

Informe de sostenibilidad 2021

# 80 años creando valor compartido



## Contenido

### 03 Carta del Presidente

### 04 Hechos que cumplen sueños 2021

### 06 Somos Auteco SAS

80 años impulsando el progreso  
Nuestra estrategia

### 11 Liderazgo y comportamiento ético

Gobierno corporativo  
Ética y transparencia

### 15 El camino hacia la sostenibilidad

Relacionamiento con grupos de interés  
Análisis de materialidad  
Estrategia de sostenibilidad  
Contribución a los Objetivos  
de Desarrollo Sostenible

### 21 Nuestra gente

Equipo de clase mundial  
Salud y seguridad en el trabajo

### 32 Experiencia del cliente

Estrategia comercial  
Una nueva experiencia digital  
Satisfacción de usuarios

### 37 Innovación, eficiencia y productividad y desempeño ambiental

Innovación  
Eficiencia y productividad  
Calidad del producto  
Desempeño ambiental

### 48 Relacionamiento estratégico

Relación con los aliados  
estratégicos  
Cadena de valor  
Dinámicas públicas

### 53 Impacto a la sociedad

Movilidad segura  
Contribución a la sociedad

### 56 Tabla GRI

## Sobre el Informe

**(102-45, 102-50, 102-52, 102-54)** Este informe presenta los resultados de Auteco SAS Colombia, en el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2021. Se ha elaborado siguiendo los lineamientos del estándar *Global Reporting Initiative*, en su versión esencial.

**(102-46)** Los contenidos reflejan los proyectos emprendidos durante el año en mención y representan nuestro propósito de continuar impulsando el progreso que hemos fomentado durante 80 años de trayectoria en el país. Además, muestran los impactos sociales, ambientales y económicos de las operaciones de la empresa. La estructura responde a los asuntos y a nuestra estrategia de sostenibilidad.

Los valores numéricos son presentados en enteros, utilizando puntos (.) para separar miles y comas (,) para los decimales. Las cifras monetarias son expresadas en pesos colombianos.

**(102-53)** Para más información comunicarse con la Jefatura de Sostenibilidad: [responsabilidadesocial@auteco.com.co](mailto:responsabilidadesocial@auteco.com.co)



**Superar estos retos no hubiera sido posible sin nuestro talento humano, un equipo de trabajo que cada vez se consolida más.**

## Carta del presidente

# Auteco SAS vive un nuevo momento histórico: la celebración de sus primeros 80 años creando valor compartido

**(102-14)** Durante el año 2021, integramos de manera sólida la **creación de valor compartido en nuestra estrategia**, construyendo relaciones sostenibles con nuestros aliados de negocios y concentrando nuestros esfuerzos en desarrollar una serie de habilidades nuevas, en donde se mezclaron capacidades estratégicas, digitales, comerciales, operacionales, fabriles, de servicios y, sobre todo, de adaptabilidad al cambiante entorno.

**Comprometidos con los más de 150 socios comerciales, quienes durante años se han enfocado en capturar el corazón de miles de motociclistas en Colombia**, los acompañamos, no solo en la transición a la marca TVS, sino también en el desarrollo de buenas prácticas de gobierno corporativo y manejo ambiental, integrando de forma decidida a uno de los grupos de interés más importantes de nuestra estrategia de negocio.

**Sobre nuestras marcas, hemos consolidado un portafolio más competitivo, lo que nos permitió en menos de un año duplicar la participación de mercado de TVS y lograr el registro histórico de 10.000 unidades exportadas al mercado colombiano para las marcas de alta gama**, con

**crecimientos en ventas del 60% en KTM y del 120% en Husqvarna.**

Convencidos de los cambios acelerados en los patrones de comportamiento del usuario digital, seguimos enfocados en mejorar el viaje del cliente con nuestra experiencia de marca, logrando que más de 30 socios comerciales adoptaran el sitio web de Auteco SAS. Además, como estrategia de innovación y adopción de nuevas tecnologías, migramos toda nuestra infraestructura tecnológica a la nube, lo que nos habilitará el desarrollo ágil y flexible de proyectos que buscan el beneficio para nuestros clientes.

**Así mismo, consolidamos nuestra operación industrial en la ciudad de Cartagena**, instalando una segunda línea de ensamble en nuestra fábrica, logrando eficiencias logísticas y operacionales, donde la premisa principal fue la seguridad de nuestros colaboradores.

De otro lado, incluimos con rigor y disciplina en nuestra agenda la prosperidad económica, desarrollamos iniciativas que promueven la responsabilidad ambiental a largo plazo y **firmamos el acuerdo de voluntades Colombia Carbono Neutral con el Ministerio de Medio Ambiente**, reafirmando una vez más

nuestro compromiso de ser **carbono neutro en el 2022** y **alcanzar la certificación de "Basura Cero"**.

Superar estos retos no hubiera sido posible sin nuestro talento humano, un equipo de trabajo que cada vez se consolida más en el viaje de ser reconocido por adaptar y adoptar buenas prácticas de negocio, creando un ambiente de trabajo que se basa en la confianza, creencia que potencializa la innovación, la inteligencia colectiva y el desempeño.

**Nuestra consolidación como una organización que ofrece un servicio confiable de clase mundial con resultados sostenibles**, requerirá esfuerzos adicionales, dedicación y mucho trabajo, pero definitivamente es el camino para generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, verdaderamente rentables y difícilmente replicables por la competencia.

**Carlos Hernando Durán**

Presidente de Auteco SAS

# Hechos que cumplen sueños



## Consolidamos nuestra planta de Cartagena

como polo industrial  
de la compañía.

## Celebramos 80 años

liderando la movilidad en Colombia.



## Inauguramos una segunda línea de producción

que **augmenta** la **capacidad de ensamble**  
en la planta de Cartagena.

**Redujimos en 20% nuestra  
huella de carbono en  
2021.** Además, firmamos el  
**acuerdo de voluntades del  
"Programa Nacional de Carbono  
Neutralidad"**, liderado por el  
Ministerio de Medio Ambiente y  
Desarrollo Sostenible, en pro de  
seguir trabajando por nuestra  
**meta** de ser **carbono neutro** para  
el año 2022.





**Tuvimos 1.884 reproducciones** de los episodios de "En la vía te cuidas" en formato pódcast en 2021.



**Participamos del programa "Empresarios por la vacunación".** A través de este **inmunizamos, al 100% de los colaboradores** en su primera dosis, con el fin de lograr un **regreso seguro** a las operaciones.

**Renovamos el portafolio** con el **lanzamiento de 14 nuevos modelos** y toda la línea de **repuestos** de la marca **TVS**.



**Recibimos un reconocimiento de parte del Congreso de la República** por la contribución a la **innovación** y al **progreso de los colombianos**. Carlos Vásquez, actual Presidente de la Junta Directiva y quien fue Presidente de Auteco, durante 34 años, fue el encargado de recibirlo.



Carta del  
Presidente

Hechos  
que cumplen  
sueños

**Somos  
Auteco SAS**

Liderazgo  
y comportamiento ético

El camino hacia  
la sostenibilidad

Nuestra  
gente

Experiencia  
del cliente

Innovación, eficiencia,  
productividad  
y desempeño ambiental

Relacionamiento  
estratégico

Impacto  
a la sociedad

Tabla  
GRI



# 01

## **Somos Auteco SAS**

80 años impulsando el progreso

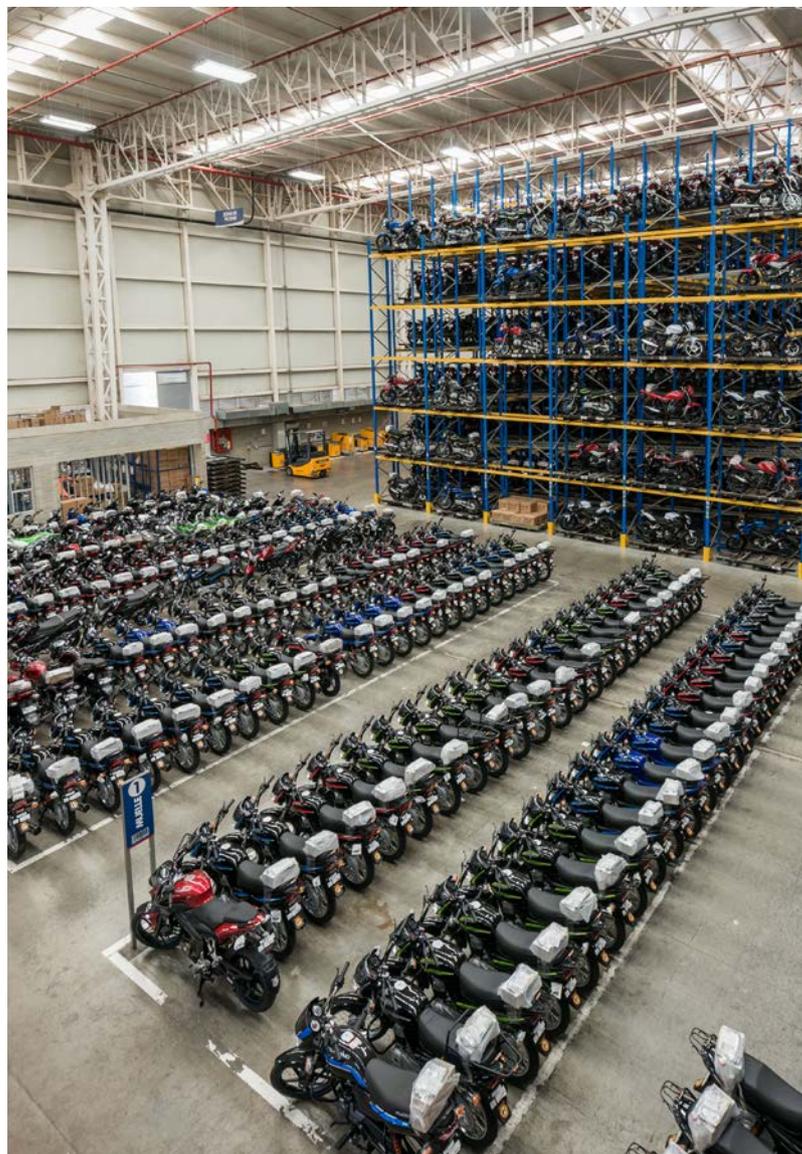
**Nuestra estrategia**

**Somos líderes en Colombia  
y pioneros en la industria,  
ofreciendo a nuestros clientes  
un servicio de clase mundial**

**(102-1) (102-2) (102-5)** Entregamos soluciones de movilidad a través de **modelos emblemáticos**, un **servicio oportuno** y una amplia gama de **repuestos y accesorios** que satisfacen las necesidades de transporte, recreación y trabajo.

**(102-10) (102-4) (102-6) (102-7)** En 2021, consolidamos nuestra actividad industrial en la planta de **Cartagena**, instalando una **segunda línea de producción y realizando el ensamble de KTM y Husqvarna**. Las oficinas administrativas se encuentran en Itagüí y nuestra presencia en el país está marcada por un amplio respaldo en salas de ventas, centros de servicio autorizado y almacenes de repuestos y accesorios.

Desde 1941 <<  
llevamos  
**progreso a los  
colombianos**,  
entregando  
**soluciones  
de movilidad**  
a través de  
modelos  
emblemáticos.



**En 2021**

Participación en el mercado:

**71.173**  
motocicletas vendidas

**61.978**  
motocicletas vendidas

**TVS** 

**8.097**  
motocicletas vendidas

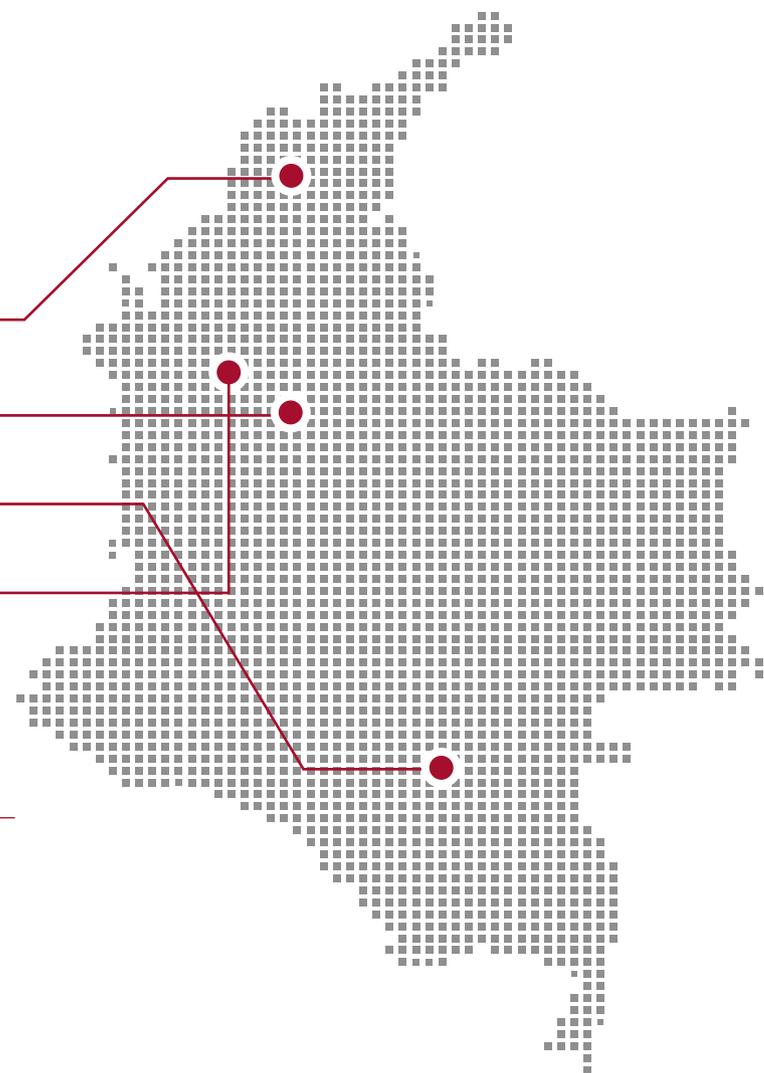
**KTM**

**1.098**  
motocicletas vendidas

  
**Husqvarna**  
MOTORCYCLES

## Presencia en el país

Región	Salas de venta	Centros de servicio autorizado	Canal de venta de repuestos
Norte	135	115	568
Centro	152	130	611
Sur	144	140	434
Antioquia	90	87	390
<b>Total</b>	<b>521</b>	<b>472</b>	<b>2003</b>



## Marcas que comercializamos:



- Motos
- Repuestos
- Lubricantes



- Motos
- Repuestos
- Accesorios



- Motos
- Repuestos
- Accesorios



- Lubricantes
- Línea cosmética para el cuidado de la moto

## El camino hacia la transformación digital



La tecnología es nuestro vehículo para realizar mejoras y lograr eficiencias en productos, servicios y procesos. Por esto, diseñamos una **estrategia de transformación digital** encabezada por tres frentes: **cadena de suministro, empleado y consumidor.**

Para ello, creamos nuevas capacidades dentro de los equipos de trabajo, vinculamos nuevos talentos a la compañía e **implementamos tecnologías** que apalancan los procesos y el logro de los **objetivos estratégicos.**



>> En 1954 pasamos de importar motocicletas a ensamblarlas con la icónica **motoneta Lambretta** en Medellín.

## 80 años haciendo historia

En 1941, Paúl Vásquez creó una estación de gasolina y un almacén de repuestos. Estas dos acciones dieron origen a **Auteco**, una empresa que se empezó a construir importando las **primeras motocicletas en 1945**. Ocho décadas después, recorrimos un largo camino, representamos grandes marcas e impulsamos el sector automotriz en Colombia.

Tras ocho décadas creando **modelos emblemáticos** que han impulsado el progreso en Colombia, hoy somos una compañía que se consolida hacia el futuro, con cerca de **700 colaboradores** y más de **520 puntos de venta**. Trabajamos junto a grandes aliados estratégicos que nos permiten ensamblar tecnología y calidad superior, como son **TVS, KTM y Husqvarna**.

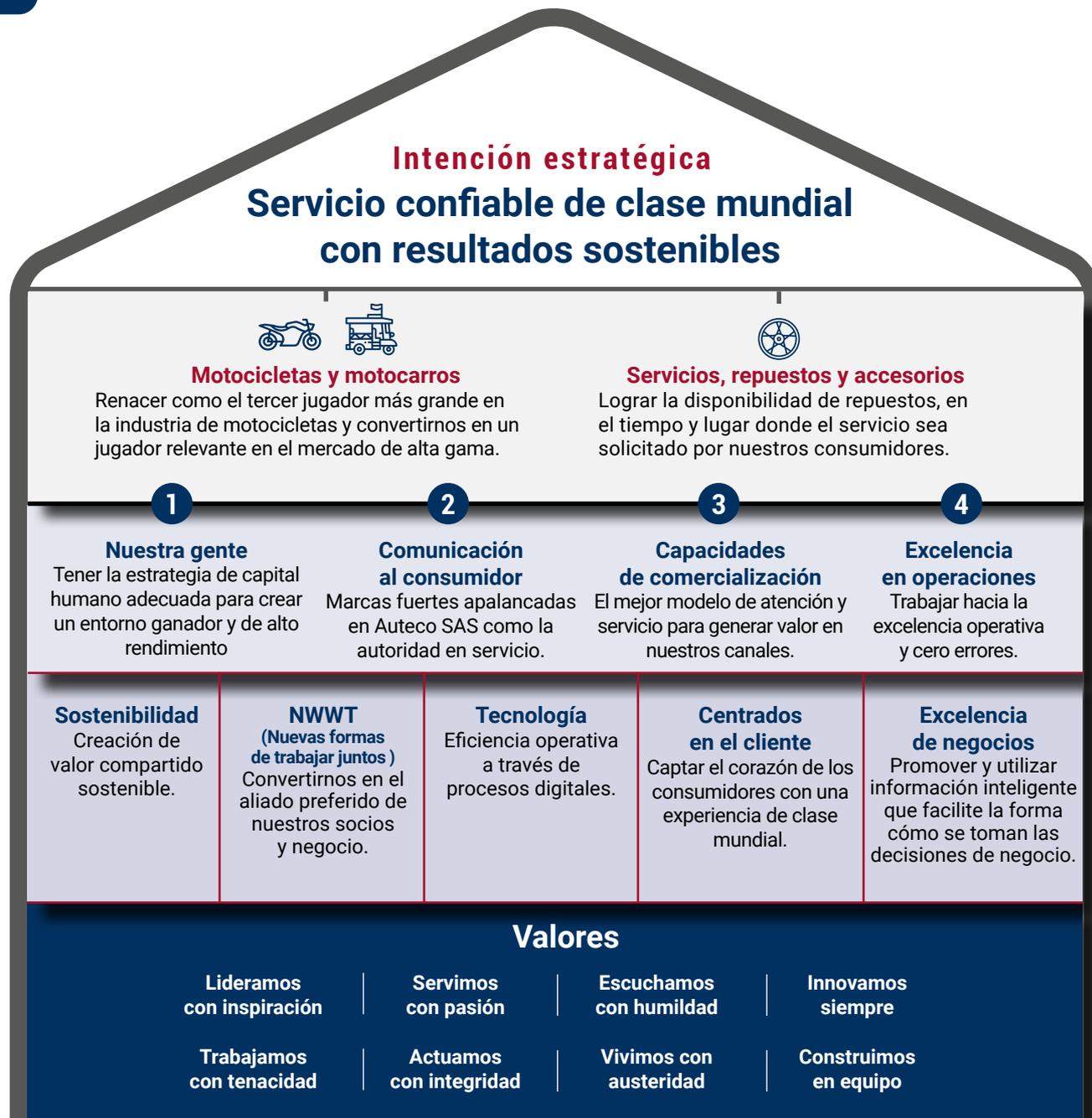
Nuestro portafolio nos permite tener motocicletas para todos los colombianos como la **TVS**; y para los amantes de la aventura, la velocidad y el desempeño superior, las marcas **KTM y Husqvarna**.

En 1961, obtuvimos la primera licencia de ensamble y fabricación de motocicletas en Colombia, otorgada por el Gobierno Nacional.

Ensamblamos motocicletas que han conquistado el corazón de los colombianos, con modelos emblemáticos de diferentes marcas.

## Nuestra estrategia

Gracias al talento, compromiso y pasión de nuestros trabajadores tenemos resultados excepcionales, superamos retos, somos líderes, innovamos, nos adaptamos a las transformaciones de la industria y cumplimos nuestra promesa por la calidad y el servicio confiable.



# 02

## Liderazgo y comportamiento ético

Gobierno corporativo

Ética y transparencia

Contamos con un modelo de gobierno que brinda directrices claras en la toma de decisiones y favorece los procesos de control interno y de rendición de cuentas.

## Gobierno corporativo

**(102-18) La Junta Directiva**, como máximo órgano de gobierno, tiene como función elegir al presidente y a sus suplentes, autorizar las decisiones que superan la capacidad jurídica de los representantes legales y asesorar en la toma de decisiones a la administración.

**(102-22, 102-24)** Se encuentra conformada por cinco miembros que ejercen su labor durante un año, contado a partir de su primera reunión. Por la naturaleza de nuestro modelo de gobierno, estos consejeros de junta son de libre nombramiento y remoción.

**(102-19, 102-20)** El máximo órgano de gobierno delega la toma de decisiones económicas, sociales y ambientales al presidente, quien desarrolla sus funciones desde direcciones comerciales, de talento humano, financieras, jurídicas y tecnológicas.



**Contamos con un modelo de gobierno que brinda directrices claras en la toma de decisiones y favorece los procesos de control interno y de rendición de cuentas.**

**(102-20)** El presidente, a través del comité estratégico, delega la toma de decisiones sociales, ambientales y económicas claves para la gestión de la organización.

Nuestro **comité estratégico** está conformado por:



**Carlos Durán**  
Presidente



**Juan Camilo Gómez**  
Gerente Jurídico



**Adalgiza Forero,**  
Gerente de Talento Humano



**José Ignacio Rojas**  
Director comercial y de Mercado



**Jorge Cadavid,**  
Gerente de TI



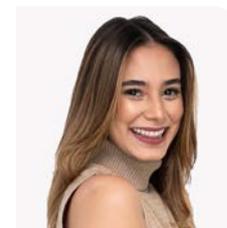
**Juan Felipe Serna,**  
Gerente de Desarrollo de Aliados Estratégicos



**Juan David Álvarez**  
Director de Operaciones



**Catalina López**  
Gerente de Contraloría



**Diana Alejandra Escobar,**  
Jefe de Gestión Estratégica



**Alejandro Cadavid**  
Director Financiero



**Carlos Andrés Rodríguez**  
Gerente de Felicidad y Desarrollo Humano

## Ética y transparencia

**(102-16)** El comportamiento ético, enmarcado en **estándares de transparencia y cumplimiento**, hace parte de nuestra cultura organizacional. Desde la alta dirección trabajamos continuamente por **afianzar los valores** que nos mueven a ser mejores:

1. Lideramos con inspiración.
2. Servimos con pasión.
3. Escuchamos con humildad.
4. Innovamos siempre.
5. Trabajamos con tenacidad.
6. Actuamos con integridad.
7. Vivimos con austeridad.
8. Construimos en equipo.

**(102-17)** Para garantizar que se cumplan los estándares de comportamiento, contamos con códigos que orientan las decisiones:

- a. Política de custodia de los valores de Auteco SAS.
- b. Reglamento interno de trabajo.
- c. Programa de ética empresarial y soborno transnacional.
- d. Política y manual para sistema de autocontrol y gestión del riesgo integral del lavado de activos, financiación del terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva.

**(205-2)** Para afianzar la aplicación de estos códigos y procedimientos, el 13 de agosto de 2021 dictamos una capacitación enfocada en el sistema de autocontrol, prevención y gestión de riesgos contra el lavado de activos, financiación al terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva.

Además, nuestros colaboradores y cualquier grupo de interés pueden expresar preocupaciones y denunciar conductas no éticas e ilícitas en la organización, de forma anónima a través de los siguientes canales:



✓ El 100% de nuestros empleados recibieron una capacitación enfocada en el Sistema de Autocontrol, Prevención y Gestión de Riesgos (LAFT).

### CANALES DE COMUNICACIÓN:



**Línea ética 0180007522222**



**etica.auteco@resguarda.com**, administrada por un externo imparcial, que recibe denuncias anónimas de los empleados, socios comerciales y proveedores.



**Buzones físicos** en siete puntos estratégicos de nuestras instalaciones.



**Talento Humano.**

# 03

## El camino hacia la sostenibilidad

Relacionamiento  
con grupos de interés

Análisis de materialidad

Estrategia de sostenibilidad

Contribución a los Objetivos  
de Desarrollo Sostenible

Construimos una estrategia  
de sostenibilidad con la que  
generamos valor compartido  
y creamos los mecanismos  
para promover el progreso.

## Relacionamiento con grupos de interés

(102-40) (102-42) (102-43) (102-44) Identificamos, priorizamos y caracterizamos a nuestros grupos de interés. Utilizamos una metodología de influencia y dependencia siguiendo el **estándar AA1000 AS (Assurance Standard)** por **Accountability**. Este ejercicio nos permitió identificar las vías de comunicación con cada uno.

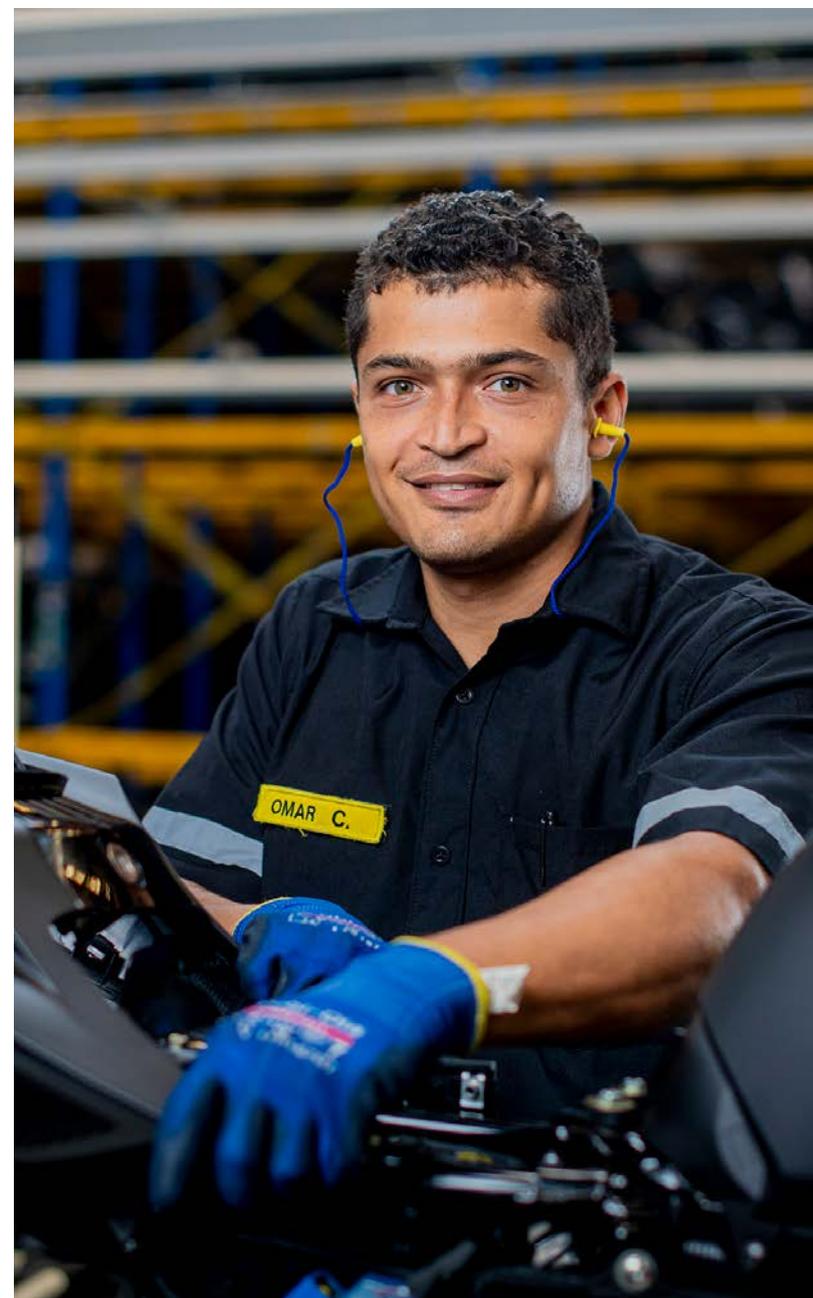
- Empleados.
- Aliados estratégicos.
- Socios comerciales.
- Comercializadores de repuestos.
- Proveedores PIN (Porcentaje de Integración Nacional).
- Entidades gubernamentales.
- Usuarios.
- Accionistas.
- Proveedores de bienes y servicios.
- Gremios.
- Comunidades.
- Líderes de opinión.
- Otros actores de la movilidad.



**Escanea este código QR**  
para conocer más sobre nuestras  
estrategias de relacionamiento y los  
temas de interés de cada grupo.

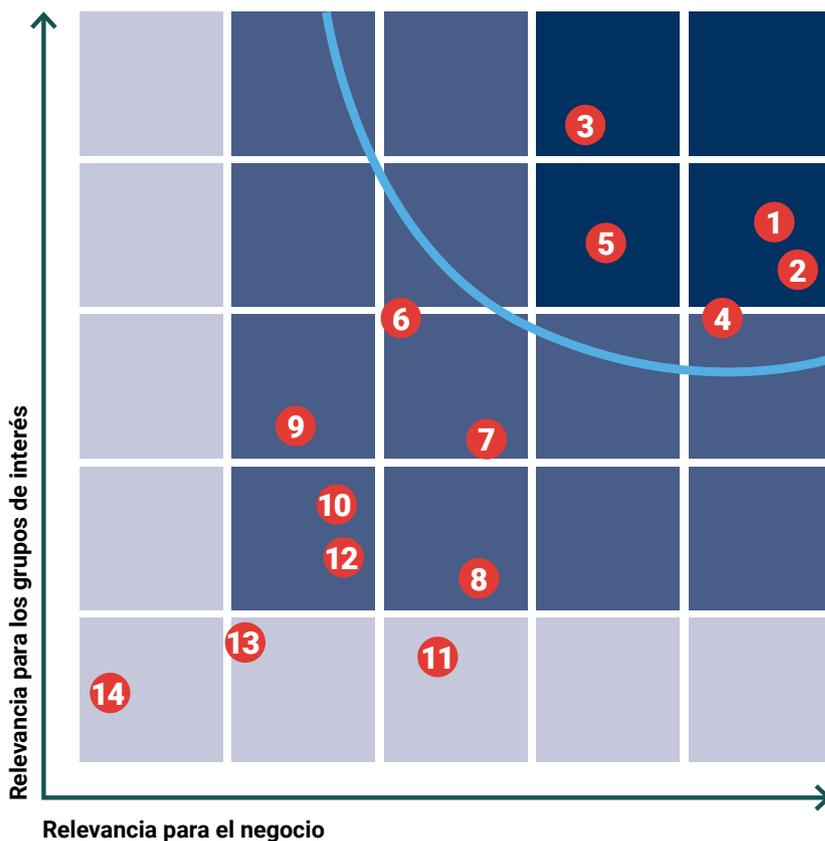
**En 2021, realizamos una autoevaluación a nuestras prácticas de sostenibilidad**, utilizando como método de comparación diferentes referentes a nivel nacional e internacional. En esta autoevaluación obtuvimos un puntaje del 75,8%, lo que nos sitúa en un nivel de desempeño medio alto. Gracias a este ejercicio, **identificamos como fortalezas el relacionamiento con nuestros clientes, el desarrollo del talento y las prácticas de calidad e innovación en productos**. Identificamos también las oportunidades de mejora que harán parte de nuestra hoja de ruta en los próximos años para continuar generando valor compartido con nuestros grupos de interés.

▼  
Como  
compañía,  
buscamos  
**construir**  
**relaciones**  
**productivas**  
que nos  
permitan  
generar valor  
**compartido**



## Análisis de materialidad

(102-46, 102-47) Elaboramos el análisis de materialidad siguiendo los **estándares del Global Reporting Initiative (GRI)**, que nos permiten tener en cuenta las expectativas de los grupos de interés y los **impactos** de la **estrategia de negocio**. Además, identificamos los focos de trabajo y temáticas que nos permiten **generar valor** a la **sociedad** y a nuestros **accionistas**.



### Asuntos materiales

1. Gestión de nuestra gente.
2. Relacionamiento estratégico.
3. Gestión de clientes.
4. Innovación, eficiencia, productividad y sostenibilidad ambiental en los procesos.
5. Impacto en la sociedad.

### Asuntos monitoreo

1. Posicionamiento.
2. Ética empresarial.
3. Cultura de la sostenibilidad.
4. Producción responsable.
5. Cambio climático.
6. Cumplimiento normativo y contractual.
7. Gestión de riesgos.
8. Gestión social.
9. Derechos humanos.



En el cuerpo del informe se verá reflejada **la gestión y los resultados obtenidos** para estos focos de trabajo, al igual que los retos futuros para el cumplimiento de los propósitos en cada uno de los pilares.

## Estrategia de Sostenibilidad



**Para recorrer miles de kilómetros, generamos valor compartido con los grupos de interés; así cumplimos objetivos organizacionales, promovemos el desarrollo y permanecemos en el tiempo.**



### Gestión de nuestra gente

Atraemos, retenemos y desarrollamos el mejor talento para maximizar su potencial y apalancar el cumplimiento de los objetivos organizacionales.



### Relacionamiento estratégico

Con nuestros aliados estratégicos (TVS, KTM y Husqvarna), proveedores y autoridades construimos relaciones que se basan en la transparencia, con el propósito de buscar el beneficio mutuo y el logro de resultados.



### Experiencia de clientes

Gestionamos las necesidades y expectativas de los clientes y usuarios para transformarlas en un servicio confiable de clase mundial, tanto en la venta como en la posventa.



### Innovación, eficiencia, productividad y sostenibilidad ambiental de los procesos

Nos transformamos de manera permanente para mejorar productos y procesos, buscando ser más eficientes, reducir el impacto ambiental de la fabricación y el uso de las motocicletas.



### Aporte a la sociedad

Estamos comprometidos con el progreso y bienestar de la sociedad. Implementamos estrategias de movilidad segura e inversión social con propósito.

## Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible



### ODS 3 Salud y bienestar

Aportamos al cumplimiento de programas de educación y seguridad vial, formando a 2.018 personas.

Así, **logramos la meta 3,6 donde promovimos un mejor comportamiento entre los actores viales.**

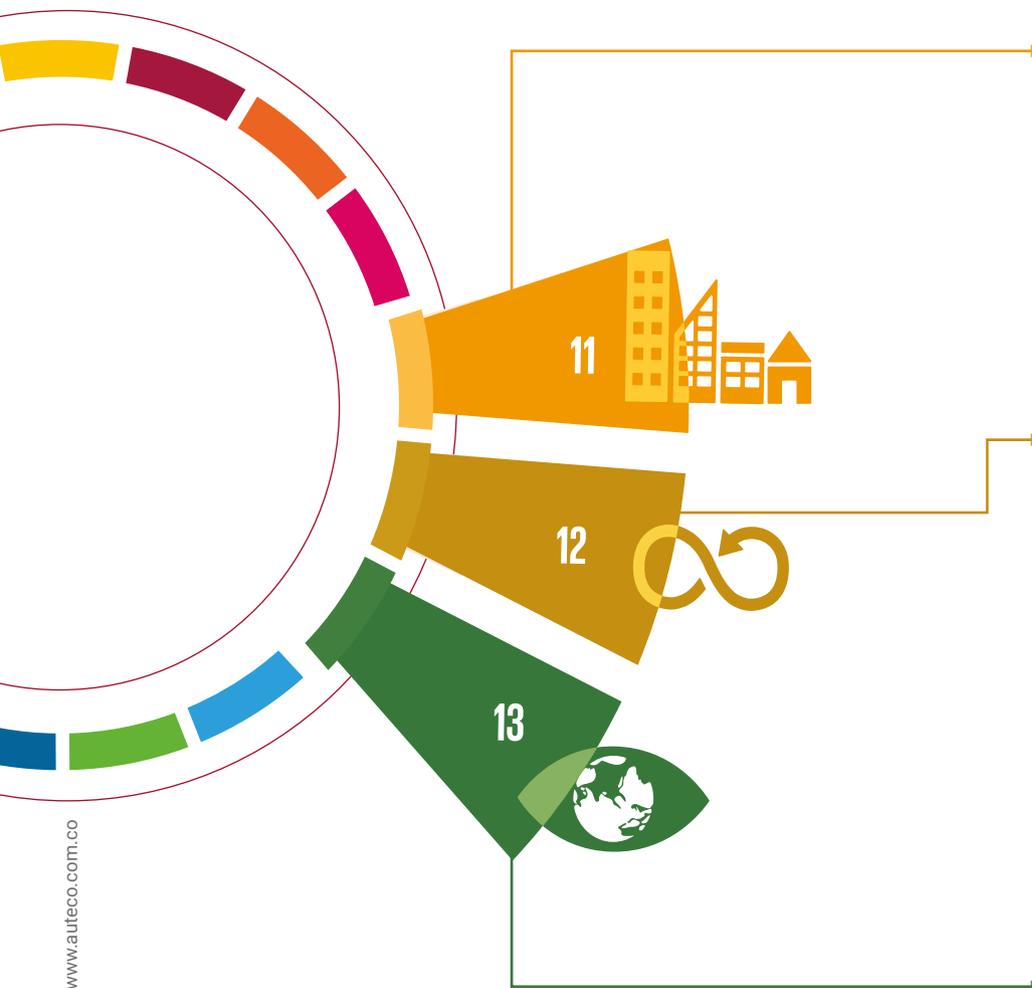
### ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico

Aportamos al cumplimiento de **la meta 8,3** a través de:

- La creación de 564 empleos directos.
- El **apoyo a las pequeñas y medianas empresas** de nuestra red de socios comerciales que crean puestos de trabajo formales.
- Durante el segundo año de la pandemia, realizamos acompañamiento y acuerdos de pago con los socios comerciales, para **facilitar el cumplimiento de los compromisos financieros** sin comprometer la estabilidad de la empresa.
- Aportamos al cumplimiento de la **meta 8,8 con los programas de Salud y Seguridad en el trabajo**, con el fin de ofrecer condiciones laborales seguras. Esto nos permitió disminuir el ausentismo, pasando del **3,53% en el 2020 al 2,73% en el 2021.**

### ODS 9 Industria, innovación e infraestructura

Por medio del trabajo realizado con los proveedores del **Porcentaje de Integración Nacional (PIN)**, contribuimos al cumplimiento de la **meta 9.2**, fomentando una industria inclusiva y sostenible y desarrollando capacidades en estos proveedores. Aportamos al cumplimiento de la **meta 9.3** con el apoyo a los proveedores de la Red de Ensamble. Esto lo hicimos con el **programa Prometeo de Bancolombia**, logrando la financiación de **\$2.450 millones** para la sostenibilidad financiera y atención a la crisis derivada por la pandemia de la COVID-19.



### ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles

Contribuimos al logro de la **meta 11.2** a través de los atributos y características de seguridad que tiene nuestro portafolio:

#### Así mejoramos las condiciones de seguridad del usuario

- **61%** de las motocicletas cuenta con **frenos ABS**, **15%** con **frenos CBS** (de frenado combinado).
- **98%** con **encendido de luces automático** (AHO por sus siglas en inglés).
- **71%** con **luces de circulación** diurna (DRL por sus siglas en inglés).

### ODS 12 Producción y consumo responsables:

- Aportamos al cumplimiento de la **meta 12.2** a través, de los programas de eficiencia energética que nos permite **disminuir nuestra huella de carbono** en un 20%.
- El programa **Basura cero** nos permite aportar al cumplimiento de la **meta 12.5** al disminuir la generación de desechos mediante el aprovechamiento y la disposición adecuada que favorecen la reutilización y el reciclaje de 97% de los residuos que generamos y elementos en desuso.
- **Aportamos al cumplimiento de la meta 12.6, reportando los resultados anuales y el impacto sobre la estrategia de sostenibilidad de la empresa con la elaboración anual del Informe de Sostenibilidad.**

### ODS 13 Acción por el clima

Por medio de la adhesión al **"Programa Nacional de Carbono Neutralidad"** del Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, **aportamos al cumplimiento de las metas 13.2 y 13.3**, con el desarrollo de estrategias que nos llevarán a ser carbono neutro en el 2022 e incorporando medidas para mitigar, adaptarnos y aumentar nuestra resiliencia frente al cambio climático.

Carta del  
Presidente

Hechos  
que cumplen  
sueños

Somos  
Auteco SAS

Liderazgo  
y comportamiento ético

El camino hacia  
la sostenibilidad

**Nuestra  
gente**

Experiencia  
del cliente

Innovación, eficiencia,  
productividad  
y desempeño ambiental

Relacionamiento  
estratégico

Impacto  
a la sociedad

Tabla  
GRI



# 04

## Nuestra gente

**Nuestro equipo**

**Salud y seguridad en el trabajo**

Nuestro equipo está conformado por personas apasionadas que desde su humildad y valores, nos enseñan a diario lo valioso que es contar con ellos.

## Nuestro equipo



2021

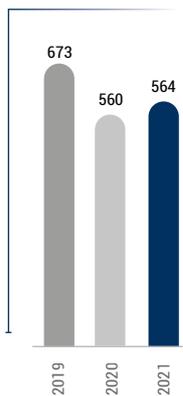
**564**

Número total de empleados

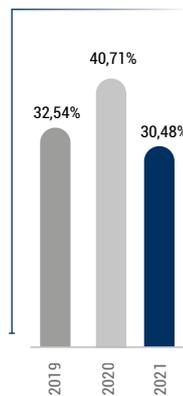
(102-8)

Nuestra gente es el pilar de la estrategia. Así está conformado el equipo.

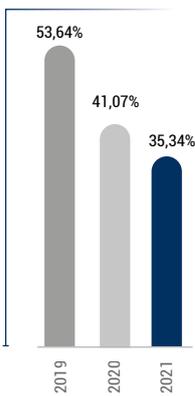
Número total de empleados



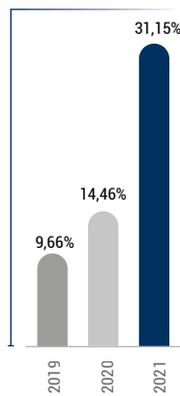
% de empleados a término indefinido



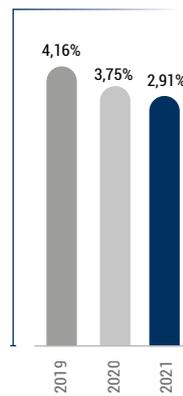
% de empleados a término fijo



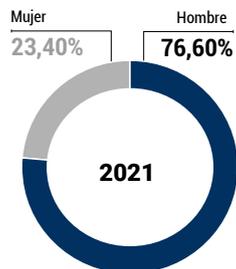
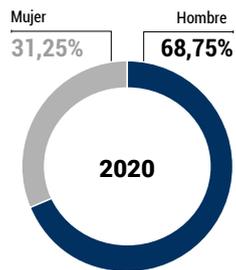
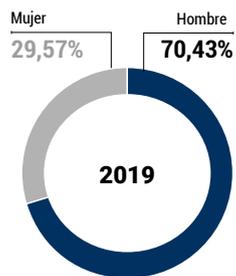
% de empleados temporales



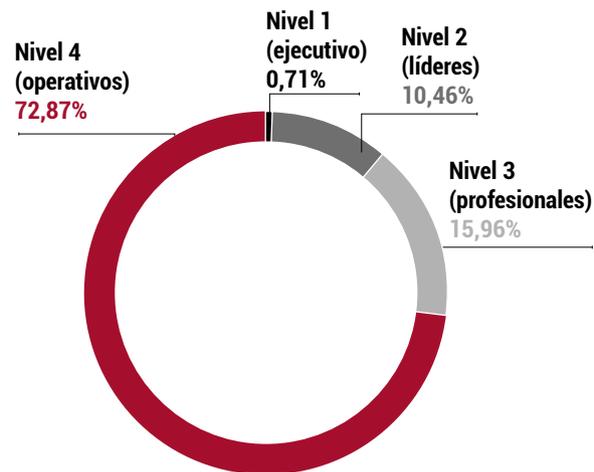
% de empleados con contrato de aprendizaje



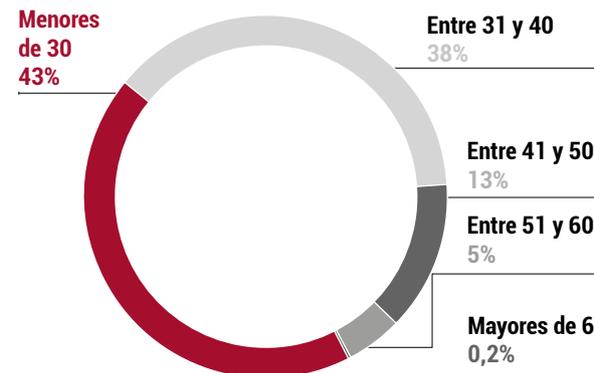
### Distribución por género



### Distribución por categoría laboral



### (405-1) Distribución por rango de edad



## Desarrollo del talento

(103-2) Implementamos un modelo de aprendizaje organizacional a través de La U Auteco, dirigido a empleados y grupos de interés, con quienes trabajamos procesos estratégicos de la mano de escuelas de aprendizaje. (404-2) Te presentamos el desarrollo de competencias:



**Escuela Central:** ofrece contenidos transversales para toda la organización.



**Escuela Comercial:** está enfocada en contenidos para el equipo de motocicletas y repuestos.



**Escuela de Servicio:** formación enfocada en el servicio posventa.



**Escuela Operaciones:** conocimientos relacionados con producción, calidad e ingeniería, compras y logística, y planeación de la demanda.



**Escuela de Soporte:** contenidos para los procesos de talento humano, tecnología, jurídica y financiera.



**Escuela de Formación Técnica:** son contenidos dirigidos a los técnicos de servicio CSA.

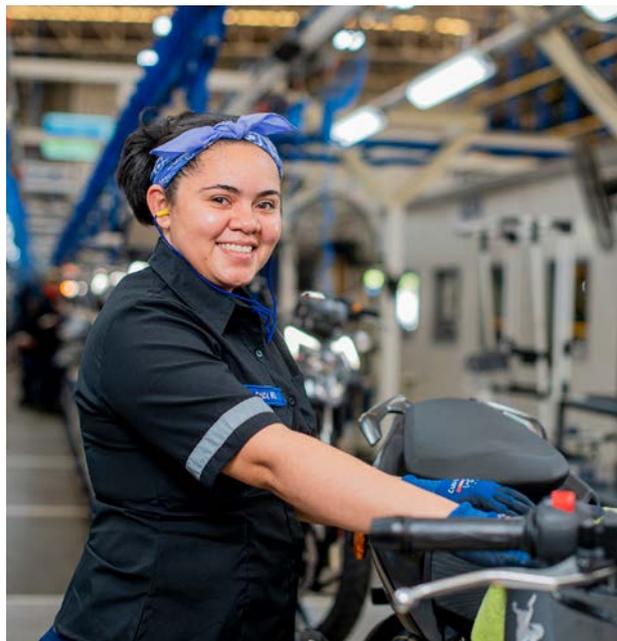


**Escuela para todos:** agrupa temas de formación para el público en general, principalmente de movilidad segura.

## Desarrollo del talento

Ofrecimos  
**24.142**  
horas de formación  
virtual dadas por  
La U Auteco, durante  
este primer año.

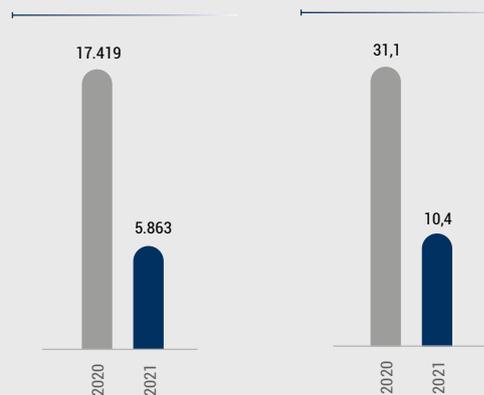
- La U Auteco capacitó en nivel básico, temáticas de Sistemas y Tecnologías TVS, de **forma presencial a 70 personas y virtual a 676**. Esta misma capacitación en nivel técnico se realizó para otras **894 personas**.
- Capacitamos con **120 horas a 95 personas**, dándoles entrenamientos de **KTM Small y de Full Range** en modalidad presencial. De manera virtual, realizamos entrenamientos **Bronze Full Latam**, en los que capacitamos a **200 personas durante 40 Horas**.
- En formación interna, capacitamos un total de **537** colaboradores en temas de producto, marca, ensamble, SAP, *demand Driven*, *Scaling up*, *TPM*, entre otros.



**(404-1)**  
**Tiempo de formación por empleados**

**Número total de horas de formación**

**Promedio de horas de formación por empleado**



En 2021 la formación se realizó de manera más especializada

**Capacitamos alrededor de 1.935 personas, entre ellos, técnicos de Colombia y Latinoamérica en TVS y KTM durante 2.310 horas.**

## Nos gusta estar contigo

En Auteco SAS, **lo primero es nuestra gente**. Por eso, lanzamos una plataforma para administrarlos en programas como Atrévete, FAM o concursos. Funciona a través de un sistema de acumulación de puntos redimibles (Tecoins) en un catálogo con múltiples opciones de bonos, productos y servicios.

(401-2)

**Entregamos más de \$600 millones en beneficios a nuestros colaboradores distribuidos así:**

Yo Soy Calidad Planta Itagüí	\$ 26.800.000
Yo Soy Calidad Planta Cartagena	\$ 22.200.000
Auxilio de nacimiento	\$ 7.358.905
Auxilio de defunción	\$ 1.271.936
Auxilio de matrimonio	\$ 12.533.312
Auxilio de estudios	\$ 41.774.066
Auxilio de antigüedad	\$ 61.875.350
Auxilio celular	\$ 4.500.000
Seguro de vida	\$ 37.778.004
Servicio de alimentación	\$ 441.704.448
<b>Total de beneficios entregados</b>	<b>\$ 657.796.021</b>

Capacitamos  
**1.640**  
personas brindando  
2.363 horas de  
formación en Sistemas  
y Tecnologías TVS



▼  
Nuestros  
colaboradores,  
además de  
sentir pasión  
por lo que  
hacen, **son  
personas  
que desde su  
humanidad y  
sus valores  
nos enseñan  
a diario lo  
valioso que  
es contar con  
este equipo de  
trabajo.**

▼  
Rendimos un  
homenaje a 18  
colaboradores  
ejemplares  
en valores,  
gestión e  
ideas en la  
Gala de los  
mejores.



## Fortalecemos nuestra cultura organizacional

**(103-2)** A través de diferentes eventos y espacios de encuentro, afianzamos los valores, premiamos a los mejores y celebramos los momentos especiales:

- Realizamos el **"Encuentro con la estrategia"**, dos veces en el año, para socializar con los equipos cómo vamos y qué objetivos nos planteamos para el semestre en curso.
- Realizamos la **"Gala de los mejores"**, un espacio en el cual exaltamos a quienes con trabajo, esfuerzo, creatividad y calidez hacen grande a nuestra empresa.
- **Celebramos 80 años aportando al progreso del país y de la industria automotriz.** Nos reunimos orgullosos en las sedes de Itagüí y Cartagena para reconocer y conmemorar la dedicación que los colaboradores han puesto para construir la historia de esta compañía.
- Realizamos la actividad "Estar bien", en la que reforzamos en los equipos de trabajo el concepto de **autocuidado y bienestar.**



**Nos sentimos orgullosos de tener una puntuación de 4,63 sobre 5,0 en la encuesta de clima laboral, con un 93,37% de participación de colaboradores.**

**(103-3)** Aplicamos la encuesta **Compromiso**, que mide el vínculo entre los empleados que están comprometidos con su trabajo y el logro de los objetivos clave del negocio. Participaron **596 colaboradores** y obtuvimos una calificación de **4,28 sobre 5,0**, evidenciando que los empleados están involucrados y entusiasmados con su empleo y lugar de trabajo, se perciben como dueños de sus labores e impulsan el desempeño y el avance de la organización.

**(103-3)** Para revisar el avance hacia las metas definidas, contamos con comités mensuales y trimestrales de talento en los que realizamos seguimiento a las actividades operativas y a la estrategia, respectivamente. Además, contamos con comités primarios en los que se revisa semanalmente la ejecución de actividades por parte del equipo de talento humano.



**Obtuvimos una calificación de 4,28 sobre una escala de 1 a 5 en la encuesta Compromiso.**

## Seguridad y salud en el trabajo



**(103-1)** Sabemos que, para obtener un equipo de fama mundial, debemos cuidar el bienestar y la salud de nuestros colaboradores. Por eso, en 2021 continuamos adaptando nuestros ambientes y condiciones de trabajo, para promover una cultura de autocuidado en plantas e instalaciones.

**(103-2) (403-1)** El sistema de gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (**SG-SST**) está implementado al 83,75%, **(103-3)** según la autoevaluación realizada en junio de 2021. **(403-2, 403-4)** A partir de este, definimos un proceso de identificación de riesgos, de acuerdo con los lineamientos de la norma técnica colombiana NTC 45, con la participación de los trabajadores, en los que se detallan los potenciales peligros de cada puesto de trabajo, se asigna una clasificación y se prioriza su intervención.



Enfocamos nuestros esfuerzos en mantener las condiciones de seguridad en la planta de producción, promover una cultura del autocuidado e incentivar a nuestros colaboradores para generar ideas que mejoren su entorno laboral.

**Tenemos cubierto el 100% de nuestras operaciones y trabajadores con el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo.**

## Seguimos cuidándonos del COVID-19

El 2021 nos reforzó la importancia de **cuidarnos**. Por eso, nos enfocamos en garantizar que nuestros procesos cuenten con **protocolos de bioseguridad adaptados a las nuevas realidades**. Mantuvimos la disciplina con el cumplimiento de estos y adaptamos las operaciones a condiciones de **distanciamiento**. También, continuamos con **modalidad de trabajo en casa** para un grupo importante de nuestras áreas administrativas y comerciales.

Realizamos seguimiento diario a las **condiciones de salud de nuestros equipos**. Así, podemos identificar casos sospechosos de COVID-19, para prevenir posibles contagios.



Participamos de la iniciativa de la ANDI “Empresarios por la Vacunación”, vacunando a nuestros empleados con la primera y segunda dosis.



Estamos comprometidos con el cuidado de nuestra gente. Por eso, contamos con un equipo interdisciplinario en el que participan las EPS, ARL y epidemiólogos, para dar seguimiento a casos confirmados de COVID-19.

(403-5)

## Formación para la prevención

- Formamos junto a la ARL a **22 colaboradores** en **ergonomía aplicada** a los puestos de trabajo, para disminuir el riesgo de lesiones por afectaciones osteomusculares.
- Invertimos 166 horas de capacitación** para generar una **cultura de seguridad y autocuidado, y 32 horas** en preparación de respuestas ante emergencias. Algunas de las temáticas que abordamos fueron: manejo de cargas y posturas para intervención de riesgo biomecánico, manejo seguro de productos químicos, manejo seguro de herramientas y equipos, higiene postural, actos y condiciones inseguras, identificación de peligros, preparación y respuesta ante emergencias, reinducción a personal directo e indirecto, inducción a contratistas, pausas activas y salud mental.
- Tuvimos una **semana enfocada en la salud y la seguridad vial**. En ella, sensibilizamos a los participantes en percepción del riesgo, estilos de vida saludables, prácticas de bioseguridad, uso de EPPs, fomento de la salud integral, movilidad segura, estándar de operación segura, estrategias de habilidades para la vida, entre otros.
- Promovimos **la cultura del autocuidado e incentivamos a nuestros colaboradores** para que generen ideas de mejora en su entorno laboral.
- En un trabajo conjunto con el área de comunicaciones realizamos **campañas de promoción y prevención** por los diferentes medios de comunicación disponibles.

(403-9) (403-10)

## Lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y número de víctimas mortales

Empleados	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>Total de accidentes</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>2</b>
Total de accidentes no incapacitantes			2	1	2	0
Tasa de frecuencia de accidentes	5,2	1,1	4	1	4,40%	1,74%
Días de ausencia por accidentes	226	0	143	20	43	68
Total de enfermedades laborales	4	2	0	1	0	1
Días de ausencia por enfermedades laborales	6	17	0	0	3	3
Fatalidades	0	0	0	0	0	0

**Pasamos del 3,53% de ausentismo en 2020 a 2,73% en 2021, gracias a las actividades de prevención.**

(403-9) (403-10)

**Lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y número de víctimas mortales**

Contratistas	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>Total de accidentes</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>2</b>
Total de accidentes no incapacitantes			0	0	0	0
Tasa de frecuencia de accidentes	4,44	8,33	0	40	5,3	28,6
Días de ausencia por accidentes	74	0	0	17	67	12
Total de enfermedades laborales	0	0	0	0	0	0
Días de ausencia por enfermedades laborales	0	0	0	0	0	0
Población expuesta			26	15	170	7
Fatalidades	0	0	0	0	0	0

**Realizamos diferentes jornadas de prevención sobre los principales riesgos identificados: biomecánico, locativo y de seguridad.**

**Retos a futuro**

Implementar la metodología "Visión cero accidentalidad".



Mejorar el porcentaje de cumplimiento del SG-SST avanzando en su implementación.



Disminuir la accidentalidad.

Carta del  
Presidente

Hechos  
que cumplen  
sueños

Somos  
Auteco SAS

Liderazgo  
y comportamiento ético

El camino hacia  
la sostenibilidad

Nuestra  
gente

**Experiencia  
del cliente**

Innovación, eficiencia,  
productividad  
y desempeño ambiental

Relacionamiento  
estratégico

Impacto  
a la sociedad

Tabla  
GRI



# 05

## Experiencia del cliente

Estrategia comercial

Una nueva experiencia digital

Satisfacción de usuarios

Brindamos un servicio de clase mundial y ofrecemos una experiencia que construye relaciones de largo plazo y fomenta la lealtad de los consumidores.

**(103-1)** Nuestra promesa es brindar un servicio de clase mundial, en el que se destaque la experiencia que le ofrecemos a los clientes. Esta es una forma para construir relaciones de largo plazo, fomentar la lealtad y las buenas recomendaciones por parte de los consumidores.

Enfocamos nuestros esfuerzos en dar a conocer a los clientes actuales y potenciales, los beneficios que ofrece el **nuevo portafolio de TVS** y en brindarles un servicio de clase mundial a través de la experiencia de compra satisfactoria, **la diversificación de canales de comunicación y la atención oportuna a los requerimientos.**

## Estrategia comercial

**(103-2)** En la Mega Experiencia, nuestros clientes pudieron disfrutar con los cinco sentidos de una jornada inolvidable mientras accedían al mejor servicio técnico como: **cambio de aceite o lubricación de partes móviles sin costo.**

El 2020 representó un desafío para nuestra empresa y para la industria. Pero, en el 2021, hemos trabajado arduamente por **reactivar la economía e impulsar el progreso** con la calidad que nos caracteriza. Estas fueron las motocicletas más vendidas:

- **61.978** de TVS.
- **8.097** de KTM.
- **1.098** de Husqvarna.



Logramos mantener una cuota de mercado acumulada del 9,7% y vender 71.173 motocicletas.



Realizamos 148 eventos nacionales con más de 6.500 test rides

**Recorrimos el territorio nacional ofreciendo una Mega experiencia para que los clientes probaran la moto de sus sueños y conocieran nuestro portafolio.**

## Así superamos nuevos retos

Trabajamos por el fortalecimiento de la red comercial con la implementación de la estrategia “Socios del progreso”.

Diseñamos un plan de transición para el portafolio de TVS con esquemas de incentivos y un rediseño de la imagen en los puntos de venta.

En compañía del ICGC (Instituto Colombiano de Gobierno Corporativo) y la IFC (International Finance Corporation-World Bank Group), apoyamos el desarrollo de prácticas para el buen gobierno corporativo a través de capacitaciones personalizadas a los socios comerciales en las categorías diamante y oro, creando un referente en la gestión de grupos familiares con estándares de alta calidad.





## Una nueva experiencia digital

- Diversificamos los canales de comunicación para ofrecer información veraz y oportuna en espacios digitales que favorezcan el conocimiento de las marcas, sus características y la variedad del portafolio.
- Renovamos el sitio web y hemos tenido alrededor de 12 millones de visitas en 2021, duplicando la cifra del 2020. A partir del interés que demuestran los potenciales compradores, podemos ofrecer mejor información, utilizar analítica de datos y direccionar la información adecuada para concretar la venta.
- Para facilitar la comunicación de nuestros clientes con Auteco, este año implementamos un *chat bot* y atención de asesores por *WhatsApp*, a través de nuestro sitio web para brindar un servicio oportuno al cliente y garantizar la entrega de la información veraz.

**Alcanzamos más de \$536 millones en ventas brutas de repuestos y accesorios en nuestra tienda virtual.**

**Logramos más de 1 millón de visitas al mes en nuestro sitio web y 12 millones de visitas durante todo el año.**

- Aumentamos la cifra de crecimiento en audiencia digital e interacciones a más de 1 millón seguidores, duplicándola a 5,3, según el promedio nacional que está en 2,6. Esto nos demuestra que la información que presentamos es relevante para los consumidores.



**En nuestra tienda virtual,** los usuarios encuentran toda la información y variedad de productos que necesitan para hacer una compra segura.

TVS es la marca con mayor aceptación por parte de los usuarios, gracias a sus características de calidad.



## Satisfacción de los usuarios

(103-3) Hemos consolidado un esquema de **evaluación continua** de la **satisfacción** de los clientes con nuestros productos y servicios, con el que hemos fortalecido el análisis de resultados. Esto nos permitió definir objetivos y metas para que la tendencia esté en constante crecimiento.

(103-2) Para brindar una atención estandarizada a los usuarios y gestionar adecuadamente las peticiones, quejas y reclamos, **diseñamos un protocolo de cuatro tiempos y creamos capacidades en el equipo de los centros de servicio autorizado** para dar las soluciones que el cliente requiere. Para aquellos casos en los que no se pueda solucionar el requerimiento en el primer contacto, los consumidores cuentan con un equipo especializado que realiza seguimiento detallado para ofrecer la mejor respuesta.

Seguimos trabajando para **fortalecer los servicios posventa**, brindando capacitación a los técnicos a cargo de los centros de servicio autorizado, minimizando así las quejas de segundo nivel por parte de los usuarios y garantizando la satisfacción del consumidor final.

En 2021 cambiamos el 100% de las fachadas y un 90% del diseño interno, para brindar una experiencia de compra superior que reflejara los tres pilares del cambio: tecnología, calidad y respaldo.

En 2021 obtuvimos un incremento del 6% en la medición del **Net Promoter Score (NPS)**, indicador que cuantifica la lealtad de los clientes.



### Retos a futuro

- Lograr una participación de mercado del 12%.
- Obtener un **Net Promoter Score** superior al 60%.
- Aumentar nuestra presencia en el ámbito nacional en 101 tiendas.
- Desarrollar un concesionario virtual para tener una experiencia en 3D del proceso de compra de los productos.
- Obtener más búsquedas web de información, para atraer la participación de segmentos relevantes para nuestra industria.
- Enriquecer la experiencia en el punto de venta a través de herramientas digitales.
- Ofrecer estrategias de omnicanalidad a los usuarios, sin importar el punto de contacto para que el cliente se sienta atendido.

# 06

## Innovación, eficiencia, productividad y desempeño ambiental

Innovación

Eficiencia y productividad

Calidad del producto

Desempeño ambiental

Aprovechamos 70.640 Kg de madera y 52.718 Kg de cartón que fueron reciclados por nuestro gestor de residuos para la fabricación de mobiliario, artesanías y carpintería y 9.174 kg de sílica que fue convertida en arena para gatos.





Creamos una segunda línea de ensamble, la cual nos permite ampliar la capacidad de producción a 90.000 motos al año.

**(103-1)** Poner el foco en la eficiencia y la productividad nos ha permitido obtener resultados excepcionales, alcanzar las metas que nos hemos trazado y adaptarnos a los retos que nos enfrentamos continuamente. Un ejemplo de esto es la **adaptación de nuestros procesos de desarrollo e industrialización al portafolio de la marca TVS.** **(103-2)** En 2021 trasladamos y fortalecimos nuestra operación en la planta con una segunda línea de producción.

**Esta nueva línea de producción nos permite:**

- Incrementar la capacidad de producción a **120.000 motocicletas** al año, aunque actualmente estamos produciendo **90.000 motocicletas** para cumplir con los protocolos de

bioseguridad del COVID-19.

- **Generar empleos.**
- Lograr una **producción más tecnificada** que nos permita atender la demanda del mercado de motocicletas en Colombia.
- Seguir ofreciendo un **servicio confiable de clase mundial** y con resultados excepcionales.

Durante seis meses, trabajamos junto a nuestros aliados estratégicos, para planear las acciones que nos permitieron consolidar nuestra planta de Cartagena como polo de desarrollo industrial, adecuamos la infraestructura y entrenamos el personal para seguir garantizando la calidad en los procesos y productos finales.

**Trasladamos las operaciones de ensamble de KTM y Husqvarna de la planta de Itagüí a Cartagena, consolidando junto a TVS toda nuestra operación de ensamble en esta ciudad. Esto nos permite generar una mayor competitividad y continuar construyendo sobre nuestra intención estratégica.**

## Innovación

**(103-2)** A inicios de 2021, en compañía de un equipo multidisciplinario, realizamos la revisión y reformulación de nuestro **modelo de innovación organizacional**, teniendo en la cuenta referentes externos de otras empresas e indicadores de gestión del ranking de innovación de la ANDI.

En junio, realizamos el lanzamiento del nuevo modelo de innovación para nuestros colaboradores, en conjunto con una serie de talleres en los que obtuvimos:

- **167** participantes.
- **1.002 horas** dedicadas a la innovación, es decir, 6 horas en promedio por persona.
- **1.220 ideas** iniciales, 7 ideas en promedio por persona.
- **52 ideas** formuladas en el formato Atrévete.

Lanzamos **el reto Súmate**, a través del cual buscamos desarrollar una cultura de la innovación al interior de la compañía, activando el modelo e implementando ideas de ahorros o ganancias adicionales. **Ahorramos 1 millón de dólares que corresponden a \$3.600 millones de pesos.**



Hemos logrado \$6.768 millones en ahorros gracias al reto Súmate y el compromiso de los colaboradores.



## Eficiencia y productividad

Uno de los principales retos que enfrentamos en el 2021, fue el **proceso de industrialización de nuevos modelos**, que consistió en la **definición de la secuencia de ensamble** del nuevo modelo, de las operaciones en cada estación de trabajo, formación para cada operario de la línea, documentación y creación de instructivos para el proceso, fabricación de medios y dispositivos para el ensamblaje.

**Mantuvimos el porcentaje de integración nacional (PIN) en el 17%** para un portafolio de productos completamente nuevo. Este logro fue posible gracias a la relación con nuestros proveedores estratégicos y nacionales.

**(103-3)** A través de comités de revisión mensuales, verificamos el cumplimiento de las metas definidas. Contamos con una serie de indicadores que nos permiten identificar desviaciones y tomar medidas correctivas de manera oportuna.

**87%**  
de las ventas  
corresponde al  
nuevo portafolio de  
vehículos TVS.

En 2021 lanzamos  
14 modelos de  
TVS y la línea de  
repuestos de la  
misma marca.

(103-3) A través de la gestión de operaciones y de la cadena de suministro, garantizamos que tenemos las capacidades y materiales para lograr las metas sin desperdiciar recursos.

### Retos a futuro

- Definir y mantener bajo control los costos variables del proceso productivo.
- Reducir en un 50% el tiempo para la devolución de contenedores.
- Disminuir la cantidad de motocicletas incompletas por debajo del 5%.
- Reducir el inventario de repuestos de 210 a 120 días.
- Incrementar la capacidad de almacenamiento de CKD y producto terminado en un 30%.
- Mejorar el nivel de servicio al mejor costo posible en distribución comercial.
- Lograr e implementar la nacionalización anticipada del CKD.
- Instalar paneles solares en la planta de Cartagena para generar el 25% de la energía que requerimos.

## Calidad del producto

(103-2) Avanzamos en la implementación de las metodologías **TPM** y **Demand Driven** para aumentar la eficiencia, disminuir los desperdicios y los accidentes y gestionar adecuadamente la planeación y la cadena de suministro.



Realizamos más de 2.398 horas de capacitación para 443 personas. Así logramos obtener una cultura de mejoramiento continuo de TPM para todos los colaboradores en los procesos productivos.

Paso uno, implementamos metodologías TPM (mantenimiento productivo total) y alcanzamos la certificación en el paso dos de mantenimiento autónomo en el equipo.

**La entrada del portafolio de TVS** nos permitió mejorar las tecnologías de nuestros productos, capacitar al equipo, mejorar procedimientos y fortalecer conocimientos y criterios de calidad para brindarle a los clientes productos con los más altos estándares. Esos nuevos conocimientos incluyen **nuevas metodologías de inspección**, enfocadas en la revisión de apariencia y funcionamiento de la motocicleta, que permite tener una percepción como la que obtendría el usuario final. **Con este enfoque, identificamos detalles y establecimos planes de acción para mejorar el producto.**

**(103-3) Realizamos pruebas de testeo al 100% de las referencias ofrecidas al mercado;** así garantizamos que nuestro portafolio sí se adapta a la topografía colombiana. En las principales ciudades del país, **invitamos a nuestros usuarios a hacer algunos de estos recorridos** para recibir retroalimentación sobre su percepción del producto en aspectos como **apariencia del vehículo, ergonomía, velocidad, consumo de combustible, fortalezas**, puntos a tener en cuenta, entre otros.

Realizamos auditorías de calidad a profundidad, evaluando diferentes parámetros en cada vehículo, para **garantizar que desde la primera hasta la última moto ensamblada** respetan la **promesa del cliente**.

Seguimos trabajando con el área de posventa en la identificación, análisis, solución y prevención de los principales problemas e inconformidades con los vehículos encontrados a través de nuestra red comercial, para aumentar cada vez más la satisfacción del cliente.



**El 100% de nuestras motocicletas son inspeccionadas y testeadas en pruebas tanto estáticas como dinámicas, una vez descienden de la línea de producción. Así garantizamos que cumplen con altos estándares de calidad.**



## Retos a futuro

- Continuar con la implementación de la cultura TPM en la planta de Cartagena y alcanzar las siguientes metas definidas para 2022:
- Crear cuatro nuevos equipos piloto.
- Crear la escuela de formación.
- Implementar y obtener la certificación en ISO 9001 a finales del 2022.
- Reducir las partes ajustadas por moto en TVS de 3,5 a 1,5.
- Incrementar el paso directo de TVS por encima del 80%.
- Incrementar el nivel de servicio de repuestos por encima de 95%.
- Implementar metodología *Demand Driven* en el negocio de motocicletas.

## Desempeño ambiental

**(103-1)** Trabajamos por un desarrollo sostenible de manera responsable con el medio ambiente, desarrollando acciones que permitan mitigar, reparar y compensar los impactos ambientales y el consumo de recursos en los procesos, así como dar cumplimiento a estándares y regulaciones.

### Cambio climático y gestión energética

Le apuntamos a la Estrategia de Carbono Neutralidad con eficiencia energética, medición y verificación de la huella de carbono.



### Economía circular

A través de los programas Sistema de Gestión Basura cero, Gestión de residuos posconsumo (baterías, llantas y envases y empaques).



### Manejo integral del agua

A través del Programa MIA (Manejo Integral del Agua), Gestión adecuada de vertimientos.



### Capacitación y educación ambiental

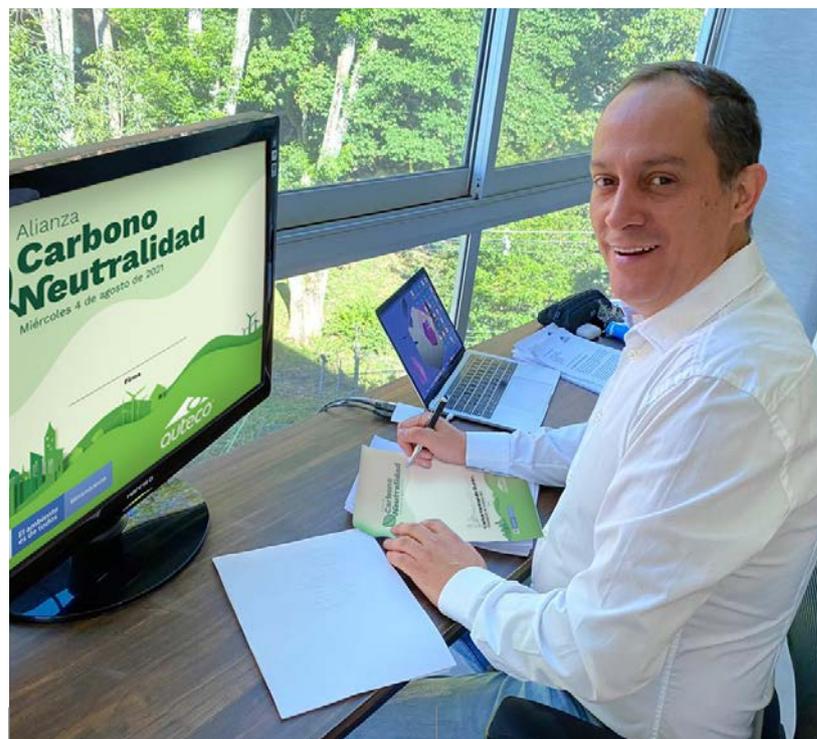


## Cambio climático y gestión energética

Formalizamos nuestro compromiso con las metas climáticas del país, establecidas en las medidas de la Contribución Determinada en el ámbito Nacional (NDC por sus siglas en inglés) con la firma de voluntades del “Programa Nacional de Carbono Neutralidad”.

Esta iniciativa nos permite seguir avanzando hacia la meta planteada de convertirnos en **una empresa con huella de carbono neutro para el 2022**, implementando acciones que nos ayuden a **reducir consumo energético y emisiones de gases de efecto invernadero**.

**(305-5)** A través de la **implementación de la iniciativa del cambio de iluminación a led en la planta de Cartagena**, logramos **la reducción de 16 mil KW/mes y 3,27 Ton de CO<sub>2</sub>eq** por mes, correspondientes al alcance 2 de nuestra huella de carbono. Nuestro reto es seguir trabajando por la reducción y compensación de nuestra huella corporativa a través del desarrollo de diferentes iniciativas **para ser carbono neutro en el 2022**.



Firma del “Programa Nacional de Carbono Neutralidad” con el Ministerio del Medio Ambiente de Colombia.

En 2021 obtuvimos la tercera verificación de la huella de carbono del año 2020, otorgada por el ICONTEC bajo los lineamientos de la norma NTC – ISO 14064 – 3:2006. La huella verificada para el año 2020 es de 195 Ton CO<sub>2</sub>eq con I – REC.

Utilizamos de forma eficiente los recursos y materias primas, reducimos las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), implementamos modelos de economía circular y otros programas ambientales que nos permiten tener procesos sostenibles.

**(302-1) Consumo de energía interno (GJ)**

	2019	2020	2021
<b>Consumo total de energía interno</b>	<b>26.533</b>	<b>13.889</b>	<b>15.545</b>
Consumo de energía de fuentes no renovables	10.777	2.515	1.638
Consumo de ACPM (incluye diésel)	21,46	104,33	2,19
Consumo de gasolina	2.184	1.510,5	915,7
Consumo de GLP	1.632	656,4	165,8
Consumo de gas natural	6.940	244	554,6
Consumo de energía de fuentes renovables (fotovoltaica)	29	29	
Energía comprada a la red	15.726	11.344	13.907

Nos adherimos al pacto **#UnidosPorUnNuevoAire, liderado por la Alcaldía de Bogotá**, en un trabajo conjunto con el gobierno, las empresas y la academia, implementando acciones que mejoren la calidad del aire y protejan la salud de los ciudadanos. Nuestro compromiso es **reducir un 10%** todas las fuentes de contaminación en las zonas de Bogotá más afectadas.

**Compensamos las emisiones producidas por las motocicletas vendidas** a nuestros socios comerciales en el primer trimestre del año. Esto representa **584 TON de CO2, equivalentes a sembrar 27.811 árboles por medio del proyecto Banco O2.**



Realizamos la siembra de 80 árboles en el marco de los 80 años de nuestra empresa. La siembra se realizó en Cartagena en ciudad del Bicentenario e Itagüí en Ditaríes. En esta jornada nos acompañó la secretaria de medio ambiente, el Área metropolitana, Animal Bank y la Acción Comunal del barrio.

**(305-1) (305-2)****Emisiones directas e indirectas (Ton CO2eq)**

	2019	2020	2021
Emisiones alcance 1	305,9	173,7	155.5
Emisiones alcance 2	15	15	0
<b>Total de emisiones alcance 1 y 2</b>	<b>320,9</b>	<b>195</b>	<b>155.5</b>

### (302-3) Intensidad energética: cantidad de energía necesaria para el ensamblaje de motocicletas (GJ/unidad ensamblada)

2019	2020	2021
0,15	0,14	0,20

Nos vinculamos a la convocatoria **“Productividad para la adaptación”**, proyecto del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Colombia Productiva y la Corporación Ambiental Empresarial (CAEM). En este, tendremos una hoja de ruta para la implementación de medidas **que buscan hacer más eficiente el uso de recursos naturales, reducir el impacto** que tienen los eventos producidos por el cambio climático en las operaciones, disminuir la vulnerabilidad del cambio climático y aumentar la resiliencia frente a los eventos del clima.

## Economía circular y gestión de residuos

**Priorizamos dentro de las estrategias 3R (reducción, reutilización y reciclaje)** tres iniciativas implementadas al 100%. Entre ellas, compactación de ordinarios, separación en mesa de ordinarios y compostaje de residuos orgánicos. **Así, aprovechamos el 97% de todos los residuos** que generamos y superamos nuestra meta inicial.



En el 2021 consolidamos la implementación del Sistema de gestión Basura Cero, para mejorar internamente la gestión de los residuos sólidos generados por nuestros procesos.



### (306-2) Gestión de residuos (Ton)

	2020	2021
Total de residuos generados por la organización	2.414,3	2.331,67
Total de residuos peligrosos por método de disposición	4,84	6,08
Incineración	4,72	6,075
Celda de seguridad	0,04	0
Biorremediación	0,08	0,54
Total de residuos no peligrosos por método de disposición	2.409,5	2.325,6
Reciclaje	2.237	2.262,7
Compostaje		5
Relleno sanitario	172,5	55,6
Celda ordinaria	1,4	2,12
<b>Total de residuos dispuestos (Ton)</b>	<b>177,2</b>	<b>61,70</b>

En compañía de nuestro aliado **Sistema verde en la gestión y operación de llantas** puestas en el mercado, recolectamos en el 2021, en el ámbito nacional 245.651 unidades, que son usadas como material combustible para reemplazar el carbón en la industria cementera y reducir su impacto ambiental.

Por otro lado, recolectamos **29.636 de baterías de plomo ácido** en al ámbito nacional junto con la corporación Recoenergy. Con esta acción recuperamos componentes para la fabricación de baterías nuevas.

#### (303-3) Manejo Integral del Agua (m<sup>3</sup>)

	2019	2020	2021
Captación total	26.200	13.999	15.035
Aguas subterráneas	4.100	1.299	795
Suministros municipales de agua u otros servicios hídricos públicos o privados	22.100	12.700	14.240

#### (303-4) Vertidos de agua

	2019	2020	2021
Fuente de descarga	2019	2020	2021
Total de volumen descargado	26.200,4	14.010,8	15.154,8
Alcantarillado público (ARD)	20.397,4	8.645,8	7.588,8
Gestionado por terceros (ARnD)		12	120
Arroyo Policarpa (ARnD)	5.803	5.353	7.446



En el año 2021, se reciclaron **2.172 toneladas de materia como cartón, metales, madera, plásticos y otros. Esto representó una valorización de \$605 millones al año.**

Así mismo, recolectamos **29.636 baterías de plomo ácido en al ámbito nacional junto con la corporación Recoenergy. Con esta acción, recuperamos componentes para la fabricación de baterías nuevas.**



#### Retos a futuro

- Obtener la certificación en Sistema de Gestión Basura Cero en el 2022.
- Certificar las operaciones de la empresa como Carbono Neutral en el 2022.
- Implementar el proyecto de paneles solares en la planta en Cartagena.
- Realizar reconversión ecológica de gases refrigerantes en aires acondicionados, en la planta en Cartagena.

# 07

## Relacionamiento estratégico

Relación con los aliados estratégicos

Cadena de valor

Dinámicas públicas

**(103-1) La comunicación fluida y la confianza son la base de una relación cercana, que permite capitalizar las oportunidades que se encuentran en el mercado para ofrecer a nuestros clientes los productos que satisfagan, de una mejor manera, sus necesidades, al menor costo posible, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y todas las regulaciones.**



## Relación con los aliados estratégicos

**(103-2)** Con nuestros aliados estratégicos, principalmente con TVS, KTM y Husqvarna, mantenemos rutinas gerenciales con comunicación y trabajo en equipo permanente para la identificación y solución de problemas en el lanzamiento del nuevo portafolio. Gracias a esta relación cercana y trabajo hombro a hombro, hemos logrado:



**Abrir 50 tiendas exclusivas de TVS**, dando cumplimiento al compromiso adquirido con el proveedor desde la firma del contrato.



**Alcanzar el registro histórico de 10.000 unidades exportadas** de KTM y Husqvarna a Colombia. Adicionalmente, hemos tenido un crecimiento en ventas del 60% en KTM y del 120% en Husqvarna.



**Personalizar el diseño de las motocicletas de TVS** para alinearlos con el gusto del motociclista colombiano. Esto se logró **gracias al compromiso del equipo de TVS y a los diseños innovadores desarrollados por el equipo de Auteco SAS.**



**Incrementar la presencia en el mercado de TVS de 3,1% en 2020 a un 7,8% en 2021.**

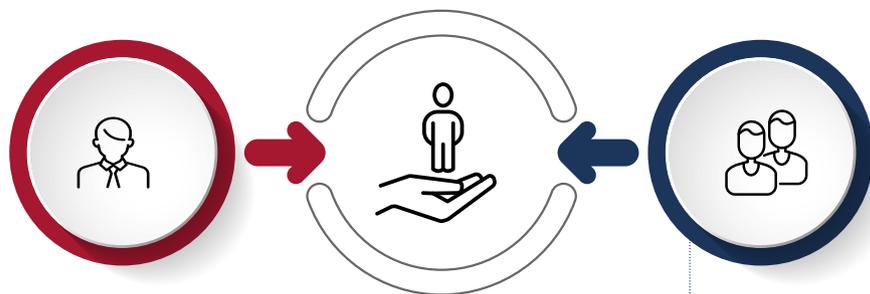


Trabajar de la mano de proveedores y aliados estratégicos nos permite cumplir con los pilares definidos en nuestro direccionamiento estratégico.

**(103-3)** Para mantener el éxito de nuestras relaciones, **realizamos encuentros frecuentes con nuestros aliados, que nos permiten identificar oportunidades de mejora**, proponer soluciones, evaluar el cumplimiento de las metas y el avance de los asuntos comerciales, operativos, de calidad, ingeniería, servicios y repuestos, buscando **siempre agregar valor a nuestros clientes y grupos de interés.**

## Cadena de valor

**(103-2)** Tras un intenso periodo de transición en nuestro portafolio y de superar retos logísticos y operativos, hemos integrado **exitosamente un 17% de partes de proveedores nacionales** en los vehículos (Porcentaje de Integración Nacional, PIN). Esto fue un proceso riguroso de **desarrollo con altos niveles de exigencia e innovación**.



**Trabajamos en equipo con los aliados estratégicos y proveedores nacionales, para integrar partes de la industria nacional en el nuevo portafolio, manteniendo la calidad, generando innovación y compartiendo capacidades.**

Aportamos al desarrollo de la industria nacional manteniendo nuestra base de proveedores locales. Con ellos crecimos y trabajamos en los últimos años.

Con las marcas **TVS, KTM y HQV**, desarrollamos **76 referencias de partes de las motocicletas**. Este proceso se realizó con pruebas en laboratorio, de ruta y auditorías a los proveedores que nos garantizan el cumplimiento de las especificaciones del proveedor internacional.

**(103-3)** En un trabajo en equipo con la **Red empresarial para la manufactura de productos** de alto componente tecnológico, desarrollamos una **metodología de equipos Kaizen** que buscan mejorar los procesos de nuestros proveedores y así lograr el progreso continuo, no solo de las ensambladoras, sino de todo el ecosistema.

La pandemia por COVID-19 generó **retos en la logística internacional**, dificultando los procesos de importación de las partes a ensamblar, desde las sedes principales de los proveedores. Sin embargo, gracias a un trabajo conjunto entre aliados estratégicos, proveedores de logística y el equipo interno, **logramos mantener activas las operaciones, importando las partes, los accesorios y repuestos**, brindando así el servicio de clase mundial en el que confían nuestros clientes.

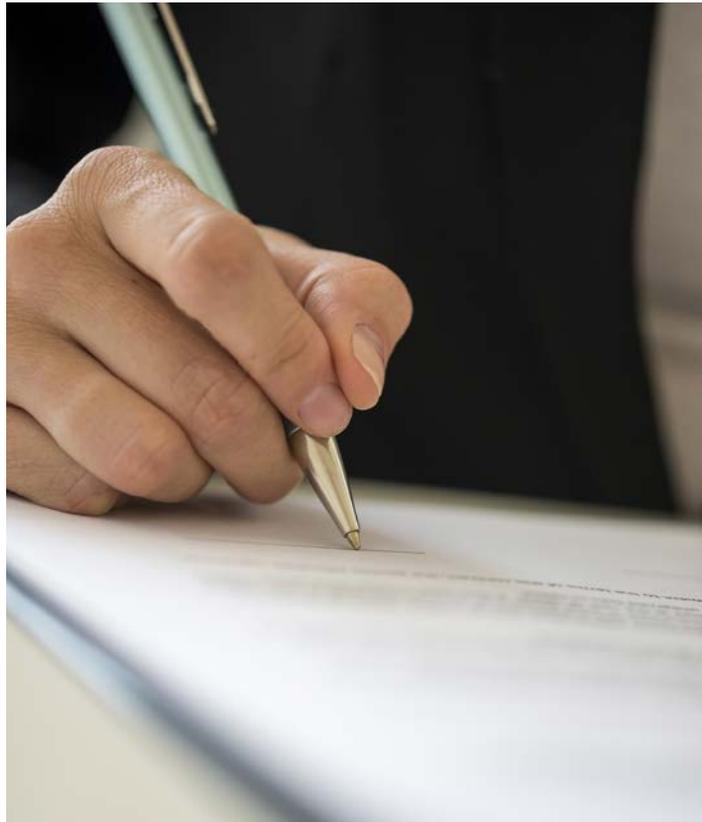


### Retos a futuro

- **Alinear el proceso logístico con TVS, que permita reducir los costos de fletes en 2022.**
- **Continuar desarrollando la relación con TVS, KTM y Husqvarna, cumpliendo con los objetivos comerciales acordados.**
- **Lograr la implementación del proyecto PIN Optimization con una integración de PIN de máximo el 18,5% en el año 2022.**
- **Definir y ejecutar nuevas estrategias que garanticen el cumplimiento del porcentaje de integración nacional (PIN) en los próximos años.**
- **Renovar los contratos con los operadores logísticos internacionales con una tarifa del 50% del valor de mercado o spot.**

## Dinámicas públicas

Participamos activamente como gremio con la ANDI y las demás ensambladoras para lograr objetivos comunes relacionados con la expedición de normatividades que podrían impactar a la industria automotriz. En lo corrido del 2021, **también trabajamos continuamente con la Red empresarial para la manufactura de Productos** de alto componente tecnológico.



**Firmamos el pacto “Unidos por un nuevo aire” de la Secretaría de Ambiente de Bogotá, donde nos comprometemos a emprender acciones que tienen como objetivo mejorar la calidad del aire en la capital.**



Fomentamos el mejoramiento continuo de los proveedores a través de una formación en mejores prácticas productivas y con la implementación de equipos Kaizen.

(102-13)

**Hacemos parte de las siguientes organizaciones:**



- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, ANDI. Allí somos parte activa de la Cámara de la Industria Automotriz y la Mesa Ambiental Nacional.
- Cámara de Comercio Aburrá Sur.
- IFC (Corporación Financiera Internacional).
- Corporación *Recoenergy*, para la gestión de baterías plomo ácido.
- Red Empresarial de Manufactura de Productos de Alto Componente Tecnológico, que convoca a las empresas ensambladoras de la región.



Creamos valor para diferentes grupos de interés al compartir conocimiento y buenas prácticas. En este semestre, fuimos parte del *Conversatorio de innovación*, realizado con Nutresa y Alsec; y la *Clase empresarial en vivo*, organizada por la Cámara de Comercio de Medellín, de la que participó Carlos Durán, nuestro Presidente. A través del Comité Empresarial de Seguridad Vial (CESV), compartimos iniciativas de promoción de la seguridad vial con otros miembros del comité y participamos de una charla de tecnologías para la movilidad segura.

Hemos trabajado de la mano del Área Metropolitana del Valle de Aburrá (AMVA), para el desarrollo de iniciativas que mejoren la calidad del aire y le aporten a la mitigación del cambio climático.

(102-12)

## Apoyamos las siguientes iniciativas

- Pacto Global de las Naciones Unidas en calidad de signatarios.



- Pacto por la Calidad del Aire de la Alcaldía de Medellín (firmado en 2018).
- Programa Nacional de Carbono Neutralidad como parte de la estrategia nacional Colombia Carbono Neutral del Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- Movemos Colombia, con las ensambladoras de motocicletas del país.
- Integrantes del comité estratégico del CESV (Comité Empresarial de Seguridad Vial).
- Plan Integral de Gestión de la Calidad del Aire del Valle de Aburrá, PIGECA.



# 08

## Impacto a la sociedad

Movilidad segura

Contribución a la sociedad

(103-1) Estamos comprometidos con la promoción de comportamientos seguros entre los motociclistas y otros actores de la movilidad. Para cumplir ese propósito, seguimos desarrollando campañas de educación y sensibilización en movilidad segura.



## Movilidad segura



Nuestra estrategia cuenta con nuevos canales para la promoción de la movilidad segura:

- Puntos seguros.
- Capacitación entregas dinámicas.
- Capacitación pilotos seguros.
- Capacitación personal empresa.
- Evento Mega.
- Curso virtual.
- Podcast.
- Videos en la intranet para nuestros colaboradores.
- Video para niños.

Nuestro pódcast “**En la vía te cuidas**” está disponible a través de diferentes plataformas de streaming y YouTube y cuenta con **24 episodios que tienen este alcance:**

- **3.003.335 visualizaciones** de los episodios en canal Youtube Auteco desde mayo 2021 hasta diciembre del 2021.
- **1.884 reproducciones de los episodios** en plataformas formato pódcast en 2021.

**En los últimos meses, 2.018 personas han realizado el curso virtual de Movilidad segura.**

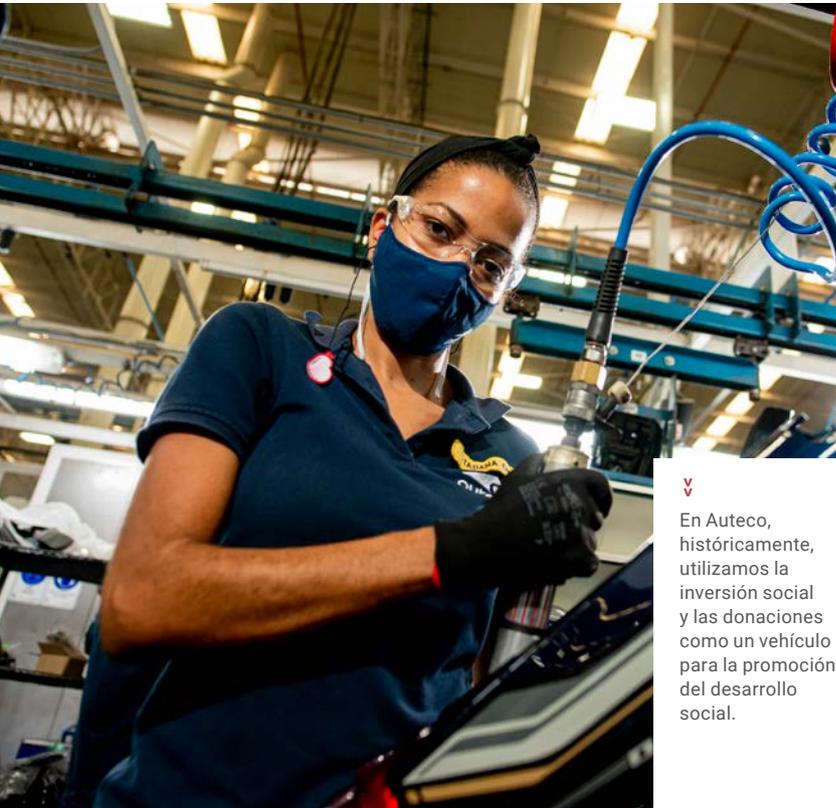
**En 2021 beneficiamos a 533 usuarios de motocicletas en Medellín, Cartagena, Itagüí, Cajamarca y Calarcá, y realizamos 11 actividades llamadas “Puntos seguros”, en las que ofrecimos herramientas de autocuidado y revisión gratuita de los vehículos.**

El pasado mes de **junio, realizamos la semana de la salud y la seguridad vial**, en la cual, fomentamos el autocuidado, la salud mental, los hábitos saludables y los comportamientos seguros en la vía.

**Renovamos nuestro curso de Movilidad segura**, que está disponible en La U Auteco para nuestros colaboradores y público general. Esta nueva versión del curso cuenta con contenidos **sobre tipos de motocicletas, elementos de protección, recomendaciones para conducir seguros.**

## Contribución a la sociedad

Como ciudadanos corporativos, queremos contribuir a la solución de retos que nos convocan como sociedad. **Este año apostamos por la vacunación de COVID-19 para el 100% de nuestros colaboradores**, aportando a la aceleración del plan de vacunación en el ámbito nacional y a la prevención de la enfermedad grave en nuestros colaboradores. Una vez finalizada la vacunación, ampliaremos el alcance a otros grupos de interés en función de la disponibilidad de vacunas.



En Auteco, históricamente, utilizamos la inversión social y las donaciones como un vehículo para la promoción del desarrollo social.

**Nos unimos con Rappi para hacer inversión social con propósito. Durante la temporada invernal del primer semestre en Medellín, impulsamos, junto a Rappi, la entrega de una motocicleta a un Rappitendero afectado por las fuertes lluvias; así, logramos reponer su motocicleta por una Scooter Ntorq 125 de nuestra marca TVS.**

**Nos unimos a la iniciativa RECON 2021 a través de la Red de Ensamble para promover emprendimientos sociales que aporten al desarrollo sostenible.**

Este año hemos definido una política que nos traza los ejes de inversión y los lineamientos para ejecutar tales inversiones en un marco de transparencia que genere valor para la sociedad.

Con la iniciativa RECON 2021, potencializamos aquellos emprendimientos que promuevan el uso eficiente de los recursos a través de estas líneas:

- Mejora en el uso o generación de energía limpia.
- Economía circular mediante el uso y aprovechamiento de residuos y subproductos.
- Formas de producción eficiente o innovadora.
- Análisis de datos para el aprovechamiento y optimización de recursos.



### Retos a futuro

- **Implementar la política de inversión social a través de la definición de un cronograma de iniciativas y un plan de trabajo que genere valor a la sociedad.**

## Tabla GRI

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	Página
<b>GRI 101: Fundamentos 2016</b>			
<b>Contenidos generales</b>			
<b>GRI 102: Contenidos generales 2016</b>			
<b>Perfil de la organización</b>			
102-1	Nombre de la organización	Auteco S.A.S.	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Somos Auteco SAS	7
102-3	Sede central de la organización	Itagüí, Antioquia, Colombia.	
102-4	Nombre de los países donde opera o donde lleva a cabo operaciones significativas la organización	Somos Auteco SAS	7
102-5	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	Sociedad por acciones simplificadas de carácter privado.	
102-6	Mercados servidos (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios)	Somos Auteco SAS	7
102-7	Tamaño de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios ofrecidos)	Somos Auteco SAS	7
102-8	Información de empleados	Nuestra gente	22
102-9	Cadena de suministro de la organización		
102-10	Cambios significativos que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización	Somos Auteco SAS	7
102-11	Principio o enfoque de precaución	Innovación, eficiencia, productividad y sostenibilidad ambiental de los procesos	44
102-12	Iniciativas externas	Relacionamiento estratégico	51
102-13	Asociaciones	Relacionamiento estratégico	52

Carta del Presidente	Hechos que cumplen sueños	Somos Auteco SAS	Liderazgo y comportamiento ético	El camino hacia la sostenibilidad	Nuestra gente	Experiencia del cliente	Innovación, eficiencia, productividad y desempeño ambiental	Relacionamiento estratégico	Impacto a la sociedad
----------------------	---------------------------	------------------	----------------------------------	-----------------------------------	---------------	-------------------------	---	-----------------------------	-----------------------

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	Página
<b>Estrategia</b>			
102-14	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización	Carta del Presidente	3
<b>Ética y transparencia</b>			
<b>GRI 205: Anticorrupción</b>			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización	Liderazgo y comportamiento ético	14
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Liderazgo y comportamiento ético	14
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Liderazgo y comportamiento ético	14
<b>Gobierno corporativo</b>			
102-18	Estructura de gobierno de la organización	Liderazgo y comportamiento ético	12
102-19	Delegación de autoridad	Liderazgo y comportamiento ético	12
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Liderazgo y comportamiento ético	12
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Liderazgo y comportamiento ético	12
102-24	Nominación y selección de miembros del máximo órgano de gobierno	Liderazgo y comportamiento ético	12
<b>Participación de los grupos de interés</b>			
102-40	Lista de los grupos de interés de la organización	El camino hacia la sostenibilidad	16
102-41	Empleados cubiertos por convenios colectivos	En Auteco no existen convenios colectivos de trabajo.	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	El camino hacia la sostenibilidad	16
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	El camino hacia la sostenibilidad	16
102-44	Cuestiones y problemas clave han surgido a raíz del relacionamiento con los grupos de interés	El camino hacia la sostenibilidad	16

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	Página
<b>Prácticas para la elaboración del informe</b>			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados de la organización o documentos equivalentes, y cuales no están incluidas dentro del alcance del informe actual	Sobre el informe	2
102-46	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto	El camino hacia la sostenibilidad	17
102-47	Temas materiales de la organización	El camino hacia la sostenibilidad	17
102-48	Re expresiones de la información de memorias anteriores y sus causas	Se presentan modificaciones en los indicadores 305-1 y 305-2 con respecto a lo presentado en el informe anterior, debido a la verificación de la huella de carbono realizada por Icontec.	
102-49	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores	No se presentan cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto	
102-50	Período de reporte	Sobre el informe	2
102-51	Fecha del último reporte	Marzo de 2021	
102-52	Ciclo de presentación de reportes	Sobre el informe	2
102-53	Punto de contacto para resolver dudas que puedan surgir sobre el contenido del reporte	Sobre el informe	2
102-54	Opción de conformidad con el estándar GRI	Sobre el informe	2
102-55	Índice de Contenido GRI	Índice de contenidos GRI	
102-56	Verificación externa	El presente informe fue verificado por el área de Auditoría mas no fue verificado por un tercero independiente.	
<b>Temas Materiales</b>			
Estándar GRI	Contenido	Ubicación	Omisiones
<b>Nuestra gente</b>			
	GRI 103: Enfoque de gestión		
	GRI 401: Empleo		
	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo		
	GRI 404: Formación y enseñanza		

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	Página
<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Nuestra gente	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Nuestra gente	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Nuestra gente	
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Nuestra gente	
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Nuestra gente	
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Nuestra gente	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Nuestra gente	
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Nuestra gente	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Nuestra gente	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Nuestra gente	
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Nuestra gente	
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Nuestra gente	
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Nuestra gente	
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Nuestra gente	
403-9	Lesiones por accidente laboral	Nuestra gente	
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Nuestra gente	
<b>Experiencia del cliente</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Experiencia del cliente	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Experiencia del cliente	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Experiencia del cliente	

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	Página
Innovación, eficiencia, productividad y sostenibilidad ambiental de los procesos			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>			
<b>GRI 302: Energía</b>			
<b>GRI 303: Agua</b>			
<b>GRI 305: Emisiones</b>			
<b>GRI 306: Residuos y efluentes</b>			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Innovación y eficiencia en la producción	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Innovación y eficiencia en la producción	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Innovación y eficiencia en la producción	
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Desempeño ambiental	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Desempeño ambiental	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Desempeño ambiental	
302-1	Consumo de energía al interior de la organización	Desempeño ambiental	
302-3	Intensidad energética	Desempeño ambiental	
303-3	Extracción de agua	Desempeño ambiental	
303-4	Vertidos de agua	Desempeño ambiental	No se reporta la calidad del vertimiento.
305-1	Emisiones directas de GEI	Desempeño ambiental	
305-2	Emisiones indirectas de GEI	Desempeño ambiental	
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	Desempeño ambiental	
306-2	Peso total de residuos por tipo y método de disposición	Desempeño ambiental	
<b>Relacionamiento estratégico</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>			
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Relación con los aliados estratégicos	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Relación con los aliados estratégicos	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Relación con los aliados estratégicos	
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Cadena de abastecimiento	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Cadena de abastecimiento	

Carta del Presidente	Hechos que cumplen sueños	Somos Auteco SAS	Liderazgo y comportamiento ético	El camino hacia la sostenibilidad	Nuestra gente	Experiencia del cliente	Innovación, eficiencia, productividad y desempeño ambiental	Relacionamiento estratégico	Impacto a la sociedad
----------------------	---------------------------	------------------	----------------------------------	-----------------------------------	---------------	-------------------------	---	-----------------------------	-----------------------

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	Página
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Cadena de abastecimiento	
103-1	Explicación del tema material y sus límites	Dinámicas públicas	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Dinámicas públicas	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Dinámicas públicas	
<b>Impacto en la sociedad</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>			
<b>GRI 203: Impactos económicos indirectos</b>			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto en la sociedad	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto en la sociedad	
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Impacto en la sociedad	

