

2014 | Informe de Sostenibilidad

Grupo **familia**®

www.grupofamilia.com.co

2014 | Informe de Sostenibilidad

Grupo
familia[®]



Carta del Gerente General

Hablar de Sostenibilidad en el Grupo Familia® implica pensar de manera responsable en la solución de las necesidades actuales sin comprometer los recursos que las generaciones futuras necesitan para resolver sus propias necesidades en un mañana. Nosotros, como empresa experta en cuidar la vida de las personas a través de soluciones innovadoras de higiene y cuidado, hemos ajustado permanentemente nuestros procesos para garantizar una transformación responsable tanto con el planeta, como con las personas.

Este Informe de Resultados 2014, fue elaborado bajo los parámetros de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI, versión G4, opción esencial; y completó satisfactoriamente el servicio "Materiality Disclosures" ante la Global Reporting Initiative.

La Transparencia es uno de nuestros valores corporativos y lo hacemos latente a través de este reporte, dado que nos permite realizar un ejercicio en el que compartimos de forma detallada cómo nos relacionamos con nuestros principales grupos de interés y cómo abordamos la sostenibilidad, uno de nuestros ejes estratégicos: privilegiamos el respeto y bienestar de las personas y entendemos el compromiso ineludible que tenemos con la sociedad de transformar de manera responsable los recursos naturales en soluciones innovadoras de higiene que brindan bienestar.

Mantenemos y reiteramos nuestro propósito de alcanzar la satisfacción de nuestros consumidores velando por su bienestar y el mejoramiento de su calidad de vida.

De esta manera este informe resume lo que somos y lo que queremos, proyectándonos desde y para la sostenibilidad con actuaciones responsables, respetuosas, comprometidas y transparentes.

DARÍO REY MORA

Gerente General

Acerca del informe

La presente es la segunda versión de nuestro informe de Sostenibilidad, donde consignamos nuestro desempeño económico, social y ambiental durante 2014. Se realizó bajo la metodología de la **Global Reporting Initiative (GRI)** en su versión G4 opción esencial "de conformidad" con la guía.

Este reporte contiene las iniciativas, acciones y resultados del Grupo Familia® en Colombia, Ecuador, Puerto Rico, Argentina, República Dominicana, Chile y Perú.

Definición de asuntos materiales

En 2014 dimos inicio a la definición de la materialidad del Grupo Familia®, se realizaron los procesos de identificación de asuntos a partir de un benchmark del sector, la estrategia del Grupo y los asuntos generales y sectoriales incluidos en los estándares de sostenibilidad. Posteriormente se adelantó la priorización, con los directivos del Grupo Familia®. Para 2017 se completará el proceso con los diálogos que se realizarán con los grupos de interés.

El análisis de materialidad nos da los insumos sobre los temas que son relevantes e importantes para la estrategia y operación del Grupo Familia®.

ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA. G4-18.

Materialidad del Grupo Familia

Proceso

1 Identificación

El proceso comienza con la identificación de las perspectivas y demás asuntos relevantes. Para ello se parte de los siguientes insumos:

- Materialidad 2013 Grupo Familia®
- Documentos de Marco estratégico de la compañía
- Documentos de gestión corporativa
- Estándares internacionales
- Análisis del sector

2 Priorización

El siguiente paso para determinar la materialidad de la organización consistió en establecer **la prioridad** de los asuntos relevantes identificados en el primer paso, este proceso se realizó por medio de reuniones con los directivos de Grupo Familia®

ASPECTOS
MATERIALES
Y COBERTURA.
G4-19, G4-20,
G4-21.

Asuntos materiales

MERCADO

Ser una Organización que entrega soluciones de cuidado, higiene y aseo, que el consumidor valora. Construir y consolidar marcas líderes en las geografías y negocios en que operamos.

	Descriptores	Grupo de Interés Externo	Grupo de Interés Interno
Bienestar de Consumidores y Clientes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Salud y seguridad del consumidor 2. Educación a clientes y consumidores respecto del uso adecuado de sus productos, canales y procesos 3. Seguimiento de la eficacia de sus servicios de posventa 4. Procedimientos de resolución de controversias de producto 5. Niveles de servicio 6. Autodeclaraciones en productos (Ambientales) 	<p>Consumidores</p> <p>Clientes</p> <p>Institucionales</p>	
Marcas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programas de sostenibilidad 2. Lanzamientos 3. Participación en el mercado por categoría 		Accionistas
Innovación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelo de innovación 2. Equipos de innovación 3. Espíritu emprendedor 4. Propiedad intelectual 5. Monitoreo del entorno 6. Embalajes 	<p>Consumidores</p> <p>Clientes</p> <p>Institucionales</p>	

ECONÓMICA

Alcanzar la MEGA garantizando el retorno esperado por los Accionistas

	Descriptores	Grupo de Interés Externo	Grupo de Interés Interno
Ética y Gobierno Corporativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principios de correcta o buena conducta 2. Transparencia e integridad 3. Cumplimiento 4. Relacionamiento con grupos de interés 5. Gestión de riesgos 	Entes Gubernamentales	Accionistas
Cadena de Suministros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Criterios de compra (tengan en cuenta el desempeño ambiental, social y ético de los productos o servicios que está adquiriendo) 2. Gestión y desarrollo de proveedores 3. Promoción de prácticas responsables en la cadena de abastecimiento 4. Transporte eficiente 5. Excelencia operacional 	<p>Proveedores</p> <p>Sociedad</p>	
Desempeño Económico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilidad 2. Rendimiento del patrimonio 3. Ventas 4. Apertura a nuevos mercados 		Accionistas

AMBIENTAL

Garantizar que nuestras acciones estén dirigidas al desarrollo sostenible.

	Descriptor	Grupo de Interés Externo	Grupo de Interés Interno
Gestión Integral del Agua	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reducción del uso de agua 2. Procesos Ecoeficientes 3. Reutilización del agua 4. Vertimientos 	Sociedad	
Eficiencia Energética	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buen manejo, consumo y disposición de la energía 2. Implementación de procesos productivos 3. Tecnologías de bajo consumo 4. Recursos renovables 5. Energías alternativas sostenibles 	Sociedad	
Gestión de Residuos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Control y disposición final adecuada 2. Reutilización, reciclado y tratamiento 3. Recuperación de recursos a lo largo del ciclo de vida del producto 	Sociedad	
Cambio Climático	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prevención de emisiones de Gases Efecto Invernadero 2. Medidas de adaptación 3. Estrategia de reducción y/o compensación de emisiones 4. Emisiones y Huella de carbono 	Sociedad	

PERSONAS

Desarrollar nuestra gente y hacer de la vida laboral una experiencia memorable para contribuir al logro de los resultados del Grupo Familia®.

	Descriptor	Grupo de Interés Externo	Grupo de Interés Interno
Bienestar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programas de bienestar para empleados y sus familias 2. Balance entre la vida laboral y vida personal 3. Beneficios adicionales 	Comunidad y ONG's Sociedad	Empleados
Gestión del Talento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programas de atracción e iniciativas de retención 2. Acceso a formación 3. Fortalecimiento de habilidades y competencias profesionales 4. Comunicación e información a empleados 5. Desarrollo del talento 	Comunidad y ONG's Sociedad	Empleados
Seguridad y Salud	<ol style="list-style-type: none"> 1. Riesgos laborales 2. Programas de salud y seguridad 3. Evaluación y prevención 4. Condiciones adecuadas del ambiente laboral 	Comunidad y ONG's Sociedad	Empleados
Impacto en la Comunidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generación de empleo local 2. Desarrollo de habilidades para la comunidad 	Comunidad y ONG's Sociedad	Empleados
Derechos Humanos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respeto y promoción de los derechos 2. Participación e inclusión de grupos de interés 3. Debida diligencia 	Comunidad y ONG's Sociedad	Empleados

Definición del contenido

En el proceso de definición del contenido del informe se involucró a los líderes de proceso y otros colaboradores para lograr un trabajo colectivo que nos permitiera incluir aquellos aspectos materiales importantes para el relacionamiento con todos nuestros grupos de interés. Establecimos reuniones de definición de contenido, sensibilizaciones y capacitaciones en los que se tomaron como punto de partida los asuntos definidos en la materialidad.

Nuestra Organización

Somos un Grupo Empresarial con presencia en Suramérica y El Caribe

Gupo Familia



Plantas

Colombia: Medellín, Rionegro, Cajicá y Cauca
Ecuador: Lasso
Argentina: Wilde
República Dominicana: San Cristobal

Centros de Distribución

Colombia: Girardota, Cajicá, Cauca y Cali
Ecuador: Lasso
Argentina: Aconcagua
República Dominicana: San Cristobal

Operación Propia

Colombia
 Ecuador
 Puerto Rico
 Argentina
 Rep. Dominicana
 Chile
 Perú

Operaciones Comerciales

Aruba
 Curazao
 Cuba
 Dominica
 Granada
 Haití
 Jamaica
 Panamá
 Paraguay
 Santa Lucía
 Surinam
 Trinidad y Tobago
 Uruguay
 Bonaire

Exportaciones

México
 España
 Francia
 Australia
 Chile
 Brasil
 Costa Rica
 Israel
 Hungría

Operación (Joint Venture)

Perú
 Bolivia
 Rep. Dominicana

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN, G4-6, G4-8, G4-9.



Nuestra Identidad

ÉTICA
E INTEGRIDAD.
G4-56.

El **Compromiso, el Respeto, la Responsabilidad y la Transparencia** orientan nuestro comportamiento, creemos en estos valores y nos comportamos de acuerdo con ellos. Además, trabajamos con Pasión, Alegría y Espíritu Innovador y Emprendedor para ser una empresa líder, que crece junto a sus grupos de interés con un enfoque sostenible.

- Somos una Compañía comprometida haciendo realidad nuestros objetivos y cumpliendo la promesa de bienestar con nuestros colaboradores, clientes, proveedores y aliados..
- Somos respetuosos reconociendo y valorando las diferencias y cuidando que se cumplan sus derechos.
- Somos responsables de nuestros impactos y fortalecemos nuestra capacidad de respuesta frente a las expectativas de nuestro entorno.
- Somos transparentes y mantenemos una conducta y una comunicación clara y abierta acorde a las normas y las necesidades de nuestros grupos de interés.

Creemos en:

La Responsabilidad
El Compromiso
El Respeto
La Transparencia

Nos comportamos con:

Espíritu emprendedor e innovador
Alegría
Pasión



Nuestro propósito

Generar bienestar a través de soluciones de cuidado, higiene y aseo que construyen marcas líderes, creando valor para los grupos de interés y rentabilidad para los Accionistas.

Colombia

Productos Familia S.A.
Familia del Pacífico S.A.S.
Familia Cajicá S.A.S.
Diamoni Logística S.A.S.
Pulpa Papel S.A.S. en liquidación.

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN
G4-3, G4-7.
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA
G4-17.

Chile

Productos Familia Chile S.P.A.

Perú

Productos Familia del Perú S.A.C.
Productos Sancela del Perú S.A.C.

Puerto Rico

Productos Familia de Puerto Rico Inc.

República Dominicana

Continental de Negocios S.A.
Productos Familia S.A.
(Sucursal República Dominicana)

Ecuador

Productos Familia Sancela del Ecuador S.A.
Ecuatoriana de Fibras S.A. (Ecuafib)

Argentina

Algodonera Aconcagua S.A.
Val Plottier S.A.

Bolivia

Familia Sancela del Perú S.A.
(Sucursal Bolivia)

Nuestras Unidades de Negocio

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN, G4-4, G4-8, G4-9.

GENERAMOS BIENESTAR
A través de las unidades de negocio:



PEQUEÑÍN®

Brinda un acompañamiento permanente a los papás en el cuidado, higiene y protección de sus bebés, ofreciendo soluciones innovadoras que ayudan y simplifican la labor de los padres.

Cuidado del bebé



Productos: Pañales, pañitos húmedos, cremita, shampoo y baño líquido.

FRES KIDS®

FRES KIDS® es la nueva marca cool para el aseo personal de niños y niñas, con soluciones de higiene y cuidado que reflejan la nueva personalidad de los chicos, quienes hacen múltiples actividades a la vez, toman sus propias decisiones y son exigentes al elegir los productos con los que más se identifican.



Cuidado de niños



Productos: Pañitos húmedos antibacteriales, pañitos húmedos sanitarios, geles y jabones antibacteriales, con empaques cargados de color y diversión, que hablan como ellos, lucen como ellos y se comportan como ellos.



Cuidado de la familia

FAMILIA®

La marca Familia® es el aliado de las amas de casa que enseña y ayuda a cuidar de forma práctica, mejorando el bienestar de la familia dentro y fuera del hogar.



Productos: Papel higiénico, servilletas, toallas de cocina, pañuelos desechables, eliminador de olores, paños húmedos, paños durables, entre otros.



Cuidado de la mujer

NOSOTRAS®

Nosotras® es una marca para el cuidado femenino con presencia en más de seis países en Latinoamérica, que brinda seguridad, confianza y protección a las mujeres.



Productos: Toallas higiénicas, protectores diarios, tampones, pañitos y jabón íntimo.



Cuidado del adulto

TENA®

Ofrece soluciones que responden a necesidades de higiene y aseo para la vida adulta, brindando protección, acompañamiento y asesorías a los clientes adultos.



Productos: Protectores para el goteo de orina, ropa interior absorbente para la incontinencia, línea de productos para la piel y productos complementarios.



Higiene institucional

FAMILIA INSTITUCIONAL®

Entrega soluciones completas a la medida de las necesidades de sus clientes. Soluciones de higiene y aseo que permiten optimizar recursos, mejorar comportamientos y promover una cultura de higiene.



Productos: Papel higiénico, toallas de mano, jabones, gel antibacterial, servilletas, limpiadores, paños húmedos, paños semidesechables, pañuelos faciales, eliminador de olores, detergente líquido para baños, desincrustante, limpiavidrios y sistemas de dispensado para incentivar un consumo adecuado y optimizar los recursos.



Cuidado de las mascotas

PETYS®

Pety's® es una marca de soluciones prácticas e innovadoras para el aseo y cuidado de las mascotas y los espacios que compartimos con ellas.



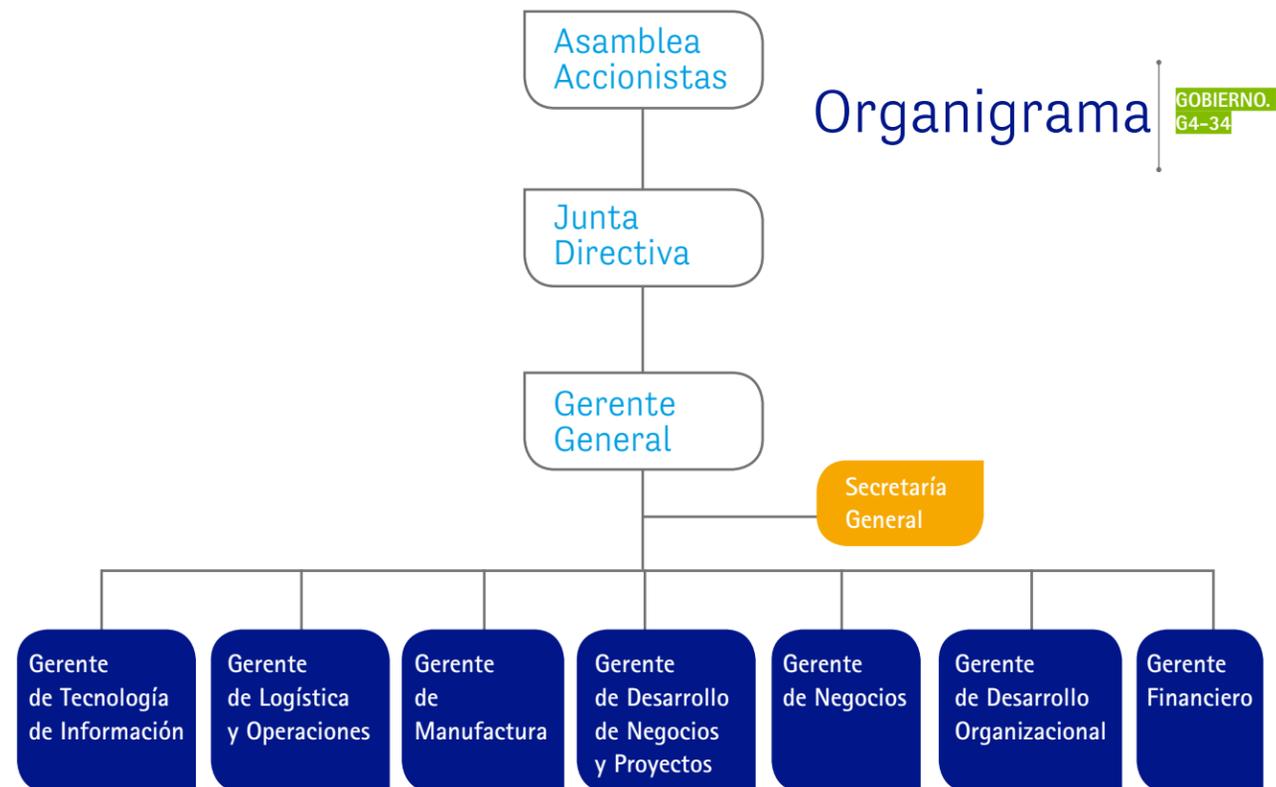
Productos: Paños Húmedos, Tapete absorbente, Adiós Olores y Removedor de Pelos

Gobierno Corporativo

Gobernanza

Generamos valor compartido acatando la normatividad local de los países donde operamos, promovemos el respeto con nuestros grupos de interés como la mejor forma para fortalecer nuestra relaciones. Es por esto, que al interior de la Organización creemos en el **Respeto**, el **Compromiso**, la **Responsabilidad** y la **Transparencia**.

Con el fin de actuar siempre acorde con nuestro marco de valores, tenemos un Gobierno Corporativo que direcciona la toma de decisiones y define estrategias y políticas en materia económica, social y ambiental. Además, contamos con mecanismos éticos que nos ayudan a mantener transparencia en nuestras operaciones.



Grupo Directivo

- Darío Rey Mora**, Gerente General **a**
- Juan Esteban Jaramillo Jiménez**, Gerente Tecnología de Información **b**
- Diego Luis Saldarriaga Restrepo**, Gerente Operaciones y Logística **c**
- Andrés Felipe Gómez Salazar**, Gerente de Manufactura **d**
- Andrés Felipe Arango Botero**, Gerente Desarrollo de Negocios y Proyectos **e**
- María Fernanda Alvarado Villafradez**, Secretaria General **f**
- Alejandro Botero Arango**, Gerente de Negocios **g**
- María Adelaida Pérez Jaramillo**, Gerente Desarrollo Organizacional **h**
- Juan Felipe Hoyos Botero**, Gerente Financiero **i**





Junta Directiva y Comités

La Junta Directiva, órgano superior de gobierno está encargada de definir el marco de acción de la Organización. Esta se reúne mínimo 3 veces al año en sesiones ordinarias y de manera extraordinaria cuando se requiera.

GOBIERNO.
G4-40,
G4-42.

Principales:

	Antigüedad
Álvaro Gómez Jaramillo	Desde 1976
José Antonio Gómez Jaramillo	1984 – 2011 Y desde 2013
Pablo Caicedo Gómez	Desde 2012
Donald Lewis	Desde 2013
Pablo Fuentes	2010 y desde 2013
Dumitrache Martínez	Desde 2014

Suplentes:

	Antigüedad
Camila Gómez Arbeláez	2012 y desde 2014
Eulalia Sanín Gómez	2010 – 2012 y desde 2014
Mónica Gómez Jaramillo	1986 – 2011 y desde 2013
Kevin Gorman	Desde 2009
Wenceslao Gavaldon	Desde 2014
Catherine Hill Kunda	Desde 2014

Los 6 miembros principales y 6 suplentes que componen la Junta Directiva son elegidos por la Asamblea General de accionistas para periodos de un año, con posibilidad de reelección. Estos son elegidos con base en los requisitos legales y estatutarios de las sociedades inscritas en bolsa, según los cuales por lo menos el 25% de los miembros de la Junta debe tener carácter de independiente. Además, en la elección se tienen en cuenta las competencias para el ejercicio del cargo y en el manejo de cuestiones económicas, ambientales y sociales. El presidente de la Junta Directiva es elegido por esta misma, para un periodo igual al de sus miembros.

En 2014, ninguno de los miembros de la Junta Directiva ocupó cargos dentro de nuestra Organización y según aprobación de la Asamblea General de Accionistas.

Toma de Decisiones

En el Grupo Familia® mantenemos procedimientos para una toma de decisiones responsable, de acuerdo con las normas estatutarias y de control interno que direcciona nuestro Gobierno Corporativo. Para ello, la Junta Directiva delega parte de sus funciones en la Gerencia General y 5 comités, que fortalecen la estructura de gobierno y facilitan el desarrollo de acciones y estrategias en materia económica, ambiental y social.

GOBIERNO.
G4-34,
G4-35,
G4-36.

La gestión corporativa en dirección a los tres ejes se soporta especialmente en el Comité Corporativo, el Comité de Sostenibilidad y RSE. Adicionalmente, en materia económica, son instancias decisorias la Gerencia Financiera y el Comité de Inversiones; en materia social, la Gerencia de Desarrollo Organizacional; y en materia ambiental, las decisiones las toma la Directora de Gestión Ambiental, que reporta al Gerente de Manufactura.

Gerencia General

Está a cargo de la administración directa, "como promotor, gestor y ejecutor de los negocios y actividades sociales". Todos los empleados de la organización, cuyos nombramientos no corresponden a la Asamblea General de Accionistas, son su equipo de trabajo y colaboradores.

GOBIERNO.
G4-40

Comités

Comité de Auditoría

Comité asesor de la Junta Directiva que supervisa el cumplimiento del programa de auditoría interna y evalúa los riesgos del negocio y de las áreas de la sociedad. Adicionalmente se ocupa del programa corporativo de cumplimiento.

Comité Corporativo

Crea los lineamientos económicos, sociales y ambientales que orientan el ejercicio de cada Gerencia. Establece, fija, revisa y ajusta la planeación estratégica, los planes, el presupuesto y los indicadores de seguimiento. También, direcciona el relacionamiento con grupos de interés y a la cultura corporativa.

Comité de Gerencia ampliado

Genera aprendizaje sobre buenas prácticas para la búsqueda de soluciones corporativas. Además, implementa y hace seguimiento a la estrategia, los planes, el presupuesto y los indicadores de productos y marcas.

Comité de Inversiones

Revisa las alternativas de inversión o endeudamiento y fija las directrices para su implementación.

Comité de Sostenibilidad y RSE

Comité mensual, que reporta directamente al Comité Corporativo. Lidera los temas de Sostenibilidad; identifica necesidades y oportunidades entorno a estos y promueve la cultura de la sostenibilidad en la organización.



Gestión de Riesgos

Identifica y gestiona los impactos, riesgos y oportunidades a través de un proceso de análisis a cargo del Comité de Auditoría, con el apoyo de una firma externa. Periódicamente se realiza un informe de actualización de riesgos, impactos, nivel de criticidad y marcos de acción en aspectos de carácter financiero, ambiental, reputacional, operacional y de capital humano y social. Esta información es insumo para la definición de planes de acción y de criterios a tener en cuenta en la toma de decisiones a nivel corporativo.

El informe de actualización de riesgos 2014 incluyó una consulta a algunas áreas de la Compañía (Compras, Gerentes de Negocio, Gerentes de Planta), incluidas aquellas que presentan interacción directa con los grupos de interés. Como resultado, el informe refleja posiciones de los grupos acerca de los impactos, riesgos y oportunidades de la organización con respecto a su entorno económico, ambiental y social.

Transparencia

Fomenta y mantiene vigente nuestro Código Conducta. Este reglamento interno, vigente desde 2010, aplica a todos los empleados y administradores del Grupo en Colombia y nos invita a cuidar lo que hacemos, a obrar de buena fe, a cumplir con la ley y a ser honestos para cosechar relaciones fuertes y duraderas basadas en la confianza.

Nuestro Código de Conducta puede ser consultado en la página web de Familia® y en la Intranet Conéctate, además, cuenta con el apoyo del Comité de Conducta, encargado de vigilar el cumplimiento de sus principios y de fomentar la integridad en la Organización.

En 2014, iniciamos la revisión y actualización del Código, con asesoría externa y con la participación de las diferentes áreas de la Organización. Además, en Colombia realizamos campañas de difusión del Código y de la línea de Transparencia a través de diferentes medios de comunicación interna como Conéctate, FamiR, FamiTV y Revista En Familia donde se explicaba a los usuarios el contenido del mismo y el funcionamiento de la Línea de Transparencia. A mediano plazo, buscamos expandir dichos mecanismos a todos los países donde operamos.

GOBIERNO.
G4-45.

ÉTICA
Y TRANSPARENCIA.
G4-56 G4-57,
G4-58.

Mecanismos Éticos

Comité de Conducta

Está compuesto por el Gerente General, el Gerente Financiero y la Secretaría General, además cuenta con la participación permanente de la Gerencia de Desarrollo Organizacional. Es el encargado de dar cumplimiento a lo relacionado con el Código de Conducta. Los principios del Código de conducta son:

- Obrar de buena fe y con diligencia y mantener objetividad, independencia y conciencia en la toma de decisiones.
- Establecer relaciones basadas en el respeto, la responsabilidad y la excelencia con empleados, clientes, consumidores, proveedores y otros socios.

Comité de Convivencia

Es un mecanismo interno que protege a los trabajadores contra el acoso laboral, manteniendo la confidencialidad en los asuntos que maneja. Cada comité está conformado por empleados, con un presidente y un secretario. En 2014 tuvimos comités en cada una de nuestras sedes, en total 6 comités: cuatro de Productos Familia S.A. en Bogotá, Rionegro, Medellín y Cauca; uno de Familia del Pacífico S.A.S., y uno de Productos Familia Cajicá S.A.S.

Línea de Transparencia

Es un mecanismo basado en la confianza que sirve para que los empleados o terceros en Colombia puedan reportar hechos o acciones irregulares que puedan atentar contra el Grupo Familia®. Las denuncias que se realizan a través de este mecanismo son confidenciales y su gestión está a cargo de personal externo a la Organización.

- Línea 018000 125 255 / Horario de 7:00 a.m. a 7:00 p.m. en Colombia.
- Línea 1800 000 313 / Horario de 7:00 a.m. a 7:00 p.m. de lunes a sábado en Ecuador.

Anticorrupción

Llevamos a cabo procesos de auditoría interna y revisamos de forma constante nuestros procesos operacionales, para detectar posibles riesgos de fraude o corrupción y generar planes de acción de implementación, seguimiento y mejoramiento de controles. Como resultado, a la fecha no se han detectado riesgos significativos de fraude dentro de la Organización.

Manejo de Conflictos de Interés

Con base a las directrices de nuestro Código de conducta, todos los casos relacionados con conflicto de interés son reportados al Comité de Conducta, donde lo evaluamos y determinamos las medidas pertinentes para su manejo. Además, hemos dispuesto medidas de gobierno para la prevención de estas situaciones, entre estos: el Comité de Auditoría y el Comité de Conducta, Encuesta Código País y Medidas de Transparencia para la Asamblea General de accionistas.

GOBIERNO.
G4-41.

Encuesta Código País. Adoptamos de manera voluntaria la iniciativa Encuesta Código País, a través de la cual reportamos la aplicación de medidas que promueven la transparencia y el ejercicio de buenas prácticas directivas, de protección de accionistas y de manejo de conflictos de interés en el desarrollo de negocios. Esta encuesta anual, desarrollada por la Superintendencia Financiera, consiste en la gestión de un cuestionario con preguntas específicas sobre la adopción de recomendaciones aportadas por el Código. A través de ella, las empresas inscritas en la bolsa de valores podemos generar impactos positivos, apuntando al crecimiento del entorno de mercado y a aumentar el valor accionario.



Relacionamiento con Grupos de Interés

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.
G4-24,
G4-37,
G4-49.

En Grupo Familia® sabemos que construir relaciones de confianza con nuestros grupos de interés nos permite aprender de ellos y proyectarnos para crecer juntos de manera sostenible. Es por esto, que adelantamos procesos de relacionamiento y de gestión de la información, con estrategias y herramientas de comunicación específicos a cada grupo.

La gestión de cada una de nuestras dependencias y áreas de trabajo nos permite mantener una interacción constante y cotidiana con los grupos de interés:

- **Consumidores** – Comité de Marcas para consumidores finales.
- **Comunidad** – Fundación Grupo Familia.
- **Proveedores** – Área de Compras.
- **Estado y entes regulatorios** – Secretaría General y Gerencia Financiera.
- **Empleados** – Comités de Convivencia, Conducta, Vivienda y Fondos de Empleados.
- **Accionistas** – Junta Directiva y Oficina de atención al accionista a cargo de la Secretaría General.
- **Sociedad y Medio ambiente** – Área de Gestión Ambiental.

A través de estas dependencias los diferentes grupos pueden transmitir sus inquietudes, que en caso de ser necesario son elevadas al Comité Corporativo y la Junta Directiva, además, estas áreas están en capacidad de transmitir información en vía contraria, es decir, desde el órgano superior de gobierno hacia los grupos de interés.



Cientes Institucionales

- Lanzamiento Productos
- Línea de Atención al Cliente
- Encuesta de Satisfacción
- Portal de Clientes
- Programas de Formación
- Reuniones, asesoría y acompañamiento



Accionistas

- Asambleas Ordinarias y Extraordinarias
- Página Web
- Informe Financiero y de Sostenibilidad



Cientes Consumo

- Lanzamiento Productos
- Línea de Atención al Cliente
- Encuesta de Satisfacción
- Portal de Clientes
- Programas de Formación
- Revista Familiaridades
- Reuniones, asesoría y acompañamiento



Proveedores

- Boletín Muy Familiar
- Encuentro de Empaques
- Portal de Proveedores
- Reuniones, asesoría y acompañamiento



Consumidores

- Club Pequeñín®
- Líneas de Atención al Cliente
- Página web de Cada Marca
- Redes Sociales



Comunidad y ONG

- Fundación Grupo Familia®
- Reuniones
- Participación y en foros y encuentros



Empleados

- Conéctate en Familia
- Revista en Familia
- FamiTV
- Encuestas de Bienestar
- Encuesta de Clima Laboral
- Tu Voz Cuenta
- Línea de Transparencia
- Comités de Convivencia
- Comité de Conducta
- Comités Paritarios de Salud Ocupacional
- Buzones de Sugerencias
- Correos Electrónicos
- Boletín Virtual Buenas Nuevas
- Focus
- Fami R
- RDJ
- Lo Último en Conéctate
- Flash y Comunicaciones Familia
- Grupos Primarios
- Al Día Gerentes
- Reuniones y eventos corporativos



Recuperadores

- Página web
- Revista Familiaridades



Distribuidores

- Reuniones
- Asesoría y acompañamiento



Estado

- Reuniones
- Participación en foros y encuentros

Derechos Humanos

En Grupo Familia® nos alineamos con las directrices globales y las normas locales que orientan un comportamiento respetuoso con los derechos de las personas; tales como, la Declaración Universal de Derechos Humanos, las consignas de la Organización Internacional del Trabajo y las legislaciones de los países donde operamos. Estos nos sirven como criterio para gestionar relaciones internas y con terceros. Además, con base en ellas, nos hemos propuesto crecer cada vez más como una Empresa que protege y promueve los derechos de todos.

Mecanismos en Derechos Humanos

En nuestra Compañía los mecanismos de denuncia internos, entre estos, la Línea de Transparencia, el Comité de Auditoría y el Comité de Conducta son a su vez herramientas para conocer, gestionar y dar respuesta a las reclamaciones sobre derechos humanos. Durante 2014, no se presentaron quejas de violación de derechos a través de estos mecanismos formales.

En cuanto a mecanismos de evaluación, hasta el momento no hemos realizado procesos de seguimiento sobre nuestros impactos en derechos humanos en las zonas de operación. Esperamos en años venideros fortalecer este aspecto, el cual es un punto de partida para el diseño de estrategias que aseguran el cumplimiento de los principios y la eliminación de impactos negativos. Adicionalmente, estamos formalizando un procedimiento de análisis de proveedores, que a futuro nos permitirá evaluar, entre otros aspectos, el estado de protección de los derechos en las operaciones externas.

Educación en Derechos Humanos

A través del programa de Inducción Corporativa dialogamos con los trabajadores acerca de la vivencia de los derechos en la Organización y de nuestro Código de Conducta como herramienta para garantizarlos.

Participaron de este programa 647 personas en 2013 y 593 personas en 2014. Además, de manera permanente, reforzamos este proceso mediante algunos medios de comunicación, como son: intranet, pantallas informativas y revista mensual. Sin embargo, hasta el momento, no contamos con acciones de formación específicas para nuestro personal encargado de la seguridad y vigilancia.

INVERSIÓN.
HR-2
MEDIDAS DE
SEGURIDAD.
HR-7



Derechos de Asociación

Respetamos el derecho de los trabajadores a asociarse para gestionar juntos sus necesidades y sus condiciones de trabajo, por lo tanto nuestros empleados de todas las regiones donde operamos tienen total libertad para crear asociaciones sindicales y de negociación colectiva que fortalezcan sus derechos y prevengan posibles riesgos. Durante 2014 se generaron campañas sobre la libertad de elegir en los medios internos de la Compañía: Intranet Conéctate, Revista En Familia, Pantallas Famitv, FamiR.

En 2014 nuestros trabajadores en Colombia crearon la seccional Cajicá del Sindicato de Industria Sintrapulcar. Este cuenta, a 31 de diciembre, con 91 trabajadores afiliados, de los cuales 68 son empleados de Productos Familia S.A. y 23 de Productos Familia Cajicá S.A.S.

Además, nuestros trabajadores en Argentina tienen tres sindicatos de industria: Choferes de camiones: 21 afiliados. AOT: 97 afiliados y SETIA: 16 afiliados.

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN. G4-11
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA. HR-4

Trabajo en condiciones dignas

Seguimos los lineamientos de la Organización Internacional de Trabajo -OIT y por medio de nuestro Código de Conducta y de procesos de inducción informamos a cada uno de nuestros empleados sobre sus deberes y derechos laborales. A nivel externo, estamos desarrollando el formato de registro de proveedores que incluye un compromiso de los contratistas para no permitir este tipo de casos de explotación en sus operaciones.

TRABAJO EN CONDICIONES DIGNAS
HR-6

Respeto por los niños

Somos conscientes del grave impacto que tiene el trabajo infantil para las comunidades, por ser este un mecanismo que perpetúa condiciones de pobreza. Por lo tanto, nuestras políticas laborales internas no permiten la contratación y el trabajo de menores de edad por contrato laboral. Dentro del proceso de selección se verifica que efectivamente los postulantes sean mayores de edad, dejando en la hoja de vida copia de los documentos que acreditan tal calidad.

Además, contamos con un proceso de Auditoría Interna anual que verifica el cumplimiento de las normas de contratación, tanto dentro de la Organización como de algunos de nuestros proveedores clave.

A la fecha la Auditoría no ha identificado ningún caso de incumplimiento de estas obligaciones. Igualmente, estamos formalizando un procedimiento de evaluación de proveedores que nos permitirá evidenciar casos de riesgo de explotación infantil en sus operaciones.

RESPECTO POR LOS NIÑOS
HR-5



Generación de valor



Desempeño Económico

En el Grupo Familia® buscamos garantizar la viabilidad económica de cada una de nuestras unidades de negocio mediante un direccionamiento estratégico que garantice una adecuada trazabilidad y control de nuestro presupuesto. Así mismo, hemos establecido prioridades para que este desempeño tenga en cuenta un aspecto económico, y a su vez contribuya a generar valor a cada uno de nuestros grupos de interés.

Desde la perspectiva financiera, periódicamente se realiza el seguimiento a los resultados frente a lo estimado en el presupuesto organizacional a través de una serie de indicadores, los cuales permiten analizar el crecimiento y la rentabilidad obtenida en cada unidad estratégica de negocio.

En 2014, nuestro desempeño económico ratificó la viabilidad financiera, en gran medida por el cumplimiento de nuestras metas estratégicas, el desarrollo eficiente de las operaciones y el compromiso de nuestro equipo de trabajo.



Valor Económico Generado

Durante el 2014 se obtuvieron ingresos por **\$1.887.376 millones**, producto de la operación de cada una de las unidades estratégicas de negocio, que día tras día se consolidan en el mercado nacional e internacional.

2014

Colombia
\$ 1.054.682

Ecuador
\$ 441.767

Argentina
\$ 100.766

Otros
\$ 290.161



\$ 1.887.376

Cifras en millones de pesos colombianos

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN. G4-9. DESEMPEÑO ECONÓMICO. EC-1. PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN. EC-9.

Valor Económico Generado y Distribuido



Valor Económico Generado
\$1.887.376



Valor Económico Distribuido
\$1.813.582



Valor Económico Retenido
\$73.794

Cifras en millones de pesos colombianos



Valor Económico Distribuido

\$1.813.582

2014

Remuneración y prestaciones de los empleados
\$ 228.707

Costos y gastos operativos
\$ 1.413.228

Proveedores de capital
\$ 103.530

Impuestos
\$ 65.756

Inversiones en la comunidad
\$ 2.361

Cifras en millones de pesos colombianos

Remuneración y prestaciones de los empleados

En el 2014 se realizaron pagos de sueldos y prestaciones por **\$228.707 millones**, los cuales corresponden al **12,1%** de los ingresos totales. De esta manera, contribuimos a generar bienestar en la vida de nuestros colaboradores.



2014	Colombia	Ecuador	Argentina	Otros
	\$ 152.385	\$ 38.298	\$ 22.010	\$ 16.013

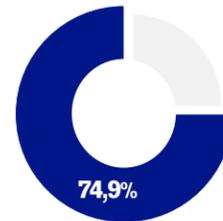


\$ 228.707

Cifras en millones de pesos colombianos

Costos y gastos operativos

Registramos costos y gastos operativos por un monto de **\$1.413.228 millones**, equivalente al **74,9%** de los ingresos totales de este año. Son un reflejo de las compras nacionales y al exterior, realizadas por la Compañía a prestadores de bienes y servicios, lo que permite dinamizar la economía del país en Pymes y grandes empresas.



2014	Colombia	Ecuador	Argentina	Otros
	\$ 744.465	\$ 346.542	\$ 68.709	\$ 253.513



\$ 1.413.228

Cifras en millones de pesos colombianos

Proveedores de Capital

Nuestros pagos a proveedores de capital ascendieron a **\$103.530 millones**, el equivalente al **5,5%** de los ingresos totales.



2014	Colombia	Ecuador	Argentina	Otros
	\$ 94.660	\$ 811	\$ 6.965	\$ 1.094



\$ 103.530

Cifras en millones de pesos colombianos

Impuestos

Dando respuesta a las obligaciones con los Gobiernos donde el Grupo Familia® tiene operación, realizamos un total de pago por impuestos de **\$65.756 millones**.

2014

Colombia	Ecuador	Argentina	Otros
\$ 42.861	\$ 12.470	\$ 3.179	\$ 7.246



\$ 65.756

Cifras en millones de pesos colombianos

Inversiones en la comunidad

Como Compañía nos interesamos por servir a la comunidad donde tenemos influencia, muestra de este hecho es que en el 2014 llevamos a cabo inversiones por **\$2.361 millones, en Colombia**.

2014

Colombia
\$ 2.361



Nuestros Proveedores

Nuestros proveedores son aliados fundamentales para el buen desempeño de todas las operaciones. Nos interesa establecer con ellos una relación de mutuo beneficio y una comunicación abierta que nos permita crecer de la mano alrededor de tres aspectos: el mercado, la innovación y la sostenibilidad.

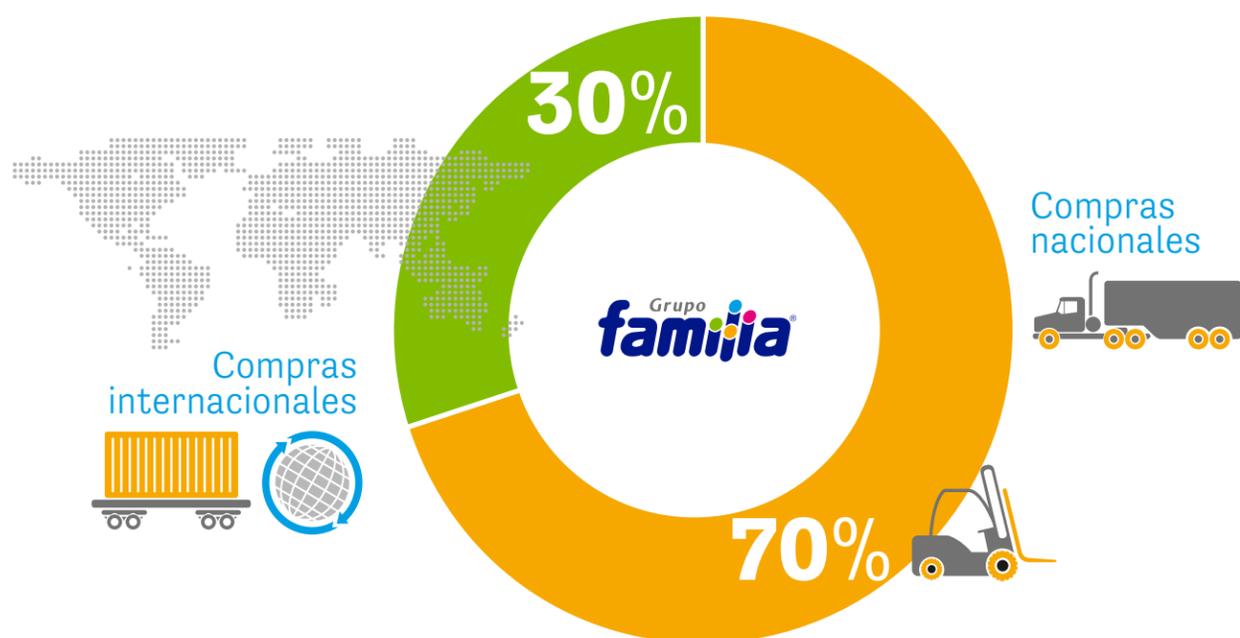
Para nosotros es de gran valor trabajar con proveedores que durante el desarrollo de sus operaciones cumplan con la normatividad legal vigente, que sus actividades no atenten contra la integridad de los trabajadores y minimicen los posibles impactos ambientales.

Mantenemos una comunicación abierta y permanente con nuestros proveedores a través de la Gerencia de Compras, siempre dispuestos a dar respuesta a cada uno de los requerimientos por medio de Ferias periódicas, la Línea de Atención, el Portal de Proveedores y el Boletín Muy Familiar con circulación trimestral; medios que nos permiten escucharlos y unir sinergias para avanzar juntos.

Compromiso con los Proveedores

Como parte de nuestra responsabilidad con el crecimiento de las regiones en las que operamos, procuramos realizar las compras a proveedores nacionales, de esta forma contribuimos al crecimiento industrial, la dinamización de la economía y el aumento de oportunidades laborales.

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN. G4-12.



Derechos humanos

En Grupo Familia® cumplimos con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, consideramos importante que nuestros proveedores respeten estos principios éticos con el fin de garantizar prácticas adecuadas en sus operaciones. 7 contratos significativos tienen cláusula de respeto a los derechos humanos.

EVALUACIÓN DE PRÁCTICAS LABORALES DE PROVEEDORES. LA-14. INVERSIÓN. HR-1. EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS. HR-10, HR-11.

En 2014 se empezó a incluir en los contratos de proveedores una **cláusula para cumplimiento del código de ética** del Grupo Familia®.

Por otra parte, realizamos visitas a los proveedores con el fin de verificar el cumplimiento básico de seguridad, conocimiento de las instalaciones, del personal y su funcionamiento.

Con el proceso de inclusión de la cláusula de cumplimiento del Código de Conducta en los contratos con proveedores en Colombia, se busca que al formalizar un contrato con nosotros, nuestros proveedores se comprometan a dar cumplimiento a los parámetros establecidos en este.

Durante el 2014 se realizaron visitas a proveedores de:

- Material de empaque.
- Fibras.
- Materias primas locales.
- Producto Terminado (auditoría a través de terceros).

Cientes y Productos

Nos caracterizamos por la calidad de nuestros productos y por el bienestar de quienes los consumen, desarrollamos mecanismos que permiten a la Organización entregar un producto con altos estándares en salud y seguridad.

Producto y etiquetado

Nuestros productos al tener contacto directo con la piel pueden afectar la salud de quienes los consumen, por lo cual son sometidos a rigurosos análisis con el fin de garantizar que sus componentes no representan ningún tipo de peligro a la salud de los consumidores.

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES. PR-1.



Satisfacción de Clientes y Consumidores

Es fundamental mantener la satisfacción de nuestros clientes, por eso, cada dos años realizamos encuestas a través de línea telefónica y de redes sociales con el fin de iniciar planes de mejora en nuestros productos.

ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. PR-5 PR-1.

Encuesta de satisfacción



Con el fin de aumentar la satisfacción en el Canal Tradicional, continuamos mejorando en:

- Oportunidad en la información sobre los productos no disponibles.
- Cumplimiento con las fechas prometidas.
- Disponibilidad de la información sobre el estado de los pedidos.
- Cumplimiento con las cantidades solicitadas.

Etiquetado de productos



Contamos con el apoyo de las áreas técnicas y jurídicas garantizando la veracidad de la información publicada en los empaques de productos. Cumpliendo con:

- Legislación vigente
- Protección al consumidor
- Normas regulatorias

ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. PR-2 PR-1.

Nuestra familia



Compromiso con nuestros empleados

En el Grupo Familia® sabemos que trabajamos mejor cuando contamos con un entorno laboral saludable y seguro, diverso e incluyente y que posibilite la integración entre compañeros, el crecimiento profesional y una mejor calidad de vida para todos los empleados.

Para nuestros trabajadores, el 2014 ha sido un año de retos con la implementación del Modelo de Excelencia Operacional en la Gerencia de Manufactura que incluyó a 2.680 personas entre vinculados y externos temporales (Administrativos: 344 y operativos: 2336). Este impuso nuevos desafíos y experiencias que nos fortalecieron como una red colaborativa.

Además, hemos logrado ser reconocidos como una de las empresas más sostenibles y más comprometidas con la calidad y el bienestar de los empleados. Reconocimiento dado por el Estudio de la Revista Dinero y la firma Invamer Gallup, realizado en las ciudades de Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín incluyendo a las 5.000 empresas más grandes de Colombia. Entre ellas, ocupamos el 8° puesto de las empresas que fomentan una cultura de la calidad; el 14° puesto de las empresas más sostenibles económica, social y ambientalmente; el 17° puesto de las mejores empresas para trabajar, y el 20° puesto de las compañías más admiradas por sus buenas prácticas con excelentes resultados. Este logro nos compromete a todos para mejorar.

Desarrollar nuestra gente y hacer de la vida laboral una experiencia memorable para contribuir al logro de los resultados del Grupo Familia®, ese es el compromiso que tenemos con nuestra gente. Por ellos implementamos políticas de diversidad e inclusión y ofrecemos beneficios para brindar bienestar, calidad de vida, crecimiento personal y condiciones de salud y seguridad en el trabajo de nuestros empleados.

“El bienestar es nuestra razón de ser, por eso nuestro compromiso es claro: en Grupo Familia® celebramos, promovemos y acompañamos a nuestra gente y eso nos hace una de las mejores empresas para trabajar”.

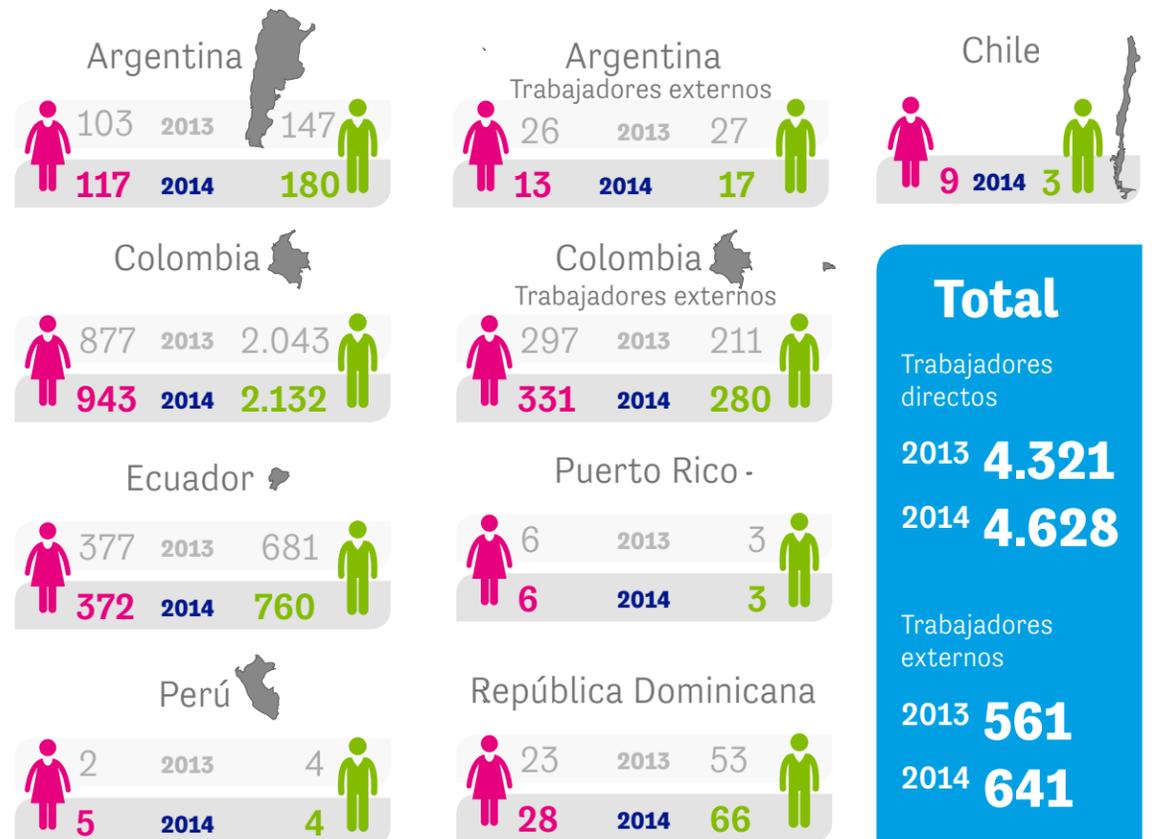
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN. G4-9, G4-10. EMPLEO. LA-1. DIVERSIDAD DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES. LA-12.



Nuestro compromiso con el bienestar y crecimiento de los trabajadores hace que estos estén conectados al propósito de la Organización y busquen continuamente crecer profesionalmente dentro de la empresa, enriqueciéndola con su talento y experiencia por años y décadas. Debido a ello, tenemos una planta de personal estable y diversa.

Adicionalmente, contamos con personal externo vinculado por contrato de obra labor o término fijo que nos apoya en casos eventuales, asociados a picos de producción o de despachos de producto, a campañas de mercadeo y a proyectos especiales

Quiénes Son Nuestros Empleados



Colaboradores por rango de edad

Argentina	18-20		21-30		31-40		41-50		51-60		61-64	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
		1	3	12	31	47	41	30	37	11	15	2
	3	3	46	61	59	89	28	32	7	8	4	4

Chile	18-20		21-30		31-40		41-50		51-60		61-64	
	2014		2014		2014		2014		2014		2014	
						4		5				
					1		1				1	

Colombia	18-20		21-30		31-40		41-50		51-60		61-64	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
		42	44	423	478	449	467	210	224	50	61	
	35	41	641	697	891	943	477	503	204	220	5	8

Ecuador	18-20		21-30		31-40		41-50		51-60		61-64	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
		13	11	250	224	102	120	11	16	1	1	
	28	28	346	392	219	252	74	74	13	13	1	1

Perú	18-20		21-30		31-40		41-50		51-60		61-64	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
				1	3		1	1	1			
			2	3	2	1						

Puerto Rico	18-20		21-30		31-40		41-50		51-60		61-64	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
				1	1	2	2	3	3			
					1	1	1	1	1	1		

República Dominicana	18-20		21-30		31-40		41-50		51-60		61-64	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
				3	5	13	16	4	4	3	3	
		1	18	24	31	35	6	6				

Para 2014, en las áreas operativas el 83% de las plazas fueron ocupadas por hombres y el 17% por mujeres, mientras que en las áreas administrativas 60% son mujeres y 40% son hombres. Las variaciones entre géneros no están dadas por determinaciones de la organización, estas responden a dinámicas sociales.

En 2014, iniciamos el año con 4.613 trabajadores y finalizamos con 4.628, manteniendo un índice de rotación del 10%, igual al del año anterior.



Los trabajadores locales, es decir, de los países donde operamos, tienen presencia de un 56% en el nivel de la alta dirección. El porcentaje restante corresponde a personas extranjeras que han sido designadas para ocupar la dirección de la Regional.

Contratación local de altos directivos:

Contamos con un gran talento interno para nuestras operaciones, contamos con: **gerentes corporativos, gerentes de planta, gerentes de unidad de negocio, gerentes de compras y gerentes de país.**

Colombia 100% Argentina 71% Ecuador 69%

PRESENCIA EN EL MERCADO, EC-6.

Modelo de Excelencia Operacional

Este Modelo apalanca el cumplimiento de la visión de manufactura del Grupo Familia® y tiene como objetivos compartir experiencias, homologar prácticas ganadoras y fortalecer la red colaborativa. Fue presentado corporativamente entre febrero y mayo de 2014, a cerca de 3.100 empleados del área operativa.

Su objetivo es incrementar la competitividad desde los centros de producción, de forma metodológica, de cara a los retos de las unidades de negocio que se atienden. El foco ha estado en la búsqueda continua de la autonomía de los operarios. Con ello se logra que la productividad sea un proceso sistémico en nuestras plantas. Los siguientes resultados lo evidencian:

- Reducción de la severidad en los eventos de accidentalidad de las líneas de producción.
- Mayor empoderamiento y compromiso de los compañeros al frente de las líneas de producción.
- Mayor disciplina, análisis y entendimiento del proceso productivo generando un ambiente de mejora continua.
- Creación de un ambiente de aprendizaje y de trabajo colaborativo.
- Limpieza y organización en las áreas de trabajo.
- Mayores capacidades para administrar un portafolio de productos cada vez más complejo.
- Ahorros operacionales.
- Aumento de eficiencia que ha permitido postergar inversiones.
- Disminución del desperdicio de proceso cambiando la posición de costos.



Cada tres meses se realiza en una plenaria por planta, esta sesión es un espacio de intercambio de conocimiento en el que los equipos de las diferentes líneas de producción exponen sus prácticas y resultados para estar día a día en sincronía de acuerdo con las estrategias y planes de trabajo definidos.

Este modelo de gestión impulsa la implementación de ocho ejes:

1. La Alineación de Metas y Resultados
2. Los Equipos de Trabajo
3. El Mantenimiento Progresivo
4. La Polivalencia
5. La Calidad
6. La Conservación de Energías y Materiales
7. La Planeación
8. El Orden y la Seguridad



Comunicación

Gestionamos y propiciamos una comunicación abierta, clara y directa con los colaboradores a través de canales que nos permiten fomentar nuestra cultura de excelencia e innovación y reconocer a las personas y sus proyectos.

Nuestros empleados pueden transmitir sus ideas y preocupaciones de manera abierta y directa a través de los Buzones, la Línea de Transparencia, Equipo de Jefes y Gestión Humana, el Comité de Convivencia y el COPASST.

Canales de comunicación

 **CONÉCTATE EN FAMILIA INTRANET**
Actualización diaria

 **REVISTA EN FAMILIA**
14 ediciones al año.
72.000 ejemplares al mes

 **famiR**
24 emisiones

 **FAMI TV**
(35 pantallas ubicadas en plantas y lugares comunes)
Actualización diaria

 **AL DÍA GERENTES**
24 entregas

 **LO ÚLTIMO EN CONÉCTATE**
Correo resumen noticias
52 entregas

 **RDJ**
12 entregas



Tu Voz Cuenta

Realizamos la encuesta Tu Voz Cuenta, a través de la cual consultamos sobre la percepción que tienen los trabajadores sobre el clima laboral en Colombia, Ecuador, Perú, Puerto Rico, Chile y República Dominicana. Esta nos permitió evaluar el impacto de los programas de bienestar, desarrollo laboral y participación al interior de la Organización.

Esta encuesta nos permite conocer la opinión de los colaboradores con respecto a su experiencia laboral, para determinar si las acciones implementadas están teniendo el impacto propuesto y así poder ajustar las estrategias, planes y herramientas enfocadas a mantener un adecuado ambiente de trabajo.

La encuesta diseñada por la Organización Mundial de la Salud se hará cada 2 años y está validada estadísticamente para la población latinoamericana. Esta encuesta, mide 10 variables con 100 preguntas que permiten conocer el clima organizacional del Grupo. Las Variables del estudio fueron: Liderazgo, servicio, felicidad, salud ocupacional, sentido de pertenencia, motivación, participación, reciprocidad, formación y bienestar.



En 2015 aplicaremos la encuesta en Argentina y construiremos en conjunto, con todos los equipos de trabajo, los planes de acción que nos permitirán elevar el nivel en la satisfacción.



En la primera fase del proceso, construimos el modelo en equipo con líderes de todas las regiones, posteriormente divulgamos el modelo definido y para el 2014, desarrollamos talleres para fortalecer las habilidades de coaching y retroalimentación.



Desarrollo Laboral

Cuando nuestros colaboradores crecen, el Grupo Familia® crece con ellos, por eso invertimos en el crecimiento profesional de las personas que hacen parte de la Organización.

Liderazgo



Somos una empresa líder y dinámica gracias al talento y experiencia de nuestros colaboradores, es por eso que desde el 2013 creamos el Modelo de Liderazgo Líderes a Bordo centrado en tres ejes Inspirar – Movilizar – Impactar. Este Modelo comprende el liderazgo como: "el arte de inspirar a las personas y a los equipos y de movilizar su inteligencia, energía y emociones para impactar positivamente en la organización". A través del modelo hemos definido las competencias necesarias para que los trabajadores pongan en práctica su liderazgo. Como resultado, hemos formado cerca de 650 Líderes a Bordo en el Grupo Familia® en Argentina, Colombia, Ecuador y República Dominicana.

Formación del Talento

Apoyar el talento y el desarrollo educativo de nuestro personal es nuestra mejor estrategia para aportar a su crecimiento individual y, al mismo tiempo, acrecentar las fortalezas competitivas de la Compañía. Por esto, invertimos en educación para nuestros colaboradores a través de las siguientes acciones:

CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN. LA-9, LA-10.

En convenio con el Centro nacional de aprendizaje -SENA realizamos 27 programas para la formación de los colaboradores de Colombia. Por medio de estos espacios educativos, 167 trabajadores se graduaron en programas técnicos y tecnológicos que enriquecen sus competencias laborales.





Capacitación del SENA

Con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, en 2014 se graduaron en Colombia 167 empleados en los programas de Formación Profesional Integral en Técnica Operación Integral Procesos Industriales (2da. Promoción), Tecnología Mantenimiento Electromecánico, Técnica en Instrumentación Industrial, Tecnología en Logística de Transporte, Técnica Desarrollo de Operaciones Logísticas DOLCA II (2da. Promoción) y Tecnología en Integración de Automatismos Mecatrónicos.

Promedio de horas de formación

Programas de formación

- 1 **Curso Sena**
- 2 **Educación no formal**
- 3 **Curso de inglés**

	2013		2014	
	Personas	Horas	Personas	Horas
Curso Sena	511	33.087	450	21.398
Educación no formal	2.482	19.716	2.408	28.063
Curso de inglés	240	-	192	-

Promedio horas de formación por cargo

	2013	2014
Analista	7,49	12,82
Auxiliar	1,76	2,62
Coordinador	2,41	3,95
Directivo	26,87	7,62
Gerente	15,16	8,47
Jefe	8,70	10,64
Operario	8,17	9,53
Operario	4,30	7,92

- 1 20 acciones de formación en 2013 y 27 en 2014
- 2 Cursos, seminarios, diplomados y congresos sobre temas de la organización
- 3 Programas de inglés virtual a través de la plataforma Pearson English y 800 licencias para ingreso de la herramienta One Community y el traductor One Lingo.

FAMIU



A través de la plataforma virtual FAMIU ofrecemos programas de educación para suplir necesidades laborales, algunos de los cuales cuentan con el aval de la Institución Universitaria CEIPA. De esta forma, 83 ejecutivos en ventas estudian para titularse como Especialistas en Gerencia de Mercadeo, además los trabajadores pueden realizar programas técnicos en Manufactura Tissue y Manufactura Fluff. Así mismo, nuestros colaboradores en Colombia, Ecuador, Argentina y República Dominicana pueden aprender inglés de manera virtual y practicar el idioma con las herramientas One Community y One Lingo.

12 ESCUELAS DE FORMACIÓN

116

PROGRAMAS

330 MATERIAS

3018 USUARIOS COLABORADORES

Convocatorias internas

De manera continua, promovemos el talento y competencias de nuestros colaboradores a través de convocatorias laborales internas, así ellos pueden acceder a nuevos roles laborales, según su formación y sus intereses profesionales. En 2014 fueron promovidos 279 colaboradores a través de convocatoria internas.

Todos los candidatos internos que se postularon en estos procesos, recibieron una sesión de retroalimentación para construir un plan de desarrollo que les permitirá continuar cerrando brechas, y acercarse a sus metas.

En el Grupo Familia® existen **oportunidades de crecimiento y desarrollo;** es por esta razón, que cada vacante buscamos que sea cubierta inicialmente con candidatos internos; en caso de no ser posible, se exploran candidatos en el mercado.



Bienestar

Sabemos que nuestro recurso más importante son las personas, debido a ello siempre cumplimos nuestros compromisos legales laborales y, además, damos a nuestros empleados beneficios extras para aportar a la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.

EMPLEO.
LA-2.

Nuestra estrategia de bienestar contiene 4 ejes de acción: salud, vivienda, educación y acompañamiento al empleado y su familia. A través de ella y bajo los lineamientos internos definimos las acciones a realizar en cada país, de acuerdo con la normatividad local, el comportamiento del mercado laboral y la disponibilidad presupuestal de la Compañía. Por ejemplo, en Colombia la legislación laboral permite que los trabajadores se afilien y gocen de los beneficios de fondos mutuos y fondos de empleados que les da la posibilidad de disfrutar de beneficios a través de convenios, pólizas, líneas de ahorro y crédito a través de Confamilia y Familisancela.

Gestión de Desempeño

Con nuestro Sistema de Gestión de Desempeño –GPS evaluamos a 63.93% de los colaboradores en Colombia. Por medio de este, se invita a todos los colaboradores para que participen del crecimiento de la organización y alcancemos juntos nuestra MEGA. En línea con el apoyo que se brinda a los empleados para facilitar el logro de los objetivos, implementamos GPS, Sistema de Desempeño que, con una ruta clara para establecer compromisos de desempeño y de desarrollo de competencia para estar todos a bordo. El sistema tuvo cobertura para el 88% del personal operativo y para el 59,81% del equipo administrativo. En 2015 esperamos implementarlo en los países donde operamos y redefinir su metodología a partir de las recomendaciones de las diferentes áreas.

CAPACITACIÓN
Y EDUCACIÓN.
LA-11.



Con el sistema de Gestión de desempeño evaluamos a 1.768 trabajadores del Equipo operativo (88%):

8,42%

79,58%

86,59%
Nivel Analista,
Auxiliar y Operativo

1,41%
Nivel Coordinador,
Supervisor

Y 1.319 trabajadores del Equipo administrativo (60%):

35,02%

24,79%

29,03%
Nivel Analista,
Auxiliar y Operativo

30,78%
Nivel Coordinador, Jefe,
Director y Gerente

Inversión en programas de bienestar por país y número de empleados y familiares impactados

País	Suma de conversión en COP	Impactos en familiares y empleados	
		Impactos en familiares	Impactos en empleados
Argentina	163.407.503	302	1.916
Colombia	3.814.123.666	31.906	59.072
Chile	1.289.903	0	36
Ecuador	354.658.621	4.567	4.108
Perú	884.027		16
Puerto rico	1.075.462		20
República Dominicana	18.809.556	52	444
Total	4.354.248.737	36.827	65.612



En 2014 aportamos así al bienestar de nuestros colaboradores:



Cerca de **8.530 empleados y familiares** participaron en espacios recreativos como el Día de la familia, las Vacaciones recreativas, los Encuentros recreativos de Navidad y las visitas de Familiares a las plantas. Además, corporativamente disfrutamos el Mundial de Fútbol 2014 con la transmisión en pantallas gigantes y televisores de la inauguración y clausura del mundial y de partidos de los países donde operamos.



A través de la entrega de **auxilios escolares** aportamos a la educación de **1.786 hijos** de nuestros empleados y beneficiamos a **1.345 trabajadores** en Colombia.



A través de las celebraciones navideñas entregamos anchetas a **4.848 colaboradores** en Colombia, **1.130 en Ecuador** y **310 en Argentina**. Además, **2.698 hijos** de los empleados recibieron un juguete como regalo de Navidad.



Entre los empleados y familiares de Colombia, distribuimos **5.000 libros "Vivamos en Familia"**, el libro de beneficios del Grupo Familia® en Colombia. Para 2015 se distribuirán los libros de beneficios de Ecuador, Argentina y República Dominicana.

Por medio de los restaurantes ubicados en nuestras plantas ofrecemos **796.147 servicios de alimentación** balanceada, nutritiva y de alta calidad, equivalentes a **\$5.281.711.220 COP** en Colombia, **\$677.142.458 COP** en Ecuador y **\$252.908.725 COP** en República Dominicana.



Con la colaboración de la caja de compensación Colsubsidio adelantamos la Encuesta de Actualización de Datos y Bienestar entre 2.681 colaboradores del Grupo Familia® en Colombia, también pudimos realizar además de la actualización de datos del empleado en nuestra plataforma SAP, un diagnóstico de necesidades, gustos y preferencias para el diseño de planes de bienestar para el empleado y su grupo familiar en los campos de la salud, vivienda, formación, recreación, deporte y finanzas personales.

Balance entre la vida laboral y personal

En el Grupo Familia® buscamos estrategias para equilibrar el trabajo con la vida personal y familiar, entre estas implementamos horarios flexibles, que los empleados administrativos pueden elegir según sus necesidades eligiendo entre cuatro tipos de horarios. Además, los días viernes disfrutamos de la jornada reducida de trabajo.

Para las plantas que están retiradas de las principales ciudades, la Compañía brinda opciones de transporte para facilitar el desplazamiento de los empleados en Colombia, Ecuador y República Dominicana, beneficio que les ofrece seguridad y comodidad. Durante el año, 1.160 empleados en Colombia, 1.100 en Ecuador y 94 en República Dominicana disfrutaron del servicio de transporte.

Beneficios por jubilación y licencias

En Grupo Familia® nos acogemos a los programas de gobierno de los países donde operamos con el fin de cumplir las obligaciones de pago de pensiones para la jubilación de nuestros empleados.

Durante el año, los empleados que tuvieron derecho a una licencia de maternidad o paternidad, que gozaron de esta y se reincorporaron al trabajo al finalizarla fueron: 61 mujeres y 128 hombres. De estos, 54 mujeres y 127 hombres continúan laborando con Grupo Familia®.

DESEMPEÑO
ECONÓMICO.
EC-3
EMPLEO.
LA-3.



Años de Servicio

Con la iniciativa Años de Servicio celebramos la permanencia de nuestros empleados, a través del reconocimiento a 362 de ellos, por ser un ejemplo de "Respeto, Responsabilidad, Compromiso y Transparencia"; de estos, 37 son de Argentina, 282 de Colombia y 43 de Ecuador.

Con Oscar Arango Arango, empacador en el área de Conversión de la planta Medellín, celebramos sus 40 años de vinculación a la Compañía, lo que lo hace el empleado más antiguo en ser parte de la celebración en el año 2014.





CONFAMILIA ofrece a los colaboradores vinculados a Grupo Familia® en Colombia líneas de ahorro y crédito, convenios, beneficios, pólizas, auxilios de calamidad doméstica, exequiales, de discapacidad y de educación superior para los hijos de sus asociados. Al finalizar el año 2014 contaba con 2.981 asociados (de los cuales 57 son jubilados), lo que representa una cobertura aproximada del 97% del total del personal del Grupo Familia®.

Portafolio de Ahorro

El año 2014 cerró con un acumulado de **\$7.916 millones**, teniendo un incremento del **24.48%** respecto al 2013, de estos **\$369 millones** corresponden a la contribución de la Compañía.

Entregamos el ahorro navideño a los asociados por un valor de **\$627 millones**, un **22.99%** más que el año anterior, el cual fue de **\$510 millones**.

Durante 2014 los asociados se beneficiaron con **3.447 operaciones** de crédito en las diferentes líneas: vacaciones, vehículo, vivienda, reforma, educación, consumo y Crediya, los cuales sumaron un total de **\$8.914 millones**.



Fondo de Bienestar

Al valor que se traía del 2013 se le adicionaron **\$130.000.000** de las utilidades. Con este dinero más una partida adicional de **\$18.000.000** se otorgó a **95 asociados** la suma de **\$74.468.088** de la siguiente manera:

- Tratamientos para hijos con discapacidad el valor de **\$14.650.000 a 28 asociados.**
- Estudios universitarios el valor de **\$59.818.088 a 67 asociados.**
- Para el año 2015 quedaron **\$60.120.409** en auxilio educativo, el cual será distribuido en **70 asociados.**



	Discapacidad	Educativo	Total
Saldo anterior año 2013	3.074.023	1.938.497	5.012.520
Aprobado por asamblea	30.000.000	100.000.000	130.000.000
Adiciones en el 2014	-	18.000.000	18.000.000
Disponible para entregar 2014	33.074.023	119.933.497	153.012.520
Total entregado	14.650.000	59.818.088	74.468.088
Nuevo saldo año 2015	18.424.023	60.120.409	78.544.432
Personas beneficiadas	28	67	95

Fondo de Solidaridad

Al valor que se traía de 2013 se le adicionaron \$35.000.000 de las utilidades. Con este dinero más una partida adicional de \$4.746.000, se otorgó a 102 asociados en auxilios de calamidad y exequial y póstumo.

	Calamidad	Exequial	Póstumo	Total
Saldo anterior año 2013	2.934	391.724	500.000	894.658
Aprobado por asamblea	32.390.000	1.610.000	1.000.000	35.000.000
Movimiento en el 2014	3.687.724	1.558.276	(500.000)	4.746.000
Disponible para entregar 2014	36.080.658	3.560.000	1.000.000	40.640.658
Total entregado	36.075.901	3.560.000	500.000	40.135.901
Nuevo saldo año 2015	4.757	-	500.000	504.757
Personas beneficiadas	94	7	1	102

Portafolio de Seguros

CONFAMILIA ofrece a sus asociados diferentes pólizas colectivas, con excelentes servicios y amplias coberturas:

- **Póliza de Vida:** Chubb de Colombia S.A., con 327 asociados y 229 beneficiarios.
- **Póliza de Vehículo:** Suramericana (605 vehículos, 172 motos) con 777 asociados y 198 beneficiarios.
- **Póliza de Hogar:** Allianz Colseguros, con 414 asociados y 13 beneficiarios
- **Póliza de Salud:** Colsanitas, con 18 asociados y 22 beneficiarios
- **Póliza de Salud:** Suramericana, con 198 asociados y 379 beneficiarios
- **Plan Exequial:** 2.981 asociados y 10.443 beneficiarios
- **EMI:** 297 asociados, 619 beneficiarios.



Salud y Seguridad

famisancela® FONDO MUTUO DE INVERSIÓN

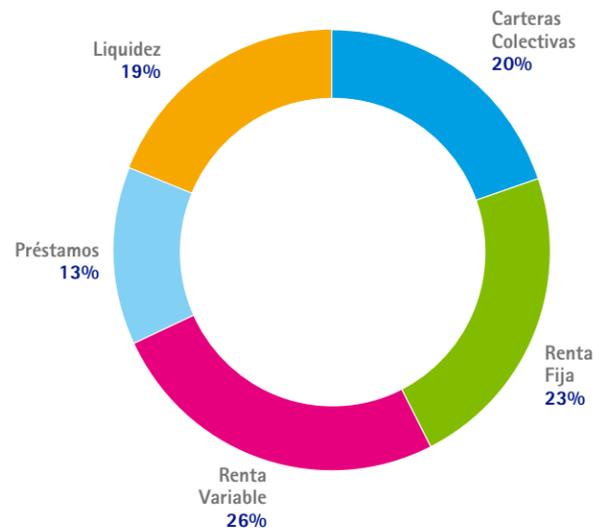
El Fondo Mutuo de Inversión promueve el ahorro a largo plazo para que los colaboradores de Grupo Familia® en Colombia logren sus metas más ambiciosas, por eso la Compañía les brinda un aporte de acuerdo con el tiempo de vinculación que tengan, para ampliar su capacidad de ahorro y crédito.



Los retiros sumaron un valor de **\$3.196 millones** y se beneficiaron de este dinero **297** personas para: compra de vivienda, vehículo, pago de deudas y otras inversiones.

Así mismo, los rescates durante el año 2014 fueron por un total de \$294 millones y se beneficiaron 22 afiliados.

COMPOSICIÓN DEL PORTAFOLIO A DICIEMBRE 2014



El portafolio al cierre del 2014 estaba conformado de la siguiente manera: 26% en acciones Colombia, 20% en carteras colectivas, 13% en préstamos a los afiliados, 23% en renta fija (CDT, TES) y 19% en liquidez.

En el año 2014, los activos del Fondo finalizaron en \$30.002 millones, presentando un incremento del 10.74% con respecto al cierre del año 2013. El número de afiliados para 2014 fue de 2.092, presentando un aumento del 5% con respecto al año inmediatamente anterior.

En cuanto a los préstamos, 679 afiliados se vieron beneficiados con las excelentes tasas que maneja el Fondo, los créditos girados alcanzaron la cifra de \$2.680 millones distribuidos de la siguiente manera:

Créditos de vivienda
13 créditos por \$321 millones
 a una tasa del 0.69% mensual.

Créditos Ordinarios:
666 créditos por \$2.359 millones
 a una tasa del 0.79% mensual.



Las utilidades del Fondo fueron de \$1.201 millones, aumentando un 105% con respecto al año 2013.

Garantizar la seguridad y la salud en las actividades productivas y administrativas es uno de nuestros más importantes compromisos y para lograrlo contamos con la colaboración de todos los trabajadores en el fomento de una cultura del cuidado, a través de comportamientos conscientes y responsables y de su participación en comités y en espacios de promoción de la salud.

En la gestión interna de prácticas de seguridad industrial, nos alineamos con las normativas de los países donde operamos, entre estas:

En Argentina: Ley No. 19587 de Seguridad e Higiene en el trabajo y su artículo 5 de investigación de los factores de riesgo como antecedentes para modelos de prevención.

En Colombia: Resolución 1401 de 2007 que reglamenta la investigación de los incidentes y accidentes de trabajo; Ley 1562 de 2012 y Decreto 1295 (Art 4) sobre enfermedad laboral; Decreto 1477 de 2014, tabla de enfermedades laborales.

En Ecuador: Resolución N°C.D. 390, procedimiento para Investigación y análisis de accidentes de Trabajo y cuadro de Enfermedades profesionales del Seguro General de Riesgos del Trabajo.

Las filiales en otras regiones se ajustan a la legislación más restrictiva, para poder dar cumplimiento cabal de la ley.

Comités de Salud y Seguridad

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO. LA-5.

Nuestros comités de convivencia, así como los de salud y seguridad, trabajan sobre los temas de riesgo y proponen controles y estrategias de prevención; Promueven condiciones de trabajo saludables, reciben las alertas que hacen los colaboradores en temas de abuso, acoso u otras formas de maltrato, tanto como otros problemas relacionados con riesgo psicosocial, que afectan el bienestar de los empleados en el medio laboral.

La representación de los trabajadores en los comités fue de 2.99% en el 2014; mientras en 2013 fue de 3.23%. En el último año, los comités lograron un cumplimiento de un 84.21% de su planificación, la cual está basada en los requerimientos normativos y las necesidades locales de cada región o país donde tenemos operación.





Semana de la Salud y el Bienestar

Con el objetivo de fomentar el cuidado integral entre nuestros colaboradores, en 2014, realizamos la primera Semana de la salud y el bienestar en nuestras instalaciones de Argentina, Colombia, Ecuador y Republica Dominicana. El evento, con una inversión de \$36'213,983 resultó en la participación de 6.638 trabajadores y familiares en actividades deportivas y de diagnóstico y en asesorías médicas, psicológicas y nutricionales.



Comité paritario de Salud y Seguridad

Directivos		Empleados	
2013	2014	2013	2014
48	51	49	52

Porcentaje de representación

2013: 2,29%
2014: 2,15%

Comité de convivencia

Directivos		Empleados	
2013	2014	2013	2014
13	13	27	27

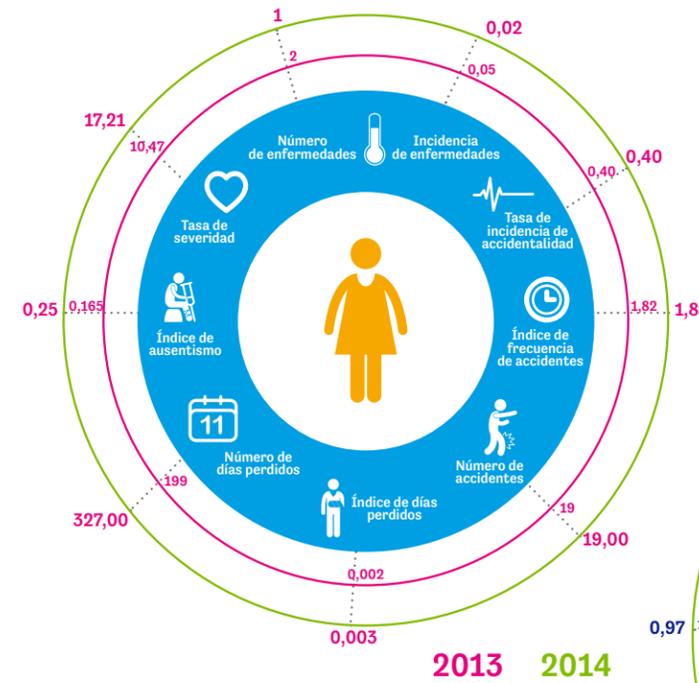
Porcentaje de representación

2013: 0,94%
2014: 0,84%

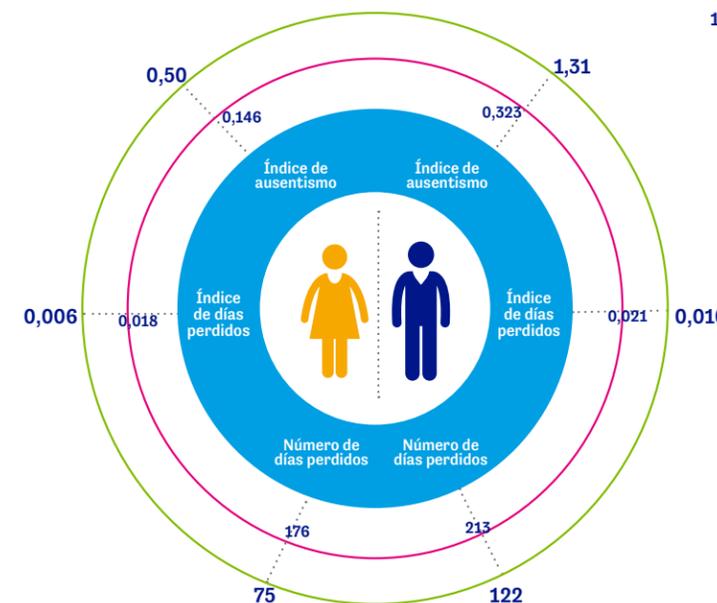
Indicadores de Salud y Seguridad

Mantenemos mecanismos de vigilancia de la salud y la seguridad en la operación, que nos permiten hacer diagnósticos tempranos de las enfermedades ocupacionales de mayor riesgo y llevar a cabo procesos de prevención rutinarios y de emergencia para evitar siniestros entre el personal vinculado y el personal externo. Ayudados por estos, durante 2013 y 2014 no presentamos ningún caso de víctima mortal. Además, en 2014 reportamos 5 casos de enfermedades ocupacionales entre los empleados y ningún caso entre los contratistas. En cuanto a accidentes laborales, en 2014 presentamos un porcentaje de 41% accidentes con lesión, sobre los cuales tomamos medidas de control logrando una disminución de 11,33% frente al año 2013. Entre los contratistas registramos 10 accidentes.

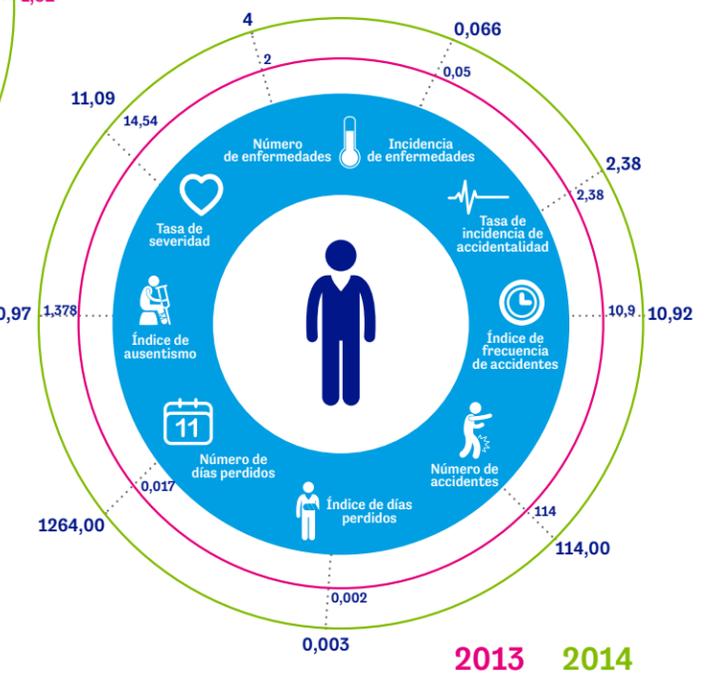
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO. LA-6, LA-7.



Colaboradores externos



Colaboradores vinculados



Gestión social

Compromiso con la Comunidad

Promover el crecimiento de las comunidades y mejorar su calidad de vida es un compromiso que tenemos desde el Grupo Familia® y la Fundación Familia. Nuestra gestión social es pertinente gracias a las temáticas abordadas y el impacto que los programas y actividades tienen sobre los recicladores, sus familias y la comunidad en general, de diferentes zonas del país.

Por otro lado, realizamos mejoras continuas a los procesos de manufactura en las empresas e inversiones en busca de minimizar al máximo posible los impactos ambientales y aportamos al desarrollo de las comunidades de nuestro entorno desde la gerencia de Desarrollo Organizacional, que incentiva y promueve la contratación local en las operaciones, con un impacto social positivo.

Por esta razón, centramos nuestras actividades en el fomento y financiación de programas que aporten a procesos productivos de reciclaje, la educación y la protección del medio ambiente.



Fundación Grupo Familia



En nuestra Fundación Grupo Familia articulamos el deseo de mejorar la calidad de vida de nuestros recicladores con el compromiso de nuestra Compañía para generar bienestar en los lugares donde operamos.

COMUNIDADES LOCALES. SO-1

Nuestro modelo de trabajo parte de entender las necesidades e intereses de los grupos de recicladores, disminuyendo la cantidad de residuos que van al relleno sanitario y la vulnerabilidad social y económica de la población recicladora y promoviendo la vinculación de aliados que representen la institucionalidad pública, privada y del tercer sector.

Nuestro propósito de hacer que el oficio del reciclaje sea una labor digna, demuestra que es posible:



Alentar la confianza individual.



Incentivar la capacidad de soñar juntos.



Perseverar hacia el cumplimiento de las metas.



Crear nuevas opciones para la población vulnerable, el medio ambiente y los ciudadanos.



Fortalecerlos como ciudadanos y/o seres de desarrollo.

Focalizamos nuestras actividades en tres ejes, como aporte al medio ambiente y la educación en el país:



Unidades Productivas de Reciclaje-UDER

El crecimiento económico de nuestras 13 unidades productivas está representado en su capacidad de captación de materiales reciclables. Este crecimiento trae como resultado organizaciones trabajando más formalmente en el país y buscando hacer de su negocio una alternativa rentable para mejorar la calidad de vida de los recicladores.

COMUNIDADES LOCALES. SO-1

Nuestro total de captación por Unidad Productiva de Reciclaje -UDER-

Organizaciones de Recicladores

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| 1 Asoreciclas - Soledad | 8 Rencauca - Cauca |
| 2 ARZ - Zipaquirá | 9 ARC - Cali |
| 3 Corporesiderense - La Estrella | 10 Pedro León Trabuchi - Bogotá |
| 4 Correnacer - Valledupar | 11 Planeta Verde - Rionegro |
| 5 Recuperando Esperanza - Cartago | 12 Coopreser - Bucaramanga |
| 6 Dame Tu Mano - Bogotá | 13 Recimed - Medellín |
| 7 ARCA - Cajicá | |

Con el trabajo de los 13 proyectos productivos, nuestro país dejó de llevar a los rellenos sanitarios los residuos que fueron aprovechados como residuos reciclables

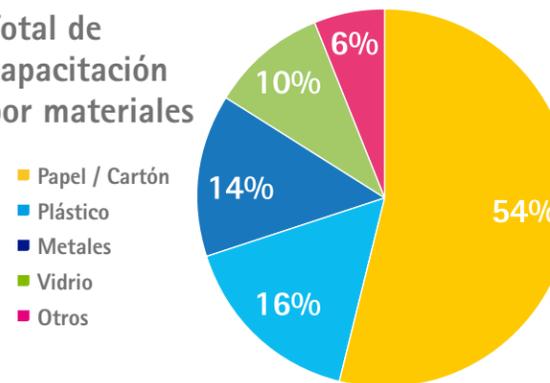
Total **710.642**
Kg promedio recolectados/mes

Total Residuos **7.754.705**
Kg comercializados/año



El total de capacitación comprende materiales reciclables como papeles, cartones, plásticos, metales, vidrios, otros.

Total de capacitación por materiales



Logramos recolectar 710.642 kg. en promedio al mes de los cuales se comercializaron 7.754.705 kg en 2014; estos residuos dejaron de llevarse al rellenos sanitarios y fueron aprovechados para otras actividades y productos. Así mismo, sensibilizamos a 24.844 ciudadanos sobre las actividades de separación y entrega efectiva de residuos reciclables; también llegamos a 7.914 viviendas con capacitaciones sobre la cultura del reciclaje.

Por otro lado, el trabajo con 43 aliados públicos y privados ha contribuido al apalancamiento de las UDER, alcanzando 12 de ellas un vínculo directo en procesos estatales y la participación como Fundación en 10 mesas municipales.

Sueños Cumplidos

El fin último de nuestra gestión social es la materialización de los sueños de los recicladores y sus familias. Este año y gracias al trabajo comprometido de aliados, recicladores y colaboradores de la fundación, cumplimos 324 sueños.

Dentro de las actividades educativas apoyadas en 2014 queremos resaltar a las 77 personas que se encuentran en alfabetización; los 27 becados, entre recicladores y sus hijos, para la educación técnica y las 399 personas capacitadas en desarrollo humano, procesos organizativos y emprendimiento.



Se beneficiaron un total de 942 recicladores



Proyectos Socioambientales

Contribuimos con procesos de recolección de basuras y reciclaje para la limpieza y conservación de lugares apartados del país, de alta biodiversidad, que no cuentan con una cultura alrededor de la adecuada gestión de sus residuos.

San José de Saco, Corregimiento de San Juan de Acosta

Apoyamos la instalación del Sistema Comunitario de Manejo Integral de Residuos Sólidos, que cuenta con una aprobación del 98% en la comunidad, para el manejo adecuado del impacto ambiental y los problemas de salud pública generados por la mala disposición final de residuos. Esta iniciativa se adelanta en alianza con la Anspe (agencia nacional para superación pobreza) y la red de empresas Programa Pioneros de Innovación social.

Gracias a la gestión adelantada en 2014 logramos una cobertura del servicio de recolección de basuras y reciclables de 98% de la población, la disminución del 60% en las citas diarias en los centros de salud por casos virales y 300 toneladas de residuos dejaron de contaminar los diferentes arroyos y el mar.

Para el fortalecimiento institucional del Sistema, se creó la organización comunitaria Sacorecicla, legalmente constituida y económicamente autosostenible gracias a los ingresos generados por la tarifa, la venta de reciclables y de abonos. Así mismo, se establecieron canales constantes de comercialización de reciclables y abono, y se beneficiaron 50 familias vulnerables, que en el programa de agricultura, generaron más de 14 toneladas de alimentos con ingresos superiores a los 8 millones de pesos.



Rincón del Mar



Con una aprobación del 98% de la comunidad, en Rincón del Mar se cuenta con un acuerdo comunitario para la gestión de residuos, que eran arrojados en su totalidad a los manglares adyacentes al casco urbano del pueblo.

La organización CORPORIMAR es la encargada de operar el SCMIRS, que en 2014 alcanzó una cobertura del 97% de la población, 3% perteneciente a la población flotante debida al turismo. Se gestionaron en total 168 toneladas que dejaron de contaminar los manglares, con un servicio de recolección permanente, que incluye días festivos.



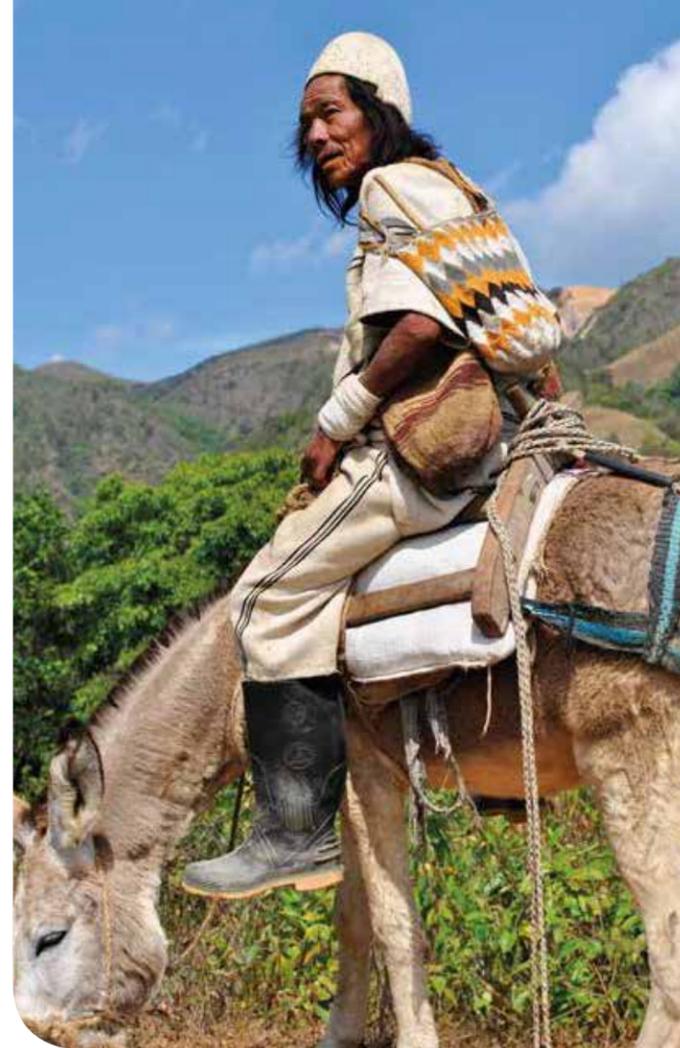
San Basilio de Palenque

El proyecto inició en octubre de 2014 con un acuerdo comunitario que contó con el 95% de aceptación y el trabajo conjunto de las entidades aliadas: Revista Semana, Fundación Carvajal, Fundación Saldarriaga Concha y Fundación Mima. Para la gestión del sistema se está trabajando con la organización Guardia Cimarrona, en 2015 se iniciará el proceso de implementación del sistema.



Sierra Nevada de Santa Marta

Desde la Fundación Grupo Familia® apoyamos el programa socioambiental Sierra Viva, que propende por la limpieza y conservación de la Sierra Nevada de Santa Marta. De los 7.000 toneladas de basura acumulados durante 50 años, en 2014 fueron bajadas de la Sierra 91.7 toneladas en 10.676 costales, de los cuales 49 ton correspondían a plásticos, 2ton a baterías, 29.7 ton a vidrios y 11 ton a otros materiales.



15
Pueblos sensibilizados

12.600
Personas sensibilizadas

38
Toneladas de basura/Mes

Si deseas conocer más sobre el proyecto ingresa a: <http://sierraviva.org/>

Bibliotecas Populares



Contribuimos con el financiamiento de tres bibliotecas en Medellín, como parte del compromiso en la promoción de la educación de niños y jóvenes. Las Bibliotecas Raizal en Manrique, Villatina en Villatina y La Esperanza en Castilla, operadas por la Fundación Ratón de Biblioteca, son espacios de educación que durante 2014 realizaron **70.363 actividades**, impactando a **83.301 beneficiarios**.

Servicios

Promoción de la lectura

Participación en procesos territoriales

Servicios de consulta y préstamo de libros

Actividades culturales

Cobertura de adultos mayores

Alianzas

El trabajo de la Fundación es posible, también, gracias a las entidades Estatales y de las organizaciones del tercer sector que se vinculan a nuestra tarea aportando su saber y hacer en el logro de un objetivo común: la consolidación de procesos de desarrollo social que mejoran la calidad de vida. Con ellos contamos en 2014 bajo un aporte en especie y dinero valorado en 766 millones.



Donaciones

Apoyamos las comunidades más necesitadas con la donación de productos para solucionar las necesidades de salud e higiene. En el 2014 se entregaron 2.534 cajas de productos:

- Bancos de Alimentos: cubriendo diversidad de comunidades vulnerables del país.
- Proyecto Intercambio de Donaciones por Servicios para la población recicladora.
- Atención a emergencias y desastres en el país.



Voluntariado

Realizamos la primera actividad colectiva de voluntariado: "La Pintatón Bodega de recicladores Rionegro". Enmarcado en el programa Papel Planeta contamos con 49 colaboradores de las Marcas Cuidado de la Familia, Negocios Emergentes, TENA® y Fundación, más **55 Recicladores**.

La actividad del voluntariado 2014 consistió en un cambio extremo para la bodega de una cooperativa de recicladores Planeta Verde que apoya la Fundación Grupo Familia®. Nuestro objetivo fue transformar el lugar para que se convirtiera en un punto ordenado de separación de residuos, lleno de color y alegría, el resultado fue un lugar más agradable donde los recicladores darán más vida al planeta.

Con el intercambio y trabajo conjunto entre colaboradores y recicladores logramos mayor sensibilización sobre la dignificación del oficio de los recicladores.



Responsabilidad Social y Ambiental de las Marcas

Construimos relaciones con los consumidores a través de nuestras marcas y la comunicación abierta y cercana que mantenemos con ellos en las actividades que buscan aportar a la mejora de su calidad de vida con asesorías, consejos y soluciones.

COMUNIDADES LOCALES. SO-1



Familia®

Papel Planeta Familia, es una gran iniciativa de la marca Familia® que inició en 2012, cada año se suman más de **120.000 estudiantes de más de 200 colegios en 7 ciudades del país** (Medellín, Bogotá, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira y Manizales), para darle vida al planeta mediante el reciclaje y el buen uso del papel.

Cada año, los estudiantes renuevan un compromiso firme y a la vez muy sencillo con el bienestar del planeta: reciclar la mayor cantidad de papel posible. Los resultados han sido increíbles: en 2012 logramos recolectar **80 toneladas de papel reciclado**, **140 en 2013** y **200 toneladas en el 2014**.

Como reconocimiento a este esfuerzo, Familia® se compromete a sembrar **40.000 nuevos árboles** cada año en bosques y ecosistemas de nuestro país. Así, no sólo ayudamos al medio ambiente, sino que apoyamos la labor de cientos de recicladores y sus familias que participan activamente de la campaña; mejoramos la calidad de vida de las familias campesinas que se encargan de la siembra de árboles, y beneficiamos los ecosistemas y recursos hídricos de las zonas donde sembramos nuevos árboles.

Papel Planeta es además un aprendizaje constante ligado a la acción. Por eso, la campaña está constantemente creando contenido educativo en temas de reciclaje y medio ambiente, con un alto ingrediente de entretenimiento, que estimula el compromiso de los estudiantes y los invita a participar activamente de la campaña durante todo el año.

Al final, Papel Planeta premia a los colegios que hayan reciclado la mayor cantidad de Papel en cada ciudad con un día de siembra al aire libre: un día en el que los chicos entran en contacto real con los beneficios de la campaña.



120.000 estudiantes cada año

7 ciudades del país

Más de **200** colegios participantes cada año

120.000 nuevos árboles hasta 2014

2012
80 toneladas de papel reciclado

2013
140 toneladas de papel reciclado

200 toneladas de papel reciclado en 2014

La inversión de este programa en 2014 fue de

\$1.755.000.000

Voluntariado Papel Planeta

Familia®, TENA®, y Nuevos Negocios nos unimos para pintar de felicidad la bodega de los recicladores de la Cooperativa Planeta Verde en Rionegro, Antioquia. Nuestro objetivo fue transformar el lugar para que dejara de ser percibido como un basurero y se convirtiera en un punto de separación de residuos, donde reciclamos y le damos más vida al planeta.

60 Personas beneficiadas

50 Voluntarios Familia®

Familia Institucional®



Durante 2014 los productos pertenecientes al negocio institucional continuaron elaborándose bajo criterios ambientales y siendo aporte para el buen desarrollo de campañas relacionadas con la higiene y la salud.



+ del 85% de los productos de papel de Familia Institucional® son elaborados con material reciclado

+ del 46% de nuestros productos son certificados por FSC® cadena de custodia FSC-C111326, gran legitimador.



La marca del manejo forestal responsable



34% de nuestros productos cuentan con certificados ambientales



Buenos Baños, Buena Gente®.
Una campaña patrocinada por Familia Institucional

Educación en Higiene y Salud

Gracias al alcance que nuestros productos institucionales tienen en el país, hemos creado la campaña Buenos Baños, Buena Gente®; que busca acompañar a las organizaciones en la construcción de una cultura de higiene y aseo por medio de capacitaciones y campañas de sensibilización. Durante el año impactamos a **663 clientes y sensibilizamos a 41.971 personas** para conservar los baños en adecuado estado y transformar malos hábitos de uso.

Así mismo, y entendiendo la importancia de las manos como transmisores de enfermedades infecciosas comunes, continuamos la campaña Operación Manos Limpias que busca estimular prácticas adecuadas de higiene y así disminuir los riesgos de infección. Nuestro foco son las instituciones que pertenecen al sector salud, con un impacto de 140 clientes con 31.104 personas sensibilizadas.

Papel Planeta

El 2014 representó para esta iniciativa un gran hito, alcanzamos cifras record en reciclaje con **7.000 toneladas de papel reciclado** y tuvimos la oportunidad de llegar a más de **10 mil estudiantes de 10 universidades** del país. Impactamos también a **120.000 niños en 160 colegios** de diferentes ciudades de Colombia.

Dentro de la iniciativa realizamos una alianza con la Fundación Techo Colombia, que con la ayuda generosa de 180 voluntarios universitarios, nos permitió entregar casas propias a 10 familias.

En el 2014 transformamos **5.364 baños**



TENA®



Correr es Vivir

Desde hace 5 años encontramos en el deporte una forma de promover el bienestar a través de pequeñas acciones con la carrera Corres es Vivir. Esta iniciativa ha tomado fuerza año tras año convirtiéndose en la bandera de la marca, con un creciente número de participantes y personas comprometidas con sus causas.



Carreras Medellín y Cali

2.334 Mujeres + 1.501 Hombres = 3.835 Participantes

Los corredores de los 10K contaron con un chip que permitió medir su tiempo y de esa forma se facilitó la determinación de los ganadores. La partida para 5k y 10k se hizo de manera diferenciada y eso contribuyó con la organización.

Carrera de la mujer TENA® Barranquilla

1.500 Mujeres participantes

Los fondos recaudados se destinaron a la liga de Lucha contra el Cáncer

Seminarios Cuidadores

Continuamos con los seminarios de cuidadores, un espacio de capacitación para quienes se encargan del cuidado de adultos mayores, con un alcance internacional mayor gracias al primer seminario en República Dominicana que contó con **160 asistentes de Santo Domingo y 110 de Santiago. En Ecuador llegamos a la quinta versión del seminario con 259 cuidadores en Quito y 182 en Guayaquil.**

En Colombia se celebró la décima versión del seminario de actualización cuidado del adulto mayor en **Medellín con 300 asistentes, Cali con 225, Barranquilla con 90 y Bogotá con 330 participantes.**

Tardeando con TENA®

Convocamos a mujeres que son consumidoras de los productos TENA® en Medellín, a compartir con nosotros en un espacio especial, pensado para el bienestar, con conferencias sobre maquillaje y soluciones para la mujer madura. Contamos con la asistencia de **100 mujeres que en 4 tardes pudieron disfrutar en un ambiente acogedor con salas y snacks.**



Desde Pequeñín® promovemos el desarrollo adecuado de los niños y la crianza no violenta a través del fortalecimiento del vínculo entre padres e hijos, ofreciendo acompañamiento con información útil y consejos prácticos.

Pequeñín®



Conferencias Presenciales

Acompañamos a mujeres en embarazo, para ayudarlas a sentirse tranquilas y seguras en esta etapa de su vida. Con la ayuda de **23 conferencistas** expertas en diferentes temáticas alrededor de la maternidad durante 2014 beneficiamos a **105.435 participantes**, que representan el **16%** del total de nacimientos en el país.



Conferencias Virtuales

Desde nuestra página web www.pequenin.com ofrecemos conferencias virtuales en estimulación intrauterina y en bebés menores de 6 meses, estimulación del cerebro en la vida cotidiana e inteligencia emocional y disciplina positiva.

En estas conferencias asesoramos a las mujeres en embarazo y con hijos menores de tres años. En 2014 llegamos a **10.243 participantes**.

Talleres de Estimulación

Ofrecemos talleres en cuatro temáticas que abarcan las etapas de desarrollo de los bebés que nos permitieron llegar durante el año a **7.335 mamás**. Son impartidos en las Casas Club Pequeñín® en todo el país para brindar a los padres los conocimientos necesarios para acompañar el desarrollo de sus bebés, mientras comparten un momento que fortalece su vínculo con actividades para la motricidad fina y gruesa, el lenguaje, la inteligencia y el desarrollo personal y social.

Línea Gratuita Pequeñín®

Contamos con una exclusiva línea de atención para estar siempre cerca de la mamá, a través esta pueden realizar consultas a nuestras enfermeras sobre el cuidado diario o la crianza de sus bebé. Al igual que el consultorio virtual, no reemplazan las consultas médicas. **Durante el año 6.829 mamás se comunicaron con Pequeñín® a través de esta línea telefónica.**



Testimonio

“Pequeñín® nos cambió la manera de vivir la maternidad, en los talleres vemos cómo estimular a nuestros bebés para que crezcan sanos y felices, y nosotros también.”

Marcela Valencia y Emily Rodríguez,
Casa Club Pequeñín® El Tesoro, Medellín.

Curso de Cuidadores de la Primera Infancia

Realizado en alianza con la FAN, Fundación de Atención a la Niñez, la Universidad CES y Pequeñín®, está dirigido a las personas que cuidan y acompañan a niños y niñas menores de 5 años. Se imparte a través del programa de radio La Hora Fantástica, que se transmite desde la ciudad de Medellín, y en el Facebook de Pequeñín® Colombia, al resto del país. En las diferentes sesiones se tratan temas de salud, estimulación, vacunas, desarrollo infantil, prevención del maltrato y disciplina positiva.

El curso consta de nueve módulos, y en su quinta versión **graduó a 4.300 cuidadores que recibieron un diploma avalado por la Universidad CES.**

9.400
Donaciones de Pequeñín®

9.400
Donaciones de las usuarias

Durante el 2014 se redimieron **20.000** módulos por parte de las madres que realizaron el curso

Testimonios

“La experiencia que pude adquirir en este Curso de Cuidadores fue muy valiosa porque aprendí cosas que jamás había oído, además, despejé dudas que tenía y me gustó mucho haber pasado por esta linda experiencia y que ustedes me lo permitieran. Gracias a las talleristas.”

Angie Nicole Cortés.

“Me encanta la idea de poder apoyar esta hermosa y fantástica causa que ayuda al bienestar de los pequeñines de Barriguitas Llenas, a la vez que aprendí mucho en el Curso de Cuidadores.”

Mariangelica Parra.

Barriguitas Llenas

En diciembre realizamos una campaña navideña para ayudar a los niños que hacen parte de la Fundación de Atención a la Niñez, y que durante todo el periodo de vacaciones cuenten con una alimentación nutritiva. Así mismo, invitamos a las mamás que acumulan puntos con nosotros a realizar donaciones, que nosotros igualamos.

Nosotras®



La marca Nosotras® realiza hace más de 26 años una campaña educativa en la mayoría de colegios de todas las capitales de departamento y grandes poblaciones de Colombia. Esta iniciativa busca ayudar a las niñas a través de la educación, el acompañamiento y la asesoría para que puedan entender y manejar los cambios físicos y emocionales que implica convertirse en mujeres.

Con la toma de colegios, la Página Web, las asesorías y actividades, la marca Nosotras® se convierte en un medio ideal, cómodo y divertido para entregar toda la información que tanto necesitan.



900.000
Kits entregados

2.200
Colegios visitados

32
Ciudades

Gestión ambiental



En el Grupo Familia® el respeto, la protección y conservación del medio ambiente cobra especial relevancia en tanto todos nuestros productos necesitan de un consumo representativo de materia prima para su elaboración. Por esta razón desarrollamos la política ambiental que centra todas las actividades en 5 iniciativas:



Metas de Sostenibilidad Ambiental

En el año establecimos **5 metas de sostenibilidad ambiental** con cumplimiento a 2016, con el fin de mejorar los impactos ambientales de nuestras operaciones. Tomamos como años base el 2010, desde entonces hemos superado algunas metas y se ha avanzado positivamente en las demás.

Recuperación de residuos sólidos



Reducción de Consumo de agua en plantas de papel



Reducción de Consumo de energía eléctrica



Reducción de DBO en los efluentes de las plantas de papel



Emisiones directas de CO₂



Año base de las metas: 2010

• **2016**
Meta establecida

• **2014**
Reducción lograda frente al año base



Lo que Consumimos

Entendemos que con el uso eficiente de los recursos naturales minimizamos la generación de impactos negativos al medio ambiente, por esta razón trabajamos constantemente en iniciativas, planes y actividades que contribuyan a hacer cada proceso más eficiente, y en campañas de socialización con todos los colaboradores con el fin de racionalizar el consumo de materias primas e insumos.



Agua

A través del acueducto local, fuentes de aguas superficiales y de pozos subterráneos la Organización se abastece de agua, sin generar impactos negativos representativos sobre dichas fuentes. En 2014 redujimos nuestro consumo de agua en 11,10% en comparación con el año anterior, con un consumo total de 2.469.289 m³, la reducción del consumo de agua por tonelada de producto total del Grupo Familia® fue del 21%.

Por otra parte en las plantas Tissue la reducción por tonelada de producto fue de 12%. En estas alcanzamos un acumulado de 40% desde el 2010 cumpliendo la meta de reducción de un 25% que había sido planteada a 2016.

AGUA. EN-8, EN-9



En las plantas de papel se reutiliza más del 85% del agua que se consume.



Energía

Trabajamos continuamente con el fin de optimizar el consumo energético a través de la implementación de proyectos que nos permiten ser más eficientes. Para 2014, el consumo de energía aumentó 1% en comparación al año anterior, debido al incremento de la producción en Colombia y Ecuador que alcanzó 11,5%.

ENERGÍA. EN-3, EN-5, EN-6

	2013 GJ	2014 GJ
Gas Natural	859.689	878.897
Carbón	37.480	-
ACPM	71.362	65.029
Bunker	194.970	182.298
Electricidad	789.959	853.189
TOTAL	1.953.460	1.979.413



Por otro lado, la intensidad energética para el 2014 se redujo en 1,22 GJ/t (gigajulios por tonelada) en comparación al año anterior lo que corresponde a una reducción del 10,4%.

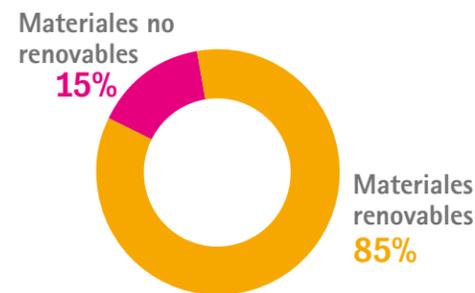
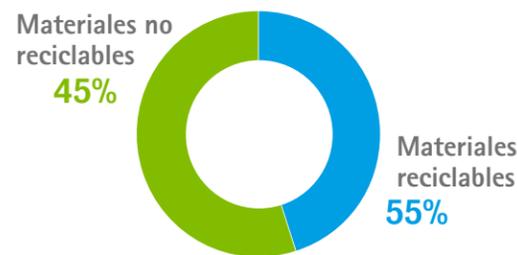
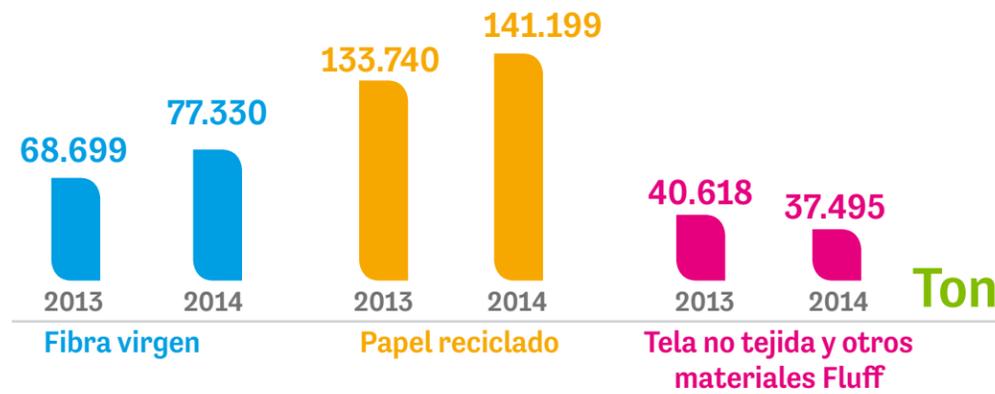


Materiales



Utilizamos materiales que tengan un alto potencial de reuso, de reciclaje y que provengan de recursos renovables. Al usar materiales con estas características aseguramos una mejor calidad en nuestros procesos, en nuestros productos y una mayor contribución al cuidado del entorno.

MATERIALES POR PESO Y VOLUMEN. EN-1, EN-2



Lo que Desechamos

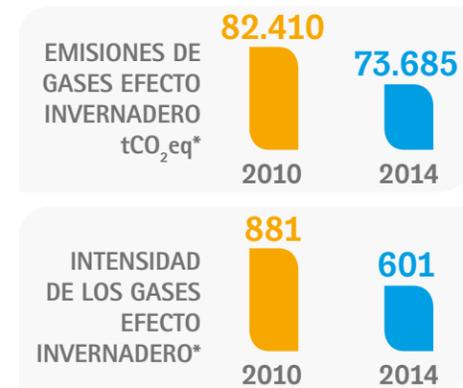
Mantenemos controles rigurosos a las emisiones, vertimientos y residuos que generamos con el fin de prevenir y minimizar la generación de impactos negativos sobre el medio ambiente y garantizar un entorno más sano para nuestros empleados y la comunidad.

CO₂ Emisiones

EMISIONES. EN-15, EN-16, EN17, EN-18, EN-19, EN-21, EN-30

Para la contabilización de los gases efecto invernadero en 2014 se tuvo en cuenta el consumo de combustible en las calderas y en el Hood en las plantas de producción de papel tissue, con una reducción del 39% en comparación con 2010, alcanzando anticipadamente la meta del 26% por tonelada de papel propuesta para el 2016.

En el 2015 se realizará la medición de la huella de carbono alcance 1 y alcance 2 para todas las plantas en Colombia y Ecuador (papel, pañales y protección femenina).



*En Ecuador no se tiene en cuenta el CH₄ y N₂O ya que no se conoce el factor de emisión del bunker para estos gases.



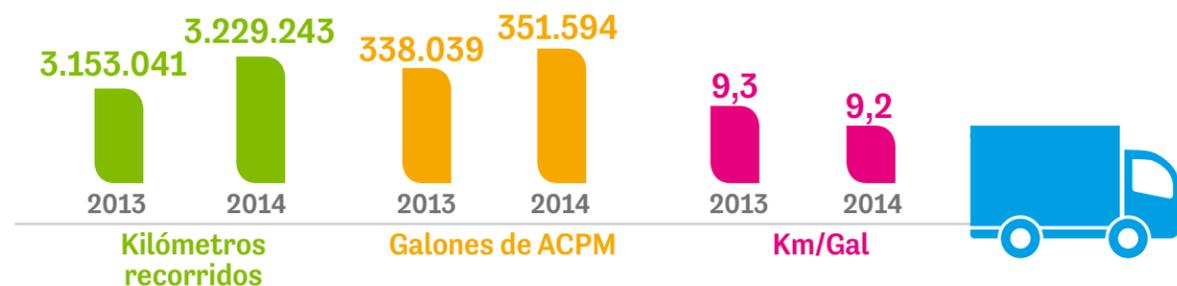
En cuanto a las emisiones generadas en el alcance 2, hubo un incremento del **9,7%** respecto al año anterior debido al aumento en la producción de Colombia y Ecuador.

Por otra parte, el cambio de combustible en la caldera de la planta de Medellín alcanzó una reducción de **54%** en las emisiones de los gases CO₂, NH₄ y NO₂ tomando como año base el 2012 debido a que fue el último año en que se utilizó carbón en la caldera; en las plantas de Medellín, Cajicá y Lasso se recuperó calor del Hood, logrando así una reducción adicional de 26.600 toneladas de CO₂ e



*El valor de NO_x, SO_x y de partículas corresponden las calderas plantas de papel

A través de la ejecución de diferentes iniciativas, logramos ser más eficientes en el transporte la Organización, pues en 2014 se recorrieron más kilómetros con menos combustible.



Vertimientos

Con el fin de realizar un vertimiento responsable, diariamente llevamos a cabo evaluaciones de calidad del agua bajo los parámetros de Demanda Biológica de Oxígeno (DBO), la de Demanda Química de Oxígeno (DQO) y Sólidos Suspendedos Totales (SST) en nuestros laboratorios internos. En todas nuestras plantas de papel contamos con plantas de tratamiento de aguas que nos permiten no solo **reutilizar un alto porcentaje (más del 85%) del agua en el proceso**, sino también reducir las cargas contaminantes antes de realizar el vertimiento.

Gracias a iniciativas como la recirculación de agua, el uso de filtros y bombas, **hemos reducido 22% de los vertimientos en comparación al año anterior**. En Lasso (Ecuador) se instaló una planta de tratamiento biológico de tecnología MBBR (segunda en su tipo en Suramérica) como complemento del sistema de tratamiento primario lo que ha permitido **reducir la carga de DQO, DBO y SST en aproximadamente 85%** durante los dos últimos años.



EFLUENTES Y RESIDUOS. EN-22

VERTIMIENTOS 2014						
TRATAMIENTO	FUENTE SUPERFICIAL			SUELO	ALCANTARILLADO	
	Tratamiento primario y secundario			Pozo séptico	Tratamiento primario	
m ³	647.000	691.172	103.317	18.828	591.032	551.048
DQO	291 ppm	190 ppm	No se tiene medición.	No se tiene medición.	1214 ppm	No se tiene medición.
DBO	177 ppm	53 ppm			312 ppm	
SST	234 ppm	43 ppm			245 ppm	
Total	1.441.489			18.828	610.150	
TOTAL	2.070.467					

Residuos

A través de la adecuada separación de los residuos, identificamos aquellos que se pueden recuperar sea externa o internamente, para garantizar su aprovechamiento y así minimizar la disposición en los rellenos sanitarios.

En 2014 generamos 4% menos residuos que el año anterior y recuperamos el 79% de los generados, acercándonos un poco más a la meta propuesta a 2016 de recuperar el 95% de nuestros residuos.

EFLUENTES Y RESIDUOS. EN-23, EN-25

RESIDUOS 2013	PESO EN TONELADAS	DISPOSICIÓN FINAL		
		2013	2014	
PELIGROSOS	Chatarra electrónica, baterías, aceites usados y envases contaminados.	74	93	Recuperación.
	Absorbentes contaminados, químicos residuales, tintas, lodos de trampas de grasa y tratamiento de ARD.	23	37	Incineración.
	Luminarias.	1	1	Celda de seguridad.
NO PELIGROSOS	Papel, cartón, plástico, chatarra, vidrio, madera, residuos orgánicos, residuo de celulosa, fibra residual, toallas y fieltros usados.	70.940	70.154	Recuperación.
	Residuos ordinarios, residuo de celulosa, polvillo fluff, toallas residuales.	22.317	18.408	Relleno sanitario.
TOTAL		93.355	88.693	



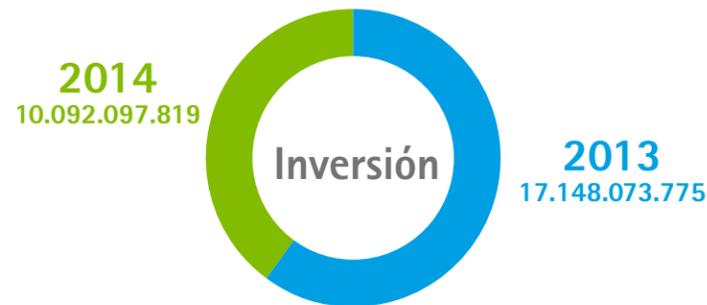
98% del residuo de celulosa generado en Colombia fue destinado a procesos externos de aprovechamiento como producción de ladrillos y compostaje.

En total durante 2014 se transportaron **131 toneladas** de residuos peligrosos hasta el proveedor

Inversión Ambiental

La inversión en gestión ambiental para el 2014 disminuyó debido a que el año anterior se realizó la construcción de una planta de tratamiento biológico de aguas residuales en Lasso.

EMISIONES,
EN-31



Reducción de Impactos Ambientales en Centros de Distribución (Cajicá y Girardota)

Somos conscientes de la importancia de controlar los impactos ambientales más allá de la operación de las plantas, por eso en 2013 se hizo una primera medición de los impactos de los centros de distribución.

Indicador	Unidades	CD Cajicá	CD Girardota	CD convencional
Uso eficientes en almacenamiento de áreas construidas	m ³ /m ²	6.35	2.78	1.39
Relación eficiencia CD Vs. Tradicional	m ³ /m ²	4.57	2	1
Ahorro en consumo de insumos (stretch)	Kg stretch/m ³	0.0176	0.0176	0.0229
Relación eficiencia CD V.s tradicional	%ahorro	23%	23%	0%
Reciclado stretch anual	Kg		60.972	

Llantas

La contaminación producida por las llantas desechadas es un desafío que enfrentan empresas y comunidades, es por esto que extendemos su vida útil a través de procesos de reencauche especializados que además garantizan su calidad. Una vez están listas para su disposición final se entregan a la empresa Mundo Limpio, que las utiliza para fabricar nuevos productos con ellas.

Vehículos Nuevos y Ecoconducción

Desde 2010 se inició la adquisición de vehículos Freightliner que cumplen con la norma EPA98, lo que nos permite asegurar que emiten menos partículas contaminantes. En esta misma línea se ha formado a los conductores en métodos de conducción que permitan el ahorro de combustible, estas reducciones llegan disminuir en 4.3% los galones de combustible por kilómetro recorrido, lo que además reduce la emisiones de gases efecto invernadero.





Humedal La Tingua Bogotana

En nuestra compañía estamos comprometidos con la protección y conservación de la biodiversidad del Humedal la Tingua Bogotana, anteriormente llamado las Mercedes que está contiguo a la planta Cajicá. El Humedal cuenta con un área aproximada de 1,8 hectáreas y 21 especies de aves como el Copetón, la Golondrina, la Tingua Bogotana, la Monjita y el Chorlo Gritón. Su vegetación está conformada el 78% por la Enea o Totorá. También se encuentran el barbasco, el helecho y la sombrillita de agua.

Cada febrero en conmemoración al Día de los Humedales, realizamos un evento con los hijos de los empleados y alumnos de colegios de Cajicá, en el que hacen avistamiento de aves, talleres artísticos y dejan mensajes de compromiso con el cuidado del planeta. Adicionalmente los asistentes disfrutaron de un recorrido guiado, actividades de recuperación del espejo de agua del Humedal y de juegos interactivos con los que se vincula Papel Planeta.



GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-1*	<p>a. Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.</p> <p>En la declaración debe exponerse la visión general y la estrategia a corto, mediano y largo plazo, con especial atención a la gestión de los efectos económicos, ambientales y sociales significativos propiciados por la organización, o bien de los efectos que puedan asociarse a las actividades resultantes de su relación con otras entidades (por ejemplo, proveedores, personas u organizaciones de las comunidades locales). La declaración ha de reflejar: prioridades estratégicas y temas clave a corto y mediano plazo en relación con la sostenibilidad, tales como el cumplimiento de criterios internacionales y la relación de tales cuestiones con la estrategia y el éxito a largo plazo de la organización; tendencias generales (por ejemplo, de índole macroeconómica o política) que afectan a la organización y repercuten en sus prioridades sobre sostenibilidad; sucesos, logros y fracasos más importantes a lo largo del periodo objeto de análisis; opinión sobre el desempeño en relación con los objetivos; opinión sobre los retos y objetivos más importantes para la organización en el próximo año y objetivos para los próximos tres a cinco años; y otros aspectos relacionados con el enfoque estratégico de la organización</p>		2, 3
Perfil de la organización			
G4-3*	Nombre de la organización	Nuestra organización, Grupo Familia®	12
G4-4*	Marcas, productos y servicios más importantes	Nuestra organización, Nuestras unidades de negocio	14, 15
G4-5*	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización	Carrera 50#8 sur - 177 Teléfono 57 4 360 95 00 Medellín, Colombia	
G4-6*	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se aborda en la memoria.	Nuestra organización, Dónde estamos	10, 11
G4-7*	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Nuestra organización, Grupo Familia®	12
G4-8*	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	Nuestra organización, Dónde estamos Nuestra organización, Nuestras unidades de negocio	11, 14
G4-9*	Determine el tamaño de la organización, indicando: número de empleados; número de operaciones; ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	Nuestra organización, Grupo Familia® Nuestra organización, Nuestras unidades de negocio Nuestra Familia, Quiénes son nuestros empleados	11, 14, 26-29, 34, 35, 36

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-10*	<p>a. Número de empleados por contrato laboral y sexo.</p> <p>b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo.</p> <p>c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo.</p> <p>d. Tamaño de la plantilla por región y sexo.</p> <p>e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas.</p> <p>f. Comuníquese todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).</p>	Nuestra Familia, Quiénes son nuestros empleados	34, 35, 36
G4-11*	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	<p>Nuestra familia, Derechos de asociación</p> <p>Grupo Familia® 311 trabajadores 5,90% del total de todo el grupo Argentina 220 trabajadores , 67,28% del total en ese país Colombia 91 trabajadores, 2,47% del total de ese país</p>	25
G4-12*	Describa la cadena de suministro de la organización	Generación de Valor, Compromiso con los proveedores	30
G4-13*	<p>a. Comuníquese todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización; por ejemplo: cambios en la ubicación de las operaciones, o en las propias operaciones, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones; cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado); cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o la relación con los proveedores, en aspectos como la selección o la finalización de un contrato</p>	<p>Durante el período 2014 no se presentaron cambios accionarios significativos en la estructura o composición accionaria de las diferentes sociedades que hacen parte del Grupo Familia® con excepción de la fusión que se llevó a cabo en el mes de noviembre en Chile mediante la cual Productos Familia Chile S.P.A absorbió la compañía Sancela Chile S.A. ambas 100% controladas por Productos Familia S.A.</p> <p>No hubo cambios significativos relacionados con la ubicación de los proveedores o la estructura de la cadena de suministro.</p> <p>En 2014 se realizó la inauguración de la planta de líquidos en Medellín.</p>	
G4-14*	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	La organización tiene dentro de su estructura un área de gestión ambiental que se encarga de prever los potenciales riesgos ambientales asociados a las operaciones, así como de planear y ejecutar las estrategias para mitigarlos. Los planes implementados van desde la aplicación de buenas prácticas hasta proyectos de gran inversión como plantas de tratamiento de aguas, cambio de combustibles en calderas y equipos de control ambiental en general.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-15*	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	<p>Compromiso con la Sociedad</p> <p>En Grupo Familia® el compromiso con la sociedad lo abordamos desde diferentes perspectivas. Para contribuir al progreso de nuestra sociedad es necesario apoyar y participar activamente en diferentes organizaciones de carácter público, gremial y privado, que aportan al progreso del país, de la economía, de su gente. En Grupo Familia® estamos comprometidos con la construcción de país. Por ello participamos de manera activa y directa en distintas organizaciones que contribuyen a la construcción y aporte gremial, como: ANDI, BVC, ANALDEX, CENCAUCA, ASCORT, FENALCO, HACEB, ACOTEPAC, PROANTIOQUIA, ACRIP, DEFENCARGA, Cámara de Comercio Colombo Americana, Asociación de Empresas Seguras, Asociación Frente de Seguridad Empresarial (AFSE), Cámara Colombiana de Comercio Electrónico -CCCE-, Asociación de Empresarios de Chía y Prosur.</p> <p>En Argentina: Fundación Caritas Argentina Secretaría de Gobierno de la Nación. Cámara de Comercio Sueco Argentina</p> <p>En República Dominicana: AIRD (Asociación de industriales de la República Dominicana)</p> <p>Chile ANDA (Asociación Nacional de Avisadores) Icare (Instituto Chileno de Administración Racionales de Empresas)</p>	
G4-16*	a. Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: ostenta un cargo en el órgano de gobierno; participa en proyectos o comités; realiza una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; considera que ser miembro es una decisión estratégica	<p>Por nuestro interés en el progreso de la sociedad y las empresas en las cuales participamos, en 2014 aportamos a las siguientes asociaciones: ANALDEX ASOCIACION COLOMBIANA RELACIONES DE TRABAJO - ASCORT ASOCIACION COLOMBIANA DE EJECUTIVOS - ACEF ASOCIACION DE EMPRESARIOS DE CHIA ASOCIACION FRENTE DE SEGURIDAD EMPRESARIAL - AFSE ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESARIOS - ANDI BOLSA DE VALORES DE COLOMBIA S.A. Lo emisores lo ponen? CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO CAMARA DE COMERCIO COLOMBO AMERICANA CORPORACION EMPRESARIAL DEL ORIENTE - CEO FENALCO SECCIONAL ANTIOQUIA PROANTIOQUIA</p>	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®				
Indicadores generales				
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.	Verificación externa
Identificación de aspectos materiales y límites				
G4-17*	a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria. La organización puede aportar este Contenido básico mediante una referencia a la información publicada y disponible en los estados financieros consolidados u otros documentos equivalentes.	Acerca del Informe, Definición de asuntos materiales	12	NO
G4-18*	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la memoria y la Cobertura de cada Aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	Acerca del Informe, Asuntos materiales	5	NO
G4-19*	Lista de todos los aspectos materiales identificados en el proceso de definición del contenido del informe.	Acerca del Informe, Asuntos materiales	6	NO
G4-20*	Para cada aspecto material, reporte el límite de imagen dentro de la organización, de la siguiente manera: 1. Indique si el aspecto es importante en la organización 2. Si el aspecto no es material para todas las entidades dentro de la organización (como se describe en el G4-17), seleccione una de las siguientes dos enfoques e informar ya sea: - La lista de entidades o grupos de entidades incluidas en G4-17 para las que el aspecto no es material o - La lista de entidades o grupos de entidades incluidas en G4-17 para las que los aspectos es material 3. Reporte cualquier limitación específica sobre el límite del aspecto dentro de la organización	Acerca del Informe, Asuntos materiales	6	NO
G4-21*	Para cada aspecto material, reporte el límite del aspecto fuera de la organización, de la siguiente manera: 1. Reporte si el aspecto es material fuera de la organización 2. Si el aspecto es material fuera de la organización, identificar las entidades, grupos de entidades o elementos para los que el aspecto sea importante. Además, describir la ubicación geográfica donde el aspecto es significativo para las entidades identificadas 3. Reporte cualquier limitación específica con respecto al límite de Aspecto exterior de la organización	Acerca del Informe, Asuntos materiales	6	NO
G4-22*	Reporte el efecto de cualquier reformulación de información perteneciente a memorias anteriores y los motivos de dichas reformulaciones	No se presentaron reexpresiones		NO
G4-23*	Reporte cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance y los límites de aspecto	No hay cambios significativos que afecten la comparabilidad		NO
Relación con Grupos de Interés				
G4-24*	Lista de los grupos de interés con los que la organización se relaciona	Gobierno corporativo, Relacionamiento con los grupos de interés	22	NO
G4-25*	Bases para la identificación y selección de grupos de interés con quienes se relaciona	Para definir los grupos se tuvo en cuenta el nivel impacto que la empresa tiene sobre ellos y la influencia de cada uno sobre la organización.		NO

GRI G4 GRUPO FAMILIA®				
Indicadores generales				
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.	Verificación externa
G4-26*	Enfoque de relacionamiento con grupos de interés, incluidas la frecuencia de participación por tipo y categoría de grupos de interés e indicar si hubo inclusión de alguno de los grupos como parte de la preparación del informe	Para los grupos de interés se destinan diferentes canales, cada uno tiene una periodicidad diferente, pero buscamos tener un contacto permanente con los grupos. Antes de 2017 se harán diálogos directos con cada grupo, tanto para la definición de la materialidad, como para mantener un adecuado relacionamiento e identificar sus expectativas e intereses.		NO
G4-27*	Temas y preocupaciones clave que se han identificado en el relacionamiento con grupos de interés y cómo la organización responde a ellos en el informe	A través de los diferentes canales de comunicación con los grupos de interés se captaron expectativas que permiten una mejor gestión de los asuntos materiales. <ul style="list-style-type: none"> Cuidado de la salud y seguridad de los consumidores Calidad del producto Efectividad de los servicios posventa Comunicación efectiva con proveedores Reducción del consumo de agua y energía Manejo adecuado de residuos Medidas que permitan un adecuado balance de la vida laboral y familiar Cuidado de la salud y seguridad de los trabajadores Relacionamiento con la comunidad 		NO
Perfil de la memoria				
G4-28*	Periodo cubierto por la memoria	2014		
G4-29*	Fecha de la memoria anterior más reciente (si lo hay)	El informe de sostenibilidad 2013 se publicó en 2014		
G4-30*	Ciclo de presentación de memorias (anual, bianual, etc)	Anual		
G4-31*	Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido de la memoria	Teléfono 57 4 360 95 00		
G4-32*	a. Indique la opción del reporte que la organización ha elegido. b. Tabla de contenidos GRI de acuerdo a la opción elegida. c. Referencia al informe de verificación externa.	Este informe cumple la opción esencial de conformidad; no tiene verificación externa.		
G4-33*	a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	El informe no tiene verificación externa.		
Gobierno				
G4-34*	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	Gobierno corporativo, Organigrama Gobierno corporativo, Toma de decisiones		16, 19
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	Gobierno corporativo, Toma de decisiones		18, 19

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
Identificación de aspectos materiales y límites			
G4-36	a. Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas rectamente ante el órgano superior de gobierno.	Gobierno corporativo, Toma de decisiones	18, 19
G4-37	a. Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.	Gobierno corporativo, Relacionamiento con los grupos de interés	22, 23
G4-38	a. Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités: ejecutivos y no ejecutivos; independencia; antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno; número de otros puestos y actividades significativas, y naturaleza de tales actividades; sexo; miembros de grupos sociales con representación insuficiente; competencias relacionadas con los efectos económicos, ambientales y sociales; representación de grupos de interés.	Gobierno corporativo, Toma de decisiones Gobierno corporativo, Junta Directiva y comités	No se publica el desglose de los miembros, pues es información privada de la empresa
G4-39	a. Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	De acuerdo con los estatutos el presidente de la Junta es elegido por la misma Junta por un periodo igual al de ésta. En la actualidad, el cargo de presidente de la Junta lo ocupa el Dr. Álvaro Gómez Jaramillo quien no ocupa ningún puesto ejecutivo dentro de la organización.	
G4-40	a. Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero; entre otros: si se tiene en cuenta la diversidad, y de qué modo; si se tiene en cuenta la independencia, y de qué modo; si se tienen en cuenta, y de qué modo, los conocimientos especializados y la experiencia en los ámbitos económico, ambiental y social; si están involucrados los grupos de interés (entre ellos, los accionistas), y de qué modo.	Gobierno corporativo, Junta directiva y comités	18, 19
G4-41	a. Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a las partes interesadas. Indique, como mínimo: membresía de distintas juntas; tenencia de acciones de proveedores y otros grupos de interés; existencia de un accionista de control; información que revelar sobre partes relacionadas.	Gobierno corporativo, manejo de conflictos de interés	21
G4-42	a. Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	Gobierno corporativo, Junta directiva y comités	18

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-45	a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de debida diligencia. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social	Gobierno corporativo, Junta directiva y comités	20
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	Gobierno corporativo, Gestión de riesgos	20
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	Estatutariamente la junta debe reunirse al menos 4 veces al año y en el caso que haya alguna preocupación importante, de riesgo económico, ambiental o social, que se considere amerite una junta extraordinaria, se cita y se analiza allí.	
G4-49	a. Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	Gobierno corporativo, Relacionamiento con los grupos de interés	22, 23
G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.	Durante el periodo 2014 se transmitieron a la Junta Directiva 2 preocupaciones materiales, relativas a dos investigaciones que adelanta la Superintendencia de Industria y Comercio relacionadas con supuestas infracciones al régimen de protección de la competencia. El asunto se encuentra manejado directamente por la Junta Directiva con el apoyo de un equipo legal compuesto por abogados internos y externos de la compañía, con reporte, pero sin participación de la Alta Dirección. Desde el momento en que se tuvo conocimiento de las investigaciones, tanto en reuniones ordinarias como extraordinarias se reporta periódicamente a la Junta el estado y avance de los casos.	
G4-52	Describa los procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	En el Grupo Familia® la definición del esquema de remuneración de los cargos es un proceso direccionado corporativamente por la casa matriz.	
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	En el Grupo Familia® la definición del esquema de remuneración de los cargos es un proceso direccionado corporativamente por la casa matriz.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
Ética e integridad			
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	Nuestra organización, nuestra identidad Gobierno corporativo, Transparencia	13, 20, 21
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	Gobierno corporativo, Transparencia	20, 21
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	Gobierno corporativo, Transparencia	20, 21
Indicadores específicos			
Categoría: Económico			
Desempeño económico			
DMA	Enfoque de gestión	La rentabilidad y la generación de valor son fundamentales para alcanzar la sostenibilidad de la organización y generar impactos positivos en los grupos de interés. Desde la perspectiva financiera, periódicamente se realiza el seguimiento de los resultados frente al presupuesto en los siguientes indicadores: EBITDA: Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization. EBIT: Earnings Before Interest, Taxes OCF: Operating Cash Flow. ROOC: Return on Operating Capital. WK: Working Capital CAPEX: Capital Expenditures.	
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido	Generación de valor, Valor económico creado y distribuido	26-29.
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones	Nuestra familia, Beneficios por jubilación y licencias	47
Presencia en el mercado			
DMA	Enfoque de gestión	Desde el ingreso de las personas, se verifica el salario frente a las políticas de remuneración establecidas para que nunca esté por debajo del mínimo legal en cada país. En el caso de los directivos de nacionalidad local, no se gestiona debido a que la empresa busca tener movilidad.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	En general se ha mantenido el porcentaje de variación del salario base pagado por Grupo Familia® vs el mínimo legal establecido por cada país. En el caso de Argentina, evidenciamos una disminución de porcentaje que se debe a la creación de un nuevo cargo el cual por sus responsabilidades y tipo de actividades tiene un ingreso menor que el resto de los trabajadores pero que de igual manera es un porcentaje mayor al mínimo legal. En el único caso donde encontramos una remuneración igual al mínimo legal es en la contratación de personal externo que tiene una actividad puntual en la Compañía. Los porcentajes de variación entre el año 2013 y 2014 no varían significativamente, esto es reflejo de la madurez de la administración de las políticas de remuneración que la compañía ha definido.	
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares en donde se desarrollan operaciones significativas	Nuestra familia, Quiénes son nuestros empleados	37
Prácticas de adquisición			
DMA	Enfoque de gestión	Para el Grupo Familia® es importante dinamizar las economías en los lugares en que tenemos operación, especialmente en Colombia, dado que esto permite que la construcción de sociedades con más oportunidades para sus habitantes y empresas.	
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	Generación de valor, Valor económico creado y distribuido	26-29.
Categoría: Ambiental			
Materiales			
DMA	Enfoque de gestión	Dado que nuestros procesos productivos utilizan materias primas, entendemos que existe una responsabilidad importante frente al cuidado del medio ambiente, por esto buscamos usar materiales renovables y potenciar el reciclaje y el reuso.	
G4-EN1	Materiales por peso y volumen	Gestión ambiental. Materiales	72
G4-EN2	Porcentaje de materiales usados que son materiales reciclados	Gestión ambiental. Materiales	72

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
Energía			
DMA	Enfoque de gestión	La energía es uno de los principales insumos de nuestros procesos productivos y su consumo esta directamente relacionado con un tema ambiental de importancia a nivel mundial: la emisión de GEI. Se gestiona a través de los programas E-Save y se mide a través de indicadores que miden el consumo por tonelada producida.	
G4-EN3	Consumo energético interno	Gestión ambiental. Energía	71
G4-EN4	Consumo energético externo	No se han realizado las mediciones. Espera tenerse para 2020	
G4-EN5	Intensidad de energía	Gestión ambiental. Energía	71
G4-EN6	Reducción del consumo energético	Gestión ambiental. Energía	71
Agua			
DMA	Enfoque de gestión	Dentro de las unidades de negocio del Grupo Familia® se encuentra la producción de papeles suaves con una alta participación. El agua es, después de la fibra, el principal insumo para el proceso productivo del papel lo que hace que su gestión sea altamente relevante para la organización para: 1) Garantizar el suministro en el tiempo, 2) demostrar correcta gestión del recurso ante la comunidad y otros grupos de interés. Se gestiona a través de sistemas de tratamiento que permiten reutilizar hasta el 90% del agua en las plantas de tissue, BPM, y metas ambientales.	
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente	Gestión Ambiental. Agua	70
G4-EN9	Índique el número de fuentes de agua que han sido afectadas por la captación y desglóselas por tipo.	Gestión Ambiental. Agua	70
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	Gestión Ambiental. Agua	71
Emisiones			
DMA	Enfoque de gestión	Nuestros procesos de producción de papel requieren vapor el cual se genera a partir de la quema de combustible al interior de nuestras plantas, lo que genera emisiones que deben ser reducidas/mitigadas/controladas. Adicionalmente la energía eléctrica es fundamental para la operación de todos nuestros procesos, a pesar de que esta energía no es generada por cuenta propia las emisiones indirectas que se generan por su consumo deben ser también tenidas en cuenta. El cambio climático es un tema de interés mundial por ende nuestra responsabilidad debe estar orientada al aporte a la reducción de las emisiones de GEI. Se gestiona a través de proyectos de eficiencia energética que disminuyen los consumos tanto de las emisiones directas (energía térmica) como indirectas (energía eléctrica) y de proyectos orientados a reducir dichas emisiones como único fin por ejemplo cambio de combustible. Dentro de las metas de sostenibilidad ambiental de la compañía existen dos indicadores con metas de reducción que el aportan directa e indirectamente a las emisiones: consumo de energía eléctrica y emisiones directas de CO2.	
G4-EN15	Emisiones directas de gases efecto invernadero	Gestión ambiental, Emisiones	73, 74

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases efecto invernadero (alcance 2)	Gestión ambiental, Emisiones	73, 74
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases efecto invernadero (alcance 3)	Gestión ambiental, Emisiones	73, 74
G4-EN18	Intensidad de emisiones de gases efecto invernadero	Gestión ambiental, Emisiones	73, 74
G4-EN19	Reducción de emisiones de gases efecto invernadero	Gestión ambiental, Emisiones	73, 74
G4-EN21	NOx, SOx, y otras emisiones atmosféricas significativas.	Gestión ambiental, Emisiones	73, 74
Efluentes y residuos			
DMA	Enfoque de gestión	Dentro de las unidades de negocio del Grupo Familia® se encuentra la producción de papeles suaves con una alta participación. El agua es, después de la fibra, el principal insumo para el proceso productivo del papel lo que hace que la gestión del vertimiento sea altamente relevante para la organización pues es uno de sus impactos ambientales críticos. Por otro lado la gestión de los residuos sólidos es relevante pues su inadecuada gestión puede ocasionar impactos ambientales altos.	
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	Gestión ambiental, Vertimientos.	74, 75
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	Gestión ambiental, Residuos	75
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos	No se presentaron derrames	
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	Gestión ambiental, Residuos	75
Cumplimiento regulatorio			
DMA	Enfoque de gestión	El cumplimiento de los marcos legales que cobijan nuestras operaciones es el punto de partida para garantizar que las prácticas ambientales bajo las que trabajamos respeten el medio ambiente. Hacemos un monitoreo constante del cumplimiento de las normas vigentes y el estudio de borradores e nuevas normas.	
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	No se presentaron multas	
Transporte			
DMA	Enfoque de gestión	El transporte de nuestros productos terminados es una etapa fundamental en nuestra cadena de valor. Gestionamos sus impactos por medio de programas para reducción de consumo de energía, actualización de los vehículos a tecnologías más eficientes.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	Gestión ambiental, Emisiones	73, 74
General			
DMA	Enfoque de gestión	El presupuesto invertido en gestión ambiental representa una relación costo/ahorro para la organización, pues permite hacer mejora que reducen los consumos y redundan en la protección del entorno.	
G4-EN31	Desgloce de los gastos e inversiones ambientales	Gestión ambiental, Inversión ambiental	76
Evaluación ambiental de proveedores			
DMA	Enfoque de gestión	Los impactos de la operación de una organización van más allá de sus propias operaciones, por esto es relevante analizar si la cadena de suministro puede tener impacto ambiental relevante que deban gestionarse. A la fecha no se han proyectado estas evaluaciones.	
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	No se han realizado estas evaluaciones	
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.	No se han realizado estas mediciones	
Mecanismos de reclamación en materia ambiental			
DMA	Enfoque de gestión	Las reclamaciones ambientales constituyen un factor importante para mejorar nuestros impactos ambientales, actualmente estos requerimientos se tramitan a través del área de gestión ambiental.	
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	No se presentaron reclamaciones ambientales	
Categoría: Social			
Prácticas laborales y trabajo digno			
Empleo			
DMA	Enfoque de gestión	Entendemos que nuestros colaboradores son fundamentales para el logro de los objetivos estratégicos del Grupo, por eso buscamos contar con una fuerza de trabajo en la que se respeta la diversidad y se promueva el bienestar de las personas que hacen parte de la Organización.	
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por edad, sexo y región	Nuestra familia, Quiénes son nuestros empleados	34, 35, 36

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-LA2	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	Nuestra familia, Bienestar	45, 46
G4-LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	Nuestra familia, Beneficios por jubilación y licencias	47
Relaciones entre los trabajadores y la dirección			
DMA	Enfoque de gestión	Propendemos por el bienestar de los trabajadores durante los cambios organizacionales, por esto se informan con la anticipación debida para cada caso a través de los medios y mecanismos de información disponibles.	
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	Esta información se da mínimo con dos semanas de anticipación. Cuando se presentan imprevistos se acuerda con los empleados su disponibilidad para modificar el turno este acuerdo es individual entre el jefe y el trabajador. Los cambios que la compañía va a implementar son informados por los diferentes medios de comunicación interna. No obstante cuando los cambios son de un alto impacto, son presentados a los empleados por parte de los directivos de primer nivel. Se tienen definidos mecanismos de comunicación formales que permiten bajar la información por los diferentes niveles de la organización. La comunicación es entregada en el marco de estrategias previamente concertadas para atender los diferentes públicos de interés.	
Salud y seguridad en el trabajo			
DMA	Enfoque de gestión	Adquirimos con nuestros trabajadores el compromiso de asegurar que su salud y seguridad se garanticen en todas las operaciones. Fomentamos la cultura del cuidado y el autocuidado, mantenemos mecanismos de vigilancia de salud y seguridad.	
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Nuestra Familia, Comités de salud y seguridad	51
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Nuestra familia, Indicadores de salud y seguridad	53
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	Nuestra familia, Indicadores de salud y seguridad	53

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	La compañía ha diseñado sus políticas, planes, programas y procesos, basados en la legislación aplicable a cada región. El código de conducta de la organización tiene como primer artículo, el compromiso del cumplimiento legal en cualquier geografía donde tengamos presencia. Es la razón por la que los niveles de cumplimiento en términos de SST son altos y continúan en avance.	
Capacitación y educación			
DMA	Enfoque de gestión	Aportamos al crecimiento integral de los trabajadores, pues su desarrollo es también el desarrollo del Grupo Familia®. Para esto contamos con programas de fomento del liderazgo, de formación técnica y tecnológica, cursos, seminarios y congresos sobre asuntos de la organización, formación en el idioma inglés, y la plataforma virtual FAMIU que contiene programas técnicos, de especialización e inglés.	
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	Nuestra familia, Formación de talento	41, 42, 43
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	Nuestra familia, Formación de talento	41, 42, 43
G4-LA11	Porcentaje de empleados cuyo desempeño y desarrollo profesional se evalúa con regularidad, desglosado por sexo y por categoría profesional	Nuestra familia, Gestión de desempeño	44
Diversidad e igualdad de oportunidades			
DMA	Enfoque de gestión	En Familia entendemos que todos los procesos laborales deben estar ceñidos a las capacidades y habilidades necesarias para el desempeño de cada cargo, por esto no tenemos en cuenta consideración características del ámbito personal de los trabajadores siempre que esta no afecten el desempeño en materia laboral, de esta forma respetamos la diversidad en nuestras operaciones.	
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Nuestra familia, Quiénes son nuestros empleados	34, 35, 36
Igualdad y retribución entre mujeres y hombres			
DMA	Enfoque de gestión	Respetamos la equidad y trabajamos para asegurar que no existan distinciones entre trabajadores, por esto gestionamos los cambios necesarios para llevar a cero las brechas salariales entre géneros en todos los países donde tenemos operación.	
G4-LA13	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	El Grupo Familia® promueve la equidad de género, es por esto que no tiene distinción salarial diferenciado por el sexo, comparando con el año 2013 se han cerrado brechas llevando así a que en la mayoría de países del grupo la diferencia sea del 0% entre el salario base de los hombres y las mujeres.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores			
DMA	Enfoque de gestión	El respeto por nuestros trabajadores debe hacerse extensivo a la cadena de suministro para garantizar que sus prácticas respetan la dignidad de los trabajadores. Actualmente este asunto está en desarrollo.	
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	Para la realización del seguimiento a las prácticas laborales de nuestros proveedores, se está preparando un proceso de evaluación de riesgos al interior de la Compañía, lo cual incluirá los procesos con nuestros proveedores.	31
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto	No se han hecho estas mediciones	
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales			
DMA	Enfoque de gestión	Las reclamaciones laborales permiten evidenciar situaciones que deben ser corregidas para garantizar un buen ambiente laboral y el respeto a la dignidad de los colaboradores; se tramitan a través de comités que analizan cada requerimiento y le dan el trámite necesarios para su resolución.	
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	Para el periodo objeto de la memoria en la Regional Centro que contiene planta Cajicá, Distrito Bogotá y Distrito Mecaboy donde se llevan conjuntamente los 2 comités de trabajadores de dos sociedades (Productos Familia S.A. y Familia Cajicá SAS) se presentaron 9 reclamaciones originadas en temas laborales, todas ellas se abordaron y resolvieron en el periodo objeto de la memoria según las recomendaciones del comité de convivencia. En la regional que contiene Planta Rionegro, Distrito Bucaramanga y Distrito Barranquilla donde se atienden casos de la sociedad Productos Familia S.A no se presentaron reclamaciones formales de tipo laboral, solo aspectos a mejorar en el ambiente de trabajo. La regional que comprende planta Cauca, distrito Toluca, eje cafetero y Cali donde se atienden conjuntamente casos de los dos comités tanto de la sociedad Productos Familia S.A y Familia del Pacifico S.A.S se presentó un único caso de reclamación formal de tipo laboral, al cual se le aplicaron todos los correctivos necesarios y se cerró en el periodo objeto de la memoria. En Ecuador se presentó una reclamación laboral mediante los mecanismos formales de la compañía, la cual fue abordada y resuelta en el periodo objeto de la memoria. En Medellín se presentó una reclamación laboral. No se reportaron casos ni en la filial de Argentina ni en Republica Dominicana	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
Derechos Humanos			
Inversión			
DMA	Enfoque de gestión	Seguimos los principio Rectores de Derechos Humanos Empresa formulados por Naciones Unidas, cuando dicen que las empresas deben respetar y promover los derechos humanos en su marco de acción. Contamos como el código de ética como herramienta para garantizarlos.	
G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	Generación de valor, Nuestros proveedores	31
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados	Gobierno corporativo, Educación en derechos humanos	24
No discriminación			
DMA	Enfoque de gestión	Al ser una organización respetuosa de los derechos humanos y las convenciones internacionales que los recogen, consideramos que la discriminación no tiene nuestra cabida en nuestras operaciones.	
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	No se presentaron incidentes de discriminación	
Libertad de asociación y negociación colectiva			
DMA	Enfoque de gestión	Para el Grupo Familia® es fundamental el respeto los derechos reconocidos a las personas en la Declaración Universal de Derechos Humanos, los lineamientos dados por la Organización Internacional del Trabajo y la legislación vigente en cada uno de los países en los cuales tiene presencia. El Grupo reconoce el derecho a la libertad de asociación y convenios colectivos entendiendo que el ejercicio de los mismos permite el establecimiento de mecanismos válidos y eficaces por parte de sus empleados, como grupo de interés, para gestionar sus necesidades frente a sus empleadores. El Grupo se encuentra en proceso de formalizar su procedimiento de análisis de proveedores, lo que en un futuro permitirá entrar a evaluar aspectos tales como el estado de protección de estos derechos en sus centros.	
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos	Gobierno corporativo, Derechos de asociación	25

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
Trabajo Infantil			
DMA	Enfoque de gestión	Para el Grupo Familia® es fundamental el respeto los derechos reconocidos a las personas en la Declaración Universal de Derechos Humanos, los lineamientos dados por la Organización Internacional del Trabajo y la legislación vigente en cada uno de los países en los cuales tiene presencia. El Grupo es consciente del impacto negativo que tiene desde el punto de vista social el trabajo infantil como origen de casos de maltrato y falta de oportunidades para los niños involucrados, que perpetúan condiciones de pobreza y van en contra de un desarrollo sostenible para las economías donde se presenta este tipo de situación. El Grupo se encuentra en proceso de formalizar su procedimiento de evaluación de proveedores, lo que en un futuro permitirá entrar a considerar aspectos tales como la existencia de explotación infantil en sus centros.	
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	Gobierno corporativo, Trabajo infantil	25
Trabajo forzoso			
DMA	Enfoque de gestión	Para el Grupo Familia® es fundamental el respeto los derechos de los trabajadores reconocidos en los convenios de la OIT I y la legislación vigente en cada uno de los países en los cuales tenemos operaciones. Conscientes del impacto que tienen prácticas de trabajo forzado sobre las personas y la sociedad estamos formalizando el procedimiento de evaluación de proveedores, lo que en un futuro permitirá entrar a considerar aspectos tales como la existencia de prácticas de trabajo forzado en la cadena de suministro.	
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso	Gobierno corporativo, Trabajo forzoso	25
Medidas de seguridad			
DMA	Enfoque de gestión	Las medidas de seguridad que se utilizan para la protección de las personas y los bienes que hacen parte de la Organización son respetuosas de los derechos de todas las personas y se enmarcan en los principios éticos que establecen los derechos humanos.	
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones	Gobierno corporativo, Educación en derechos humanos	24

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
Evaluación			
DMA	Enfoque de gestión	Las operaciones de Grupo Familia® se encuentran guiadas por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, en consecuencia, el respeto de dichos derechos debe estar garantizado en cada uno de los lugares donde el Grupo opera. La evaluación del impacto en materia de derechos humanos de los diferentes centros de operación de la compañía permitiría identificar cualquier conducta dentro de la organización que pueda desviarse de los parámetros de actuación establecidos, lo que constituye un punto de partida para tomar las medidas correctivas que se requieran con el fin de garantizar el cumplimiento de los principios y la ley, evitar que dichas desviaciones puedan trascender a otras instancias y generar mayores impactos negativos para la organización.	
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos	No se han realizado dichas evaluaciones	
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos			
DMA	Enfoque de gestión	Entendemos que los impactos de la organización incluyen aquellos que se presentan a lo largo de la cadena de valor. Por esto, empezamos el camino de extensión del respeto de los derechos humanos a los proveedores incluyendo cláusulas de derechos humanos en los contratos de suministro.	
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	Generación de valor, Derechos humanos	31
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas	Generación de valor, Derechos humanos	31
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos			
DMA	Enfoque de gestión	Las operaciones de Grupo Familia® se encuentran guiadas por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, en consecuencia, el respeto de dichos principios debe ser un criterio en la elección y gestión de las relaciones de la organización tanto a su interior como con terceros. El contar con mecanismos formales para conocer, gestionar y dar respuesta a las reclamaciones sobre derechos humanos constituye un medio efectivo que permite identificar cualquier conducta dentro de la organización que pueda desviarse de los parámetros de actuación establecidos, lo que constituye un punto de partida para tomar las medidas correctivas que se requieran con el fin de garantizar el cumplimiento de los principios y la ley y evitar que dichas reclamaciones puedan trascender a otras instancias y generar mayores impactos negativos para la organización.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	No se presentaron reclamaciones en la materia	
Sociedad			
Comunidades locales			
DMA	Enfoque de gestión	El Grupo Familia® esta comprometido con el apoyo y desarrollo de las comunidades del entorno en que opera, brindando bienestar y nuevas oportunidades de desarrollo para sus habitantes, bajo el concepto de dignidad humana y sostenibilidad que generan a su vez sentido de pertenencia a la Organización. Se busca que la operación de Familia en la comunidad sea una fuente de trabajo e ingresos para las comunidades locales y se genere el mínimo impacto ambiental. El Grupo realiza actividades de promoción del reciclaje para el mejoramiento de la calidad de vida de los recicladores y sus familias. Se apoyan también programas y espacios educativos para niños y jóvenes en hábitos sostenibles y se desarrollan acciones que permiten el aseguramiento del ciclo responsable del reciclaje y protección del medio ambiente. Se realizan mejoras continuas en los procesos de manufactura de las compañías e inversiones encaminadas a reducir el impacto ambiental de la operación. Desde la gerencia de Desarrollo Organizacional se incentiva la contratación de personal local en las diferentes operaciones generando impacto social positivo en las comunidades vecinas a través de nuevas oportunidades de empleo.	
G4-S01	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impacto y participación de la comunidad local	Gestión social, Fundación Grupo Familia®	55-67
G4-S02	Centro de operaciones con impactos negativos significativos, reales o potenciales, sobre las comunidades locales.	Gestión social, responsabilidad social y ambiental de las marcas	54, 63
Lucha contra la corrupción			
DMA	Enfoque de gestión	El Grupo Familia® tiene como parámetro de conducta en todas sus operaciones el cumplimiento de la ley y de sus códigos internos procurando un crecimiento en el mercado de manera responsable y honesta. La transparencia es uno de los valores fundamentales de la organización. El Grupo es consciente que el incumplimiento de la normativa anticorrupción trae impactos negativos a nivel económico y social en los diferentes grupos de interés: comunidad, entidades, clientes, proveedores.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-S03	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	En el 2014 se realizó un informe sobre la percepción del fraude por parte de la auditoría interna con apoyo de un asesor externo. El alcance de la misma estuvo limitado a los centros de operaciones ubicados en Colombia. Como resultado de la misma no se encontraron riesgos significativos relacionados con la corrupción.	
G4-S04	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	De los 12 miembros del órgano de gobierno superior entre principales y suplentes se han socializado las políticas y procedimientos anticorrupción únicamente con aquellos que han participado del comité de auditoría, lo que respresenta el 33% de este órgano. Adicionalmente a todos los empleados en Colombia, desde 2011 al momento del ingreso se les informa sobre la existencia del Código de Conducta. Adicional a lo anterior, en 2014 se realizaron en Colombia varias campañas de difusión por diversos medios de comunicación en los cuales se socializó con los empleados todo el programa relativo a la línea de transparencia y el código de conducta, donde se incluyeron las políticas y los procedimientos de la organización para luchar contra la corrupción.	
G4-S05	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Durante el periodo sujeto a evaluación no se identificaron casos confirmados de corrupción. Dentro del programa de auditoría interna en 2014 se desarrolló una auditoría antifraude para Colombia. No se detectaron riesgos significativos de fraude como resultado de la misma. En la Línea de Transparencia se presentó una sola denuncia por un posible caso de corrupción: se entregó a auditoría, se hizo la investigación y se determinó que no había habido fraude.	
Prácticas de competencia desleal			
DMA	Enfoque de gestión	Dentro del Código de conducta se hace referencia expresa a la obligación de proteger la libre competencia en los siguientes términos: Creemos en la importancia de la libre competencia. El Grupo Familia® compite lealmente y en cumplimiento de las leyes aplicables en cada jurisdicción. Por tanto cada empleado está obligado a cumplir con las reglas para una sana y leal competencia. Durante el 2014 La Secretaría General realizó con los equipos de ventas ubicados en las diferentes regionales capacitaciones sobre el Código de Conducta en las cuales se explicó el alcance y las implicaciones para la compañía de las conductas que pueden considerarse desde la ley como prácticas anticompetitivas. Se realiza también por parte de Jurídica la validación de piezas publicitarias para garantizar que las mismas se ajusten a la normatividad sobre competencia. Adicional a lo anterior, se revisan por parte de Jurídica los acuerdos y contratos que se suscriben con clientes y proveedores desde la perspectiva de la protección de la libre competencia.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-S07	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra libre competencia y resultado de las mismas	Hay dos acciones administrativas iniciadas por la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia relacionadas con supuestas infracciones al régimen de protección de la competencia en el negocio de pañales y papel higiénico. En este momento las investigaciones están en desarrollo y no hay decisiones en firme.	
Cumplimiento regulatorio			
DMA	Enfoque de gestión	El cumplimiento normativo es el primer paso para ser una organización responsable y sostenible, por esto seguimos el marco legal de cada uno de los países en los que tenemos operación, hacemos seguimiento para verificar que se cumplan las normas y se hace un rastreo de aquellas nuevas leyes que nos cobijen.	
G4-S08	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	Durante el periodo reportado no se presentaron sanciones o multas.	
Evaluación del impacto social de los proveedores			
DMA	Enfoque de gestión	Los impactos de la operación de una organización van más allá de sus propias operaciones, por esto es relevante analizar si la cadena de suministro puede tener impactos sociales que deban ser tenidos en cuenta.	
G4-S09	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social	<ul style="list-style-type: none"> • Cartón Colombia • ITAF (Institutos Técnicos Agropecuarios) • Papelsa (programa de reciclaje) - Papelsa • Cartón • Coldeplast (Medición de huella de carbono de los empaques) • 3 Proveedores con certificación FSC® cadena de custodia FSC-C111326 • SCA consultar en Essentials si hay alguna noticia. • Clariant Proyecto de reforestación en el cerro Manjui en el municipio de Cota y admisión de Clariant por parte de European Version Of The Dow Jones sustainability index (DJSI Europe) • 12 Proveedores fibras recicladas con certificados FSC® cadena de custodia FSC-C111326 • 2 Proveedores de fibras vírgenes con certificación FSC® cadena de custodia FSC-C111326 	
G4-S010	Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	No se han identificado	
Mecanismos de reclamación por impacto social			
DMA	Enfoque de gestión	Las reclamaciones sociales, en caso de presentarse, son la base para tomar acciones correctivas cuando se esté afectando negativamente a una comunidad o persona.	
G4-S011	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	No se presentaron reclamación por impactos sociales	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
Responsabilidad sobre productos			
Salud y seguridad de los clientes			
DMA	Enfoque de gestión	Queremos generar relaciones de confianza y lealtad con nuestros consumidores, por esto garantizamos que nuestros productos no afecten su salud y seguridad, para hacerlo sometemos los productos y sus componentes a rigurosos análisis.	
G4-PR1	Porcentajes de categorías de productos o servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Generación de valor, Producto y etiquetado	32, 33
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a la salud y seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	La organización no detectó ningún caso de incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios que haya adoptado en los cuales haya habido intencionalidad.	33
Etiquetado de productos y servicios			
DMA	Enfoque de gestión	El etiquetado de los productos es garantía de calidad e idoneidad, por medio de este garantizamos que a nuestros productos se les pueda hacer el rastreo desde su empaque hasta que están en manos de los consumidores, además garantizan que ellos tengan la información necesaria para usar nuestros productos adecuadamente. De otra parte, la satisfacción de clientes y consumidores es fundamental para que seamos una empresa sostenible en el tiempo, por esto hacemos encuestas de satisfacción que nos permiten consolidar nuestros puntos fuertes y hacer ajustes en caso de ser necesario.	
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	Generación de valor, Satisfacción de clientes y consumidores	33
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	La organización no detectó ningún caso de incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios que haya adoptado en los cuales haya habido intencionalidad.	
G4-PR5	Resultado de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	Generación de valor, Etiquetado de productos	33
Comunicaciones de mercadotecnia			
DMA	Enfoque de gestión	Nuestras comunicaciones son respetuosas de la legislación vigente en los lugares donde tenemos operación, por esto cuidamos que respondan a los marcos legales y no vulneren a ningún grupo o individuo.	
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosado en función del tipo de resultado.	La organización no detectó ningún caso de incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios que haya adoptado en los cuales haya habido intencionalidad.	
Privacidad de los clientes			
DMA	Enfoque de gestión	Cuidamos a nuestros clientes pues son quienes nos permiten permanecer en el mercado y llegar a los consumidores. Cuidamos sus datos y prevenimos que existan filtraciones de los mismos.	

GRI G4 GRUPO FAMILIA®			
Indicadores generales			
Estrategia y análisis		Capítulo	Pág.
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y fuga de datos de los clientes	Durante el periodo objeto de reporte la organización no ha detectado ninguna queja fundamentada relacionada con la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	
Cumplimiento regulatorio			
DMA	Enfoque de gestión	Cumplimos con el marco normativo de todos los países en los que tenemos operación, cuidamos que nuestros productos sea idóneos y seguros para garantizar que los consumidores no encuentren problemas al hacer uso de ellos.	
G4-PR9	Valor monetaria de las multas significativas del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios	Para el periodo objeto de análisis la organización no detectó ningún caso de incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios que haya dado origen a la imposición de multas significativas.	



Grupo
familia[®]

www.grupofamilia.com.co