

A close-up photograph of a cotton plant branch. The branch features several large, fluffy white cotton bolls, some partially open, revealing the soft fibers inside. The leaves are green with distinct veins, some showing signs of age or damage. The background is a clear, light blue sky.

2021

Informe de
SOSTENIBILIDAD



ÍNDICE CONTENIDO

03 | Acerca del reporte

04 | Mensaje del Presidente Corporativo

06 | Conocer a Crystal
- Principales cifras
- Así somos

07 | Modelo de negocio
- Hilandería
- Paquete completo
- Nuestras marcas

11 | Estrategia de sostenibilidad
- Propuesta de valor
- Nuestro propósito
- Nuestra esencia
- Nuestros valores
- Principios para ser una empresa sostenible

13 | Nuestro aporte ODS

14 | Objetivos de desarrollo sostenible priorizados (ODS)

15 | Análisis de materialidad
- Asuntos materiales

16 | Grupos de interés

17

1. Gobierno corporativo
- 1.1 Políticas corporativas
- 1.2 Juntas directivas
- 1.3 Ética y transparencia

19

2. Talento humano
- 2.1 Generación de empleo, equidad de género, diversidad e inclusión
- 2.2 Atracción y retención del talento
- 2.3 Capacitación y desarrollo del talento
- 2.4 Salud y bienestar
- 2.5 Feria de Innovación

25

3. impacto a las comunidades

27

4. Clientes

29

5. Producción responsable
- 5.1 Materias primas
- 5.2 Material de empaque
- 5.3 Procesos
- 5.4 Colecciones sostenibles
- 5.5 Logística
- 5.6 Innovación

33

6. Ecoeficiencia
- 6.1 Sistemas de gestión ambiental
- 6.2 Gestión energética
- 6.3 Gestión del agua
- 6.4 Gestión de residuos
- 6.5 Economía circular
- 6.6 Nuestras tiendas

40

Tabla índice GRI

ACERCA DEL REPORTE



(102-48) (102-49) (102-50) En Crystal presentamos nuestro **primer Informe de Sostenibilidad**, en este incluimos la información sobre nuestro desempeño económico, social y ambiental del año 2021, correspondiente al período comprendido entre el **1° de enero y el 31 de diciembre de 2021**.

(102-32) (102-51) (102-52) Este informe ha sido formalmente revisado y aprobado por el Comité Directivo de la Compañía y se publica de manera anual.



(102-54) (102-56) Cada capítulo contiene información sobre la gestión, los resultados y las metas de acuerdo con el estándar del **Global Reporting Initiative (GRI)**, en su opción “referenciado”, lo cual se identifica mediante el código respectivo para cada indicador. Así mismo, el contenido está estructurado a partir de la identificación de los **focos estratégicos de la Organización**.



MENSAJE DEL PRESIDENTE CORPORATIVO

Nuestra historia de cambios y crecimiento, nos ha permitido ser una Organización rentable y floreciente, adaptándose a la dinámica del entorno, generando oportunidades para todos, es por eso, que hoy tejemos vida para nuestro planeta transformando el futuro desde las personas, asumiendo con optimismo este compromiso como nuestra ruta en la sostenibilidad.

Este Informe de Sostenibilidad da cuenta de las acciones emprendidas durante el año 2021, en términos ambientales, sociales y económicos. Lo elaboramos bajo la metodología **GRI (Global Reporting Initiative)** e incorpora un contexto de nuestra sostenibilidad, para continuar encaminando nuestro trabajo a los más altos estándares y al cumplimiento de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**.



+6.200 COLABORADORES Y ALIADOS

En el camino para lograr este propósito, definimos 3 pilares claves, Social (las personas y la comunidad), Ambiental (nuestro planeta) y Económico (la contribución al desarrollo económico del país); buscando el bienestar y desarrollo integral de las más de **6.200 personas entre colaboradores y aliados**, por medio de programas que promueven su crecimiento personal, social, familiar y económico.

Bajo el sentido social como uno de nuestros valores corporativos, acompañamos y apoyamos comunidades con la convicción de que juntos podemos construir un cambio para beneficio de todos, por medio de programas que generan la **transformación social** de más de 1126 personas de todas las edades, con iniciativas que buscan el mejoramiento de la calidad de vida, empleabilidad, capacitaciones en artes y oficios, acompañamiento psicosocial, entre otros.

Nuestro **compromiso ambiental**, tiene como foco principal la posibilidad de vivir en armonía con nuestro entorno, implementando medidas o acciones como: la digitalización de procesos, el aprovechamiento de los recursos hídricos, la utilización de energía de fuentes renovables, la adquisición de maquinaria con tecnología más eficiente, la disminución de emisión de gases contaminantes, la siembra de árboles, la producción textil con algunas materias primas y fibras que son sostenibles, entre otros. Constantemente buscamos disminuir el impacto ambiental, que generan los diferentes procesos y productos al interior de nuestra Organización.

Hemos desarrollado diferentes iniciativas que nos permitan dejar un **impacto positivo**; implementamos empaques amigables con el medio ambiente y costo eficientes para la organización, hemos logrado desarrollar materiales de empaque y ganchos con materias primas recicladas, y en el caso de los empaques de papel y cartón son biodegradables. Se han eliminado los acabados que evitan que estos materiales puedan ser recuperados o que regresen a su ciclo natural por medio de la biodegradación en caso de llegar a un relleno sanitario.

Nuestra planta de aguas trata el agua que consumimos al producir y el agua residual que se genera en los procesos, para regresarla al afluente de forma limpia y segura.



LUIS FERNANDO RESTREPO ECHAVARRÍA
-
PRESIDENTE CORPORATIVO

Además lanzamos colecciones sostenibles,

Como Gef Green, Punto Blanco Con-siente y sembrando juntos Baby Fresh, donde buscamos que las materias primas y los procesos sostenibles sean parte fundamental de las colecciones de nuestras marcas. Así mismo, utilizamos fibras como: **algodón orgánico**, **Lyocell**, **Viscosa EcoVero®**, **lino**, **fibras sintéticas recicladas**, entre otras. Mitigamos también, la generación de residuos con nuestros insumos reciclados o biodegradables.



Para este 2022, tenemos nuevos retos que encaminan nuestro proceso de crecimiento en diferentes perspectivas; desde nuestro pilar que está enfocado en las personas tenemos como meta fortalecer los programas de apoyo, formación y cuidado para nuestros colaboradores y las diferentes comunidades que hemos estado interviniendo, así mismo realizaremos una medición de riesgo psicosocial, clima y cultura organizacional para determinar las acciones que vamos a implementar con el fin de seguir posicionando a **Crystal** como nuestra marca empleadora.



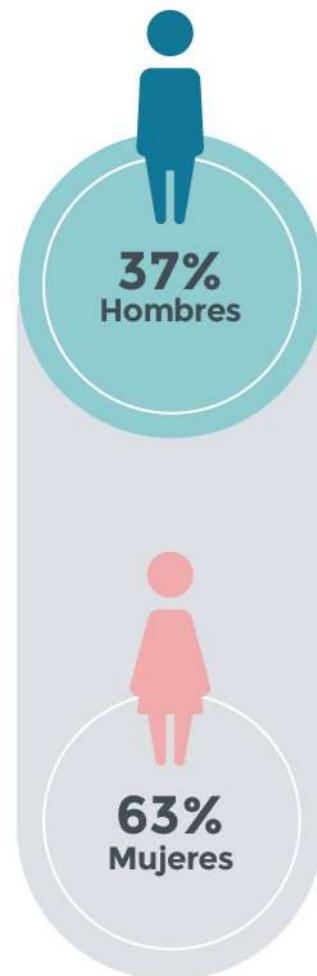
Desde el pilar de crecimiento económico tenemos como meta fortalecer el relacionamiento con nuestros clientes a través de la omnicanalidad. Además, buscaremos impactar nuestro pilar del cuidado del planeta con acciones como: crecer nuestro portafolio sostenible, implementar energías limpias, realizar reconversión tecnológica, establecer metodologías de medición, fomentar la innovación y explorar tendencias de economía circular.

Nuestra visión optimista nos permite creer que en este 2022, podremos superar cada uno de los cambios y retos que nos trae este nuevo año, cumpliendo así, nuestro objetivo de continuar siendo sostenibles mediante acciones sociales, ambientales y económicas, que nos permitan aportar en la construcción de un mejor planeta.

**LUIS FERNANDO
RESTREPO ECHAVERRÍA**
-
PRESIDENTE CORPORATIVO



PRINCIPALES CIFRAS



PROMEDIO DE COLABORADORES Y ALIADOS

6.298

	6	Plantas empleadas para la producción en COLOMBIA
	3	Centros de DISTRIBUCIÓN
	+250	Tiendas en COLOMBIA y en el MUNDO
	98.7%	Colaboradores vacunados contra el COVID 19
	446	Millones en INVERSIÓN SOCIAL
	868	Millones en Auxilios EDUCATIVOS
	2022	Beneficiarios Auxilios EDUCATIVOS

ASÍ SOMOS

Somos una compañía colombiana, productora y comercializadora de marcas de vestuario y moda, con cerca de noventa años de trayectoria en el mercado, y que hoy cuenta con más de 250 tiendas en Colombia y en el mundo, 6 plantas manufactureras de alto desempeño y presencia en 13 países de América Latina, a través de nuestras marcas propias **Gef**, **Punto Blanco**, **Baby Fresh**, **Galax** y **Casino** y nuestra franquicia **Parfois**, que son sinónimo de calidad, innovación y diseño, tanto a nivel nacional como internacional.

Llevamos lo mejor de lo que hacemos a nuestros clientes y consumidores, como centros de nuestra razón de ser, con base en una estrategia de omnicanalidad y sostenibilidad haciendo que esta compañía no sea ajena a los cambios del entorno, y se dinamice cada vez más, para continuar siendo símbolo de confianza y calidad en el mercado, construyendo así, relaciones de mutuo crecimiento con los colaboradores, sus familias y el país.

MODELO DE NEGOCIO



Hilandería

En el 2003 nace una alianza entre **Parkdale** (una de las hilanderías más grande del mundo) y **Crystal**, producto de este, se genera la compañía “**Colhilados**” en la zona franca del municipio de Rionegro en Antioquia, Colombia; la cual produce fibras de hilos de algodón, gran variedad de productos en poliéster, acrílico, rayón negro y blanco, nylon y otras especialidades más.

Su objetivo es garantizar el suministro de materias primas para diversos clientes basados en la innovación y la mejora continua, es por ello por lo que implementamos los procesos de hilado más efectivos para ofrecer a cada cliente un producto que se ajuste a sus necesidades. Desafiamos constantemente los métodos tradicionales para brindar mayor eficiencia operativa y capacidad de maquinaria.

Paquete completo

En **Crystal** llevamos más de **35 años de experiencia** ofreciendo servicios de paquete completo a marcas alrededor del mundo en productos de **tejido circular, tejido seamless, y calcetines**. Nuestro negocio de Paquete Completo es: suministrar a marcas globales, productos de clase mundial y servicio de valor agregado.

Nuestra propuesta va más allá de la manufactura y ofrece a nuestros clientes soluciones integrales para el desarrollo de sus marcas: con una estructura totalmente vertical que va desde la creación de hilos y telas únicos para usar en sus productos, pasando por propuestas de diseño y acompañamiento en el desarrollo del producto, ofreciendo soporte en la distribución de las marcas a través de nuestro centro de **distribución en Miami (USA)**. (Ver Imagen 1)

Nuestra experiencia, *know how* del mercado, e infraestructura, nos permiten brindar productos de calidad de manera rápida y acertada en un mercado cada vez más cambiante y exigente.

Imagen 1. Solución integral de paquete completo



Nuestras Marcas

Nuestras marcas cuentan con una estructura de Retail propio con más de 250 tiendas en Colombia y en el mundo, 4 e-commerce, Retail de aliados, franquicias nacionales e internacionales; y presencia en 13 países de América Latina (ver Imagen 2), a través de nuestras marcas propias **Gef, Punto Blanco, Baby Fresh, Galax y Casino** y nuestra franquicia **Parfois**.

Imagen 2. Presencia de nuestras marcas en el mundo



Cada una de nuestras marcas cuenta con un ADN, en el cual identificamos elementos propios y diferenciadores, en donde conectamos valores, promesa y esencia, con la finalidad de generar nuevas experiencias para el consumidor.



Nuestras Marcas



GEF

Una marca llena de color y diversión que viste personas reales de todas las edades desde los 5 años en adelante. En GEF ayudamos a las personas a expresar su esencia con diseños versátiles, veraniegos y cómodos, perfectos para cada momento: moda interior, exterior, deportiva, para descansar, calzado y accesorios.

¡Tenemos un espíritu joven y libre! Lo plasmamos con diseños inspirados en las últimas tendencias y prendas inflables que jamás pasan de moda para que puedas encontrar un estilo a tu medida.



Punto Blanco

Una marca que busca bienestar de cuerpo, mente y entorno, a través de la constante innovación en materiales, productos y experiencias. Somos especialistas en confort, ofreciendo a hombres y mujeres un balance entre la comodidad y el estilo. En moda interior, los diseños de Punto Blanco son considerados icónicos, por sus siluetas limpias y precisas que se ajustan al cuerpo como una segunda piel.

En moda exterior, la marca inspira a través de una mirada global a las tendencias, tomando de ellas lo más emblemático para mezclarlo con estilos atemporales. Con Punto Blanco, descubres el bienestar que nace del interior y se expresa en el exterior.



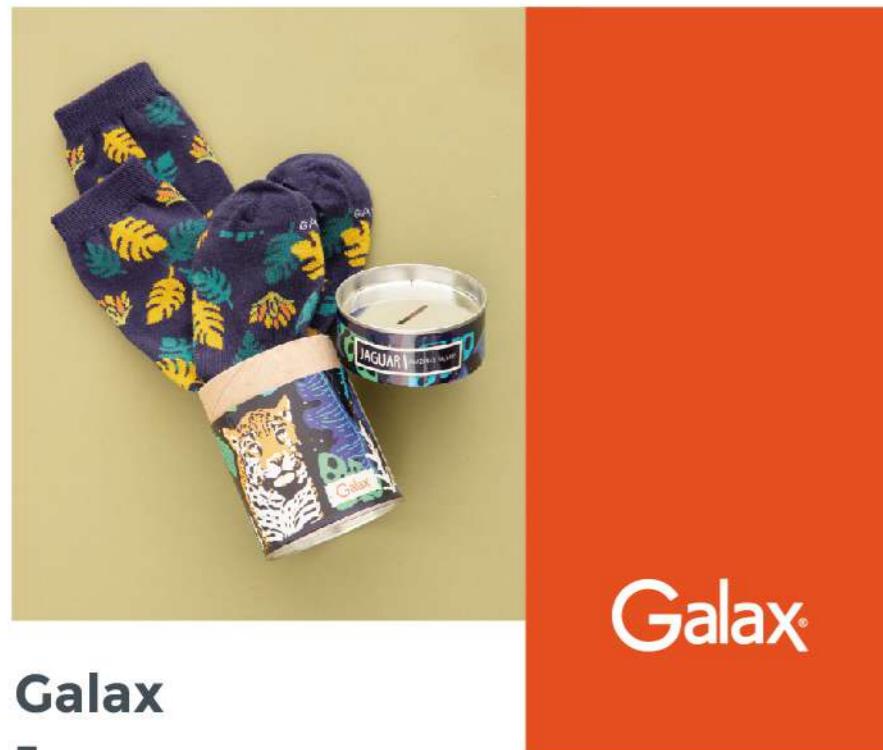
Baby Fresh

La marca que acompaña a las familias a vivir momentos mágicos con productos para pequeños entre los 0 y 5 años. Sus prendas están hechas de amor y algodón, pues esta fibra natural e hipialergénica es la mejor para la delicada piel de los bebés y niños. La comodidad, la practicidad y la seguridad son pilares para Baby Fresh y se incorporan a todos sus diseños de moda interior, exterior, pijamas, ropa de playa y accesorios.

Se busca crear prendas que envuelven con suavidad a los pequeños, brindándoles libertad de movimiento y frescura, con detalles especiales que facilitan a papá y mamá el vestir y desvestir a su bebé. Así, Baby Fresh hace más tranquilos y cómodos los momentos más felices de la primera infancia.



Nuestras Marcas



Galax

La marca que hace que cada paso sea fácil y divertido. Galax acompaña a las familias con medias divertidas de calidad y buen precio. Tenemos medias para bebés, niños, jóvenes y adultos, ¡Ningún miembro de la familia queda a medias!

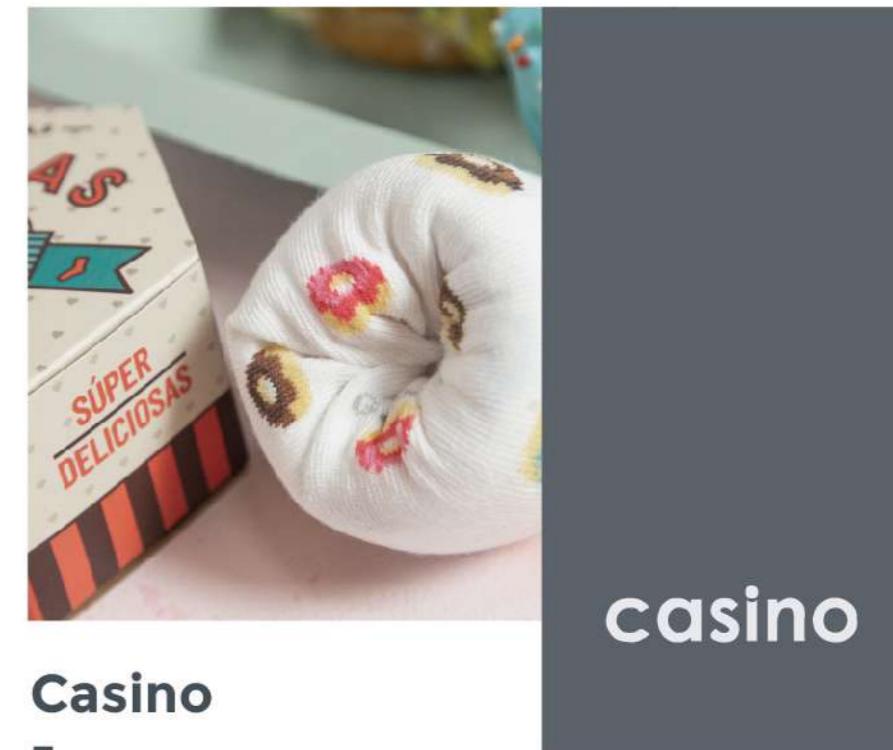
Creamos medias para acompañar todos los momentos del día y hasta para regalar en fechas especiales. Hacemos que el ahorro sea fácil y que nuestras medias sean ese detalle perfecto para que empieces tu día con el pie derecho.



Parfois

Desde Portugal, traemos Parfois a Colombia como franquicia.

Esta marca femenina, de estilo vibrante y detallista ofrece bisutería, accesorios y complementos para mujeres actuales, decididas a ponerle a cada look su toque final. Con productos sofisticados y en tendencia, a precios atractivos, Parfois te invita a hacer un espacio en tu closet para nuevos detalles que expresen tu estilo único.



Casino

Con esta marca de tradición llegamos al público de Costa Rica para acompañar a las familias con medias y ropa interior para cada ocasión.

Nuestros consumidores pueden encontrar medias y calcetines de alta calidad, además de prendas interiores para hombres, mujeres y niños, con una oferta que abarca las últimas tendencias de moda y los diseños atemporales.

ESTRATEGIA Y SOSTENIBILIDAD



Nuestro propósito
-

Tejemos vida para nuestro planeta TRANSFORMANDO el futuro desde las personas.



Nuestra esencia
-

Somos honestos, pensamos con optimismo, ejecutamos con inteligencia, le imprimimos constancia a nuestras metas y actuamos con sentido social para tejer constantemente con nuestro entorno, relaciones de mutuo crecimiento.



Nuestros valores

-

Constancia: es la capacidad de insistir, persistir y no desistir frente a los objetivos superando las dificultades.

Honestidad: es la capacidad de actuar con transparencia y rectitud en los procesos y objetivos del negocio.

Ejecución con inteligencia: crear oportunidades y generar alternativas que se conviertan en nuevas opciones para la Organización.

Optimismo: actitud positiva y realista frente a cada situación que se presenta.

Sentido social: capacidad de entender la responsabilidad que se tiene con los colaboradores y el país.



Principios para ser una empresa sostenible

-

Consciencia

Comprendemos al ser humano desde su integralidad, entendiendo su importancia en el desarrollo sostenible.

Flexibilidad

Nos adaptamos y anticipamos a los cambios del entorno, entendiendo las dinámicas del mercado.

Creatividad

Promovemos el desarrollo de nuevas ideas con el fin de cubrir las necesidades del mercado.

Innovación

Buscamos perdurar en el tiempo, adaptándonos a los cambios y mejorando constantemente la cadena de valor, sumando acciones sustentables a nuestros procesos.

PILARES CLAVES DE SOSTENIBILIDAD

Ser una empresa sostenible es nuestro objetivo en Crystal, logrando un equilibrio entre lo social, ambiental y económico impulsamos el crecimiento del país respetando los ecosistemas naturales y el medio ambiente, hemos construido un modelo de transformación en el que venimos trabajando hace varios años y es momento de comunicarlo, de involucrar a nuestros grupos de interés para que juntos construyamos un mundo más transparente.

Para lograrlo definimos 3 pilares claves, Social (las personas y la comunidad), Ambiental (nuestro planeta) y Económico (la contribución al desarrollo económico del país). [\(Ver Imagen 3\)](#)

Imagen 3



SOCIAL (Personas)

Comprendemos al ser humano desde su integralidad, por eso, contamos con programas que promueven el desarrollo individual, familiar y social. Trabajamos de la mano de nuestros colaboradores, sus familias y algunas comunidades, para entregarles lo mejor de nosotros, lo que somos, lo que nos inspira y lo que nos mueve, ante la responsabilidad de hacer país. Las personas, nuestra gente, los clientes y la comunidad son los que le dan sentido a lo que hacemos y por esto están en el centro para que juntos podamos construir un cambio en beneficio de todos.

AMBIENTAL (Planeta)

Creemos en la posibilidad de vivir en armonía con nuestro entorno, por eso, implementamos medidas para disminuir el impacto del consumo de los recursos en nuestros procesos y nos vinculamos junto a los colaboradores y sus familias, en acciones que buscan contribuir con el bienestar del medio ambiente y poblaciones vulnerables.

ECONÓMICO (Desarrollo económico)

Definimos a Crystal como una compañía rentable y floreciente, que se transforma permanentemente para ser líderes del mercado y fomentar el crecimiento del país; generando empleo, educando a nuestros colaboradores y fomentando la innovación y desarrollo.

NUESTRO APORTE ODS

Los **ODS** se constituyeron como un plan de acción a favor de las personas, el planeta, la prosperidad, la paz y las asociaciones, con el fin de avanzar en el cierre de las principales brechas del planeta. Impulsan las alianzas entre los gobiernos, las empresas y las personas para tener un mayor alcance en el cierre de estas brechas y lograr un impacto transformador alcanzando las metas planteadas con cada uno de estos **objetivos para 2030**.

El sector privado tiene una gran responsabilidad en la contribución a los **ODS**, temas como la asignación responsable del capital, la creación de oportunidades laborales, la lucha contra la corrupción, la promoción de los derechos humanos, la lucha contra el cambio climático, entre otras acciones, son mecanismos en los que las empresas aportan de manera directa, resuelven los retos de desarrollo sostenible y contribuyen con el bienestar de los territorios donde están ubicados.

En el 2021 realizamos una priorización de los **ODS** (ver Imagen 4), basados en nuestra estrategia corporativa, identificamos los **ODS** en los que tenemos un impacto directo desde nuestra operación:



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE PRIORIZADOS



Algunos de nuestros resultados:



ODS 5: IGUALDAD DE GÉNERO

Nuestros colaboradores son 63% mujeres 37% hombres, se generan ofertas laborales para las personas sin ningún tipo de discriminación para los cargos de la compañía valorando el conocimiento y las competencias personales.



ODS 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

Contamos con plantas de tratamiento de agua y gestión de vertimientos, en nuestros procesos industriales; además, reutilizamos aguas lluvias y aguas calientes del proceso productivo.



ODS 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Con la generación de empleo nos preocupamos por que este sea decente, con beneficios por pacto colectivo, cuidando a los colaboradores en todas sus actividades, apoyamos a madres cabeza de familia, obtuvimos la certificación WRAP¹, la cual tiene el objetivo de promover la fabricación segura, legal, humana y ética en todo el mundo.



ODS 9:

INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Participamos en convocatorias de entes públicos para estar activos en el ecosistema innovador de la ciudad y el país, hemos creado alianzas universidad-estado-empresa para el mutuo crecimiento de ambas. Además, realizamos INNOVA² (nuestra feria de innovación), la cual busca, dar a conocer los proyectos de innovación de la compañía y ofrece espacios para expandir el conocimiento entre nuestros colaboradores. En el ranking de innovación de la ANDI, estuvimos entre las 30 empresas más innovadoras del país, ocupando el puesto 20.

ODS 11:

CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Contribuimos con el desarrollo del país por medio de programas con sentido social como hilo conductor de nuestras acciones y de la relación con el mundo que nos rodea. Hilos de esperanza, Opción DEVBIDA, Plan padrino FAN, Escuela Camilo C Restrepo, Fundación Golondrinas, Baby Fresh x Unicef, Becas vamos Pa'lante, entre otras alianzas.

ODS 12:

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Nuestros procesos de producción los realizamos con tecnología de punta, buscando el cuidado de los recursos naturales y reduciendo el impacto ambiental. En las colecciones de nuestras marcas usamos materias primas sostenibles y empaques menos contaminantes, además, en las tiendas contamos con mobiliario, maniquíes de material reciclado e iluminación LED, disminuyendo así los KW/mt².

ODS 13:

ACCIÓN POR EL CLIMA

Realizamos estricto control de nuestras fuentes fijas para aumentar la eficiencia de la combustión y disminuir la emisión de gases contaminantes a la atmósfera; en nuestros procesos, permanentemente realizamos reconversión tecnológica la cual nos permite, emitir menos gases contaminantes y ser más eficientes en el uso de recursos, manejando de manera segura las sustancias químicas e integralmente los residuos, además, implementamos iniciativas de reforestación y conservación de bosques.

Promovemos la generación de energía eléctrica con base en fuentes renovables como parte de nuestro compromiso con la mitigación del cambio climático, por esta razón, en nuestras plantas de producción consumimos energía generada por medio de fuentes 100% renovables.



ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

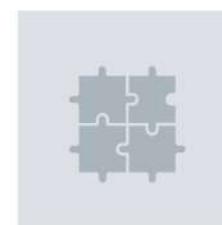
(102-46) Con el propósito de identificar, priorizar y gestionar los asuntos más relevantes para la organización, donde se generan los impactos más significativos y se agrega mayor valor a los grupos de interés en el corto, mediano y largo plazo, en 2021 realizamos un taller de aproximación a nuestros asuntos materiales.

En este ejercicio tuvimos en cuenta los cambios en el entorno, las dinámicas del sector y la visión estratégica de la compañía.

El proceso se llevó a cabo en las siguientes etapas:



Identificación de temas:
análisis de diversas
fuentes de información.



Referenciamiento
de empresas del
sector.



Taller de
priorización
y análisis.

Asuntos materiales (102-47)

Asunto Subtemas

1. Gobierno Corporativo 	1.1 Políticas Corporativas 1.2 Junta Directiva 1.3 Ética y transparencia
------------------------------------	--

2. Talento Humano 	2.1 Generación de empleo, equidad de género, diversidad e inclusión. 2.2 Atracción y retención del talento. 2.3 Capacitación y desarrollo del talento. 2.4 Salud y bienestar. 2.5 INNOVA Feria Innovación.
------------------------------	--

3. Impacto a las comunidades 	Inversión social Impacto social Relacionamiento con grupos de interés
---	---

4. Clientes 	Calidad Servicio Satisfacción de clientes
------------------------	---

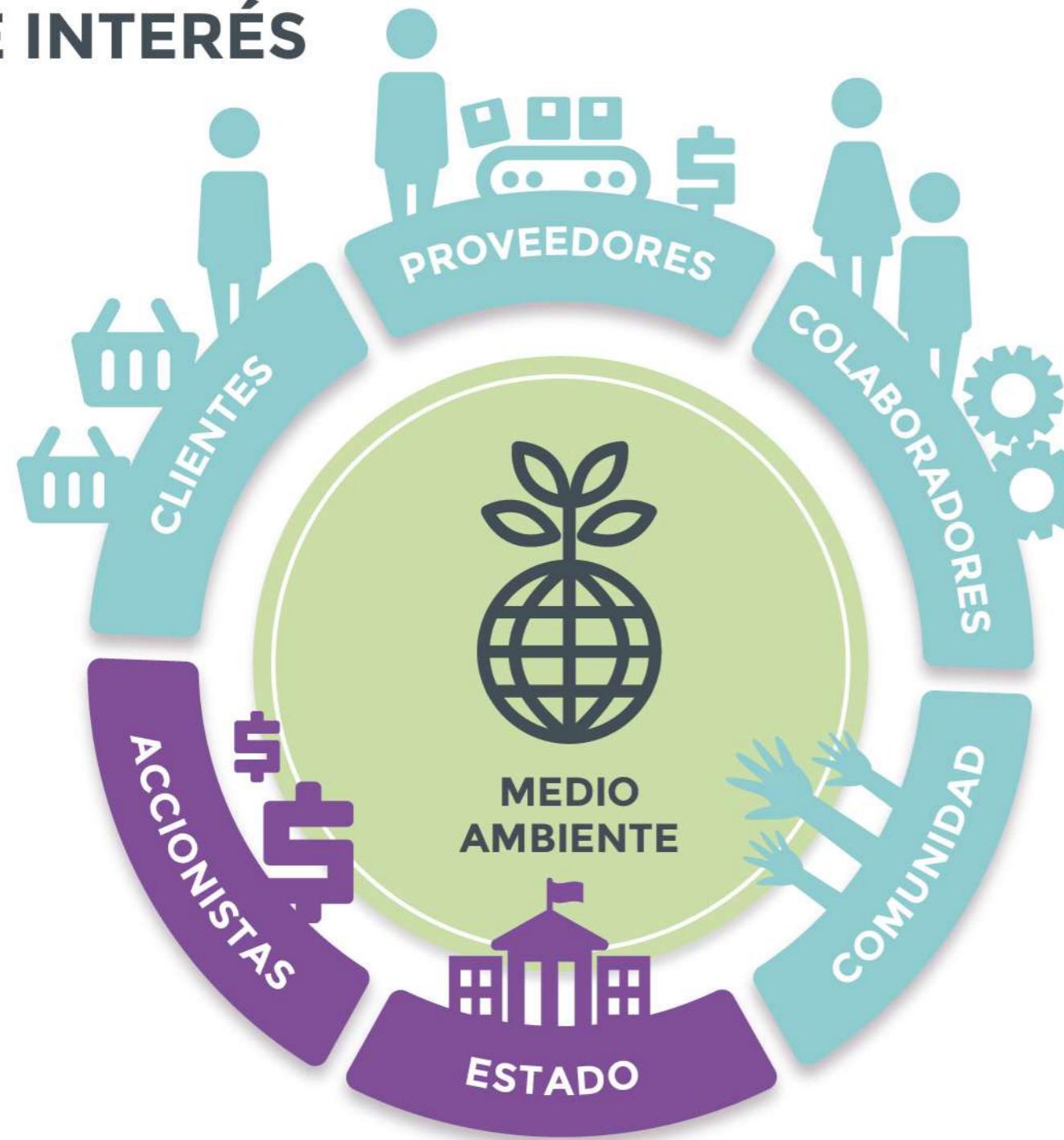
5. Producción responsable 	5.1 Materias primas 5.2 Material de empaque 5.3 Procesos 5.4 Colecciones Sostenibles 5.5 Logística 5.6 Innovación
--------------------------------------	--

6. Ecoeficiencia 	6.1 Sistemas de gestión ambiental 6.2 Gestión energética 6.3 Gestión de agua 6.4 Gestión de residuos 6.5 Economía circular
-----------------------------	--



GRUPOS DE INTERÉS

-



(102-42) En Crystal construimos relaciones de transparencia, respeto y mutuo beneficio con nuestros grupos de interés, entendemos que estas relaciones son la base para generar valor y permanecer en el tiempo.

(102-43) (102-44) (102-21) El Comité de Presidencia define los lineamientos para relacionarnos con nuestros grupos de interés y cada líder gestiona la relación con estrategias que respondan a las necesidades y expectativas de estos.

(102-40) Nuestros Grupos de interés:

Clients

Todo lo que hacemos, es pensando en ellos, con un modelo de negocio orientado hacia el cliente y que se caracteriza por tener foco con la sostenibilidad y por escuchar sus necesidades.

Proveedores

Creamos constantemente relaciones con proveedores que cumplen con buenas prácticas en el desarrollo de sus actividades y generan valor, tanto a la compañía, los clientes y la sociedad.

Colaboradores

Son los que hacen que Crystal siga siendo una de las empresas más importantes en la industria textil en el país.

Comunidad

Le damos importancia a las personas que están alrededor de nuestras sedes y plantas.

Accionistas

Somos transparentes con los accionistas y creamos relaciones de valor de doble vía, para seguir fortaleciendo nuestra Organización.

Estado

Nos interesa conocer las políticas y leyes vigentes para acogernos y cumplir con ellas todo el tiempo.

1. GOBIERNO CORPORATIVO

(103-1) En **Crystal** contamos con un marco de gobierno corporativo alineado con altos estándares y enmarcado en la transparencia e integridad.

Hemos dispuesto para todos nuestros colaboradores un Código de Conducta llamado "**Así somos, así convivimos**" el cual enmarca los valores y los patrones de comportamiento que deben ser consistentes con los estándares éticos que han caracterizado a la Organización.

1.1 Políticas Corporativas

(102-16) (102-17) (103-2) Dentro del Código de Conducta se encuentran enmarcados las políticas y los lineamientos de **Crystal S.A.S** frente a los siguientes aspectos:

Política Conducta Trabajadores Crystal
Políticas Frente a los Asociados del Negocio
Políticas de Conducta Frente a la Competencia
Políticas Frente a la Comunidad
Políticas de Incumplimiento del Código de Conducta

Cumplimos las leyes que regulan los países en donde operamos. Todos los colaboradores debemos respetar, acatar y cumplir las normas y reglamentos gubernamentales de cada país, así mismo, debemos respetar las costumbres, creencias y culturas que imperen en dichos países.



8

TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



1.2 Junta Directiva

La Junta Directiva es nombrada por la Asamblea de Accionistas y tiene como responsabilidad fijar la estrategia de **Crystal S.A.S** y supervisar su desempeño gerencial. Para cumplir con su papel, la Junta Directiva se apoya en la Presidencia Corporativa, Presidencia Ejecutiva, las Vicepresidencias, la Revisoría Fiscal y los Comités Directivos.

(102-18) (102-22) (102-23) (102-24) (102-25) (102-26) (102-29) (102-30) (102-34)

Nuestra Junta Directiva está compuesta por cinco integrantes con diversas profesiones, experiencia y formación académica, lo que permite tener un equipo interdisciplinario, responsable, competente e idóneo, el cual acompaña a la Presidencia de la Organización en la toma de decisiones de carácter estratégico teniendo como premisa, el bienestar colectivo, la sociedad en general y sus accionistas. Como parte del gobierno corporativo la junta es evaluada cada dos años con mecanismos internos y externos.

Miembros actuales de la Junta:

- Sol Beatriz Arango Mesa
- Santiago Piedrahita Montoya
- Luis Alberto Botero Botero
- José Alberto Vélez Cadavid

(102-20) (103-3)

Comités Junta Directiva

Los miembros de la Junta hacen parte de comités de acompañamiento a las diferentes estrategias, como son:

- Comité Financiero y de Riesgos.
- Comité de Compensación y Gestión Humana.
- Comité Inmobiliario.
- Consejo de familia, en el cual los miembros representantes de los

accionistas conocen más a fondo todos los temas relacionados con la Compañía y aportan sugerencias y comentarios.



La administración y dirección de **Crystal S.A.S** está a cargo del Presidente Corporativo quien es responsable de presentar los resultados ante la Junta Directiva y de la ejecución de la dirección estratégica trazada. El Presidente tiene voz activa en la Junta Directiva y dependen de él todos los colaboradores cuyo nombramiento sea de su responsabilidad y no de la Asamblea de Accionistas o la Junta Directiva.

(102-19) **Las funciones del Presidente Corporativo, entre otras, son las siguientes:**

- Ejercer la representación legal de la Compañía con las restricciones que impongan los estatutos sociales.
- Convocar reuniones ordinarias o extraordinarias de la Asamblea de Accionistas y la Junta Directiva.
- Ejecutar los decretos y acuerdos de la Asamblea General de Accionistas y la Junta Directiva.
- Constituir los apoderados legales y extralegales que considere pertinentes para la representación legal de la Compañía.
- Celebrar contratos o negocios de cualquier tipo que tiendan a desarrollar el objeto social de la Compañía.
- Presentar los informes de gestión que la Asamblea de Accionistas o la Junta Directiva soliciten.
- Establecer las políticas de la Compañía, adoptar o fijar planes de acción para lograr la ejecución de las directrices estratégicas del negocio y crear los cargos que considere necesarios para el cumplimiento de dichas políticas.

Como apoyo a las Presidencias (Corporativa y Ejecutiva) y a la Junta Directiva, las Vicepresidencias son responsables de diseñar, dirigir y controlar las políticas de la Compañía, así como de generar las estrategias necesarias que garanticen el manejo adecuado de los recursos y el cumplimiento de las directrices impartidas desde Presidencia.

Reconocemos que la información es un recurso valioso que requiere protección y cuidado por parte de todos los colaboradores, socios, clientes y proveedores de nuestra Compañía.

La capacidad de administrarla de manera adecuada, nos ayuda a cuidarla y esto nos valida además como una Compañía confiable a nivel internacional. Por lo anterior, tenemos políticas y procesos que nos ayudan a mantener la confidencialidad, integridad y disponibilidad en la información corporativa y de nuestros clientes.

1.3 Ética y Transparencia

Adicionalmente, como herramienta objetiva de nuestro actuar, la Organización dispone de la Línea Ética, canal de comunicación en el cual se puede recibir asesoría y/o solicitar acompañamiento sobre comportamientos que estén relacionados con la integridad de la Compañía.

La Línea Ética de Crystal, ASÍ SOMOS, es un medio de contacto para el seguimiento y la vigilancia de la transparencia en el actuar de las personas que hacen parte de nuestra Compañía, colaboradores, proveedores y quienes tienen relación con el hacer de Crystal.

Para reportar acciones que atenten contra los principios éticos establecidos por nuestra Organización puede comunicarse a la línea **01-8000-180263** o escribirnos al correo **asisomos@crystal.com.co**.

2. TALENTO HUMANO

(103-1) En Crystal comprendemos al ser humano desde su integralidad, por eso, contamos con programas que promueven el desarrollo individual, familiar y social. Trabajamos de la mano de nuestros colaboradores, sus familias y algunas comunidades, para entregarles lo mejor de nosotros, lo que somos, lo que nos inspira y lo que nos mueve, ante la responsabilidad de hacer país.



Nuestro talento humano es un pilar fundamental, ya que son las personas quienes logran materializar la estrategia de la Compañía y el cumplimiento de sus objetivos. Podríamos decir que el 2021 fue un año muy retador en materia de lo humano para nuestra Organización y aunque por años hemos podido comprobar la tenacidad y capacidad de nuestra gente, este fue el año en donde descubrimos la capacidad de resiliencia, de adaptación, de generación de ideas y de aprovechamiento al máximo de nuestras capacidades y recursos.

"Somos honestos, pensamos con optimismo, ejecutamos con inteligencia, somos constantes en nuestras metas y actuamos con sentido social".

Nuestros focos de trabajo:

- Atracción y retención
- Desarrollo
- Desempeño
- Bienestar
- Salud y Seguridad

2.1 Generación de empleo, equidad de género, diversidad e inclusión

Somos una empresa incluyente, por eso, sin importar raza, género, color, idioma, religión, opinión política u otra, al momento de recibir postulaciones u hojas de vida, seleccionamos con rigurosidad aquellas que, por sus conocimientos y habilidades, cumplen con los objetivos del cargo o vacante.

PROMEDIO DE COLABORADORES Y ALIADOS

6.298



CRYSTAL CUENTA CON

619

POSICIONES DE LIDERAZGO



434

ESTÁN OCUPADAS POR MUJERES EQUIVALE AL 70%.

Edades en años



Nivel educativo

Primaria	2%
Bachillerato incompleto	5%
Bachillerato completo	64%
Técnico	12%
Tecnólogo	7%
Universitario	8%
Especialización	1%
Maestría	1%

Antigüedad en años



En 2021

Seguimos con la adopción de la metodología de trabajo en casa con gran éxito y acompañamos a nuestros colaboradores para que esta transición, de la oficina a la casa, no generara ningún problema en su ámbito personal ni laboral. Por el contrario, logramos que esta nueva situación se convirtiera en una oportunidad para aprovechar el tiempo en familia.

Certificaciones y reconocimientos³



2.2 Atracción y retención del talento

Somos una empresa incluyente, buscamos personas apasionadas por lo que hacen, dispuestas a aprender cada día, a encontrar cada vez nuevas y mejores formas de hacer las cosas; perseverantes, creativas, que actúen con conciencia social y encuentren valor en ayudar a los demás a expresar su esencia a través del vestuario.

En agosto de 2021 creamos un portal de vacantes y hemos recibido más de 1356 postulaciones. Ver portal: trabajo.crystal.com.co

Hacemos parte del Comité Universidad – Empresa – Estado. Un proyecto de inserción laboral en el que todos tejemos un mejor futuro. El CUEE tiene como propósito contribuir al cierre de la brecha entre la oferta académica y la demanda del sector productivo, mediante cuatro fases: pasantías, innovación abierta, prácticas y vinculación.



Rotación colaboradores

Tabla 1.



Auxilios educativos



Colaboradores beneficiados
194
Auxilios:
\$140,389,390

Familiares beneficiados
1828
Auxilios:
\$728,300,459



³www.crystal.com.co/certificaciones

⁴[www.weapcompliance.org/es/certificacion](http://weapcompliance.org/es/certificacion)

⁵cornare.cornare.gov.co/progres/Paginas/Inicio.aspx

⁶www.ctpatcertificacion.com

2.3 Capacitación y desarrollo del TALENTO

⁽⁴⁰⁴⁻¹⁾ Promovemos el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores. Buscamos, a través de las diferentes iniciativas de capacitación, mejorar las competencias de nuestro equipo con el fin de enfrentar con mayor éxito los desafíos del día a día.

Con los programas de formación y capacitación logramos mayor formación en el 2021 que en los años anteriores gracias a la virtualidad. **4.251 personas recibieron más de 28.389 horas de formación.** 79% virtual y 21% presencial-mixta.

Tenemos 4 escuelas definidas donde enfocamos el desarrollo de los colaboradores, de esta manera garantizamos un enfoque integral.

Otras iniciativas de formación:

Formación externa: Ofrecemos a nuestros colaboradores 158 webinars gratuitos de entidades aliadas: Sura, Protección, Dian, Andi, Cámaras de Comercio, universidades, entre otros.

Alianza LinkedIn Learning: Gestionamos 1.100 licencias gratuitas para nuestros colaboradores de las cuales se activaron 798 (72,5%). Estas personas tuvieron la posibilidad de acceder a más de 10.000 cursos técnicos y de desarrollo personal.

Auxilios colaboradores y su grupo familiar: Entregamos auxilios de educación a 2.022 personas por un valor de \$868 millones de pesos.

241

Personas



956

Personas



Desempeño del talento

⁽⁴⁰⁴⁻³⁾ Evaluamos a nuestro equipo con el fin de identificar las oportunidades de mejora y trabajar en el cierre de brechas. Contamos con dos procesos de evaluación de desempeño. En 2021 terminamos la etapa de evaluación de desempeño para iniciar la etapa de retroalimentación y entrega de resultados.

Medición por competencias 360: 94% de ejecución - 200 personas (1.600 formularios).

Medición jefe - colaborador: 91% de ejecución - 600 personas (1.200 formularios).

Escuelas de formación

Ser

Equipos de alto desempeño
adaptación al mundo laboral
comunicación.



Conocimiento

Power BI, diseño HTML,
fibra textiles, formador de
formadores.



Comercial

Q1 y Q3
Servicio al cliente
Omnicanalidad
Cegid



727

Personas

1536

Personas

2.4 SALUD Y BIENESTAR

En **2021 logramos** mantener la mayoría de los programas y actividades que contribuyeron al bienestar de las personas y a sus familias, en especial en la virtualidad que nos permitió llegar a cada hogar y ser mucho más partícipes en sus actividades familiares. Tuvimos más de 4 mil participantes en las diferentes actividades.

Mantuvimos a toda la Organización conectada, comprometida e informada a pesar de la distancia; y lo logramos a través de nuestras nuevas redes sociales, comunicaciones vía WhatsApp, webinars, lanzamiento de la página web y charlas de prevención y promoción que buscan el bienestar de nuestros colaboradores. Todas las estrategias utilizadas tuvieron gran acogida.

Realizamos acompañamiento psicosocial a nuestro equipo, enfocado en asesorías psicológicas, a través de programas como: duelos, apegos y cambios, en familia - disciplina positiva, adicciones, consumo de sustancias psicoactivas, adicciones comportamentales, mi cuerpo como instrumento de trabajo y vida, entre otros.

Acompañamos a nuestros colaboradores y sus familias en las diferentes etapas de la vida con programas enfocados en la atención de sus necesidades: Amigos de la Familia Lactante, semilleros infantiles (Cápsula de la Imaginación y Rincón del Cuento), entre otros espacios para compartir en familia.

6.904 colaboradores accedieron a diferentes beneficios, con una inversión superior a los 6.000 millones de COP.

Estamos comprometidos con entornos de trabajo saludables, valoramos la contribución de nuestros colaboradores en la estrategia de la Compañía como parte fundamental de esta, por eso, para validar que nuestra gestión sea efectiva contamos con grupos internos y diferentes certificaciones:

Comités internos

- Copasst
- Comité de Convivencia
- Comité de Movilidad Sostenible
- Comité PESV
- Comité de Emergencia
- Brigada de Emergencia
- Comité de Valores

Control interno

- Área de Contraloría
- Revisoría Fiscal
- Sagriluft
- Protección de datos



Programa ABC de la vivienda:

Acompañamos a nuestros colaboradores en la posibilidad de cumplir su sueño de tener vivienda nueva, usada o mejorar la actual y contribuir así a su calidad de vida y la de su familia. Esta orientación la hacemos trabajando desde tres líneas: ahorros, beneficios y créditos; para lo cual nos unimos con aliados que nos permitan materializar este sueño.

Total familias beneficiadas en el 2021:

66

Total dinero entregado:

\$1.688.387.977

Estamos aliados con el Fondo de Empleados **Amigotex** para poder brindarle más beneficios que promuevan el desarrollo integral de nuestros colaboradores bajo 4 líneas:

Ahorro

- Alcanzar los sueños a través del ahorro.

- Ahorro obligatorio
- Bono Navideño
- Ahorro Disponible
- Ahorro Vacacional
- Amigo Ahorrito

Crédito

- Apoyar las metas y necesidades de los colaboradores.

- Crédito Ordinario
- Crédito de Vivienda
- Crédito de Vehículo
- Crédito Inmobiliario
- Crédito Libre Inversión
- Crédito Rotativo
- Crédito de Soat

Beneficios Sociales

- Amigotex cada año destina un recurso económico para ayudar a los asociados.

- Auxilio Educativo
- Auxilio de Calamidad
- Auxilio de Lentes

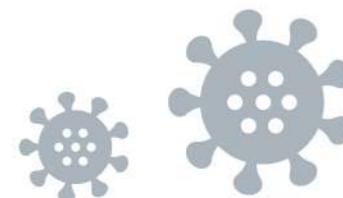
Convenios

- Que permiten otorgar mayores beneficios y tarifas en salud, seguros, recreación, turismo, educación, entre otros. Algunos convenios son: Sura, Delima, Cine Colombia, Bodytech, Los Olivos, Procinal, Allianz, entre otros.

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Nuestra prioridad sigue siendo la seguridad y salud de todos nuestros colaboradores. En 2021 no bajamos la guardia frente a los protocolos de bioseguridad y promovimos la vacunación como estrategia de protección colectiva ^(Tabla 2). Invertimos más de 1.300 millones de COP en protocolos de bioseguridad.

Así mismo, acatamos la normatividad laboral y todas las medidas de bioseguridad exigidas, garantizándoles a nuestros colaboradores sedes seguras y libres de COVID, logrando obtener cero cercos epidemiológicos al interior de la Organización.



**Tabla 2.
Porcentaje de
colaboradores
vacunados**



Cumplimos con todos los compromisos laborales y dimos estricto cumplimiento al pago de la Seguridad Social y entidades parafiscales. Promovemos el cuidado ante accidentes e incidentes de trabajo, logrando una tasa del 4,08% ^(Tabla 3).

Tabla 3. Accidentes de trabajo enero - diciembre 2020 - 2021

EMPRESA	AT 2020	AT 2021	VAR %	DÍAS INC 2020	DÍAS INC 2021	VAR % SEV	TASA SECTOR	TASA GRUPO
TOTAL	264	272	3%	1441	1414	2%	4,89%	4,08%

Realizamos una feria virtual saludable de la mano de diferentes aliados expertos en bienestar. Fortalecimiento de hábitos de vida saludable: clases deportivas, tamizajes, formación deportiva.

2.5. INNOVA FERIA INNOVACIÓN

INNOVA es un espacio de promoción para la innovación al interior de la Compañía, con el que buscamos motivar a las personas de las diferentes áreas para que se vinculen con los proyectos innovadores que se exponen en el marco de la Feria de Innovación o decidan con base en ellos, generar unos nuevos, que resuelvan necesidades al interior. ¡Más que innovación, **SOMOS TALENTO** en constante evolución! Es una mirada a lo que nos apasiona y nos conecta, permitiéndonos viajar por el conocimiento de herramientas y tendencias que nutren nuestra labor y nos motivan para ser cada vez mejores.

Este año, tuvimos grandes retos por delante, y uno de ellos fue llevar nuestra feria de innovación **INNOVA**, a la virtualidad, sin desplazamientos y con todas las posibilidades de disfrutar del stand de proyectos y speakers nacionales e internacionales que nos compartieron contenidos de valor en tecnología, innovación, moda, creatividad y sostenibilidad.



3. IMPACTO A LAS COMUNIDADES

⁽¹⁰³⁻¹⁾ Alineados con nuestro propósito de tejer vida para nuestro planeta, transformando el futuro desde las personas, contribuimos con el desarrollo del país por medio de programas con sentido social como hilo conductor de nuestras acciones y de la relación con el mundo que nos rodea.

Hilos de esperanza: En el año 2014 nace en nuestra planta textil ubicada en el municipio de Marinilla, proyecto social empresarial, que busca darle una nueva disposición a excedentes de producción de la Compañía que ya no son comercializables, brindando así, la oportunidad a las comunidades aledañas a nuestra planta, para la creación de emprendimientos.

Hoy el programa tiene 5 líneas estratégicas de funcionamiento:

1. Donación de productos que no son comercializables pero que si pueden ser usados como vestuario.
2. Transformación de prendas que se convierten en materia prima para productos artesanales elaborados por grupos de la comunidad, que luego obtienen recursos económicos de estos en unos talleres que denominamos costureros.
3. Adecuación de prendas que se reparan para que luego puedan ser usadas como vestuario.
4. El lavado de productos que están en buen estado pero que requieren ser lavados antes de ser usados.
5. Destinación final de productos que quedan luego de ser filtrados en las demás líneas y se donan a algunas instituciones que encuentran utilidad en estas o se disponen para ser clasificadas y destinadas finalmente de forma adecuada por la entidad de separación de residuos del municipio Marinilla.

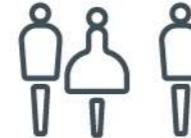
En el 2020, participamos en un concurso de Lacoste, uno de nuestros clientes aliados, que buscaba beneficiar con recursos económicos algún proyecto social de sus empresas proveedoras. A esta convocatoria se presentaron 6 proyectos de diferentes organizaciones alrededor del mundo, y en la oficina central de Lacoste ubicada en Francia, nuestro proyecto, Hilos de Esperanza, fue elegido ganador por unanimidad por el comité evaluador del concurso.

A lo largo de cinco años, **Hilos de Esperanza ha beneficiado a más de 200.000 personas**, por medio de la donación de prendas y la transformación de estas en los diferentes costureros, especialmente en el Oriente antioqueño, contribuyendo así al mejoramiento de las condiciones de la calidad de vida y a la dignificación de las personas, en el territorio. En 2021 tuvimos:



6

Costureros



180

Participantes



+1000

Beneficiarios



Opción DEVBIDA (Programa C.E.O): acompañamos al Comité Empresarial del Oriente, en la atención, acompañamiento psicosocial y capacitación en artes y oficios a los participantes de este programa, que buscan con ello, mejorar su calidad de vida, la de sus familias y las comunidades rurales del Oriente antioqueño. **En 2021 acompañamos 12 grupos, el 95% de los participantes de Opción Devbida** finalizaron exitosamente la participación de los cursos, a pesar de estar en situación de pandemia.

En el 2021, seguimos brindando acompañamiento a la Corporación Empresarial del Oriente, en la atención psicosocial y capacitaciones en artes y oficios con la **participación de 538 personas**.



257

Asesorías psicológicas



538

Participantes

Fundación Golondrinas: continuando con nuestro propósito de ayuda a la primera infancia, apoyamos activamente a la Fundación Golondrinas, ubicados en los departamentos de Antioquia y Córdoba, quienes atienden a más de 19 mil niños con proyectos de atención integral a la primera infancia, educativos y de desarrollo comunitario.



Plan Padrino FAN: somos gestores de felicidad y promovemos entre nuestros colaboradores, la participación en el plan padrino de la fundación FAN, en el que, con un aporte mensual, contribuyen con el bienestar y el futuro de los niños que hacen parte de esta entidad de apoyo.

 **170**
Niños
apadrinados

Escuela Camilo C Restrepo: Para nosotros, la educación es fundamental para construir país, por ello, coherentes con esta visión, la Compañía gestiona actividades de inversión social, que le apuestan a mejorar el nivel y la calidad de vida de cientos de jóvenes en la Escuela Camilo C Restrepo.



238
Estudiantes



14
Profesores



144
Millones Invertidos

Fundación Juanfe: bajo la convicción de que haciendo sinergias logramos siempre los mejores resultados, nos unimos a la labor social que realiza la Fundación Juanfe y bajo su compromiso de romper los ciclos de pobreza de madres adolescentes marginadas y mejorar sus condiciones de vida, construyendo un mejor futuro tanto para ellas, como para las futuras generaciones, aportamos nuestro granito de arena, para hacer posible sus proyectos sociales y adicionalmente, los dotamos de uniformes tanto para las madres adolescentes beneficiarias, como para el personal de la Fundación.



Baby Fresh x Unicef: Seres de cuidado es una iniciativa que apoyamos desde 2017, con la cual hemos impactado a más de 700 familias acompañándolas y ayudándolas de la mano de UNICEF.

Nuestras tiendas son centros de donación donde se pueden hacer aportes y comprar los productos en los que **se donan el 100% del precio de estos.**

**2021 | \$446.000.000
MILLONES**

TOTAL DE DONACIONES

Becas Vamos Pa' Lante: creemos en la educación como motor principal para el desarrollo de nuestro País, es por esto que nos unimos al programa Vamos Pa' Lante, el cual otorga becas de rescate a estudiantes de pregrado de diferentes estratos y regiones del País, que se encuentran en riesgo de desertar de sus carreras por razones económicas, y gracias a este programa podrán continuar con sus estudios y hacer realidad sus sueños profesionales.

Total Becas: 9 (6 estudiantes Universidad Eafit y 3 estudiantes Universidad de los Andes) **Inversión:** \$60.000.000

Algunas alianzas para implementar proyectos sociales:

- Unicef⁷
- La Casa de Carlota⁸
- Tejedoras por la Memoria de Sonsón⁹
- Círculo de la Generosidad - Minuto de Dios¹⁰
- Sembrando Juntos¹¹

⁷ www.donaciones.unicef.org.co/alianzas-empresas/baby-fresh

⁸ www.eltiempo.com/contenido-comercial/proyecto-creativo-une-a-gef-y-casa-carlota-637342

⁹ www.youtube.com/watch?v=OluCv9DVgZ8

¹⁰ www.instagram.com/p/CY2ISDKvSxT/

¹¹ www.babyfresh.co/seembrando-juntos



4. CLIENTES

Trabajamos por establecer relaciones cercanas con los clientes, basadas en el cumplimiento de los estándares de calidad y la generación de confianza, como principio empresarial.

La gestión de nuestros clientes nos permite, a través de modelos de segmentación y atribución, convertir la data transaccional en insights de valor para cada una de las marcas, a través de estos análisis las marcas pueden validar y corroborar la efectividad de nuestras estrategias de productos y marcas de acuerdo con el comportamiento de los consumidores, o si es necesario potencializar alguna de nuestras estrategias, poder hacerlo sobre la marcha y ser veloces frente al mercado para ser así más competitivos, con esta estrategia de clientes podemos medir el 360 del journey de compra de los clientes en nuestros canales propios tanto físicos como digitales, midiendo no solo el comportamiento de las compras, sino también las visitas, comportamientos en nuestros sitios web y la interacción con nuestros canales de comunicación, como redes sociales, mail, sem, sms, seo, etc.

Con la información que tenemos de nuestros clientes (datos), año tras año nos trazamos unos objetivos claros que nos permitan medir y estar presentes en todo el ciclo de vida del mismo, conociéndolo y disminuyendo las fricciones en todos los puntos de contacto con nuestras marcas.

La complejidad del mercado, el nivel de competitividad del sector y los avances tecnológicos en los procesos y productos, hacen que **Crystal** esté trabajando constantemente en cómo llevar a través de nuestras marcas **GEF, Punto Blanco, Baby Fresh, Galax, Casino y Parfois**, un mejor producto, con calidad, comodidad y confianza, a nuestros clientes proporcionándoles lo mejor de nosotros.



El 2020 y 2021

Fueron años retadores para todas las personas a nivel mundial, Crystal como empresa no fue la excepción, y con ello vino un desafío grande a la hora de pensar en cómo establecer nuevas maneras de relacionarse con los clientes y generar confianza en ellos para que siguieran adquiriendo nuestros productos y dando como resultado los siguientes indicadores en nuestros canales de venta propia en el año 2021:



Para darle seguimiento a estos, hacemos una gestión efectiva a través de espacios semanales, donde revisamos cifras generales y hacemos seguimientos a nuestros objetivos con las marcas; generando informes que nos permitan tomar decisiones e impulsar la compra.

En el 2021 desarrollamos la vista única del cliente ^(ver Imagen 5), en el cual logramos centralizar toda la información de los canales de ventas propios y de comunicación en un solo sistema para la implementación de modelos de segmentación y creación de tableros para la consulta y autogestión de la información de nuestros clientes para otras áreas de la Organización.



Vista única del cliente

Imagen 5.



Cuyo logro, fue crecer más del 26% en número de clientes versus el 2020, logrando que estos clientes continuaran aumentando su comportamiento de compra, creciendo en más del 50% en las ventas totales vs el 2020, esto gracias a una estrategia clara de producto desde cada marca, partiendo de un análisis profundo de las tendencias del mercado, una comprensión clara frente al comportamiento de los clientes en las categorías de cada marca y a una estrategia de comunicación 360 con la cual buscamos tener presencia de nuestras marcas en todos los lugares en que está el cliente, especialmente en el mundo digital, que sabemos que después del 2020 tomó mucha más fuerza de la que ya traía.

Adicional, realizamos estrategias relacionales enfocadas en objetivos y audiencias claras para movilizar e impulsar comportamientos de los consumidores, como por ejemplo aumentar la participación de los clientes que compran más de una categoría de nuestras marcas, logrando este objetivo en todas las marcas sobre el 100%.

5. PRODUCCIÓN RESPONSABLE



En **Crystal** la producción responsable es uno de nuestros pilares, trabajamos en toda nuestra cadena de producción desde la fabricación de hilos hasta la entrega final del producto. Nos basamos en la innovación y la mejora continua, es por ello por lo que implementamos los procesos más efectivos para ofrecer a cada cliente un producto que se ajuste a sus necesidades y que tenga el menor impacto en el medio ambiente.

Contamos con las siguientes certificaciones y reconocimientos que respaldan nuestra operación responsable¹²:

ENERGÍA VERDE¹³

OCS¹⁴

BASC¹⁵

OEA¹⁶



Energía Verde
eorg



ORGANIC CONTENT
STANDARD
textileexchange.org



BUSINESS ALLIANCE FOR SECURE COMMERCE



Operador
Económico
Autorizado
COLOMBIA

5.1 Materias primas

Priorizamos en nuestros procesos de compra, en los proyectos de innovación y desarrollo internos, la búsqueda de materias primas y fibras textiles que sean sostenibles y, gracias a ello, hoy contamos con:



Algodón orgánico: hecho en cultivos libres de fertilizantes y pesticidas químicos y cuyas semillas no están modificadas genéticamente. Su cultivo necesita de un 90% menos de agua y un 60% menos de energía que el algodón convencional, es una tela suave, transpirable e hipoalergénica. Es biodegradable, y puede reciclarse.



Algodón reciclado: hecho con fibras recicladas de algodón, emplea un 80% menos de agua que el cultivo de algodón convencional.



Lyocell: fibra natural que nace de celulosa y es biodegradable. Su ciclo de producción es cerrado, minimizando desechos y residuos.



Viscosa EcoVero®: estándar en viscosa ecológicamente responsable. Material natural y renovable. Madera de silvicultura sostenible. Proceso de producción eco-responsable, biodegradable, y protege la tierra.



Fibras recicladas: fibras recuperadas de otras prendas que se usan en mezclas disminuyendo la generación de materia prima virgen y evitando más desechos. Ahorro de agua y energía en el proceso.



Lino: uno de los aspectos más notorios del lino textil es su durabilidad en comparación con otras fibras naturales igual de populares y su versatilidad para confeccionar distintas piezas de ropa. Es resistente a las plagas y tanto el árbol como su fibra son fungicidas. Asimismo, mientras crece requiere pocos cuidados, tales como poca agua y luz. También tiene una elevada capacidad de absorción de tintas lo cual lo hace ideal para la confección de diversos productos textiles manufacturados.

¹³ cu.epm.com.co/clientesyusuarios/energia/empresa/energia-verde

¹⁴ textileexchange.org/standards/organic-content-standard/

¹⁵ wbasco.org/es

¹⁶ dian.gov.co/aduanas/oea/inicio/documentosinteres/



5.2 Material de empaque

Además, nos preocupamos por intervenir nuestros empaques y etiquetas, mitigamos la generación de residuos, con empaques, ganchos y otros insumos biodegradables o reciclados. De esta manera buscamos intervenir toda la cadena del producto.

Desarrollamos empaques amigables con el medio ambiente y costo eficientes para la Organización. Hemos logrado desarrollar materiales de empaque y ganchos con materias primas recicladas, reciclables y en el caso de los empaques de papel y cartón, biodegradables. Se han eliminado los acabados que evitan que estos materiales puedan ser recuperados o que regresen a su ciclo natural por medio de la biodegradación en caso de llegar a un relleno sanitario.

Desde el 2019 todas las bolsas de nuestras marcas son de plástico 100% reciclado. Además, contienen Biosphere, un aditivo que permiten que en caso tal que lleguen a un relleno sanitario o al ambiente, puedan ser biodegradadas por microorganismos entre 1 y 5 años. Además, usamos papel originado en bosques con manejo responsable. Usamos una sola tinta a base de agua, así evitamos procesos que gasten más energía y facilitamos la biodegradabilidad natural y reciclaje. Pasamos de tener 3 tamaños de bolsas de papel en todas las marcas, a tener solo 2 para optimizar mejor este empaque.

Eliminamos las bolsas de plástico de los empaques de camisillas y pasamos a cartón sin laminados ni pegas para que pueda haber un proceso de reciclabilidad o biodegradación. Alguna de nuestras etiquetas son de Maule, una fibra virgen proveniente de cultivos responsables, eliminamos el ensanduchado y dejamos una capa de material sin pegas, no usamos laminados ni acabados para que puedan ser reciclables o biodegradables si caen en un relleno sanitario. También, contamos con etiquetas realizadas a partir de caña de azúcar.

5.3 Procesos

La digitalización de procesos de desarrollo ha sido un gran logro puesto que le ha permitido reducir la fabricación de productos en desarrollo, a través de la modelación 3D y simuladores de costeo de producto, con base a nuestro histórico de datos; permitiéndonos flexibilidad y capacidad de respuesta.

Para garantizar la calidad de nuestros productos y disminuir la cantidad de segundas contamos con visión artificial en la salida de las ramas de telas que detectan las segundas en las telas para evitar reprocesos y hacer correctivos rápidamente, para incrementar la productividad.

Trabajamos para vender más con menos consumo de recursos, por esto implementamos un proceso de renovación tecnológica en nuestros procesos productivos:



Máquina de corte: nuevas máquinas de corte automáticas que evitan el desperdicio, mejor calidad en el corte, corta más capas y consumen menos energía representado en un ahorro de 181.200 kWh.



Máquina de tintorería: nuevas máquinas con una capacidad entre 30% y 40% más de producción con menos consumo de energía y agua. El ahorro de energía es de 256.320 kWh.



Máquina de tejidos: esta máquina sirve para empatar la tela, ayuda a que haya menos desperdicio en la etapa de corte y consume menos energía representado en un ahorro de 233.280 kWh.



Contamos con un laboratorio de calidad,

Que es una réplica a pequeña escala de la planta, con el fin de garantizar que el producto se pueda reproducir adecuadamente, minimizando los desperdicios, realizando las correcciones rápidamente, siendo más assertivos en la producción para evitar reprocesos e incrementar la productividad.

También reducimos el desperdicio en el empate de tela que pasa de 30 cm de a 4 cm.

5.4 Colecciones

SOSTENIBLES



GEF Green

Nuestro sueño es un mundo más Green. Por eso estamos constantemente mejorando lo que hacemos desde los empaques, productos, procesos y tienda. Tenemos un modelo de economía circular donde reutilizamos constantemente nuestros ganchos, una vez acabada su vida útil son entregados a nuestro proveedor para que estos entren de nuevo como materia prima y se vuelvan ganchos nuevos. En 2021 logramos volver a integrar 54 toneladas de Polipropileno para fabricar nuevos ganchos. En el 2021 nuestro portafolio de producto sostenible fue de 32%, nuestra meta para el 2022 es tener un 49%.



Punto Blanco Con-Siente

Una marca que busca bienestar de cuerpo, mente y entorno, a través de la constante innovación en materiales, productos y experiencias. Buscamos el bienestar natural desde los procesos, productos, empaques y tiendas. Nuestros productos son de alma consciente, trabajamos con algodón orgánico nativo (colección nativa, fibra cultivada en la Sierra Nevada de Santa Marta), algodón orgánico, lyocell, lino y algodón reciclado. En el 2021 nuestro portafolio de producto sostenible fue de 16%, nuestra meta para el 2022 es tener un 30%.

Nuestro futuro como empresa es la sostenibilidad, por eso venimos implementando una estrategia alineada con el ADN de cada marca y su consumidor, escuchando y entendiendo las exigencias del mercado.



Baby Fresh Sembrando Juntos

Seguimos mejorando nuestros procesos, productos, empaques y tiendas para cuidar el futuro de los niños. En el 2021 nuestro portafolio de producto sostenible fue de 45%, nuestra meta para el 2022 es tener un 65%.

ADN

5.5 Logística

En Crystal es de vital importancia saber cómo nuestros aliados logísticos aportan al cuidado del medio ambiente y apuestan a los objetivos de desarrollo sostenible, es por esto, que uno de los aliados principales de transporte es Coordinadora, pues esta empresa tiene diversas iniciativas desde los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad con el "Movimiento Azul" aquí algunas de ellas:

Cuidando el uso del agua

Utilización de B10-Biodiesel para reducir emisiones de CO2.

Reciclando llantas

Manejando responsablemente los residuos peligrosos.

Sus vehículos son los menos contaminantes del mercado en Colombia, debido a su alta eficiencia, los niveles de CO y CO2 son los más bajos gracias a un desarrollo conjunto con Colmotores.

5.6 Innovación

Con la finalidad de apalancar los proyectos de tecnología e innovación, nos hemos presentado durante los 3 últimos años a la convocatoria de beneficios tributarios de Minciencias; obteniendo resultados favorables:

RFID (2019-2020): Implementación de inventarios por radio frecuencia para tiendas propias.

DIGITAL (2020-2021): Transformación Digital, Creación de nuevos canales de venta y Omnipresencia.

DATA (2021-2022): Analítica de Datos para toma de decisiones estratégicas del negocio.



Anualmente la ANDI realiza un ranking de innovación, para el 2021 hemos avanzado 7 puestos hasta alcanzar el número 20, lo cual nos llena de orgullo por que somos la única empresa del sector textil entre las 30 primeras empresas. Este avance lo logramos por la cantidad de proyectos de innovación que hemos realizado y que nos han permitido responder rápidamente a los cambios del mercado y del consumidor.

6. ECOEFICIENCIA

(103-1) En Crystal S.A.S. somos conscientes del impacto ambiental generado por nuestras actividades productivas y de la responsabilidad que como empresa productora y comercializadora de prendas de vestir tenemos con la comunidad que nos rodea. Por esto, hemos establecido un firme compromiso con el cuidado del medio ambiente teniendo presente la mejora continua de nuestros procesos, así como el cumplimiento de la legislación existente y demás compromisos al respecto.¹⁷



El año **2020** fue un año atípico y particular por las condiciones generadas por la emergencia sanitaria derivada del **COVID-19**; la Organización suspendió por unos días su operación y retomó, como parte de la solución mundial, con la elaboración de trajes médicos y tapabocas. Poco a poco con la reactivación progresiva, se fueron normalizando los procesos de producción.

6.1 Sistemas de Gestión Ambiental

En Crystal tenemos conformado el Comité Ambiental que se encarga de planificar, organizar y evaluar el Sistema de Gestión Ambiental a nivel corporativo.

El Comité Ambiental tiene entre sus funciones: velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente, incorporar la dimensión ambiental en la toma de decisiones de la Compañía, establecer e implementar acciones de prevención, mitigación, corrección y compensación de los impactos ambientales, promover el mejoramiento de la gestión y desempeño ambiental al interior de la Organización, liderar las actividades de formación y capacitación a todos los niveles de la Organización en materia ambiental, mantener actualizada la información ambiental de la Organización y generar informes periódicos.

En la planta Marinilla, estamos adheridos al acuerdo para el fomento del crecimiento verde y el desarrollo compatible con el clima del sector empresarial del Oriente antioqueño, que tiene como objetivo establecer líneas estratégicas de aplicación de los lineamientos de producción con innovación y desarrollo tecnológico en sintonía con la economía ambiental, el fomento del crecimiento verde y la minimización de la emisión de gases efecto invernadero, favoreciendo el desarrollo compatible con el clima del Sector empresarial de la región comprendida por la jurisdicción de CORNARE. Cada año presentamos los indicadores de cumplimiento de cada una de las líneas estratégicas y el cálculo de la huella de carbono. Pertener a este acuerdo nos ha permitido mantener una relación cercana con la autoridad ambiental y nos reta cada día a ser más eficientes y sostenibles frente al uso de los recursos naturales.

Además, en la planta Sabaneta, pertenecemos a la mesa de productividad sostenible, espacio donde se generan oportunidades de formación y actualización en materia ambiental.



Auditorías, certificaciones y autoevaluaciones:

Por parte de nuestros clientes recibimos auditorías externas donde se verifica el cumplimiento y la gestión ambiental dentro de la Organización.

En la planta Marinilla recibimos 5 auditorías de nuestros clientes durante el 2020 y en el 2021 se recibieron 4. Además, en el 2020 obtuvimos la certificación ICS ambiental, en esta se certifica el Sistema de Gestión Ambiental de la planta, el uso de la energía, el uso del agua, las aguas residuales, emisiones atmosféricas, la gestión de residuos, la prevención de la contaminación y el uso de las sustancias químicas.

Nuestros aliados estratégicos también han recibido visitas por ejemplo en Pereira, se han realizado auditorías y seguimientos para la evaluación del Sistema de Gestión Ambiental, entre ellas se destacan las solicitadas por The North Face, LACOSTE, Ten Thousand y Chico's, las cuales fueron realizadas por las empresas VF, QIMA y Bureau Veritas.

Desde el 2018 se ha diligenciado la autoevaluación Higg Index. El Índice Higg es un conjunto de herramientas para la medición estandarizada de la sustentabilidad de la cadena de valor, y es fundamental para la misión del SAC (Sustainable apparel coalition) de transformar los negocios para lograr un impacto exponencial.¹⁸ Durante el 2021 se realizó el proceso de validación por parte de un externo a esta autoevaluación para Marinilla y Armenia.



6.2 Gestión energética

En las plantas de producción de nuestros aliados estratégicos se han realizado esfuerzos importantes enfocados a disminuir el consumo de energía con el reemplazo de iluminación fluorescente a iluminación LED y el cambio de techos para aprovechamiento de la luz natural, se obtuvo un ahorro de 1.62% de la energía total de la planta que equivale a 233.280 kWh al año.

Entre otros proyectos, el uso eficiente y la renovación de la maquinaria, los sistemas de monitoreo de energía y el cambio motriz, han significado reducción en el consumo de energía de 726.672 kwh al año.

Hacemos parte de un grupo selecto de compañías que operan con energía verde, es decir, energía generada por medio de fuentes 100% renovables, lo cual es certificado por medio de RECs Internacionales (I-RECs)

Tabla 4 Consumo de energía

Plantas y aliados estratégicos	Energía (kwh)
Marinilla	17.382.168
Sabaneta	2.451.886
La 30	760.974
Manizales	564.583
Pereira	1.085.333
Armenia	5.024.607
TOTAL	27.269.551



Intensidad energética: la relación entre el consumo de energía y la unidad de producción de la Compañía.

Para el 2021, la relación del consumo de energía fue:

**3,75 kWh/kg
0,17 kWh/unidad**



6.3 Gestión del agua

Crystal, desde hace años ha sido consciente del impacto en el recurso agua debido a nuestras actividades productivas, por ello, se han realizado esfuerzos en las buenas prácticas y la adquisición de maquinaria más eficiente que permita obtener un mejor uso del recurso.

Para el proceso de tintorería, se cuenta con un Software que permite la gestión, planificación y formulación de la tintorería textil. Con este sistema se gestiona la receta de una forma integral (procesos y ciclos) con lo que se evitan pérdidas de agua y productos químicos, además de optimizar los tiempos de producción y tener menor relación de baño. Durante el 2021 se adquirieron 4 máquinas para el proceso de tintorería de telas, estas nuevas son de mayor capacidad, más rápidas para el proceso. La inversión en estas máquinas fue de \$ 1.971.000.000

Como parte de la estrategia para el uso racional del agua, se realizan campañas de educación, sensibilización y educación a los colaboradores de toda la organización.

Hacemos tratamiento de nuestras aguas residuales no domésticas generadas en los procesos para verter el agua de forma limpia y segura.

En nuestras plantas extraemos el agua de las siguientes fuentes: en Marinilla, contamos con una concesión de aguas superficiales, captamos agua de la quebrada la Cimarrona y la tratamos para utilizarla en nuestros procesos. En Pereira y Armenia, contamos con concesión de aguas subterráneas, hacemos extracción de pozo para usar el agua en las plantas.



Tabla 5 Extracción de agua por fuente

Planta y aliados estratégicos	Aqua (m3)	Acueducto	Fuente Superficial	Acueducto
Marinilla	329.306	13.955	315.351	0
Sabaneta	26.315	26.315	0	0
La 30	1.934	1.934	0	0
Manizales	5.493	5.493	0	0
Pereira	24.321	2.530	0	21.791
Armenia	75.894	2.384	0	73.510
TOTAL	463.263	52.611	315.351	95.301

Tabla 6 Consumo de agua total

-

Intensidad de agua: la relación entre el consumo de agua y la unidad de producción de la Compañía.

Para el 2021, la relación del consumo de agua fue:

**71,03 L/kg
2,31 L/unidad**

Plantas y aliados estratégicos	Agua (m3)
Marinilla	329.306
Sabaneta	26.315
La 30	1.934
Manizales	5.493
Pereira	24.321
Armenia	75.894
TOTAL	463.263

6.4 Gestión de residuos

Los residuos aprovechables se comercializan y a través de gestores, llegan a procesos de transformación y aprovechamiento. Los residuos ordinarios generados en cada una de las plantas son entregados a los servicios municipales de aseo quienes hacen la disposición final de estos en rellenos sanitarios.

Los residuos peligrosos se disponen a través de gestores autorizados para el tratamiento y disposición final de este tipo de residuos, algunos llegan a programas posconsumo, como pilas y baterías y otros se someten a incineración y disposición final en relleno de seguridad.

Tabla 7 Gestión de residuos
Residuos 2021 (Kg)

Plantas y aliados estratégicos	Aprovechables	Ordinarios	Peligrosos
Marinilla	1.360.964	59.737	17.288
Sabaneta	228.946	195.990	3.454
La 30	46.571	86.717	428
Manizales	22.897	26.040	224
Pereira	117.785	26.040	994
Armenia	128.346	81.048	5.985
TOTAL	1.905.509	475.572	28.373



6.5 Economía circular

En nuestra planta Marinilla, le apostamos a la economía circular a través de las siguientes iniciativas:



Estibas: hacemos uso de estibas reutilizables y retornables fabricadas en plástico reciclable. Con la implementación de esta estrategia evitamos comprar 50 estibas nuevas cada mes.



Material de empaque: devolvemos bobinas, cajas y bandejas plásticas a nuestro proveedor de hilazas ENKA. En 2021 retornamos 27 Ton de material.



Bolsas plásticas: las bolsas que utilizamos se retornan a tejeduría, estas se reutilizan hasta 3 o 4 veces, ayudando a disminuir la cantidad de bolsas que compramos. Posteriormente, cuando se encuentran en mal estado, se envían al centro de acopio para su adecuada disposición.



Bolsas de rollos y tubos: una vez completado el proceso en el área de corte, se reintegran las bolsas y tubos al proceso de acabados, lo cual ayuda a darle un mayor reúso a este material.



Contenedores: retornamos a nuestros proveedores los contenedores de sustancias químicas: bidones y canecas, en el 2021 se retornaron 25 Ton de estos materiales.



Conos de cartón: reutilizamos los conos de cartón de Colhilados para re-enconar la materia prima, y los conos plásticos se regresan a la planta de Colhilados para ingresar nuevamente en su proceso productivo.



Tubos de cartón: para las máquinas de tela abierta realizamos la adquisición de tubos de cartón más resistentes, lo cual ayuda a que permanezcan más tiempo en el proceso y se disminuye la compra constante de este material.



Cajas de cartón: recuperamos las cajas de cartón provenientes de nuestros procesos que están en buen estado y las enviamos al centro de distribución, esto ayuda a dar mayor circularidad en los procesos y a disminuir la compra de cajas nuevas.



Ganchos: una vez acabada su vida útil son entregados a nuestro proveedor para que estos entren de nuevo como materia prima y se vuelvan ganchos nuevos. En 2021 logramos volver a integrar 54 toneladas de Polipropileno para fabricar nuevos ganchos.



También contamos con campañas permanentes que permiten a nuestros colaboradores hacer una mejor disposición de sus residuos y a su vez apoyar causas sociales

Recolección de RAEES para la fundación puntos verdes.

Recolección de botellas con material de empaque flexible para la Fundación botellas llenas de amor.

Recolección de tapas plásticas para diferentes fundaciones que apoyan a pacientes con cáncer.

Nuestro aliado estratégico de Armenia, hacemos compostaje de los residuos orgánicos que generamos en la sede.





6.6 Nuestras tiendas

En nuestras tiendas propias, le apostamos a la ecoeficiencia a través de las siguientes iniciativas:



Ahorro de energía: equipos de cómputo con un 89% de eficiencia energética.



Ahorro de agua: dispensador de agua ofrece agua 99% pura sin químicos ni residuos, adicionalmente es de bajo consumo, teniendo un consumo de un 14% menos con respecto a otros que ofrece el mercado.



Iluminación: tipo LED de alta tecnología, tenemos nuestras tiendas mejor iluminadas por un consumo menor del 27% con respecto a la utilizada hace tres años.



Aires acondicionados: cuentan con un control de ahorro energético y usan refrigerante R410A amigable con el medio ambiente. Implementamos equipos que utilizan refrigerante 410, el cual es amigable con el medio ambiente, no es tóxico ni inflamable. Usamos Termóstatos PRO 8000, los cuales nos permiten tener una programación diaria del horario de encendido y apagado, y garantizar que el sistema esté apagado cuando la tienda no tenga operación.



Pinturas: en polvo con un aprovechamiento de un 99% evitando desperdicios contaminantes para nuestro muebles con componentes metálicos, usamos pinturas en polvo, las cuales se aplican en cabinas ecológicas que permiten reutilizar material en polvo (99%), así como también el curado de la pintura se realiza con tecnología infrarroja que además de ser eficiente energéticamente no requiere el quemado de combustible fósil.



Madera sustentable: 100% tableros y enchapes utilizados en nuestros muebles provienen de plantaciones forestales de las especies pino y eucalipto principalmente, debidamente registradas y controladas.



Reusar: tenemos un sistema logístico y de almacenamiento del mobiliario que nos permite reutilizar constantemente nuestros muebles.

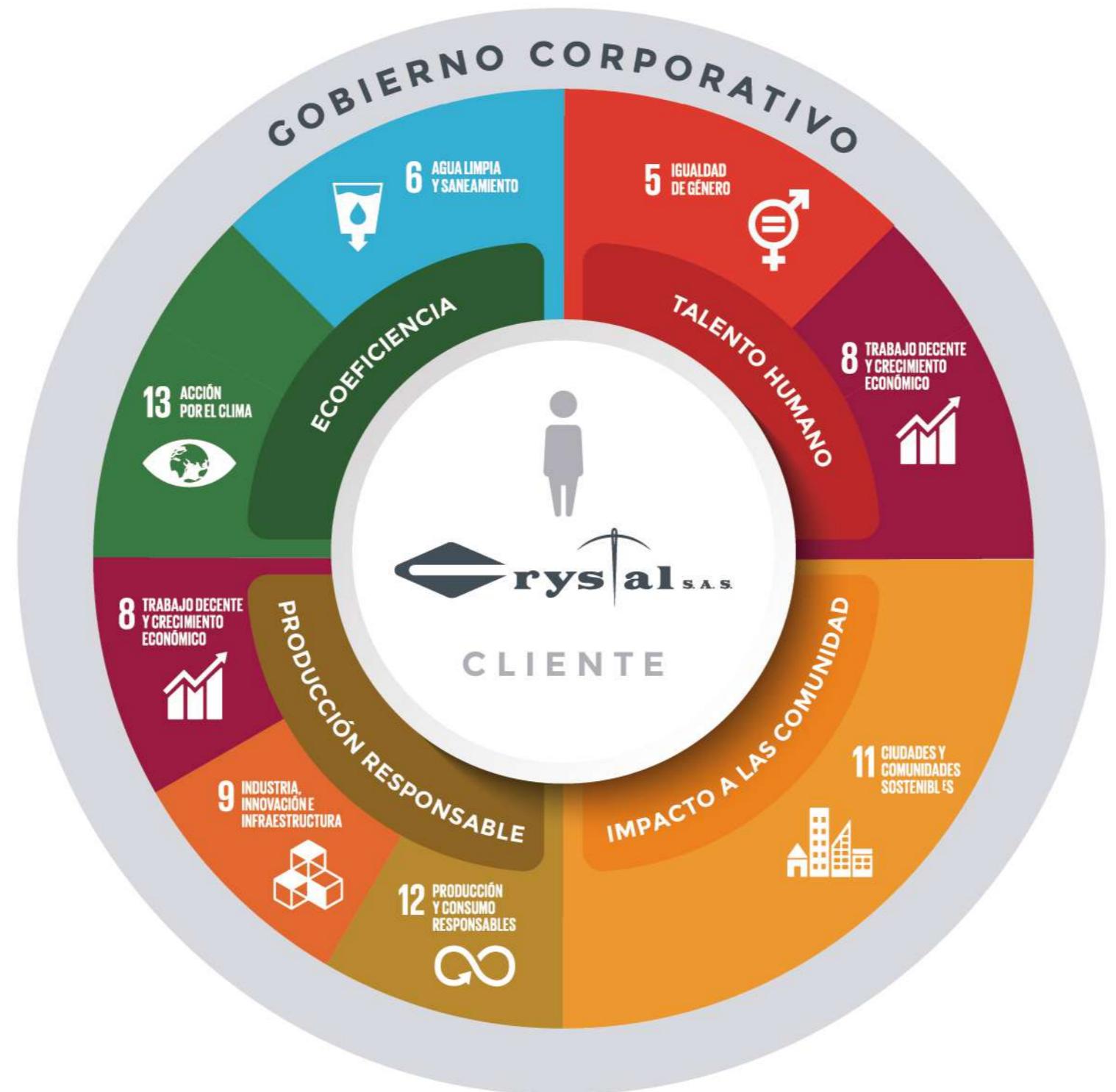


Materiales de construcción: cada una de nuestras tiendas las construimos aproximadamente en un 35% en Sistema constructivo en seco (drywall). Reduce considerablemente el consumo de agua y los residuos generados en obra.



Pisos: tipo vinilo en rollo amigables con el medio ambiente libre de ftalato (compuestos químicos que se utilizan para ablandar vinilo) material 100% reciclable, y fabricado con productos 20% reciclados





ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI CRYSTAL S.A.S

CONTENIDOS GENERALES			
ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (Capítulo - sección)	PÁGINA
Perfil de la organización			
102-1	Nombre de la organización	Conoce a Crystal	6
102-2	Actividades marcas y productos	Modelo de negocio	8
102-3	Ubicación de la sede	Conoce a Crystal	6
102-4	Ubicación de las operaciones	Conoce a Crystal	6
102-6	Mercados servidos	Modelo de negocio	8
102-7	Tamaño de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios ofrecidos)	Principales cifras	6
102-8	Información de empleados	Principales cifras	6
102-10	Cambios significativos	No se presentaron cambios significativos ya que esta es la primera memoria de sostenibilidad de la compañía	
Estrategia			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Mensaje del presidente	4
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Mensaje del presidente	4
Ética e Integridad			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización	Estrategia y sostenibilidad	11
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Gobierno Corporativo	17
Gobernanza			
102-18	Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del órgano superior de gobierno	Gobierno Corporativo	17
102-19	Proceso de delegación de la autoridad para temas económicos, ambientales y sociales del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo	17
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Gobierno Corporativo	17
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Gobierno Corporativo	17
120-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo	17
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo	17
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	Gobierno Corporativo	17
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Gobierno Corporativo	17
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del Riesgo	Gobierno Corporativo	17
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Acerca del reporte	3

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI CRYSTAL S.A.S

CONTENIDOS GENERALES			
ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (Capítulo - sección)	PÁGINA
Participación de los grupos de interés			
102-40	Lista de los grupos de interés de la organización	Grupos de interés	16
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Grupos de interés	16
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Grupos de interés	16
102-44	Temas y preocupaciones clave	Grupos de interés	16
Prácticas para la elaboración del informe			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros	Crystal SAS	
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Análisis de materialidad	15
102-47	Lista de temas materiales	Análisis de materialidad	15
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No se presentaron cambios en la elaboración del informe	
102-50	Periodo objeto del informe	Acerca del reporte	3
102-51	Fecha del último informe	Acerca del reporte	3
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Acerca del reporte	3
102-53	Punto de contacto para resolver dudas que puedan surgir sobre el contenido del reporte	Acerca del reporte	3
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Acerca del reporte	3
102-55	Índice de contenidos GRI	Anexos	
CONTENIDOS ESPECÍFICOS			
Talento Humano			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Talento Humano	19
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Talento Humano	19
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Talento Humano	19
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Talento Humano	19
403-3	Servicios de salud en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	23
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	Salud y seguridad en el trabajo	23
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	23
403-9	Lesiones por accidente laboral	Salud y seguridad en el trabajo	23
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Salud y seguridad en el trabajo	23
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Talento Humano	21
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Talento Humano	21
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Talento Humano	21

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI CRYSTAL S.A.S

CONTENIDOS GENERALES			
ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (Capítulo - sección)	PÁGINA
Impacto en las comunidades			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Impacto en las comunidades	25
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto en las comunidades	25
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto en las comunidades	25
Clientes			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Clientes	27
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Clientes	27
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Clientes	27
Producción responsable			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Producción responsable	29
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Producción responsable	29
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Producción responsable	29
Ecoeficiencia			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Ecoeficiencia	33
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Ecoeficiencia	33
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Ecoeficiencia	33
306-3	Residuos generados	Ecoeficiencia	36
303-3	Captación de agua	Ecoeficiencia	35
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Ecoeficiencia	34



crystal s.a.s.

