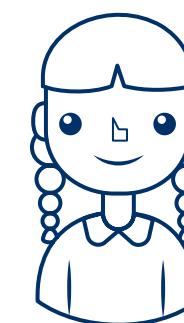
Dirigido a entidades sin ánimo de lucro que tienen como objetivo principal contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades ubicadas en sus zonas de influencia a través de proyectos de infraestructura física.



58.961 personas

voluntariado corporativo Corona Industrial y Homecenter

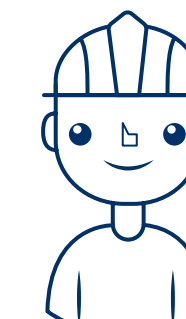
Programa que genera un espacio donde nuestros colaboradores puedan vivir y materializar el valor corporativo de ser responsables con la sociedad por medio de acciones de participación voluntaria.



1.950 personas

proyectos en alianza Corona Industrial

Proyectos realizados en alianza con la Fundación Corona y otras entidades enfocados al acceso de agua potable y el saneamiento básico de infraestructura de servicios comunitarios.



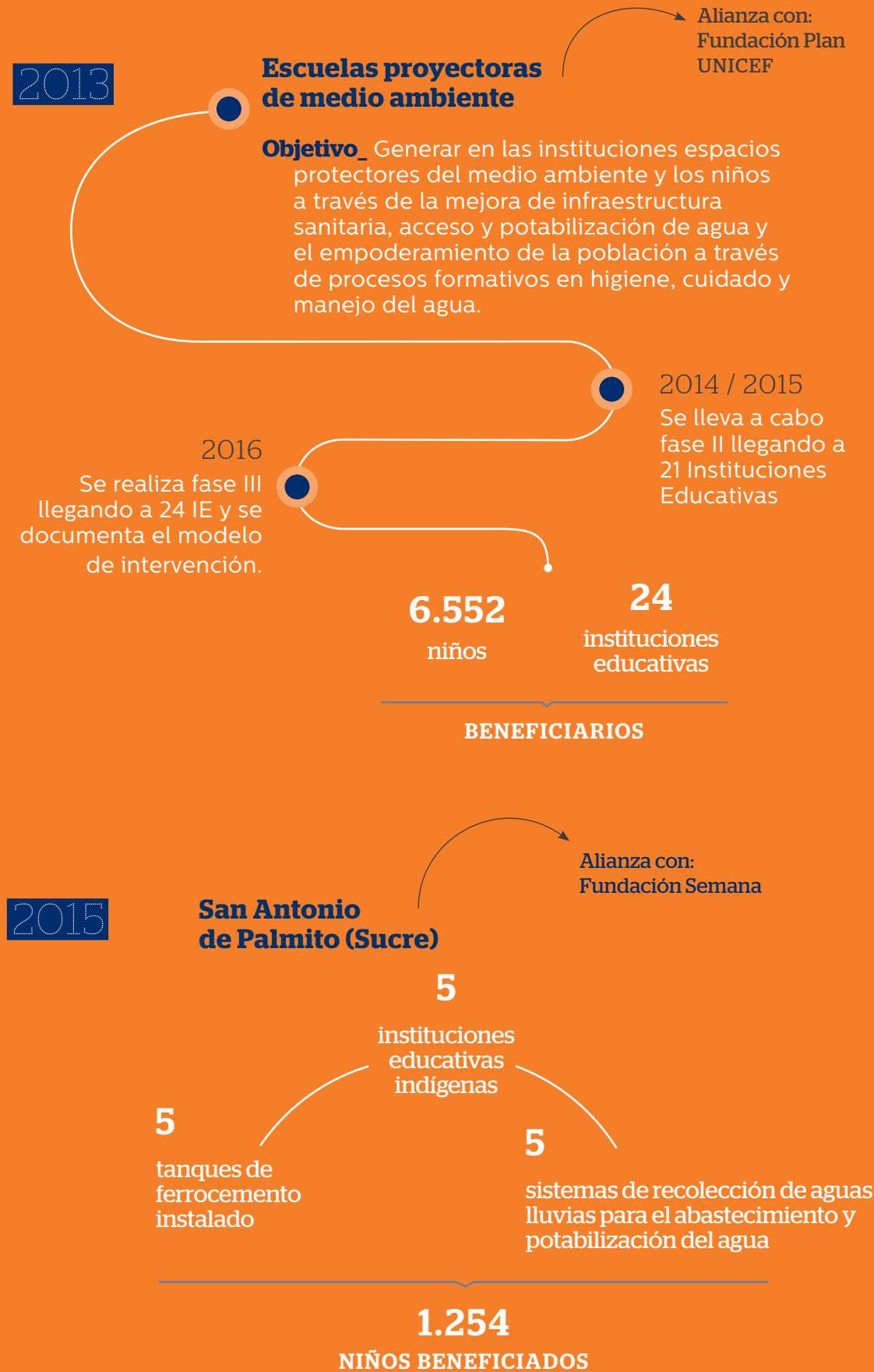
2.014 personas

banco de materiales Corona Industrial

Programa de mejoramiento de las viviendas de los colaboradores por medio de la asignación y entrega de producto en calidad de obsequio.



Una buena práctica...  
**PROYECTOS**



CR17

**Donaciones en especie**

Este programa está dirigido a entidades sin ánimo de lucro que tienen como objeto principal contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades ubicadas en sus zonas de influencia a través de proyectos de infraestructura física.

El 67% del producto donado a entidades sin ánimo de lucro se destinó a proyectos relacionados con el cumplimiento de metas país alineados con políticas públicas y planes de desarrollo local dirigidos a poblaciones vulnerables ubicadas en las distintas regiones de Colombia.

Dentro de las iniciativas apoyadas se encuentra el proyecto Vamos Colombia liderado por la Fundación ANDI.

Homecenter realizó 480 donaciones a 197 entidades en 18 ciudades y 9 municipios.

**Producto cerámico entregado y número de beneficiarios 2017 - Corona Industrial**

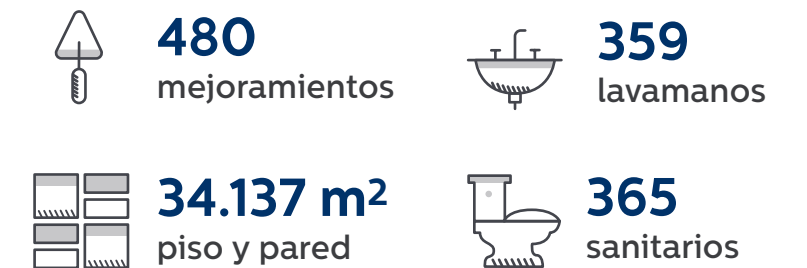


**109.448** personas beneficiadas



**Banco de materiales**

Es un programa de mejoramiento de las viviendas de los colaboradores por medio de la asignación y entrega de producto en calidad de obsequio. Corona cuenta con una política que establece criterios de acceso al beneficio con el fin de asegurar que éste llegue a la población objetivo. Durante el 2017 realizamos 480 mejoramientos beneficiando a 2.014 personas por medio de la entrega de 34.137 m<sup>2</sup> de pisos y paredes, 365 sanitarios y 359 lavamanos.



**2.014** colaboradores y sus familias

Una buena práctica...  
**PROYECTOS**

2016

**Agua para la educación y educación para el agua**

Alianza con:  
 Fundación EPM

**Objetivo\_** Implementar soluciones tecnológicas que permitan agua potable para IE en la ruralidad.

**Fase I\_** En los municipios Girardota, La Unión y Sonsón de Antioquia

**8** **447**  
 Instituciones Educativas Personas  
**BENEFICIADAS**



**Potabilización de agua en internado indígena de Aremasain en Manaure, La Guajira**

**Objetivo\_** Potabilización de agua en dos comunidades por medio de energías sostenibles

**Infraestructura\_** Construcción de un nuevo pozo de 150m de profundidad con bomba solar sumergible para el abastecimiento de agua en el Internado indígena; y mejoramiento de la infraestructura de abastecimiento de agua en la comunidad Ruleya II a través de la reconversión tecnológica del sistema de bombeo de pozo, de molino de viento a bomba solar.

**1.200** **400**  
 Personas del internado Familias de la zona Rayuela II  
**BENEFICIADAS**



**Impacto positivo en las comunidades de Ecocementos**

Ecocementos, empresa creada en la alianza estratégica celebrada con Cementos Molins de España, llevó a cabo una importante contribución a las comunidades del suroriente antioqueño, en el sector de Rioclaro donde estará ubicada la planta de producción de cemento.

Dentro de su gestión ambiental, Ecocementos invirtió \$335.968.151 en el Programa Banco2 de Cornare y la Corporación MásBosques, lo cual permitió el ingreso al programa de 68 familias, 50 del municipio de San Francisco y 18 del municipio de Sonsón. Con el propósito de contribuir a la preservación de la cuenca hidrográfica del Rio Claro se diseñaron y construyeron 70 pozos sépticos en las veredas Pocitos, Honduras y Rio Claro que benefician a 70 familias rurales que no contaban con sistemas de saneamiento básico y se llevaron a cabo ajustes al sistema de tratamiento de aguas residuales domésticas de la vereda Rio Claro con el fin de incrementar la capacidad permitiendo atender a 63 familias. Por último, se conformó el Comité Ambiental Comunitario el cual realizó jornadas de reforestación, limpieza de cuencas hídricas y talleres de educación ambiental con niños y adultos de la zona.

Desde su gestión social, Ecocementos está comprometido en generar condiciones que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona. Para ello, de la mano del SENA y de Comfenalco, se llevaron a



cabo programas de formación técnica y tecnológica y talleres de formación socio laboral. Adicionalmente, en el marco de compromisos adquiridos con la comunidad, se diseñó y construyó una nueva cancha sintética de fútbol permitiendo a los habitantes de la vereda Altavista del municipio de San Francisco contar con su primer escenario deportivo.

Durante 2018 continuaremos una efectiva gestión social y ambiental en la zona de Rio Claro, de la mano de las comunidades, las autoridades locales y la autoridad ambiental.

- 1  **\$ 163.791.087** invertidos en programa Banco2  
**68** familias beneficiadas
- 2  **\$ 172.177.064** invertidos en Pozos sépticos  
**70** familias beneficiadas
- 3  **\$ 262.600.000** construcción de cancha sintética  
**250** personas beneficiadas
- 4  **\$ 78.914.259** actividades ambientales y sociales en las comunidades Jerusalén y Río Claro

**\$ 677.482.410**  
 total de inversión

\* Las actividades 1,2 y 3 hacen parte de la inversión del 1% del proyecto en temas socio - ambientales

### Recuperación de infraestructura IE

Alianza con:  
IE y Auteco

**Objetivo\_** Recuperar la infraestructura de la IE ecoturística sede principal y 3 sedes satélite literal

**Infraestructura\_** Cambios de techos e instalación de sistemas de recolección de aguas lluvias y la instalación de 9 sistemas e potabilización de agua.

**858**

**PERSONAS BENEFICIADAS**

En el desarrollo de todos los proyectos participan como actores clave las instituciones educativas y no sólo beneficia la calidad de vida de los estudiantes y poblaciones cercanas sino que también se incluye un componente educativo que promueve el uso racional del agua, la conservación del medio ambiente y los hábitos saludables.

#### Es una buena práctica porque

- Se maximizan recursos e impactos
- Nos permite tener presencia en territorios que solos no podríamos hacerlo
- Es un modelo replicable
- Permite generar alianzas
- Permite que cada actor ponga lo que tiene y lo que sabe
- Genera capacidades en las comunidades
- Responde a necesidades básicas insatisfechas
- Da soluciones a largo plazo
- Se articula el agua como asunto material de Corona con los asuntos país



### Premio Corona

La convocatoria Profesional 2017 «Vivienda social progresiva para Cartagena» del Premio Corona Pro Hábitat se realizó en alianza con la Fundación Mario Santo Domingo.

En total participaron más de 30 propuestas que fueron evaluadas de acuerdo con aspectos como calidad de diseño, viabilidad, replicabilidad, innovación, sostenibilidad ambiental y cultural, entre otros. Los ganadores realizarán los planos constructivos con el objeto de construir el prototipo ganador siempre y cuando su presupuesto no supere los \$22 millones establecidos en el concurso.

Adicionalmente durante el 2017 lanzamos la Convocatoria Estudiantil de cuya primera ronda se seleccionaron 6 universidades para realizar el Taller Corona durante el 2018.



CR16

### Programa de Voluntariado

El programa de voluntariado pretende generar un espacio donde nuestros colaboradores puedan vivir de cera y materializan el valor cooperativo de «Ser responsables con la sociedad». Desde el inicio del programa en el 2012 hemos donado más de 60.000 horas de voluntariado beneficiando a más de 130.000 personas.



+ de **60.000** horas de voluntariado



+ de **130.000** personas beneficiadas

desde el inicio del programa

### Donaciones en dinero y especie y apoyo a programas sociales y ambientales

	2016	2017	VARIACIÓN %
<b>DONACIONES EN DINERO Y AFILIACIONES</b>	5.370	5.576	4%
Aportes y Afiliaciones a ONG y Fundaciones	2.385	2.358	-1%
Funcionamiento Ordinario Fundación Corona	2.970	3.178	7%
Donaciones Ayuda Humanitaria (Mocoa) y Paz	15	40	167%
<b>DONACIONES EN ESPECIE</b>	2.490	3.294	32%
Donaciones en especie	2.490	3.294	32%
<b>APOYO A PROYECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES</b>	4.200	5.163	23%
Apoyo a proyectos en beneficio de grupos de interés	3.930	4.883	24%
Apoyo programas Fundación Corona	270	280	4%
<b>TOTAL GENERAL</b>	12.060	14.034	16%

(Cifras en millones de pesos)

# Programa de voluntariado



## LINEAS DE ACCIÓN



## 26 PRESENCIA EN CIUDADES Y MUNICIPIOS

Barranquilla	● ●
Bogotá	■ ◆ ▲ ★ ●
Bucaramanga	●
Caldas	● ✕
Cali	■ ●
Cartagena	■ ✕
Chía	★
Cúcuta	●
Funza	■ ● ▲
Girardota	■
Ibagué	●
La Unión	■ ●
Manizales	■ ●
Medellín	● ◆ ●
Montería	● ✕
Mosquera	■
Neiva	●
Pereira	● ●
Sabaneta	■
Santa Marta	■ ● ●
Sogamoso	■
Sopó	■
Tuluá	■
Tutunendo	■
Villavicencio	●
Yopal	✕



**\$ 12'564.000**

VALOR PRODUCTO DONADO

**\$ 205'181.742**

INVERSIÓN MONETARIA

**\$ 112'886.332**

VALOR TIEMPO DONADO

**\$ 330'632.074**

TOTAL

Una buena práctica...  
**LOGROS**



# DESARROLLO DE PROVEEDORES EN TEMAS DE SOSTENIBILIDAD

**DURANTE EL 2017 PROMOVIMOS** iniciativas para fortalecer a nuestros proveedores en los temas sociales y ambientales de sus negocios buscando mejorar su competitividad. Como parte de dichas iniciativas continuamos implementando programas de años anteriores tales como RedES-CAR y Primeros Pasos en RSE donde vinculamos 16 proveedores nuevos (6 y 10, respectivamente). Adicionalmente, continuamos con la evaluación de proveedores con el apoyo de Contreebute. Este año logramos evaluar 10 proveedores estratégicos adicionales, permitiéndonos avanzar con la medición del índice de sostenibilidad.

Realizamos visitas de seguimiento en las plantas de producción y oficinas de 30 de nuestros proveedores que han participado en los últimos años en el programa Primeros Pasos en RSE o que han sido evaluados en sostenibilidad por medio de Contreebute. Lo anterior se llevó a cabo con el fin de acompañarlos en el cierre de brechas y desarrollar planes de acción para el 2018.

Coordinamos 2 mesas de sinergia en las cuales se trataron temas como la generación de beneficios económicos y tributarios a partir de la implementación de iniciativas ambientales y de ahorros energéticos y nos compartieron sus experiencias en la implementación de las buenas prácticas de sostenibilidad en sus negocios.

**Alianzas con universidades y entidades gubernamentales**

para el fortalecimiento de nuestros proveedores:

1. Programa RedES-CAR Universidad de los Andes y CAR
2. Programa Primeros Pasos en RSE - Universidad Externado y Red Local Pacto Global

**Principios rectores de la contratación**

que incluyen los temas de sostenibilidad

**Desarrollo de nuestros proveedores en temas de sostenibilidad**

**Índice de Sostenibilidad**

Diagnóstico y construcción del índice de sostenibilidad de nuestros proveedores con el acompañamiento de Contreebute

Visitas por parte de Corona a proveedores para verificación del avance de los planes de acción para el cierre de brechas

**Mesas de sinergia con proveedores**

para cierre de brechas

**Capacitación a compradores y negociadores**

e incluso de los criterios de sostenibilidad en los pliegos de licitación y en las evaluaciones anuales de los proveedores

**10**  
proveedores críticos evaluados por Contreebute

**10**  
proveedores vinculados al Programa Primeros Pasos

**40**  
proveedores más representativos

**30**  
proveedores que han participado en programas de desarrollo

**Desarrollo de contenidos y capacitación del equipo en temas de compras sostenibles**

**PLAN DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL**

**103-1 Enfoque de gestión**

Estamos comprometidos con alcanzar la sostenibilidad ambiental de la cadena de valor. Buscamos exceder el cumplimiento de la ley, asegurando la gestión de los riesgos e identificando oportunidades de mejora que nos permitan ser más eficientes en el uso de los recursos naturales.

Para ello hemos adoptado un plan de sostenibilidad ambiental con 5 frentes de gestión:



**103-2**

ASUNTOS	INDICADORES	2016	2017
Cambio climático	Reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero	Ahorro de 56 TJ y reducción de emisiones de Gases Efecto Invernadero en 10.029 t de CO <sub>2</sub> equivalentes.	Reducción de Gases de Efecto Invernadero en 10.702 t de CO <sub>2</sub> y ahorros por proyectos de 17 TJ
Ecoeficiencia	Reutilización de residuos sólidos y líquidos. Reducción de la huella hídrica gris	Reutilización de 67.000 t de material interno en fabricación de revestimientos cerámicos. Recirculación del 82% de agua en las plantas de manufactura.	Ciclos cerrados de agua en manufactura, con una tasa de recirculación de agua 84% Reutilización de 90.000 t de material interno en fabricación de superficies cerámicas
Recursos naturales	Aseguramiento de recursos naturales y energía en la cadena de valor	Se mantienen las 67 ha de Reservas Naturales de la Sociedad Civil en Arcabuco, Ibagué y La Unión y se incrementa en 3 ha el área restaurada de las zonas mineras.	Áreas protegidas y restauradas de 85 ha. Inscripción de nueva Reserva de la Sociedad Civil de Piedra Pintada, Nemocón-Cundinamarca. Protección de cuencas hidrográficas por medio del programa de Corredores Verdes
Cumplimiento	Prevenir, mitigar, reducir y/o eliminar impactos potenciales al medio ambiente en nuestra cadena de valor. Cumplimiento efectivo de la regulación ambiental. Certificación ISO14001	Continuamos avanzando con estudios y propuestas para construir el portafolio de productos con atributos ambientales que contribuyen a la construcción sostenible.	Certificación ISO 14001 en el negocio de retail. Seguimiento y control a iniciativas para reducir y mitigar impactos potenciales en medio ambiente y la comunidad
Productos responsables	Desarrollo de productos responsables con el medio ambiente en su ciclo de vida	Certificación ISO 14001 en el 100% de nuestros negocios de manufactura que hicieron parte de la Línea Base. Alineación estratégica con los negocios internacionales.	Grifería Aluvia, ganadora del premio A' Design en Italia por su diseño original, cuenta con un ultra ahorro de agua en su consumo de lavamanos, lavaplatos y duchas



# Huella de carbono

## HUELLA DE CARBONO

**300.530** tCO<sub>2</sub>

La cual incluye las emisiones de Congeneración, Corlanc y Erecos

## REDUCCIÓN DE EMISIONES

**10.702** tCO<sub>2</sub>

asociada a proyectos de eficiencia energética y congeneración.

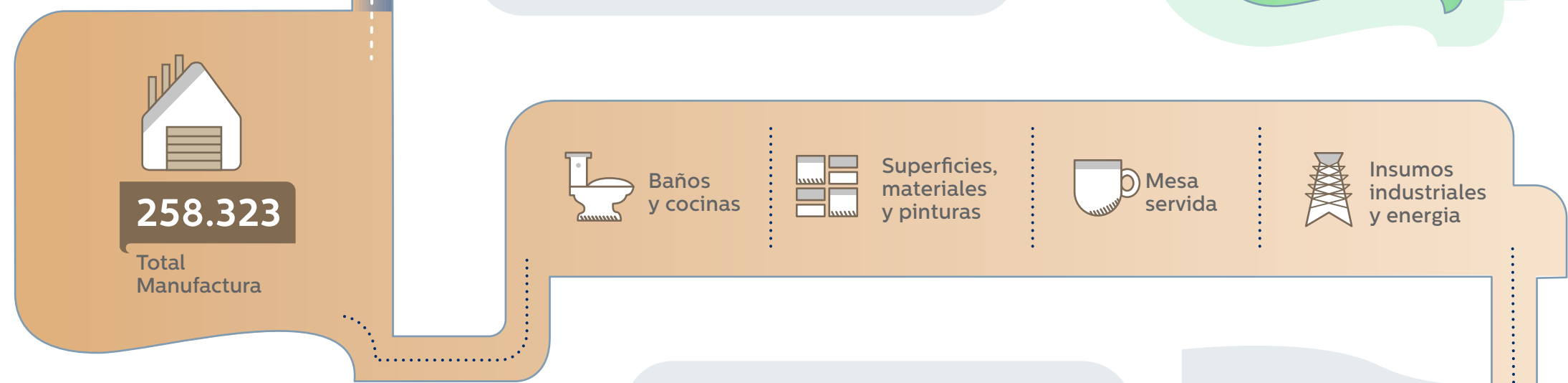
La reducción de la huella de carbono también está ligada a los consumos de energía por baja demanda del mercado

### MINERIA E IMPORTACIÓN

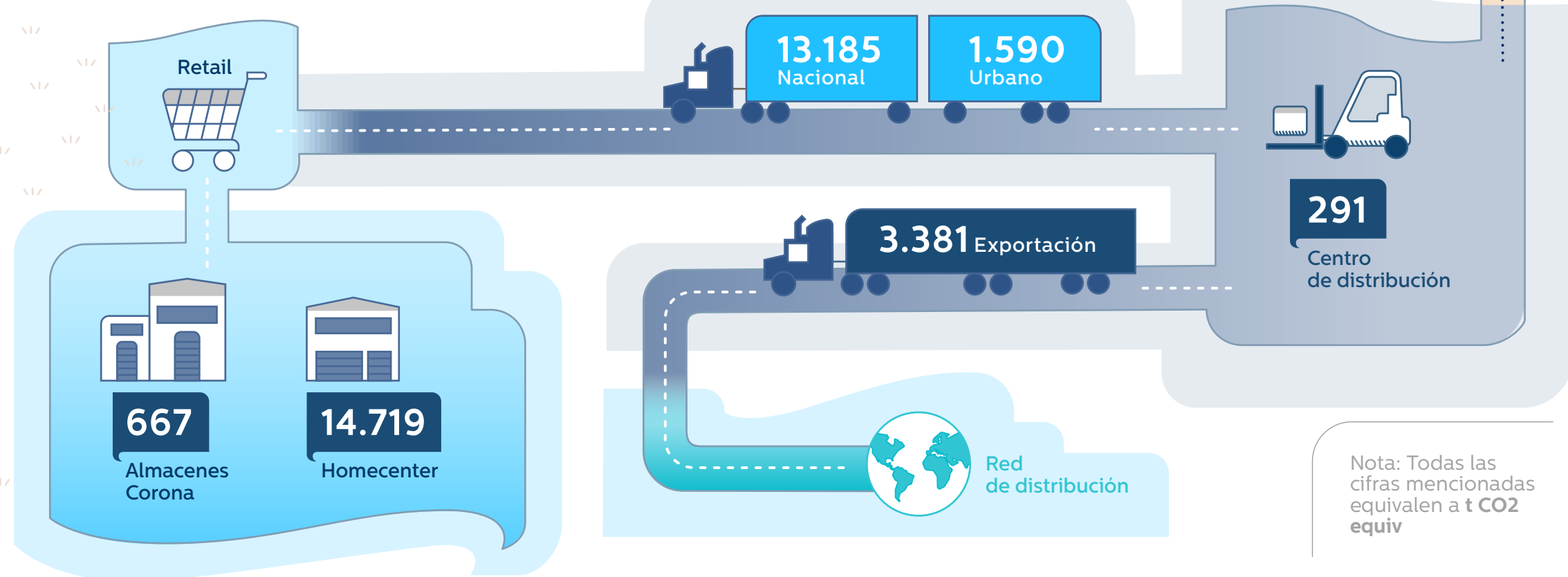


### DISTRIBUCIÓN

### MANUFACTURA



### DISTRIBUCIÓN



### COMERCIALIZACIÓN

Nota: Todas las cifras mencionadas equivalen a t CO<sub>2</sub> equiv

UNA BUENA PRÁCTICA...

## Cultura ambiental

Uno de los retos más desafiantes en el desarrollo e implementación de la Estrategia Ambiental es involucrar a todos los niveles de la compañía en la importancia de los asuntos ambientales. La sumatoria individual de aportes en una misma dirección es la que genera resultados sorprendentes.

En Corona se ha logrado el compromiso y apoyo de los trabajadores vinculando:  
Los valores de las personas.

El apoyo a la sostenibilidad con su compromiso diario en cada una de sus funciones.

Generando una preocupación legítima de como aportar soluciones desde lo individual y colectivo a las preocupaciones ambientales de la compañía y el planeta.

Parque Industrial Sabaneta

# CAMBIO CLIMÁTICO



**CORONA CONTINÚA DESARROLLANDO INICIATIVAS** para disminuir la dependencia de los combustibles fósiles y de esta manera reducir los gases de efecto invernadero y aumentar la eficiencia operacional. Para el año 2017 la gestión energética de los negocios estuvo focalizada en el desarrollo de proyectos de baja inversión y cultura. Debido a la coyuntura económica presentada en el país durante el año, hubo un impacto en la eficiencia energética global de las plantas por las drásticas reducciones en producción y algunos proyectos fueron pospuestos. No obstante, logramos desarrollar algunas iniciativas.

### Optimización de procesos energéticos

Dentro del modelo energético para generar ahorros se promueven iniciativas de bajo presupuesto que consisten en realizar diagnósticos de capacidad y consumo en los procesos para proponer mejoras. A nivel internacional nuestras operaciones en Guatemala y Nicaragua trabajaron en recuperación térmica, automatizaron sistemas de operación en compresores y mejoraron la eficiencia de los procesos, lo que hizo posible reducir nuestros índices de consumo energético e incrementar el uso de la capacidad instalada en estos países.



### Motores de alta eficiencia

El proyecto consistió en realizar una medición de consumos energéticos en los equipos de proceso de la planta de la División de Negocios de Mesa Servida donde se definió una línea base y se propuso implementar motores de alta eficiencia. Se llevó a cabo una prueba piloto de manera exitosa y se continuará con su implementación en el 2018.

### Iluminación eficiente

Es un proyecto basado en la reestructuración de iluminación que se adelanta desde el 2016. Para el 2017 las Divisiones de Negocios de Superficies, Materiales y Pinturas y de Baños y Cocinas continuaron realizando la reconversión a iluminación eficiente en las plantas de manufactura de Girardota, Madrid y Sopó generando ahorros en el consumo de energía eléctrica del orden de 1,1 millones de kWh. La División de Negocios de Insumos Industriales y Energía realizó la reconversión del sistema de iluminación en su zona administrativa del Parque Industrial Sabaneta logrando así un ahorro del 50% en el consumo de kWh/mes en comparación con el uso de bombillas fluorescentes.

Homecenter inició la implementación de este proyecto en 2013 para todos sus almacenes, y futuras adquisiciones, en el 2017 logró un ahorro de 3,5 MM kWh y desde el inicio del proyecto ha acumulado 17 MM de kWh ahorrados.



**1,1 millones de kWh**

ahorrado en el consumo de energía eléctrica

*Manufactura - Girardota, Madrid y Sopó*



**50% de ahorro**

en el consumo de kWh/mes

*Parque Industrial Sabaneta, zona administrativa*

ahorros logrados por el proyecto

Una buena práctica...  
**METODOLOGÍA**

**1**

Corona definió una estrategia ambiental de largo plazo que incluía los indicadores y metas de sus temas materiales.

**2**

Corona desarrolló como parte de sus indicadores de competitividad el Indicador de compuesto ambiental que hace parte del salario flexible de la Alta dirección de la compañía.

**3**

Las áreas de manufactura incluyeron la variable ambiental dentro de la cultura de pequeños equipos de producción, cada equipo desarrolló sus indicadores de responsabilidad con alcance ambiental en sus líneas de manufactura generando una cultura por la competencia sana en los diferentes equipos.



# ECOEficiencia

**COMPROMETIDOS CON LOGRAR UNA** mayor eficiencia y reducir el impacto ambiental de nuestros procesos, durante el año continuamos trabajando iniciativas dentro de la estrategia de ser una compañía Cero Vertimientos y buscamos valorizar y generar una Economía Circular a partir de nuestros residuos.

## Aprovechamiento de residuos - Economía circular

En Corona hemos consolidado una cultura del reciclaje que nos ha permitido alcanzar tasas de valorización de los residuos por encima del 80%. Así mismo, hemos realizado grandes esfuerzos encaminados a generar conciencia sobre la importancia de la separación en la fuente y vinculado aliados estratégicos para dar uso a los residuos.

Internamente todos los residuos cerámicos crudos son reintegrados al proceso productivo como materia prima. Así mismo, hemos avanzado con las iniciativas para recuperar los residuos provenientes de las plantas de tratamiento de agua y luego aprovecharlos en la preparación de pasta cerámica para la División de Negocios SMyP. Por su parte, las Divisiones de Negocios de ByC y MS procesan sus residuos con la División de Negocios de Insumos Industriales y Energía.

Los residuos inertes provenientes de la planta de la División de Negocios SMyP en Sopó se están recuperando con un aliado externo en el proceso ladrillero Molsabana y de esta manera se han dejado de disponer 69.000 toneladas de estos residuos. Así mismo, seguimos construyendo alianzas para aumentar el ciclo de vida de los residuos e integrarlos a nuevos procesos productivos.

Homecenter recicló durante el último año 5.283 toneladas de residuos. Adicionalmente, cuenta con programas de posconsumo directo e indirecto donde recolectaron 23,4 tons. de luminarias, 12,1 tons. de pilas, 98mil llantas y 45mil baterías usadas.

## Reducción de la huella hídrica gris - Cero Vertimientos

Uno de los desafíos más grandes del país es controlar la contaminación del medio ambiente, especialmente con respecto al recurso hídrico. Consientes de que los vertimientos industriales son una de las principales fuentes de contaminación, desde hace varios años Corona cuenta con una estrategia de Cero Vertimientos que consiste en tratar el agua utilizada en las operaciones y reincorporarla en el proceso productivo.

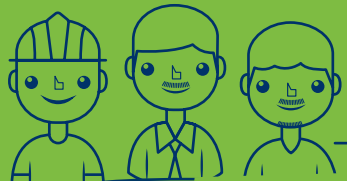
Esta iniciativa genera beneficios ambientales que incluyen la reducción en la captación de agua en la fuente y elimina la contaminación y/o pasivo ambiental al no realizar vertimientos. Así mismo, aumenta la productividad y competitividad de los negocios al reducir los costos por tasas de uso y tasas retributivas.

Durante el 2017 se sumaron 3 nuevas plantas de tratamiento de agua residual industrial en las Divisiones de Negocios de Insumos Industriales y Energía en Sabaneta y de Superficies, Materiales y Pinturas en La Estrella, y una planta de tratamiento de agua residual doméstica en Funza. Estas plantas hacen posible tratar y reincorporar el agua al proceso productivo.




Una buena práctica...  
**METODOLOGÍA**

**4**




Se Institucionalizaron los comités ambientales y energéticos donde se discuten los avances ambientales, los desafíos, los riesgos.

**5**




Hacer de la Sostenibilidad un tema visible adentro y fuera de Corona.

**6**



Incluir dentro de la cultura de innovación los desafíos ambientales como parte del aprendizaje horizontal para Corona.

**7**



Se estableció la inclusión del capítulo ambiental en la evaluación de los proyectos de Inversión para asegurar que contribuyan al logro de los objetivos del plan de sostenibilidad social y ambiental de Corona, en el marco de la promesa de lograr un crecimiento sostenible y rentable

# RECURSOS NATURALES

**CORONA BUSCA EL ASEGURAMIENTO** de recursos naturales y energía en la cadena de valor y promueve la protección y conservación de zonas con características ambientales. Durante el 2017 se adelantaron los siguientes proyectos:

## Reservas Naturales de la Sociedad Civil

La División de Negocios de Insumos Industriales y Energía registró la cuarta Reserva de la Sociedad Civil para contribuir a la conservación de la flora y fauna. Esta tiene una extensión de 9,3 ha y está ubicada en Piedra Pintada, Nemocón, Cundinamarca.

Esta reserva se suma a las ya existentes en Ibagué, La Unión y Arcabuco consolidando una extensión de 76,62 hectáreas de áreas protegidas.



## Corredores Verdes

El programa Corredores Verdes de Corona se enfoca en proteger las cuencas hidrográficas que regulan el ciclo hídrico y abastecen los embalses y las plantas de tratamiento de agua potable. Esta iniciativa de Corona ha contribuido a proteger las riberas del Río La Piedra en La Unión y el Río La Cebada en Arcabuco a través de la restauración ecológica de ecosistemas que han sido degradados por la deforestación, ganadería extensiva y ampliación de la frontera agrícola. A la fecha Corona ha sembrado aproximadamente 2.800 árboles a lo largo de la ribera del Río La Cebada en Arcabuco y más de 7.200 árboles en el corredor verde del Río La Piedra en La Unión. Trabajando de la mano de las comunidades Corona ha logrado proteger 5,4 hectáreas de riberas en estos dos municipios. Así mismo, el programa Corredores Verdes genera conciencia ambiental en las comunidades aledañas a través de programas de educación ambiental orientada a niños y adultos. Hasta la fecha 97 personas han participado directamente en los programas de formación para la protección de los ecosistemas.





Una buena práctica...  
**ACTORES**

**Actores** El compromiso de todos los colaboradores se ha convertido en un elemento clave en Corona. Sobre la base de la estrategia de crear un lugar de trabajo sostenible, se enfocan esfuerzos en, desarrollar este enfoque de combinar iniciativas de sostenibilidad, y el compromiso de los empleados crea un valor en cadena que tiene impactos positivos, el colaborador entiende que no se trata solamente de “hacer bien” sino de “hacerlo bien”.



Es una buena práctica porque

- La participación de los empleados se ha convertido en una poderosa herramienta para impulsar iniciativas de sostenibilidad que generan una ventaja competitiva asociada con atraer y retener empleados con valores y comprometidos por disminuir el impacto ambiental.
- Aprovechar el compromiso de los empleados permite a las empresas no solo lograr sus propios objetivos organizacionales, sino también para magnificar su impacto positivo.
- Incluir a los empleados en las acciones internas de sostenibilidad, como reducir el uso de la energía, agua y residuos, es donde los trabajadores se involucran en cambios comportamentales que les permiten tomar decisiones en sus puestos de trabajo incluyendo la variable ambiental.

## CUMPLIMIENTO

**CORONA SE PREOCUPA POR** ir más allá del cumplimiento normativo y promueve las buenas relaciones en sus zonas de influencia, es por esto que durante el 2017 adelantó iniciativas para reducir y mitigar impactos potenciales en medio ambiente y la comunidad, y continuamos desarrollando el Sistema de Gestión Ambiental certificado por la ISO 14001.

### Medición y caracterización de PM 2.5

Las Divisiones de Negocios presentes en el Valle de Aburrá (Insumos Industriales y Energía, Superficies, Materiales y Pinturas, Baños y Cocinas y Mesa Servida), conscientes de la situación actual de calidad de aire en la zona, iniciaron las mediciones de emisiones de Material Particulado –PM 2,5– de las fuentes fijas seleccionadas de cada empresa para realizar un diagnóstico del impacto en el entorno.

### Modelación de ruido

La División de Negocios de Insumos Industriales y Energía realizó un mapa de ruido industrial en el horario diurno y nocturno y a diferentes alturas para conocer el impacto en las zonas aledañas al Parque Industrial Sabaneta.

### Control de ruido

La División de Negocios de Insumos Industriales y Energía, en la planta de calcinación diseñó un sistema de control de ruido, realizó el montaje de los equipos y con este control implementado redujo el nivel de ruido manteniéndose en los límites legales.

### Certificación ISO 14001

Homecenter, implementó el Sistema de Gestión Ambiental y recibió el certificado en cinco tiendas nuevas –Neiva, Barranquilla, San Juan, Pereira y Suba– con el Instituto Colombiano de Normas Técnicas (ICONTEC).

## PRODUCTOS RESPONSABLES

**CORONA SE PREOCUPA POR** el desarrollo de productos con atributos ambientales en su ciclo de vida, iniciando con un proceso productivo que se realiza de manera eficiente con los recursos naturales, y entregando productos con características de uso que los convierten en más sostenibles. Del 2017 destacamos:

### Grifería Aluvia

Inspirada en la erosión aluvial. Esta nueva línea, ganadora del premio A' Design en Italia por su diseño original, encuentra su inspiración en el efecto del agua que esculpe las rocas a través de los años, dando paso a superficies suaves. Dentro de principales beneficios del producto, se destaca un ultra ahorro de agua al consumir 5,7 litros por minuto en lavamanos y lavaplatos y un consumo de agua de 7,3 litros por minuto en duchas.



# Huella hídrica corporativa

**24%**

Reducción de la huella hídrica.

**41%**

Total reducción de la huella gris.

**89%**

Reducción de huella gris en Manufactura por la gestión de ciclos cerrados.

La iniciativa en Manufactura de Cero Vertimientos-Ciclo Cerrado de agua, es la estrategia que nos ha permitido aumentar el reciclaje y reutilización de agua en nuestros procesos y de esta manera reducir la huella gris, evitando la generación de vertimientos a fuentes hídricas.



**HUELLA AZUL**

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



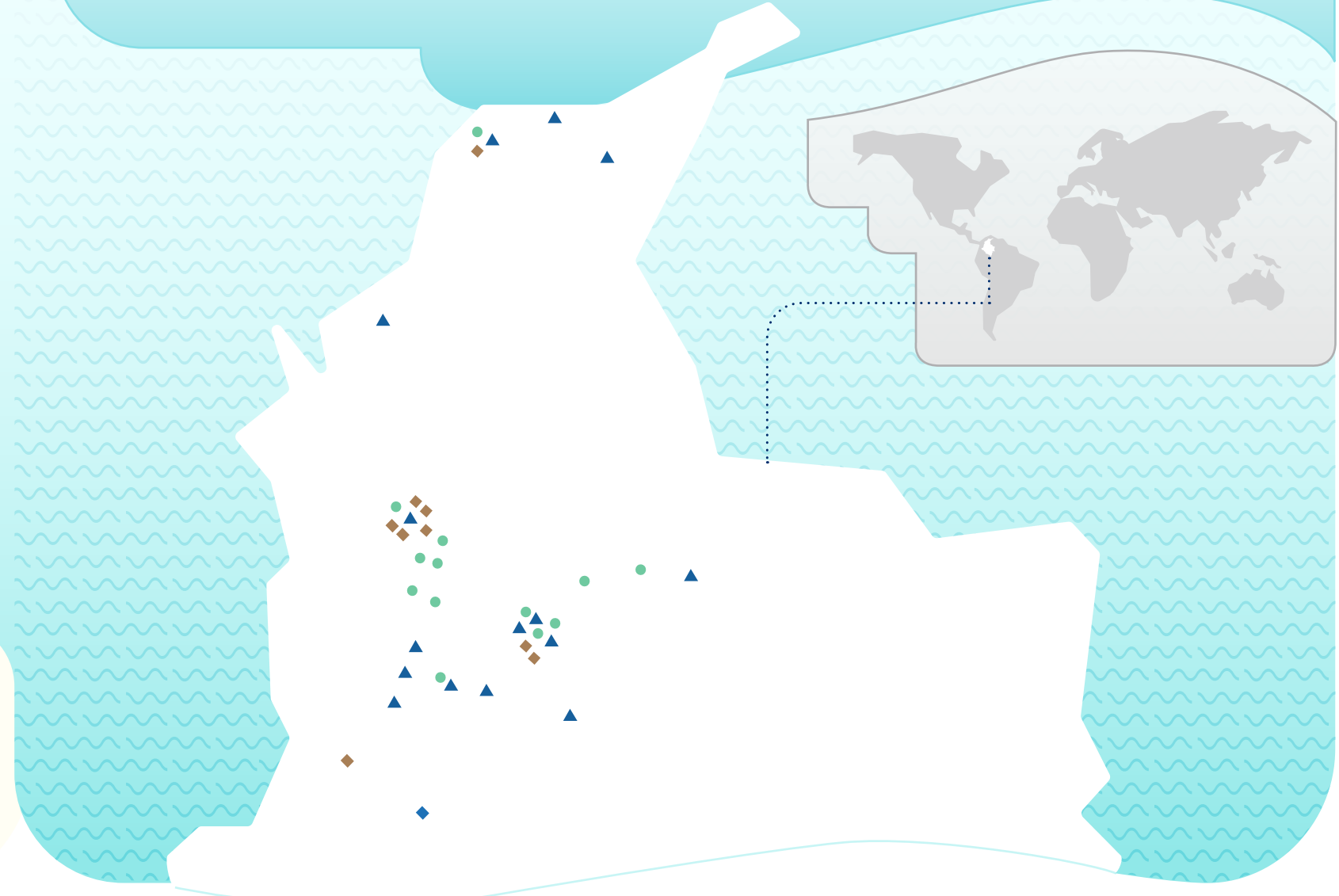
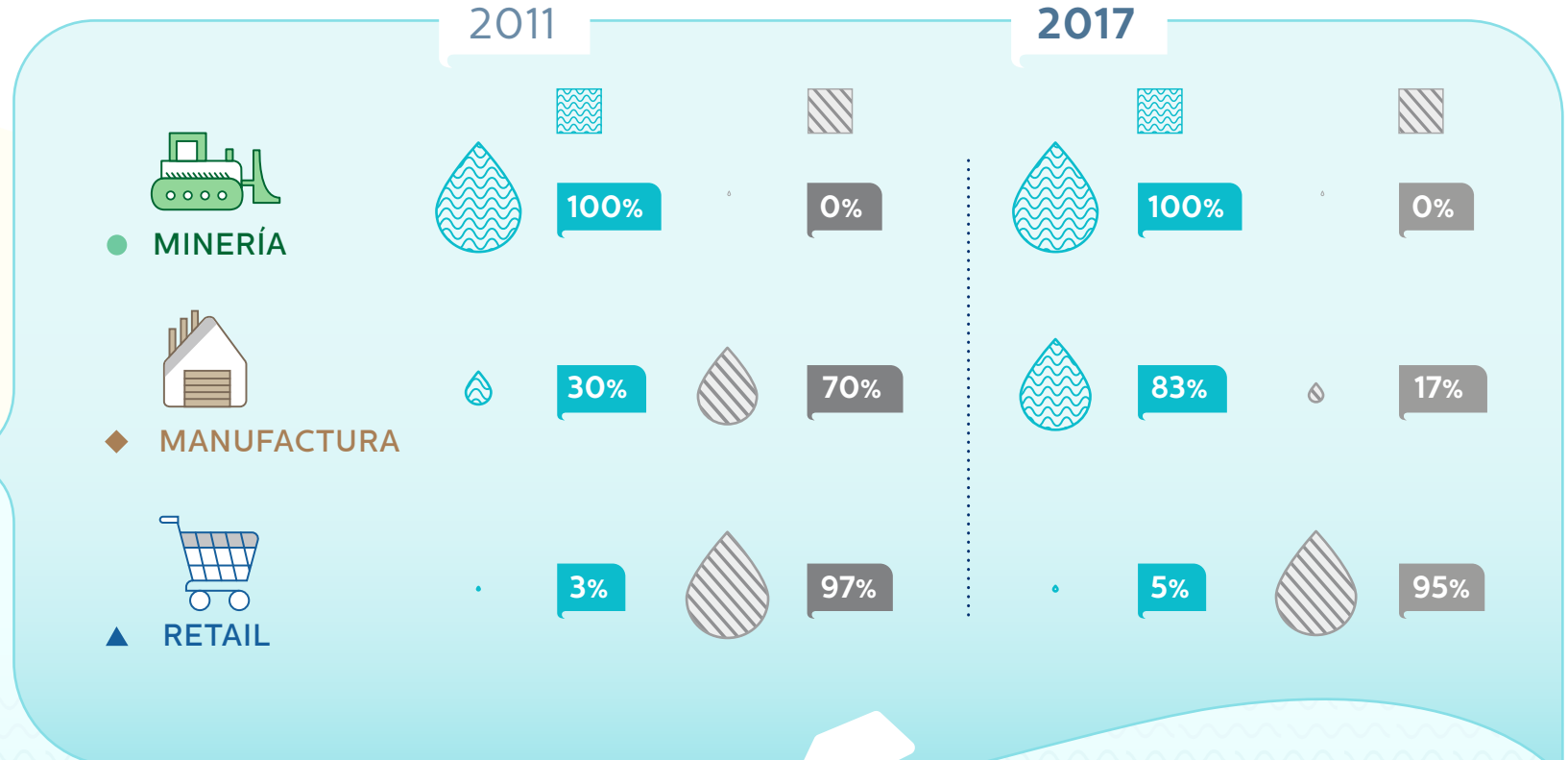
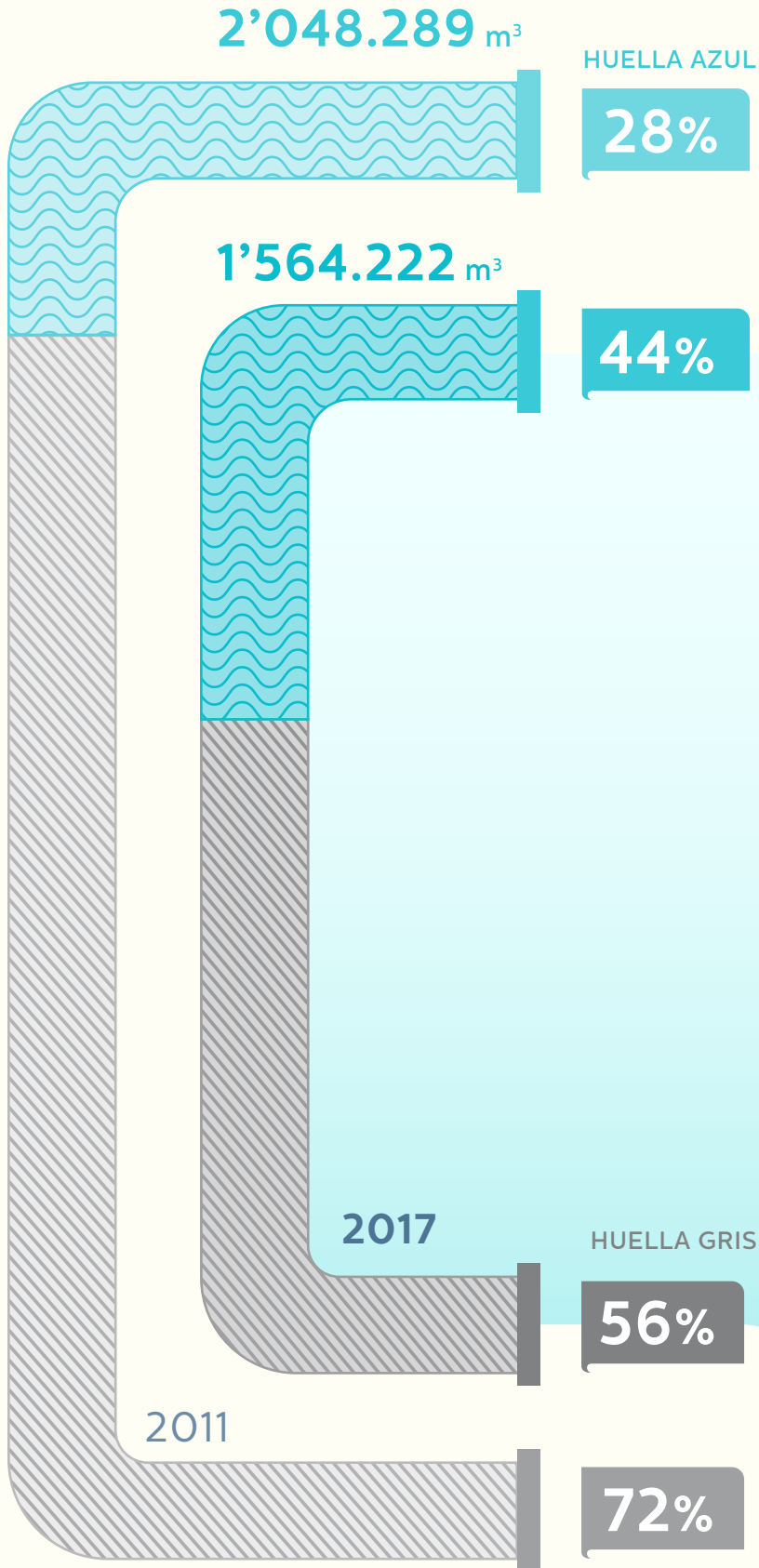
**HUELLA GRIS**

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



**HUELLA VERDE**

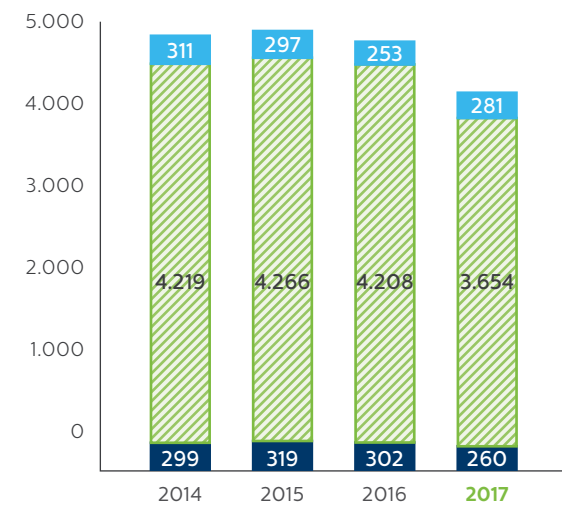
Volumen de agua lluvia que esta almacenada en el suelo como humedad.



# Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética

302-1

## CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA (Terajoules)



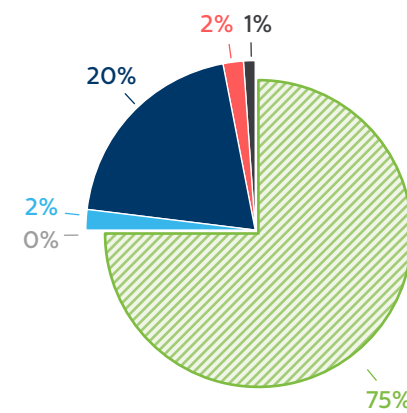
■ RETAIL  
■ MANUFACTURA  
■ MINERO

Para el 2017 se presentó una reducción del consumo energético del 12%, principalmente asociado a la baja demanda, y a las iniciativas de mejoras de eficiencia energética de manufactura y retail, que contribuyeron en 3% a la reducción.

El consumo energético en su mayor parte continúa siendo gas natural usado dentro de nuestro proceso productivo, la energía eléctrica, donde producimos una pequeña parte, es consumida en la iluminación de zonas productivas y almacenes, y en algunos equipos de manufactura. La fracción del combustible líquidos se asocia al combustible de tracto camiones y maquinaria amarilla de minería y el uso del carbón corresponde al funcionamiento a plena capacidad de la Planta de Calcinación.

302-1

## DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA POR FUENTE %



■ GAS NATURAL  
■ GLP  
■ CARBÓN  
■ ENERGÍA ELÉCTRICA COMPRADA  
■ ENERGÍA ELÉCTRICA GENERADA  
■ ACPM

303-2

## CONSUMO DE ENERGÍA EXTERNA

Está relacionado al transporte de materias primas y producto terminado cuando L&T lo realiza por medio de empresas externas. El combustible (ACPM) usado por los vehículos diferentes a flota propia corresponde a energía utilizada fuera de la organización.

302-4 & 305-5

## INICIATIVAS DE AHORRO DE CONSUMO ENERGÉTICO Y REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CARBONO

Bajo el Modelo de Eficiencia Energética, Corona desarrolla los proyectos que impactan la reducción de consumos, cultura organizacional de uso eficiente de la energía y disminución la huella de carbono. Durante el 2017 el impacto de la baja demanda del mercado afectó la ejecución de las iniciativas y algunas fueron postpuestas. Sin embargo, las iniciativas desarrolladas generaron ahorros por 17 TJ y evitaron la emisión de 10.702 t CO<sub>2</sub>.

### PROYECTOS DESTACADOS 2017

- Iluminación eficiente\*
- Motores de alta eficiencia\*
- Optimización de procesos energéticos\*
- Mejoras en los hornos (Pospuesto)
- Energía alternativas: Paneles Solares (Pospuesto)

\*Estas iniciativas se encuentran descritas en el frente de trabajo de cambio climático, página 42.



302-3

## INTENSIDAD ENERGÉTICA

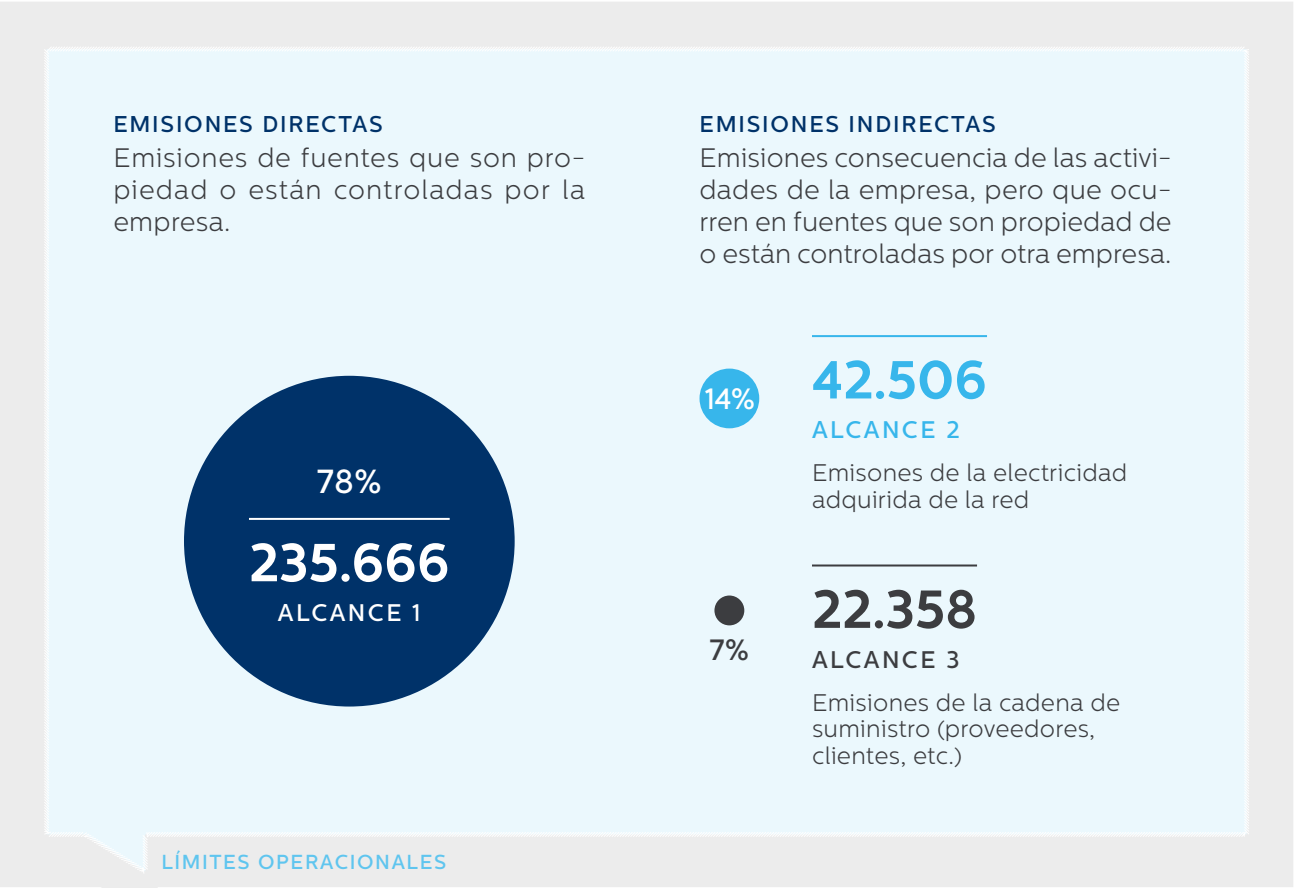
UEN	GJ/T				
	2013	2014	2015	2016	2017
MANUFACTURA	1,97	2,00	1,96	2,07	1,95

Para el año 2017 el consumo específico de energía registra un decremento del 5,8% respecto del 2016, lo anterior influenciado principalmente por la reducción del consumo energético debido a factores externos como la baja demanda del mercado.



305-1 | 305-2 | 305-3

EMISIONES DIRECTAS E INDIRECTAS DE EFECTO INVERNADERO



LÍMITES OPERACIONALES

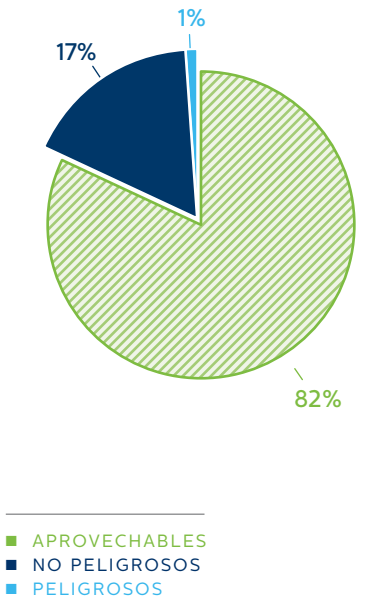
LÍMITES ORGANIZACIONALES

El alcance 1 está ligado principalmente al uso de combustibles como lo son gas, GLP y ACPM y en una menor proporción las materias primas usadas en el proceso productivo, el total de este alcance es de 235.666 t de CO<sub>2</sub> y constituyen el 78% del total de las emisiones.

El alcance 2 corresponde al consumo eléctrico de los centros con un total de emisiones de 42.506 t de CO<sub>2</sub>, una participación porcentual del 14%, en tanto que el alcance 3 correspondiendo a la actividad logística de terceros alcanza un total de 22.358 t de CO<sub>2</sub> para un 7% de participación.

# Indicadores asociados a la gestión de residuos

303-1  
RESIDUOS POR TIPO (%)



Por la naturaleza de nuestros negocios, las características de los residuos generados en proceso son mayormente aprovechados, generamos 69.551 toneladas de residuos. El 82% son residuos valorizados dentro de la estrategia de gestión de Corona; reutilizamos internamente: pastas cerámicas y esmaltes, la rotura se aprovecha con aliados externos de agregados para la construcción. Se genera valorización de residuos aprovechables como plástico, zuncho, cartón y vidrio, estos se venden o entregan a terceros donde se convierten en materia prima para otras empresas. La disposición de los residuos de tipo peligroso representa el 1%, y se controla en sus fases de almacenamiento, transporte y método de disposición mediante auditorías a proveedores donde evidenciamos el cumplimiento de licencias. El porcentaje restante, 17% corresponde a los residuos no peligrosos enviados a rellenos sanitarios mediante entidades prestadoras del servicio de aseo.

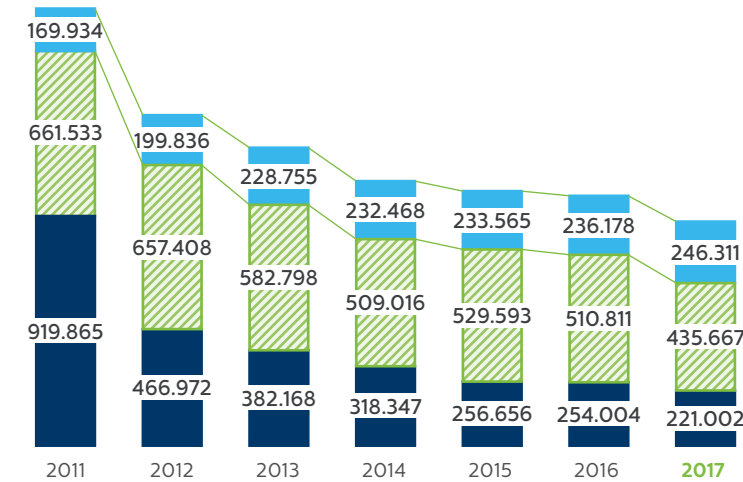




## Indicadores asociados a la gestión hídrica

303-1

CONSUMO TOTAL DE AGUA  
(m<sup>3</sup>)

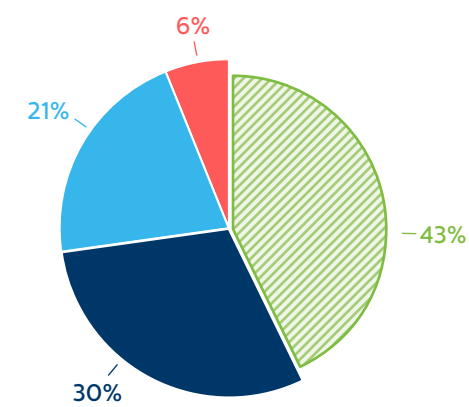


■ RETAIL  
■ MANUFACTURA  
■ MINERO

Para el 2017 hubo una disminución del 10% en el consumo hídrico asociada a la reducción de la demanda presentada durante el año y la continuidad de la implementación de ciclos cerrados, que durante el periodo se ejecutó en 4 plantas de manufactura. Sin embargo, se refleja un aumento en retail que corresponde a la apertura de nuevas tiendas.

303-1

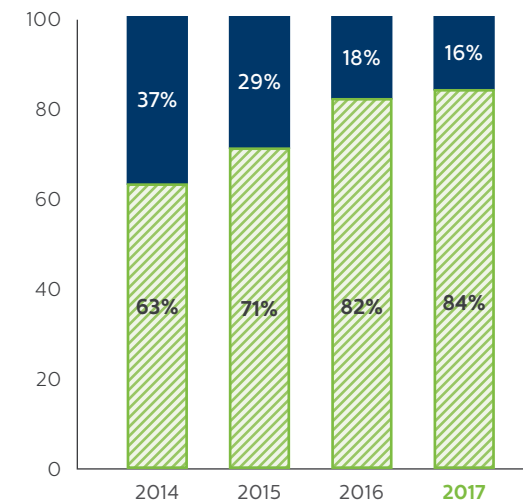
DISTRIBUCIÓN DE CONSUMO DE AGUA  
POR FUENTES  
(%)



■ ACUEDUCTO  
■ AGUAS SUPERFICIALES  
■ AGUAS SUBTERRÁNEAS  
■ AGUA LLUVIA

303-3

PORCENTAJE DE RECIRCULACIÓN /  
REUTILIZACIÓN DE AGUA  
(%)



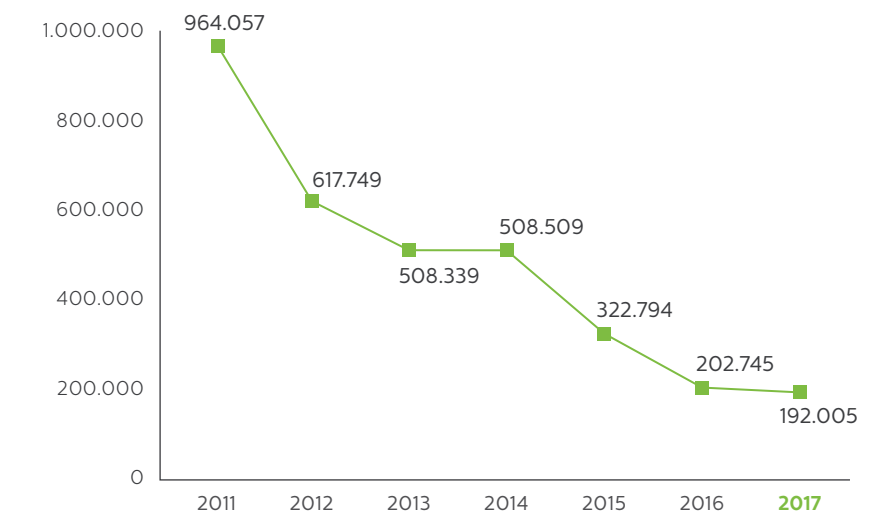
■ VERTIMIENTO  
■ RECIRCULACIÓN

El porcentaje de reciclaje y reusó de agua, es el exitoso resultado de la estrategia de ciclos cerrados en nuestro proceso de manufactura. Esta estrategia consiste en tratar el agua usada en las operaciones y reincorporarla al proceso productivo.

\*Se realiza corrección de la cifra 2016.

303-3

VERTIMIENTOS TOTAL DE AGUAS RESIDUALES  
(m<sup>3</sup>/año)



En comparación al año anterior la disminución de los vertimientos industriales es del 5%, relacionada con los ciclos cerrados implementados durante el año. Los beneficios ambientales de esta iniciativa nos permiten reducir el estrés hídrico de las fuentes de captación y eliminar el pasivo ambiental de contaminantes producto de vertimientos.



## Operación internacional controlada por Corona

Se inició el reporte de las operaciones de Corona en Estados Unidos, México y Centroamérica con los consumos de energía y agua.

### 302-1

#### CONSUMO ENERGÉTICO DE LA OPERACIÓN INTERNACIONAL (Terajoules)

UEN	2014	2015	2016	2017
<b>MPP</b>	477	452	500	516
<b>IN</b>	246	262	188	159
COSTA RICA	97	-	8*	7
GUATEMALA	40	147	87	78
NICARAGUA	109	115	93	73
<b>PCM</b>	-	554	512	499
<b>TOTAL</b>	722	1.269	1.200	1.770

Dentro de la operación controlada por Corona, se reportó un consumo energético de 1.770 TJ para el 2017. Actualmente se sigue trabajando para continuar consolidando información de estos negocios e incluirlos en el modelo de eficiencia energética colombiano.

\* Se realiza corrección de la cifra 2016 para Costa Rica.

### 303-1

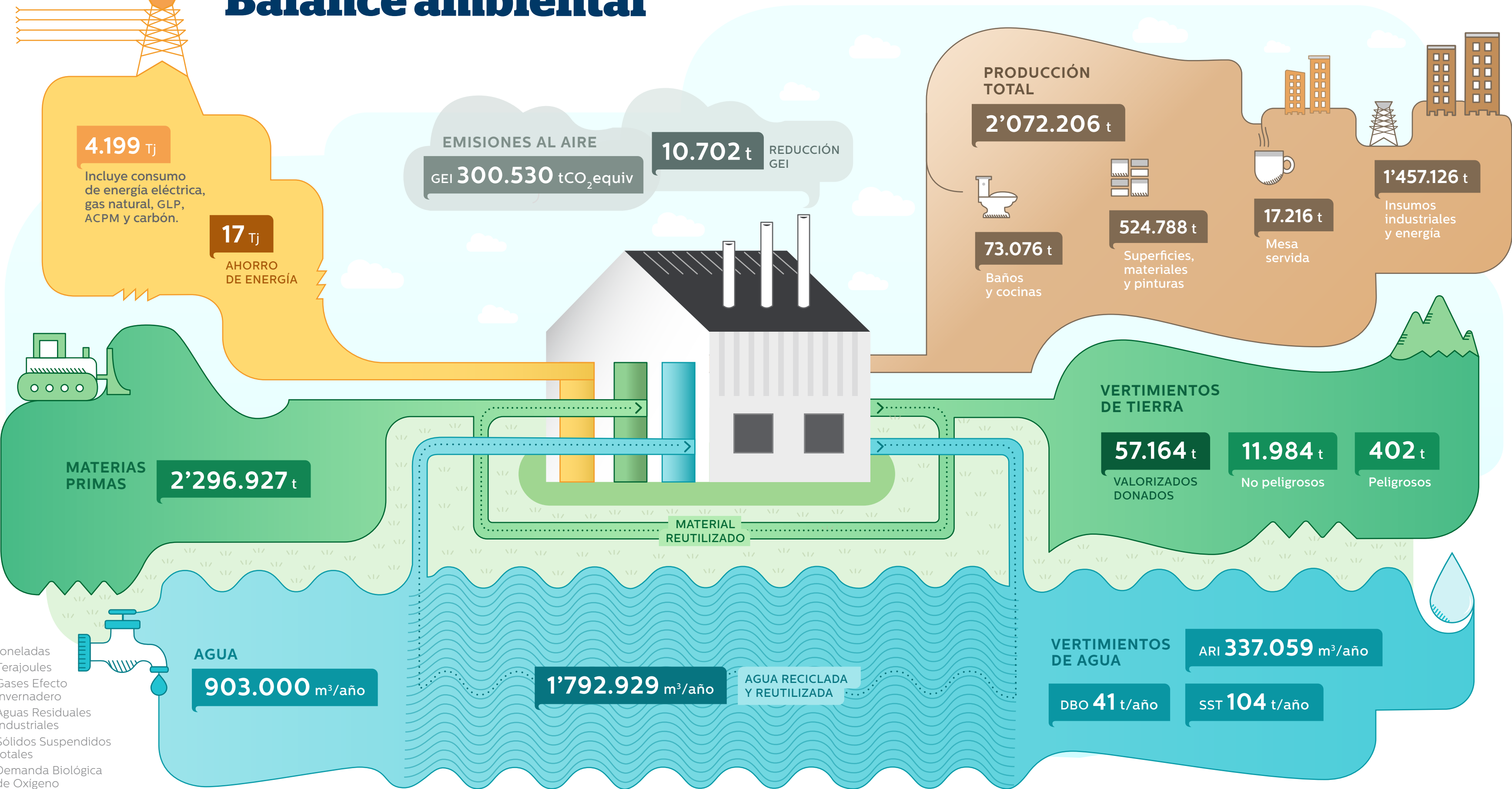
#### CONSUMO HÍDRICO DE LA OPERACIÓN INTERNACIONAL (m³)

UEN	2014	2015	2016	2017
<b>MPP</b>	203.501	164.388	191.125	168.678
<b>IN</b>	62.480	41.972	47.989	30.771
COSTA RICA	34.554	-	7.611	2.906
GUATEMALA	2.322	-	12.573	10.834
NICARAGUA	25.604	41.972	27.805	17.031
<b>PCM</b>	-	98.490	85.512	80.286
<b>TOTAL</b>	265.981	304.850	324.625	279.735

El consumo reportado para el periodo 2017 es de 279.735 m³. La operación internacional se encuentra en la fase de estabilización del proceso de consolidación de información en consumos hídricos y volumen de agua recirculada.



# Balance ambiental



t: toneladas  
 TJ: Terajoules  
 GEI: Gases Efecto Invernadero  
 ARI: Aguas Residuales Industriales  
 SST: Sólidos Suspendidos totales  
 DBO: Demanda Biológica de Oxígeno

---

## INDICADORES GRI

---



## INDICADORES GENERALES

Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>					
102-1	Nombre de la organización	Organización Corona S.A.			53
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Parte General - Organización Corona			12
102-3	Ubicación de la sede de la organización	Calle 100 No 8A - 55 Torre C Piso 9 - PBX 6446500 Bogotá - Colombia			53
102-4	Países donde opera la empresa y el nombre de los países donde la empresa tiene operaciones significativas o que son relevantes para los temas de sostenibilidad tratados en el informe.	*Parte general: Corona en cifras			5
102-5	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: <a href="http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/perfil-corporativo">http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/perfil-corporativo</a>			53
102-6	Mercados servidos (Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes).	Parte general - Corona en cifras			5
102-7	Tamaño de la organización, incluyendo: - Número de empleados. - Número total de operaciones. - Ventas netas o ingresos. - Cantidad de productos o servicios que ofrece.	Parte general - Corona en cifras			5
102-8	Número total de empleados por tipo de contrato laboral y género.	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE			27
102-9	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	La cadena de suministro de Corona está compuesta por los proveedores y contratistas requeridos para la prestación de servicios de acuerdo con los atributos requeridos. Así mismo, de materias primas y otros insumos que son parte de la cadena de producción para la elaboración de los diferentes productos que la compañía ofrece.			53

Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
102-10	Cambios significativos de tamaño, estructura, propiedad o cadena de suministro de la organización.	* Adquisición del 51% de Agromil * Transformación de 5 Almacenes Corona al nuevo formato de Centros Corona. * Inicia construcción de la planta Ecocementos en Rioclaro (Antioquia).			54
102-11	Descripción de cómo la organización ha adoptado el principio de precaución	Promesa SER UNA EMPRESA SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE			33
102-12	Lista de estatutos, principios y otros documentos de carácter económico, ambiental y social desarrollados externamente y a los que la organización este suscrita.	Adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas en 2005. Firma Pacto por la Productividad Inclusiva - ANDI en 2016			54
102-13	Lista de las principales afiliaciones a entidades del sector u otras asociaciones y organizaciones de defensa de intereses a nivel nacional o internacional	Aliados: <b>Organizaciones No Gubernamentales:</b> Corporación Transparencia por Colombia, Fundación Endeavor, Corporación Excelencia en la Justicia, Best Buddies, Fundación Corona, Red Local Pacto Global, Prodeocsa, Prodensa, Prosur, Proaburrá Norte, Fundación Liderazgo y Democracia, Instituto de Ciencia Política, Consejo Colombiano de Construcción Sostenible, Corporación Empresarial de Oriente, Fundación Paz y Bien <b>Gremiales:</b> ANDI, CAMACOL, CECODES, Probogotá, Consejo Privado de Competitividad. <b>Educación:</b> Colegio Gabriel Echavarría, Colegio Tercer Milenio			54
<b>ESTRATEGIA</b>					
102-14	Declaración del más alto responsable de la toma de decisiones de la organización (como el director general, el presidente o cargo equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia para abordar la sostenibilidad	Carta del Presidente			

Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
102-15	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	<p>Nuestros principales riesgos están clasificados de acuerdo con las promesas estratégicas. El detalle se encuentra en el siguiente link:  <a href="https://s3.amazonaws.com/static.corona.co/Gobierno+Corporativo/Manejo+de+riesgos/principales_riesgos.pdf">https://s3.amazonaws.com/static.corona.co/Gobierno+Corporativo/Manejo+de+riesgos/principales_riesgos.pdf</a></p>			54

**ETICA E INTEGRIDAD**

102-16	Describir los valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.	<p>*Gobierno corporativo                      - Cumplimiento de la Ley                      - Sistema para el manejo de la Ética</p> <p>Corona cuenta con un Código de Ética que parte del histórico compromiso de la Organización con la honestidad y la integridad, definiendo quiénes somos como compañía y cómo nos relacionamos entre nosotros, con nuestros proveedores y clientes. También contamos con nuestros Valores Fundacionales del SER Y los valores desde las creencias del HACER que expresan la cultura que vivimos, el carácter de nuestra compañía y la forma en que nos comportamos. El Código de Ética se encuentra publicado en nuestra página <a href="http://www.corona.com.co/Quienes-somos/Etica-y-Valores">www.corona.com.co/Quienes somos/Ética y Valores</a> (<a href="http://www.corona.com.co/nuestra-empresa/quienes-somos/etica-y-valores">http://www.corona.com.co/nuestra-empresa/quienes-somos/etica-y-valores</a>)</p>			55
--------	--	--	--	--	----

102-17	Descripción de mecanismos internos y externos para 1) Solicitar asesoramiento sobre conducta ética y jurídica y sobre la integridad de la organización. 2) Informar preocupaciones relacionadas con conductas no éticas o ilegales y con la integridad de la organización.	<p>La Línea Ética:  <a href="mailto:lineaeticayanticorruptcion@corona.com.co">lineaeticayanticorruptcion@corona.com.co</a> es el mecanismo a través del cual tanto nuestros empleados como las personas con las que nos relacionamos puedan reportar comportamientos incorrectos.</p>			55
--------	--	---	--	--	----

**GOBERNANZA**

Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
102-18	Estructura de gobernanza de la organización, incluidos los comités del máximo órgano de gobierno. Comités responsables de la toma de decisiones sobre temas económicos, ambientales y sociales.	El sistema de Gobierno corporativo de Corona se encuentra disponible en el sitio web: <a href="http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/gobierno-corporativo">www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/gobierno-corporativo</a> Los temas económicos, sociales y ambientales hacen parte de la estrategia de Corona, debido a esto, se le hace seguimiento en el Equipo de Presidencia, el Consejo Corporativo y el Comité Corporativo de Sostenibilidad.			55
102-19	Proceso de delegación de autoridad para temas económicos, ambientales y sociales del máximo órgano de gobierno a los altos ejecutivos y otros empleados.	La organización ha delegado a la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos como responsable de gestionar los temas Sociales y Ambientales y a la Vicepresidencia Financiera como responsable de gestionar los temas económicos. Estas dos Vicepresidencias reportan directamente a Presidencia.			56
102-20	Reportar si la organización ha designado uno o varios cargos de nivel ejecutivo con responsabilidad en temas económicos, ambientales y sociales. y si esta posición reporta directamente al máximo órgano de gobierno.	La organización ha delegado a la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos como responsable de gestionar los temas sociales y Ambientales y a la Vicepresidencia Financiera como responsable de gestionar los temas económicos. Estas dos Vicepresidencias reportan directamente a la alta dirección.			56
102-21	Reportar los procesos de consulta entre los grupos de interés y el máximo órgano de gobierno sobre temas económicos, ambientales y sociales. Si la consulta se delega, debe indicarse a quién y cómo se facilitan los comentarios resultantes al máximo órgano de gobierno.	La Dirección de Asuntos Externos y Regulatorios es el área responsable de implementar el sistema de relacionamiento y hacerle seguimiento a los asuntos relevantes manifestados por los grupos de interés. Esta Dirección reporta a la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos.			56



Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
102-22	<p>Reportar la composición de la alta dirección y su comités:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecutivos o no ejecutivos.</li> <li>- Independientes.</li> <li>- Antigüedad en el órgano de gobierno</li> <li>- Género.</li> <li>- Miembros de minorías.</li> <li>- Afiliación a grupos sociales infrarrepresentados;</li> <li>- Competencias relacionadas con impactos económicos, sociales y ambientales.</li> <li>- Representación de los grupos de interés.</li> </ul>	<p>El Consejo Corporativo lo conforman 5 miembros independientes y 4 miembros dependientes que son elegidos por la Asamblea General de Accionistas por un período de 1 año. El Consejo está conformado en un 89% por hombres.</p>			56
102-23	<p>Informar si el presidente del máximo órgano de gobierno también es un ejecutivo de la organización, y si el presidente también es un ejecutivo, debe indicarse su función en la gestión de la organización y los motivos para esta disposición</p>	<p>Los miembros del Consejo Corporativo no ocupan cargos dentro de la organización.</p>			56
102-24	<p>Informar los procesos de designación y selección del máximo órgano de gobierno y sus comités: Criterios para designar y seleccionar a los miembros del máximo órgano de gobierno y si:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participan los grupos de interés (incluidos los accionistas);</li> <li>- Se tiene en cuenta la diversidad;</li> <li>- Se tiene en cuenta la independencia</li> <li>- Se tienen en cuenta los conocimientos y la experiencia en temas económicos, ambientales y sociales.</li> </ul>	<p>En el proceso de selección de miembros de alta dirección se tienen en cuenta aspectos de experiencia en temas económicos, sociales y ambientales, así como también diversidad e independencia de los candidatos.</p>			57
102-25	<p>Informar los procedimientos que sigue el máximo órgano de gobierno para asegurar evitar y gestionar los conflictos de intereses y si los conflictos de intereses se revelan a los grupos de interés, incluidos, como mínimo a juntas especiales y accionistas.</p>	<p>El sistema de gobierno corporativo de Corona establece procedimientos para la solución de conflictos en general y también del Consejo Corporativo.</p>			57

Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
102-26	Reportar el rol del máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos en el desarrollo, aprobación y actualización del propósito, valores, misión, estrategias, políticas y metas relacionadas a impactos económicos, sociales y ambientales.	Comité de Presidencia propone y Consejo Corporativo aprueba			57
102-27	Reportar las medidas tomadas para desarrollar y potenciar el conocimiento de los miembros del máximo órgano de gobierno en temas económicos, sociales y ambientales.	Se eligen miembros que son expertos en los diferentes temas quienes permanentemente se están actualizando.			57
102-28	Informar los procesos para evaluar el desempeño del máximo órgano de gobierno con respecto a la gestión de temas económicos, ambientales y sociales. Si dicha evaluación es independiente o no y su frecuencia y si dicha evaluación es una autoevaluación y las medidas tomadas en respuesta a la evaluación.	Al final de cada reunión se hace una evaluación de la misma. El Presidente del Consejo Corporativo hace una evaluación anual a todos los miembros y se proponen mejoras			57
102-29	Reportar el rol del máximo órgano de gobierno en la identificación y administración de impactos, riesgos y oportunidades económicas, sociales y ambientales, incluida su función en los procesos de debida diligencia. Si la consulta grupo de interés se usa para ayudar al máximo órgano de gobierno en identificación de riesgos y oportunidades.	Comité Corporativo de Sostenibilidad, para temas ambientales y sociales. Comité de Presidencia para temas económicos.			57
102-30	Reportar la función del máximo órgano de gobierno en la evaluación de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en temas económicos, ambientales y sociales.	Comité Corporativo de Sostenibilidad, para temas ambientales y sociales. Comité de Presidencia para temas económicos.			58
102-31	Reportar la frecuencia con la cual el máximo órgano de gobierno revisa impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.	Se hace seguimiento a la estrategia en el Consejo Corporativo que se reúne cada 2 meses, esto incluye los temas económicos, sociales y ambientales.			58
102-32	Reportar el comité o cargo encargados de la evaluación y aprobación formal del informe de sostenibilidad de la organización y de garantizar que se traten todos los temas materiales	Presidencia y Vicepresidencia de Asuntos Corporativos			58

Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
102-33	Reportar el proceso para comunicar temas críticos al máximo órgano de gobierno.	Los temas críticos son expuestos por las gerencias de las diferentes áreas en los comités de Presidencia y allí se toman decisiones, estrategias y planes de acción			58
102-34	Reportar el número total de preocupaciones críticas notificadas al máximo órgano de gobierno y los mecanismos utilizados para solventar preocupaciones críticas				58
<b>POLITICAS DE REMUNERACION</b>					
102-35	Reportar las políticas de remuneración para el máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos: - Sueldo fijo y variable asociado a desempeño. - Las bonificaciones de contratación - Indemnizaciones por despido - Reembolsos - Beneficios por jubilación, incluida la diferencia entre los planes de beneficios y las tasas de contribución del máximo órgano de gobierno	La remuneración de la Junta Directiva se hace teniendo en cuenta un benchmark de mercado y varía según la dedicación de tiempo para reuniones y preparación entre otros. Se busca que sea competitiva y atractiva para compensar el nivel de dedicación que Corona necesita y espera.			58
102-36	Reportar el proceso para determinar la remuneración. Indicar si existen consultores encargados de determinarla.	La remuneración de la Junta Directiva se hace teniendo en cuenta un benchmark de mercado y varía según la dedicación de tiempo para reuniones y preparación entre otros. Se busca que sea competitiva y atractiva para compensar el nivel de dedicación que Corona necesita y espera.			58
<b>PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES</b>					
102-40	Lista de los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Parte general - Grupos de interés			9
102-41	Porcentaje del total de empleados cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva.	30,9% del total de trabajadores están cubiertos por Acuerdo Colectivo de Trabajo			59
102-42	Reporte la base para la identificación y selección de grupos de interés participantes.	Parte general - Grupos de interés			9

Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
102-43	Reporte el enfoque de la organización respecto a la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia de participación por tipo y por grupo de interés y la indicación de si alguna participación ha tenido lugar específicamente como parte del proceso de preparación del informe.	Anualmente se realiza cronograma de diálogos para las diferentes localidades según acuerdos y agendas locales con cada grupo de interés. Adicionalmente se vienen formalizando espacios de diálogo permanente en algunas de las localidades.			59
102-44	Reportar los temas y preocupaciones que han sido señalados a través de la participación de los grupos de interés e incluir: i. Cómo ha respondido la organización a estos temas. ii. Que grupos de interés señalaron cada uno de los temas y las preocupaciones	Los principales temas de interés que surgieron en los diálogos con las comunidades en 2017 fueron: Mantenimiento de vías, mejoramiento de vivienda, transferencia de conocimiento, emisiones y ruido, y siembras ambientales, entre otras. Para atender estos temas se crearon mesas de trabajo conjunto con los gobiernos locales buscando dar soluciones que consideren la estrategia de la compañía pero buscando generar el menor impacto posible en la calidad de vida de sus habitantes. Se identificaron varias oportunidades para apoyar y trabajar con los gobiernos locales en sus objetivos y planes de desarrollo municipal por ejemplo a partir de la revisión de los POTS vigentes.			59
<b>PRÁCTICAS PARA ELABORACION DEL INFORME</b>					
102-45	Listar las entidades que forman parte de los estados financieros consolidados y reportar si hay alguna de estas entidades que no haya sido incluida en el informe.	Corona Industrial Homecenter			59
102-46	Explicar el proceso y los principios para definir los contenidos del informe y las coberturas de los temas.	Hemos tenido en cuenta los 4 Principios de elaboración que son: inclusión de grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad y exhaustividad, que se resumen en: * Enfoque estratégico de la organización * Nuestras promesas * Matriz de materialidad			8-10

Indicador	Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta	Omisión	Aud. Externa	Página
102-48	Descripción del efecto de cualquier represión de información de informes anteriores y los motivos para dicha represión.	CR17 - Donaciones en Dinero y Especie. Cifra 2016 \$12,045 millones SO1 - Programas y proyectos sociales gestionados durante el periodo: Cifra 2016 \$3,930 millones.			60
102-49	Cambios significativos con respecto a los periodos objeto del informe anteriores en la lista de temas materiales y Coberturas.	No hay cambios significativos			60
102-50	Periodo objeto del informe para la información proporcionada.	Alcances y límites			60
102-51	Si procede, la fecha del informe más reciente	2016			60
102-52	El ciclo de elaboración de informes	Anual			60
102-53	Contacto para preguntas sobre el informe o sus contenidos	pcuellarm@corona.com.co			60
102-54	Declaración de la organización de que ha elaborado el informe de conformidad con los estándares GRI.	Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial.			60
102-55	El índice de contenidos GRI, que especifica todos los estándares GRI utilizados y enumera todas los contenidos incluidos en el informe.	Indicadores Generales			53
102-56	Descripción de la política y las prácticas actuales de la organización acerca de la verificación externa del informe.	El presente informe fue verificado externamente por la firma Deloitte & Touche Ltda en su versión esencial. El alcance de esta verificación es limitado. La Organización Corona ha venido auditando sus informes de sostenibilidad desde el año 2011.			68
103-1	Explicación de los temas materiales y su Cobertura	Enfoque estratégico de nuestra organización			8 -10

**CONEXIÓN INDICADORES  
ASUNTOS MATERIALES CORONA 2017**

Promesa	Asuntos materiales Corona	Aspecto GRI	Indicadores GRI y PROPIOS	Descripción	Respuestas	Omisión	Verif. Externa	Página	
CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR	Conocer profundamente al consumidor	No asociado a GRI	CR24	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción del cliente.	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR		✓	16	
	Incrementar el valor de las marcas	No asociado a GRI	CR 20	Equity de Marca	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR		✓	16	
	Crecimiento rentable en ventas	No asociado a GRI	CR2	Total ventas año 2017 / Total ventas año anterior	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR		✓	16	
	Innovación de producto ágil y orientado al consumidor	No asociado a GRI	CR21	Vitalidad de Portafolio	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR		✓	16	
	Desempeño Económico	Desempeño Económico		201-1	Ingresos Operacionales	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR		✓	21
					Utilidad Neta	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR			
					Impuesto de renta causado	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR			
					Obligaciones y otros planes de Jubilación	201-3	Monto total de pensiones total o parcialmente a cargo de la empresa	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR	
				201-4	Incentivos, bonificaciones fiscales, subsidios	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR		21	
	Presencia en el Mercado	Salario de categoría inicial estandar frente a salario mínimo local	202-1		Total salarios pagados a trabajadores propios a termino indefinido y fijo	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR		✓	21
				Relación entre salario Inicial de lo organización y minimo Legal	1,27	Por género	✓		
				Salario mínimo mensual básico de la empresa (en pesos )	Promesa CRECER ORIENTADOS AL CONSUMIDOR		✓		
INCREMENTAR COMPETITIVIDAD	Lograr una manufactura competitiva y eficiente	No asociado a GRI	CR 22	Porcentaje de avance de la ejecución de los proyectos aprobados en el Comité de presidencia y el Consejo	Promesa INCREMENTAR COMPETITIVIDAD		✓	22	
	Entregar al menor costo y cumpliendo la promesa de Servicio	No asociado a GRI	CR3	Ahorros en proyectos encaminados a reducción y control de gastos.	Promesa INCREMENTAR COMPETITIVIDAD		✓	22	
POTENCIAR A NUESTRA GENTE	Ser uno de los mejores lugares para trabajar	No asociado a GRI	CR5	Resultados encuesta de Ambiente laboral	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE		✓	27	
	Ser uno de los mejores lugares para trabajar	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	401-1	Generación de nuevos empleos	Se generaron 2.829 nuevos empleos de los cuales 906 fueron mujeres y 1.923 hombres. Tasa de contratación: 18%		✓	62	
				Total Rotación	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE Numero total de retiros en el año: 3.357 Mujeres 24,3% Hombres 20,5% Rotación - Negocios Internacionales IN: 11,1% MPP: 27,5%	Categoría laboral	✓	32	

Promesa	Asuntos materiales Corona	Aspecto GRI	Indicadores GRI y PROPIOS	Descripción	Respuestas	Omisión	Verif. Externa	Página	
POTENCIAR A NUESTRA GENTE	Ser uno de los mejores lugares para trabajar	Beneficio para los empleados de tiempo completo	401-2	Beneficios extralegales proporcionados a los colaboradores	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE Los principales beneficios entregados fueron: Bonificación de Navidad y Vacaciones, Auxilio para Educación Superior y educación escolar, préstamos de Vivienda, prima de Antigüedad, Subsidio de Medicina prepagada y seguro de vida entre otros.		✓	32	
			404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE Los valores corresponden al promedio de horas de formación por Nivel Nivel 0 = 22,0 Nivel 1= 50,0 Nivel 2 = 37,1 Nivel 3 = 78,0 Nivel 4= 55,0 Nivel 5 = 75,2	Por género	✓	32	
	Gestión del talento y la cultura a nivel multinacional	Formación y Enseñanza	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE	Por género y categoría laboral	✓		
			No asociado a GRI	CR8	Inversión en Formación	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE			32
			No discriminación	406-1	Inclusión – Casos de discriminación y acciones correctivas	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE Casos de discriminación en 2017: Cero (0) En el Código de Ética y en la declaración de Derechos Humanos de Corona, nos comprometemos con el desarrollo de estrategias de inclusión laboral.			29
			Anticorrupción	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	* En 2017 se comunicó al 100% de los miembros del Consejo Corporativo las políticas y procedimientos en temas anticorrupción. * El despliegue del Manual de Gestión de Riesgos de Corrupción y soborno se hizo público en los medios internos de comunicación como Lunes de Noticias, intranet y Portal de Políticas Corporativas. * Nuestro Código de Ética se encuentra disponible en la página Web de Corona para consulta y aplicación de las normas anticorrupción que deben cumplir los proveedores y distribuidores. * Capacitación en Prevención del soborno y corrupción: 937 personas, cobertura 82%, Prevención del lavado de activos y la financiación del terrorismo: 2.003 personas, cobertura 86%.	Por categoría laboral y región	✓	63
	Salud y Seguridad Ocupacional	Salud y seguridad en el trabajo	403-2	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE Salud y Seguridad Ocupacional – Tasa de accidentalidad y Ausentismo * Días perdidos por accidente de trabajo: 5.584 * Días perdidos por enfermedad general: 77.116 * Días perdidos por enfermedad laboral: 1.087 * Número de enfermedades laborales nuevas: 38 * Número de accidentes mortales: Cero (0) * Índice de Frecuencia de accidentalidad: 3,6 * Tasa de días perdidos (severidad): 30,5  Negocios Internacionales: *Tasa de Accidentalidad: 3,3	Por género	✓	32	
			No asociado a GRI	CR10	ILI - Índice de lesión incapacitante	Promesa POTENCIAR A NUESTRA GENTE		✓	32

Promesa	Asuntos materiales Corona	Aspecto GRI	Indicadores GRI y PROPIOS	Descripción	Respuestas	Omisión	Verif. Externa	Página																																							
SER UNA EMPRESA SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE	Impacto Positivo en Comunidades	Comunidades Locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CATEGORIA</th> <th colspan="2">2016</th> <th colspan="2">2017</th> </tr> <tr> <th>Valor Invertido</th> <th>Benef.</th> <th>Valor Invertido</th> <th>Benef.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CAPACITACION A INFLUENCIADORES</td> <td>2.118</td> <td>125.385</td> <td>1.941</td> <td>130.067</td> </tr> <tr> <td>PROYECTOS SOCIALES</td> <td>995</td> <td>3.728</td> <td>1.385</td> <td>5.895</td> </tr> <tr> <td>BIENESTAR EMPLEADO -FAMILIA</td> <td>122</td> <td>3.177</td> <td>331</td> <td>2.943</td> </tr> <tr> <td>PROYECTOS AMBIENTALES</td> <td>246</td> <td>338</td> <td>664</td> <td>3.150</td> </tr> <tr> <td>PROYECTOS DE EDUCACION</td> <td>450</td> <td>119</td> <td>563</td> <td>174</td> </tr> <tr> <td>TOTAL GENERAL</td> <td>3.930</td> <td>132.747</td> <td>4.883</td> <td>142.229</td> </tr> </tbody> </table>	CATEGORIA	2016		2017		Valor Invertido	Benef.	Valor Invertido	Benef.	CAPACITACION A INFLUENCIADORES	2.118	125.385	1.941	130.067	PROYECTOS SOCIALES	995	3.728	1.385	5.895	BIENESTAR EMPLEADO -FAMILIA	122	3.177	331	2.943	PROYECTOS AMBIENTALES	246	338	664	3.150	PROYECTOS DE EDUCACION	450	119	563	174	TOTAL GENERAL	3.930	132.747	4.883	142.229			64
		CATEGORIA	2016		2017																																										
			Valor Invertido	Benef.	Valor Invertido	Benef.																																									
		CAPACITACION A INFLUENCIADORES	2.118	125.385	1.941	130.067																																									
		PROYECTOS SOCIALES	995	3.728	1.385	5.895																																									
	BIENESTAR EMPLEADO -FAMILIA	122	3.177	331	2.943																																										
	PROYECTOS AMBIENTALES	246	338	664	3.150																																										
	PROYECTOS DE EDUCACION	450	119	563	174																																										
	TOTAL GENERAL	3.930	132.747	4.883	142.229																																										
	Política Pública	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	No se realizaron donaciones por este concepto.			64																																								
No asociado a GRI	CR16	Voluntariado Corporativo - Horas de voluntariado	Promesa SER UNA EMPRESA RESPONSABLE SOCIAL Y AMBIENTALMENTE	✓		38																																									
No asociado a GRI	CR17	Donaciones en Dinero y especie - Total donado a entidades	Promesa SER UNA EMPRESA SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE	✓		37																																									
No asociado a GRI	CR18	Desarrollo de alianzas estratégicas - Descripción de programas desarrollados en alianza con entidades público privadas e impacto generado	Promesa SER UNA EMPRESA SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE			34																																									
Desarrollo de Proveedores en temas de Sostenibilidad	Prácticas de adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Los proveedores nacionales adhieren al Código de ética de Corona y anualmente ratifican su entendimiento y compromiso Proporción compras Nacionales: 81,0% Proporción compras Extranjero: 19,0%			64																																								
	No asociado a GRI	CR19	Desarrollo de proveedores en temas de sostenibilidad	Promesa SER UNA EMPRESA SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE	✓		39																																								
SER UNA EMPRESA SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE	Recursos Naturales	Materiales	301-1	Materiales usados por peso y volumen	El consumo de materia prima virgen fue 2.206.623 t. Presentó una reducción de 6,5% comparada con el año anterior, debido a la disminución en producción de un 8%.			64																																							
		Energía	302-1	Consumo de energía en la organización	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética-Consumo total de energía	✓		47																																							
			302-2	Consumo de energía en la operación internacional	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética-Consumo total de energía			50																																							
	Agua	302-2	Consumo de energía por fuera de la organización	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética-Consumo de energía externa.			47																																								
		303-1	Consumo de agua total por fuente	Indicadores asociados a la gestión hídrica-Consumo total de agua por fuente	✓		49																																								
303-1	Consumo de energía en la operación internacional	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética-Consumo total de energía																																													
Recursos Naturales	Biodiversidad	304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas. Indique 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.	Corona no tiene operaciones en terrenos protegidos o áreas de alta biodiversidad no protegidos			64																																								
Recursos Naturales	Biodiversidad	304-3	Hábitats protegidos o restaurados	Áreas protegidas y restauradas 85ha. Incluye Reservas Naturales de la Sociedad Civil, regeneración del suelo, flora y fauna en zonas mineras y cuencas hidrográficas.	✓		44																																								



Promesa	Asuntos materiales Corona	Aspecto GRI	Indicadores GRI y PROPIOS	Descripción	Respuestas	Omisión	Verif. Externa	Página	
	Cumplimiento Legal		306-1	Vertidos totales de aguas residuales por su calidad y destino.	Indicadores asociados a la gestión hídrica-Vertimiento total de aguas residuales			49	
			306-2	Peso total de residuos, por tipo y método de disposición	Indicadores asociados a la gestión de residuos.		✓	48	
	Cumplimiento Legal	Efluentes y residuos	306-3	Número total y volumen de los derrames significativos	Se presentaron 50 incidentes ambientales por derrames. Homecenter representa el 80% correspondientes a sustancias como pinturas, shampoo para vehículos y algunos detergentes. Los derrames en Vajillas Corona son el 20% asociados a algunas contingencias de la planta de tratamiento de aguas y esmalte para las piezas. Los incidentes se controlaron y se monitorearon con planes de mejoramiento para reducir los riesgos de derrame de sustancias. *Incidente ambiental: Cualquier evento donde se genere un derrame sin control que no afecta ningún recurso natural interno o externo y se corrige de manera inmediata, no son significativos.			65	
			Cumplimiento	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No se presentan reclamaciones ambientales durante el periodo reportado		✓	65
			General	CR25	Desglose de los gastos e inversiones ambientales	La inversión ambiental durante el 2017 fue de COP 2.2MM, se redujo respecto al año anterior e incluye los proyectos de plantas de tratamiento de agua ciclo cerrado en la unidad de Insumos Industriales y Energía (GM&SM) y la de la división de Superficies, Materiales y Pinturas (G&C Funza), en Homecenter la inversión hace referencia a la compensación de huella de carbono y la certificación del SGA. El gasto ambiental de 7.6 MM asocia las actividades de mediciones isocinéticas, la disposición de residuos, caracterizaciones y costos del tratamiento de agua.			65
	Cumplimiento Legal	Evaluación ambiental de proveedores	308-1	Porcentaje de nuevos proveedores que han sido evaluados usando criterios ambientales	Dentro del programa Red de Empresas Sostenibles CAR (RedES-CAR), se trabajó con un grupo de 6 proveedores para promover y mejorar su desempeño económico y ambiental mediante la producción más limpia (PML) y mejorar su oferta de valor en términos de sostenibilidad. Se realizaron sesiones de capacitación y apoyo para que cada proveedor desarrollara un proyecto. El plan de trabajo incluía: Análisis del contexto de competitividad, casos y generación de ideas, identificación de áreas críticas, análisis de eficiencias o ineficiencias y potencial económico de ahorros, para generar alternativas de mejora. Adicionalmente, los nuevos proveedores que participaron en procesos de licitación durante todo el año y fueron adjudicados se les aplicó al 100% la evaluación de sostenibilidad que incluye la dimensión ambiental.		✓	66	

Promesa	Asuntos materiales Corona	Aspecto GRI	Indicadores GRI y PROPIOS	Descripción	Respuestas	Omisión	Verif. Externa	Página										
SER UNA EMPRESA SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE	Ecoeficiencia	Materiales	301-2	Insumos reciclados utilizados	El porcentaje de uso de materias provenientes del reciclaje fue de 3,93% del total de consumo de materias primas y corresponden a pastas cerámicas, esmaltes y rotura.		✓	66										
		Energía	302-3	Intensidad energética	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Intensidad energética.			47										
		Agua	303-3	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	Indicadores asociados a la gestión hídrica - Porcentaje de recirculación/reutilización de agua		✓	49										
	Cambio Climático	Energía	302-4	Reducción del consumo energético	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Iniciativas de ahorro de consumo energético y reducción de emisiones de carbono.		✓	47										
		Emisiones	305-1	Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 1)	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero.		✓	48										
			305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)		✓												
			305-3	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)		✓												
	Cambio Climático	Emisiones	305-4	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	<p>Emisiones Específicas de CO2 por tonelada producida Corona Industrial</p> <table border="1"> <caption>Emisiones Específicas de CO2 por tonelada producida Corona Industrial</caption> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>tCO<sub>2</sub>/t</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2014</td> <td>0,214</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>0,215</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>0,220</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>0,235</td> </tr> </tbody> </table> <p>Las emisiones específicas correspondientes al 2017 fueron de 0,235 toneladas de CO2 por tonelada producida un incremento del 7% respecto del valor alcanzado en el 2017, este incremento se debe principalmente al aumento de la utilización de caliza de Sumicol en sus plantas de Soacha y Cali.</p> <p>Este índice solo incluye la actividad industrial sin retail, adicionalmente desde el 2014 se incluyen en el cálculo las plantas de Erecos, Corlanc y Cogeneración operaciones que no se tenían en el 2010, año base.</p>	Año	tCO <sub>2</sub> /t	2014	0,214	2015	0,215	2016	0,220	2017	0,235			67
			Año	tCO <sub>2</sub> /t														
			2014	0,214														
2015			0,215															
2016			0,220															
2017	0,235																	
305-5	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	Indicadores asociados al modelo de eficiencia energética - Iniciativas de ahorro de consumo energético y reducción de emisiones de carbono.			47													
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Estas emisiones no son significativas. Representan menos del 0,5% en el cálculo de la huella de carbono.			67													
305-7	NOX, SOX y otras emisiones significativas al aire	El consumo de energía térmica se obtiene de la combustión de gas natural, razón por la cual las emisiones de óxido de azufre (SOx) son bajas; 0,95 toneladas. Las emisiones de los óxidos de nitrógeno (NOx) se minimizan con la tecnología de quemadores utilizada en los hornos.			67													



Memorando independiente de revisión



## Memorando de revisión independiente

Verificación Independiente del Informe de Sostenibilidad – Corona 2017

Memorando de revisión independiente

## Memorando de revisión independiente

Verificación Independiente del Informe de Sostenibilidad 2017

### Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Sostenibilidad del año 2017 de Corona a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Estándar del Global Reporting Initiative.

### 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 áreas de Corona que han participado en la elaboración del Informe de Sostenibilidad 2017 y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con los colaboradores de Corona tanto del Corporativo como de localidades seleccionadas, para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el Informe.
- Análisis de cómo, a partir del ejercicio de materialidad, se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del reporte, de acuerdo a lo sugerido por del Estándar GRI.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el informe.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI y propios incluidos en el Informe de Sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Corona.

### Responsabilidades de la Dirección de Corona y de Deloitte

- La preparación del Informe de Sostenibilidad 2017 de Corona, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Reporte Integrado.

**Deloitte & Touche Ltda.**  
**Jorge Enrique Múnera D.**  
Socio

Bogotá, marzo 2018

**Memorando de revisión independiente**

**Confirmación que el Informe de Sostenibilidad 2017 de Corona es preparado de acuerdo con del Estándar en su opción Esencial "de conformidad" con el estándar.**

**Contenidos básicos generales:**

Se confirmó que el informe se ajusta a los requisitos de la opción esencial "de conformidad" con el Estándar en cuanto a los contenidos básicos generales.

**Contenidos básicos específicos:**

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

Asuntos materiales	Indicador GRI y/o Propio de CORONA*
Innovación de producto ágil y orientado al consumidor	CR 21. Vitalidad de Portafolio
Incrementar el valor de las ventas	CR2. Total ventas año 2017/ Total ventas año anterior
Presencia en el Mercado	202-1. Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local
Lograr una manufactura competitiva y eficiente	CR22. % de avance de los proyectos a los que le hace seguimiento el comité de presidencia
Entregar al menor costo y cumpliendo la promesa de Servicio	CR3. Proyectos y gestión encaminada a la reducción y control de gastos
Ser uno de los mejores lugares para trabajar en Latinoamérica	CR5. Resultado de encuesta de ambiente laboral 401-1. Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal 401-2. Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales 404-1. Media de horas de formación al año por empleado
Salud y Seguridad Ocupacional	403-2. Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional CR10. Índice de Lesiones Incapacitantes
Impacto Positivo en Comunidades	CR16. Voluntariado Corporativo CR17. Donaciones en Dinero y especie - Total donado a entidades

**Memorando de revisión independiente**

Desarrollo de Proveedores en temas de Sostenibilidad	CR19. Evaluación de proveedores en temas de sostenibilidad.
Recursos Naturales	302-1. Consumo energético dentro de la organización 303-1. Extracción de agua por fuente 304-3. Hábitats protegidos o restaurados
Cumplimiento legal	306-2. Residuos por tipo y método de eliminación 307-1. Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental 308-1. Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales
Ecoeficiencia	301-2. El porcentaje de insumos reciclados utilizados para fabricar los principales productos y servicios de la organización. 303-3. Agua reciclada y reutilizada
Cambio climático	302-4. Reducción del consumo energético (Iniciativas) – Descriptivo EN15. Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 1) EN16. Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2) EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)

**Conclusiones**

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Sostenibilidad 2017 de Corona contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con el Estándar del Global Reporting Initiative GRI, opción Esencial "de conformidad".

**Observaciones principales & recomendaciones frente a principios GRI y WBCSD<sup>1</sup>**

**Contexto de sostenibilidad**

**Observaciones Generales**

Se resalta la identificación y priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible aplicables a la organización y la contribución por medio de los programas.

<sup>1</sup> Del inglés: "World Business Council for Sustainable Development" (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible).

**Memorando de revisión independiente**

**Recomendaciones**

Se sugiere mantener esta buena práctica e identificar y participar en iniciativas sectoriales y/o políticas gubernamentales que permitan medir de manera más contundente la contribución realizada.

**Observaciones generales**

Se observan iniciativas alrededor de voluntariado y donaciones corporativas en pro del desarrollo social del país.

**Recomendaciones**

Con el objetivo de entender mejor la contribución de las iniciativas sociales realizadas por Corona, se recomienda realizar una valoración de impacto tanto a los programas propios como aquellos realizados con terceros.

**ANEXO 1 Declaración de independencia**

Deloitte es una de las mayores empresas en la prestación de servicios profesionales en auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero y de sostenibilidad a organizaciones públicas y privadas de diversas industrias. Con una red global de Firmas miembro en más de 185 países, Deloitte brinda sus capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes. Aproximadamente 250.000 profesionales se comprometen a ser estándar de excelencia.

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

Deloitte se refiere a una o más de las firmas miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), una compañía privada del Reino Unido limitada por garantía ("DTTL"), su red de firmas miembro, y a sus entidades relacionadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro son entidades legalmente separadas e independientes. DTTL (también denominada "Deloitte Global") no presta servicios a clientes. Una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y de sus firmas miembro puede verse en el sitio web [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, asesoramiento financiero, gestión de riesgos, impuestos, legal, y servicios relacionados a organizaciones públicas y privadas de diversas industrias. Deloitte presta sus servicios a cuatro de cada cinco de las empresas listadas en el ranking Fortune Global 500®, a través de una red global de firmas miembro en más de 150 países, brindando sus capacidades de clase mundial y servicios de alta calidad a clientes, suministrando el conocimiento necesario para que los mismos puedan hacer frente a sus más complejos retos de negocios. Para conocer más acerca de cómo los más de 244.000 profesionales generan un impacto que trasciende, conéctese con nosotros a través de Facebook, LinkedIn o Twitter.

Esta comunicación contiene únicamente información general, ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembros o sus entidades relacionadas (colectivamente, la "Red Deloitte") están, por medio de la presente comunicación, prestando asesoría o servicios profesionales. Previa a la toma de cualquier decisión o ejecución de acciones que puedan afectar sus finanzas o negocios, usted deberá consultar un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte se hace responsable por pérdidas que pueda sufrir cualquier persona que tome como base el contenido de esta comunicación.

©2018 Deloitte Touche Tohmatsu Limited

[WWW.CORONA.CO](http://WWW.CORONA.CO)

**Somos lo que hacemos**  
Sostenibilidad

**corona**