



# 2025

Informe de Sostenibilidad



**ESTRA**

Por una vida más práctica





# ACERCA DE ESTE INFORME

[GRI 2-2] [GRI 2-3] [GRI 2-5]

Este documento es mucho más que una rendición de cuentas, es el reflejo de nuestro camino entre el **1 de enero y el 31 de diciembre de 2025**. Presentar este informe marca un hito fundamental en nuestra evolución hacia una organización con un propósito claro: construir soluciones prácticas para un futuro sostenible para todos.

Para asegurar que hablamos un lenguaje global y técnico, hemos desarrollado esta entrega bajo los estándares del **Global Reporting Initiative (GRI)**. Es nuestra forma de compartir, con total transparencia, cómo impactamos positivamente en el mercado, en nuestros aliados y en las familias que confían en nosotros en cada rincón del país.

Lo que debes  
saber sobre  
este reporte:

La información abarca las operaciones de **Industrias Estra S.A.** en Colombia y nuestras actividades comerciales internacionales.

Aunque este informe no cuenta con una auditoría externa independiente, la información nace de un proceso riguroso de recolección y validación interna. Este ejercicio nos sirve como base para seguir fortaleciendo nuestras prácticas y mejorar cada año la calidad de lo que reportamos.



## Canales digitales:



@estrasoluciones



@Estrasoluciones



@estrasoluciones



Estra Soluciones

Conceptualización, edición y diseño: [www.portafolioverde.com](http://www.portafolioverde.com)





# CARTA DEL PRESIDENTE

[GRI 2-22]



Juan Fernando  
Gómez Jaramillo  
Presidente

Queridos amigos, aliados y familias,

Desde hace más de 70 años hemos tenido el privilegio de acompañarlos en sus hogares y en su día a día. **ESTRA** nació con una idea muy sencilla: ser útiles. Con el tiempo entendimos que **ser útiles también significa actuar con responsabilidad frente a las personas, la comunidad y el planeta que compartimos.**

Hoy seguimos fabricando productos, sí, pero sobre todo creamos soluciones que hacen la vida más fácil. Queremos seguir haciéndolo por muchos años más. Para lograrlo, sabemos que no basta con hacer bien las cosas: tenemos que hacerlas de la manera correcta, pensando en el futuro.

Por eso la sostenibilidad dejó de ser una meta lejana y se convirtió en parte esencial de nuestra forma de trabajar. Es una convicción diaria. Nos guía a innovar, cuidar los recursos y tomar decisiones conscientes que aporten al bienestar de todos. En línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, buscamos producir de manera responsable, generar empleo digno, fortalecer nuestras comunidades y reducir nuestro impacto ambiental.

Estamos avanzando con decisión hacia una economía circular: usamos cada vez más materiales reciclados, optimizamos procesos y diseñamos soluciones que aprovechan mejor cada recurso, porque solo gestionándolos de manera responsable podemos garantizar una mejor calidad de vida y oportunidades para las próximas generaciones.

Nada de esto lo hacemos solos. Lo hacemos con ustedes: aliados, proveedores, clientes y equipos que trabajan con confianza, respeto y cercanía, como se trabaja entre amigos. Estamos convencidos de que las mejores cosas se construyen en equipo y de que las alianzas sólidas nos permiten llegar más lejos y generar un impacto real.

Nuestro camino se apoya en tres compromisos muy claros:

- › **Ser eficientes y responsables con el ambiente**, como si fuera nuestro propio hogar.
- › **Innovar para generar valor**, con transparencia y visión de largo plazo.
- › **Compartir bienestar con la sociedad**, poniendo nuestro talento al servicio de los demás.

 En ESTRA, **la palabra es sagrada** y partimos siempre de la buena fe.

Más allá de cualquier estrategia, nuestra identidad se fundamenta en los siguientes principios y valores: la palabra es sagrada, partimos de la buena fe, actuamos con coherencia y resiliencia, y gozamos del trabajo. Somos un equipo que cree en las personas, construye sobre las diferencias y buscamos el mayor bien común.

Este informe es una muestra de ese compromiso. Aquí encontrarán hechos, avances y aprendizajes, pero, sobre todo, el corazón de una empresa que quiere aportar de verdad.

Gracias por creer en nosotros, por caminar a nuestro lado y por permitirnos ser parte de sus vidas. Sigamos construyendo, mano a mano, un futuro más justo, sostenible y lleno de oportunidades para todos.





# CONTENIDO

01

Somos  
ESTRA

5



02

Innovación  
ESTRA

23



03

Estrategia y  
sostenibilidad

35



04

ESTRA por  
el medio  
ambiente

47



05

Crecimiento  
en sociedad

61



06

Direccionamiento  
con ética y  
transparencia

73



07

Cultura  
ESTRA

83



08

Retos  
futuros

97





# 01

## SOMOS ESTRA







Por una vida más práctica

**Facilitamos la vida diaria**  
con soluciones prácticas, innovadoras,  
sostenibles y eficientes.

# QUIÉNES SOMOS

[GRI 2-1] [GRI 2-6]

Somos una compañía orgullosamente colombiana, nacida en Medellín, que ha crecido junto a las familias y empresas del país. No solo fabricamos productos, sino que **creamos bienestar a través de soluciones prácticas en plástico de larga duración.**



**Nuestra esencia:** más de 70 años de soluciones que facilitan la vida diaria.

## Trayectoria y expansión

Nuestra solidez nos ha permitido llevar el sello de calidad **ESTRA** más allá de nuestras fronteras.

- 1 Sede principal:**  
Medellín
- 2 Alcance internacional:**  
exportamos con éxito a mercados como Ecuador, República Dominicana y México.
- Experiencia:**  
**72 años** liderando la producción y comercialización en el sector.



Hemos  
llegado  
a 18  
países





# Compromiso con el futuro sostenible

Entendemos que el crecimiento debe ser responsable, por eso integramos la sostenibilidad en cada etapa de nuestra operación.



## MATERIAS PRIMAS

incorporación progresiva de **materiales reciclados**.



## EFICIENCIA

procesos optimizados para reducir el impacto ambiental sin sacrificar la seguridad.



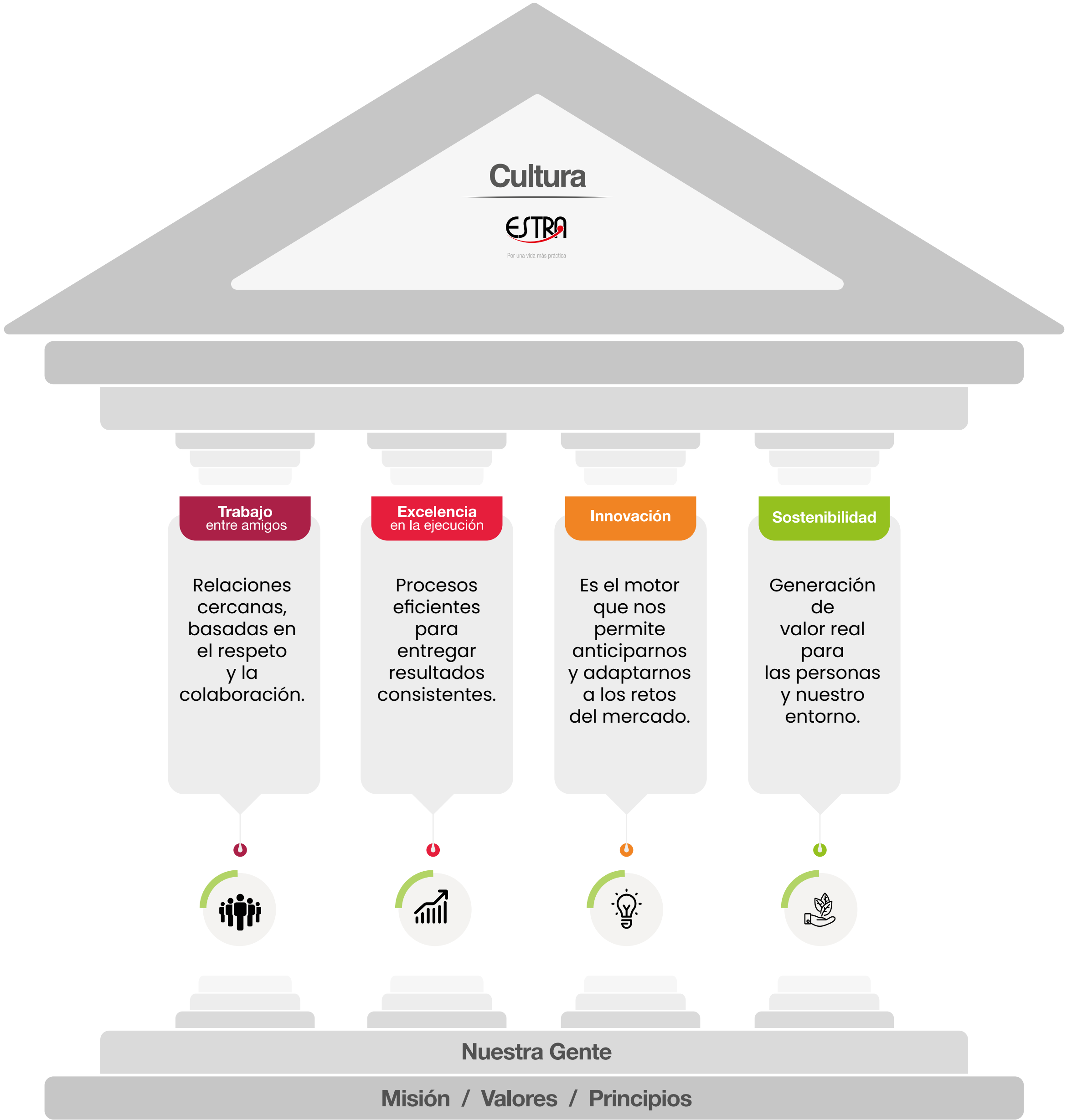
## CALIDAD

soluciones de almacenamiento y organización con décadas de respaldo técnico.



## Nuestra cultura: lo que nos mueve.

Nuestras acciones están guiadas por cuatro pilares fundamentales que reflejan quiénes somos.





# NUESTRA HISTORIA

de evolución y propósito



## EL NACIMIENTO DE UN SUEÑO

El 25 de agosto, Erwin Strauss funda Industrias ESTRA, iniciando con la fabricación de pelotas de vinilo y juguetes en plastisol.

1953

## INNOVACIÓN EN LA MESA

Marcamos un hito al introducir en Colombia las vajillas de melamina bajo la marca Melmac, destacadas por su diseño y durabilidad.

años 60

## EXPANSIÓN INDUSTRIAL

Ampliamos nuestro horizonte hacia el sector de almacenamiento y canastillas plásticas gracias a la importación de moldes alemanes.



años 70

## EL ÍCONO DE UNA GENERACIÓN

Lanzamos productos que quedaron en el corazón de los colombianos, como el legendario juego de construcción **Estralandia**



años 80

## APERTURA Y ALIANZAS

Con la apertura económica, diversificamos nuestra línea de hogar y almacenamiento. Establecimos alianzas con compañías internacionales.



**Consolidación de las cinco categorías claves del negocio:**  
Industrial, Ambiental, Organización, Menaje y Horeca.

años 90



años 2000

## ACTUALIDAD

### LIDERAZGO SOSTENIBLE

Consolidamos nuestra misión ambiental con programas y productos de vanguardia:

**Estraeco Renueva:** transformamos residuos plásticos en nuevos productos con alto contenido reciclado.

**Línea EcoBins:** canecas fabricadas con envases **Tetra Pak** recuperados.

**Economía circular:** logramos integrar una parte importante de plástico reciclado en nuestra materia prima, reduciendo las emisiones de CO<sub>2</sub>.

**ESTRA**

Por una vida más práctica



# NUESTRO MODELO DE NEGOCIO:

soluciones con propósito



- 1** Con más de 70 años de historia, creamos valor sostenible a través de productos funcionales, confiables y accesibles que facilitan el día a día.
- › **Calidad y durabilidad:** respaldadas por décadas de conocimiento técnico y experiencia industrial.
  - › **Innovación permanente:** evolución constante en diseño, materiales y procesos productivos.

- › **Cobertura:** alcance comercial a nivel nacional e internacional.
- › **Cercanía:** una marca reconocida que acompaña a las familias y a la industria.
- › **Sostenibilidad:** criterios económicos, ambientales y sociales integrados en cada decisión.

- 2** Construimos relaciones de largo plazo con proveedores nacionales e internacionales de materias primas plásticas, aditivos, empaques, moldes, maquinaria y servicios especializados para asegurar la excelencia en toda nuestra cadena, premiando la calidad, el cumplimiento normativo, la continuidad operativa y las prácticas sostenibles.
- › **Procesos clave:** abastecimiento, transformación (inyección y soplado), control de calidad y distribución eficiente.

› **Economía circular:** investigación e incorporación gradual de materiales reciclados para fortalecer la eficiencia operativa y ambiental de la cadena.

- 3** Nuestra diversificación nos permite capturar oportunidades y mantener la estabilidad del negocio.
- › **¿A quiénes servimos?** Consumidores finales (hogar), clientes comerciales (retail y mayoristas) e instituciones con requerimientos técnicos.
  - **Red multicanal.** Cobertura total a través de canales tradicionales, grandes superficies, ventas industriales y exportaciones.





## 4

La compañía opera a través de una red multicanal conformada por siete canales de venta, lo que le permite asegurar una amplia cobertura, cercanía con el cliente y una atención diferenciada por segmento. Estos canales incluyen: **B2B, cliente final, autoservicios, canal tradicional, tiendas propias, comercio electrónico, call center y ventas internacionales.**

La operación de estos canales se sustenta en capacidades logísticas consolidadas y en una gestión comercial orientada a la eficiencia, la disponibilidad permanente del producto y la optimización de la experiencia del cliente.

## 5

**Apalancamos nuestra estrategia en activos que garantizan resultados a largo plazo:**

- › **Talento humano:** equipo calificado y comprometido con la excelencia.
- › **Infraestructura:** tecnología de vanguardia para la transformación de plásticos.
- › **Capacidades internas:** diseño, innovación y desarrollo de producto.
- › **Alianzas estratégicas:** colaboración con proveedores, gremios, empresas y academia para potenciar la innovación y el conocimiento.

## 6

- › **Ambiente:** uso eficiente de los recursos y avance decidido hacia modelos de economía circular.
- › **Social:** priorizamos el bienestar, la seguridad y el desarrollo de nuestros colaboradores, así como relaciones responsables con clientes, proveedores y comunidades.
- › **Gobierno:** actuamos bajo principios de ética, transparencia y cumplimiento normativo.



**Nuestra misión:**  
ofrecer soluciones prácticas que generen bienestar a nuestros clientes y consumidores.



# ESTRA EN MOVIMIENTO

Nuestra capacidad de adaptación nos permite liderar en múltiples frentes, manteniendo una operación sólida y diversificada:

**CONSUMO MASIVO Y HOGAR**

Soluciones para organización, menaje y uso doméstico.

**SECTOR AMBIENTAL**

Productos para la separación, almacenamiento y gestión de residuos.



**SECTOR INSTITUCIONAL Y COMERCIAL**

Atendiendo las necesidades de empresas, comercios, entidades educativas y organizaciones públicas.

**SECTOR INDUSTRIAL**

Soluciones plásticas funcionales para procesos productivos y logísticos.

## Alcance geográfico

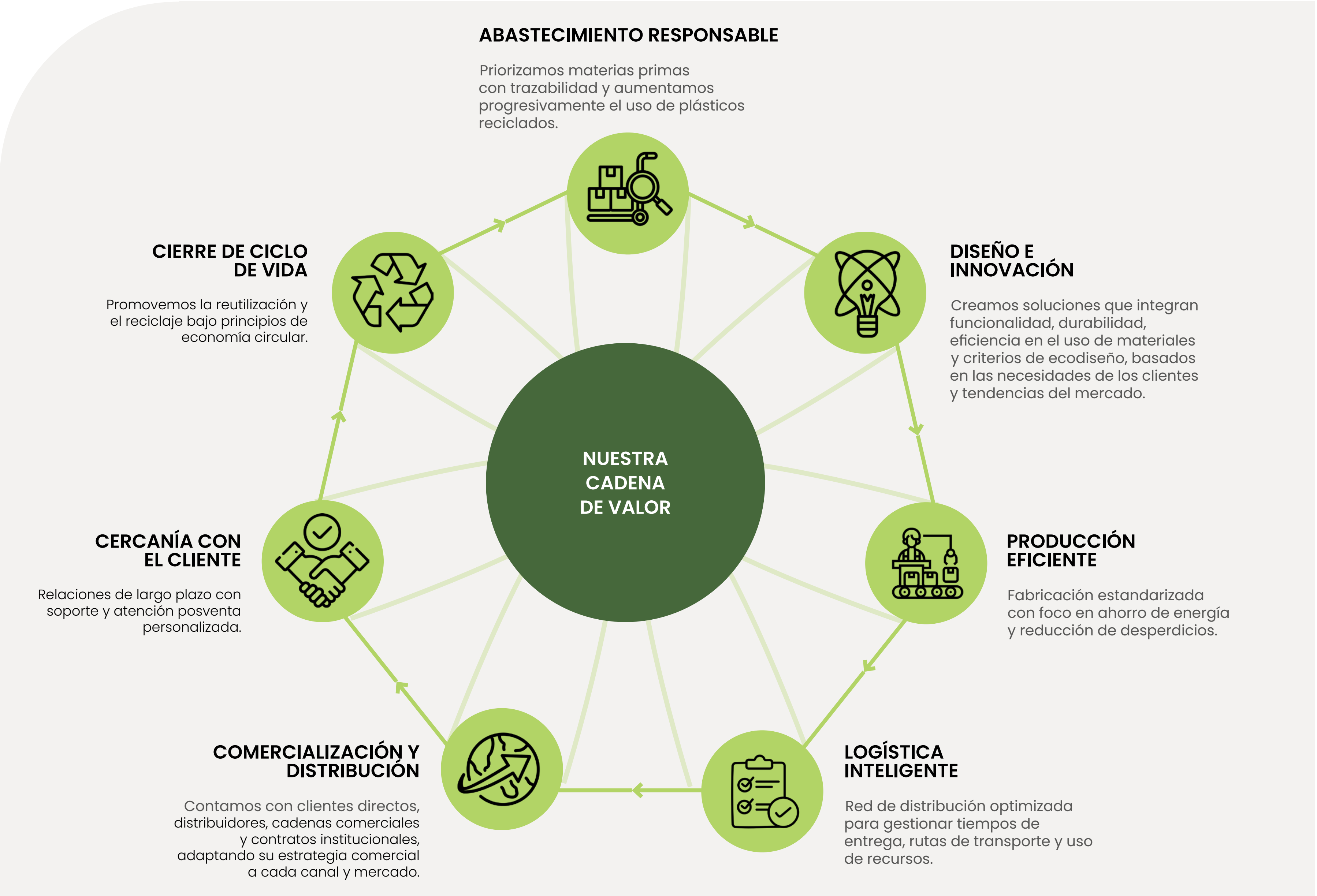
Liderazgo consolidado en Colombia (nuestro principal mercado) y presencia estratégica en América Latina, donde nuestras exportaciones representan hasta el 10% de las ventas totales.





# Nuestra cadena de valor: del insumo a la economía circular

Diseñamos cada etapa del proceso para asegurar eficiencia, calidad y un impacto positivo en el entorno:



## ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

Priorizamos materias primas con trazabilidad y aumentamos progresivamente el uso de plásticos reciclados.

## DISEÑO E INNOVACIÓN

Creamos soluciones que integran funcionalidad, durabilidad, eficiencia en el uso de materiales y criterios de ecodiseño, basados en las necesidades de los clientes y tendencias del mercado.

## PRODUCCIÓN EFICIENTE

Fabricación estandarizada con foco en ahorro de energía y reducción de desperdicios.

## LOGÍSTICA INTELIGENTE

Red de distribución optimizada para gestionar tiempos de entrega, rutas de transporte y uso de recursos.

## COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Contamos con clientes directos, distribuidores, cadenas comerciales y contratos institucionales, adaptando su estrategia comercial a cada canal y mercado.

## CERCANÍA CON EL CLIENTE

Relaciones de largo plazo con soporte y atención posventa personalizada.

## CIERRE DE CICLO DE VIDA

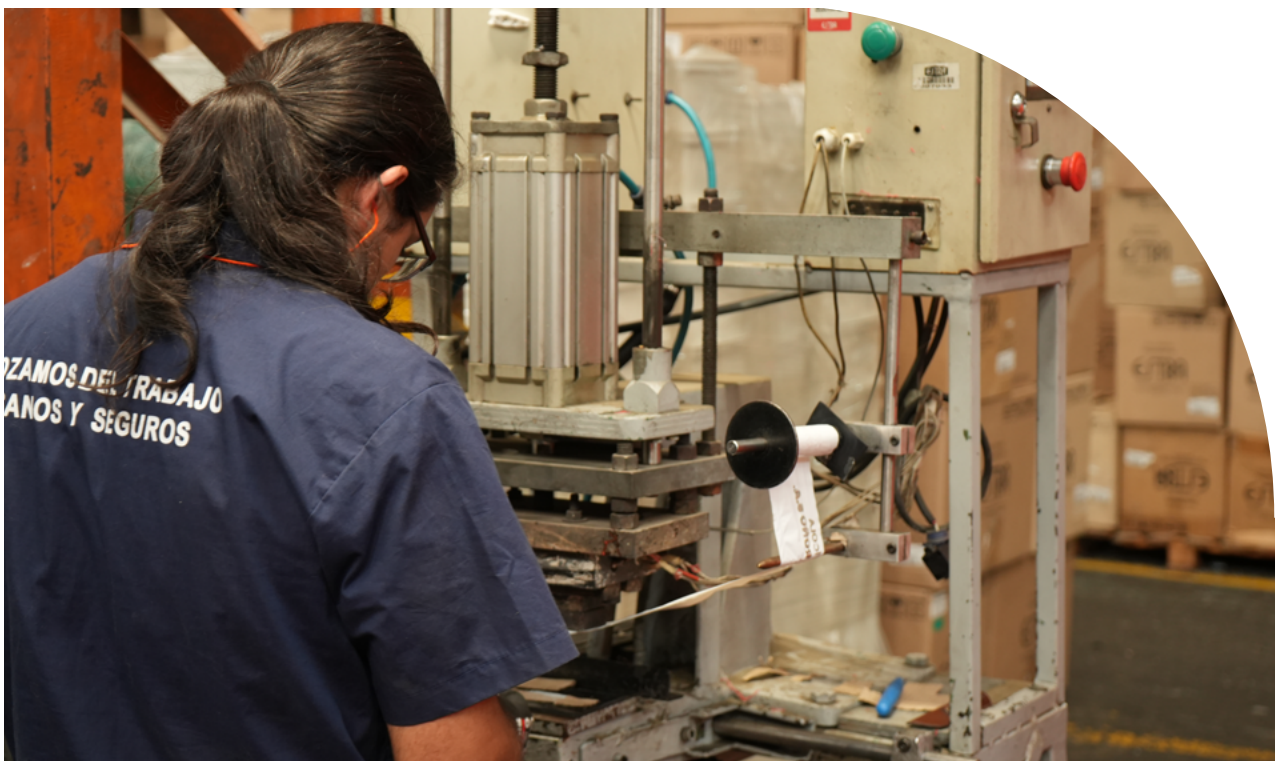
Promovemos la reutilización y el reciclaje bajo principios de economía circular.



# ESTRATEGIA EN ACCIÓN: nuestras líneas de valor



**Soluciones para el hogar:**  
facilitamos tu día a día.  
**Es nuestro vínculo directo con las familias.**



## Un modelo de negocio resiliente

Ambas líneas se complementan para asegurar un crecimiento rentable y sostenible:

**Eficiencia operativa:**  
procesos alineados con la innovación constante.

**Valor compartido:**  
generamos impacto económico, social y ambiental a largo plazo.





# DESEMPEÑO ECONÓMICO

[GRI 201-1] [GRI 203-1] [GRI 204-1]

Nuestros indicadores financieros: la base de un futuro sostenible.

## INGRESOS

COP **103.454** MM  
11% de crecimiento respecto al 2024

## EBITDA

COP **13.720** MM  
Margen Ebitda 13%

## INVERSIÓN

Social, ambiental y servicios apoyados  
COP **281** MM

## UNIDADES VENDIDAS

**5.252.396**  
6,4% en comparación con 2024

## VENTAS INTERNACIONALES

USD **2.138.645**  
Llegamos a 18 países en América

## CRECIMIENTO

**10,3%**  
en dólares

## PROVEEDURÍA LOCAL

**71 %** de nuestras compras de bienes y servicios corresponden a proveedores nacionales



**959.000**  
usuarios interactuaron con nuestros canales digitales

## EMPLEADOS

**478** personas  
**48%** mujeres  
**52%** hombres



**13** tiendas  
propias en Medellín, Bogotá, Barranquilla y Cali



# IMPULSO DE MARCA:

## hitos comerciales y de mercadeo en 2025

Durante este año, nuestras áreas Comercial y de Mercadeo se enfocaron en fortalecer el portafolio y conectar con nuevos segmentos de mercado de manera sostenible.



### 1 LANZAMIENTO BASIC BOX

Presentamos esta nueva línea funcional y accesible para ampliar nuestra cobertura en el mercado.

### 2 INVERSIÓN EN INNOVACIÓN

Incorporamos 12 nuevos moldes para fortalecer la oferta de almacenamiento.

### 3 PROPUESTA INTEGRAL

Logramos un portafolio equilibrado que ofrece desde soluciones básicas hasta productos premium de alta resistencia.

## Estrategia de organización: una solución para cada hogar

Consolidamos nuestra categoría de cajas organizadoras bajo el modelo **Good-Better-Best**, asegurando una opción ideal para cada necesidad y presupuesto.







## Categoría Horeca: especialización y alianzas

Estructuramos una oferta sólida para el sector de hoteles, restaurantes y cafeterías, respondiendo a la demanda de soluciones técnicas.

- › **Identidad propia:** agrupamos productos especializados para ofrecer una propuesta coherente y fácil de entender para nuestro cliente institucional.
- › **Estudio de mercado:** analizamos las necesidades del sector para consolidar una oferta competitiva.
- › **Alcance global:** fortalecimos nuestro catálogo gracias a alianzas estratégicas con proveedores de **España, China y Turquía.**



# ALIANZAS QUE INSPIRAN

## Diseño y alcance global

[GRI 2-28]

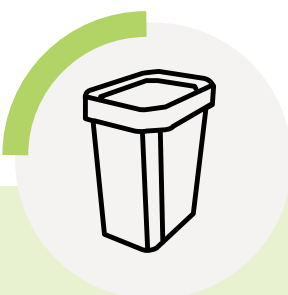
**Talento local: ESTRA + Laura Díez**  
Unimos nuestra experiencia con el estilo contemporáneo de la ilustradora y diseñadora paisa Laura Díez para llenar de color e identidad los hogares colombianos.

**OBJETIVO**  
Conectar emocionalmente con el consumidor a través de productos con diseño en tendencia y estética versátil.



**Valor agregado:**  
diferenciación del portafolio mediante diseño nacional de exportación.

CATEGORÍAS TRANSFORMADAS:



**1 AMBIENTAL**

Canecas, baldes y poncheras con identidad gráfica.



**2 ORGANIZACIÓN**

Cajas, cajoneras y recipientes para cocina con toques de color.



**3 MENAJE**

Vasos, jarras y tazones que aportan estilo a la mesa.





## Conexión global: abastecimiento estratégico

Consolidamos una gestión de dos años para complementar nuestro portafolio nacional con lo mejor del mundo, bajo la estrategia **Good–Better–Best.**

**Aliados del mundo:** fortalecimos nuestra red con proveedores estratégicos en **Corea, China, España y Nueva Zelanda.**

**En busca de tendencias:** participamos en las ferias más importantes de la industria para traer innovación a Colombia:

- › The Inspired Home Show (Chicago).
- › Ambiente (Frankfurt).
- › Zuchex (Estambul).



**Resultado:** un portafolio más competitivo, con productos diferenciados que responden a todos los segmentos del mercado.



# NUESTRA IDENTIDAD DE MARCA: el poder de la Mancha Roja

Para nosotros, el rojo no es solo un color; es el símbolo de nuestra energía, el corazón de nuestra historia y la pasión con la que diseñamos cada solución para el hogar. Por eso, en 2025 implementamos la estrategia de posicionamiento **Mancha Roja**, una evolución visual pensada para que nuestros clientes nos reconozcan al instante, incluso antes de leer la etiqueta.





# ESTRATEGIA COMERCIAL:

resultados que impulsan el crecimiento

## Gestión comercial

Dentro del proceso comercial actualmente se encuentran las áreas de mercadeo y ventas. En su gestión y estructura encontramos lo siguiente:

**5 categorías de producto:** ambiental, organización, menaje, Horeca e industrial.

**7 canales de venta:** autoservicios, tradicional, tiendas propias, e-commerce, call center, ventas internacionales y B2B (cliente final).

## VENTAS TOTALES

Superamos la barrera de los COP100.000 millones, alcanzando un cierre de **COP 103.454 millones**, (11% en valor).

## CRECIMIENTO INDUSTRIAL

Logramos el mejor desempeño del último año con un aumento del **14,9%** en valor y 16,3% en el canal B2B.

## PRODUCTO COMERCIALIZADO

Crecimiento del **34,9%** frente al año anterior, alcanzando los COP 10.305 millones en ventas.



## Detalles de valor

- › **Eficiencia en unidades:** el crecimiento total en volumen fue del 7,3%, demostrando una operación saludable y constante.
- › **Liderazgo por categoría:** en productos comercializados (nacionales e importados), la categoría **Ambiental lidera con un 39%, seguida de Organización con un 33,8%.**
- › **Aporte estratégico:** la participación del producto comercializado **alcanzó el 9,7 %** sobre el total de la venta, fortaleciendo nuestra oferta integral.



# RECONOCIMIENTOS Y CERTIFICACIONES 2025



## FINALISTAS DEL PREMIO VISIÓN SOSTENIBLE SODIMAC

En la categoría Visión Sostenible Integral nos destacamos por nuestro compromiso y liderazgo en la construcción de un futuro más sostenible.



## CERTIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE PROVEEDORES 2025

El Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín y el Centro de Tecnología de Antioquia (CTA), certificaron nuestra participación en este programa. El compromiso con el crecimiento de nuestros proveedores nos permite impulsar el desarrollo de una cadena más eficiente y alineada con nuestros principios de sostenibilidad, excelencia operativa y mejora continua.



## RECONOCIMIENTO DE LA REVISTA TECNOLOGÍA DEL PLÁSTICO DEL ICIPC

Nos destacaron como referentes del sector por nuestro liderazgo en sostenibilidad. En especial, por la optimización de nuestra planta, que nos permitió **reducir el consumo energético en un 15%** y los avances que hemos realizado en innovación y economía circular.

## Certificaciones

### 6 certificaciones nacionales e internacionales

Consolidando el compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental, en 2025 mantuvimos las certificaciones en ISO 9001, inventario de gases de efecto invernadero (GEI) y carbono neutro. Además, adquirimos dos nuevos certificados:

- › **Sello Loop**
- › **Energía eléctrica 100% renovable.**

La preservación de estas acreditaciones es fundamental para garantizar el cumplimiento de los más altos estándares internacionales, fortalecer la confianza de clientes, inversionistas y aliados estratégicos y asegurar la competitividad en mercados con crecientes exigencias en materia ambiental.



Estas certificaciones respaldan nuestra eficiencia operativa y refuerzan nuestro posicionamiento como un actor responsable y sostenible en la industria.



NUESTRAS CREDENCIALES DE SOSTENIBILIDAD



1

SELLO DE SOSTENIBILIDAD LCBA

Otorgado por el programa **Low Carbon Business Action** que financia la Unión Europea, reconoce a nuestras **Ecobins** por transformar el polialuminio de envases Tetra Pak en soluciones de impacto ambiental positivo.



2

CARBONO NEUTRO

Mantenemos nuestra certificación de Carbono Neutro vigente desde el año **2022**.



3

INVENTARIO DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI):

Contamos con el certificado de inventario de emisiones verificado desde el año **2022**.



4

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:

Certificación que respalda la excelencia de todos nuestros procesos operativos.



5

SELLO LOOP – VALIDACIÓN DE CIRCULARIDAD (NOVEDAD 2025):

Certificamos **64 referencias** de seis familias de productos (canecas, poncheras, baldes, señales e insulados). Esta validación de una tercera parte asegura la trazabilidad, calidad y transparencia de nuestros procesos, evitando el *greenwashing*.



6

ENERGÍA ELÉCTRICA 100% RENOVABLE (NOVEDAD 2025):

Logramos la verificación de Uso de Energía de Fuente Renovable por parte de **ICONTEC**. Somos pioneros en la industria al alcanzar este hito que reafirma nuestro compromiso con la innovación energética.

EMPRESAS SOSTENIBLES – ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ

Con este reconocimiento en la categoría bronce, la entidad resalta nuestras buenas prácticas que hemos implementado para reducir las emisiones, mejorar la eficiencia energética, darle un uso adecuado al recurso hídrico, así como la incorporación de la economía circular en nuestro proceso productivo.



SELLO DE SOSTENIBILIDAD LCBA

El distintivo **Low Carbon Business Action Latam** ratifica nuestro compromiso con soluciones de bajo impacto ambiental. Este sello reconoce el éxito de nuestra línea **Ecobins**, en la que transformamos el polialuminio de envases de **Tetra Pak** en canecas para reciclaje, integrando innovación y economía circular en cada producto.



MEJOR PROVEEDOR DE DESARROLLO SOSTENIBLE GRUPO ÉXITO

Ganamos este reconocimiento en el marco del 15.º Concurso de Proveedores del **Grupo Éxito**.



SECRETARÍA DISTRITAL DEL HÁBITAT DE BOGOTÁ

Distinción que recibimos por promover la educación en niños y jóvenes a través de nuestro programa: **Estraeco Educa**, iniciativa que desarrollamos con aliados estratégicos.





# 02

## INNOVACIÓN

diseñando el futuro  
de la eficiencia





# ESTRATEGIAS QUE IMPULSAN LA COMPETITIVIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD OPERATIVA

[GRI 2-22] [GRI 2-6] [GRI 201-1] [GRI 301-2] [GRI 301-3] [GRI 417-1]



## Desarrollo de nuevos productos y servicios

Nuestra estrategia de innovación se consolida a través del desarrollo de productos a la medida y la integración de tecnologías de vanguardia que optimizan la operatividad y elevan nuestros estándares de eficiencia.

El crecimiento en la participación en ventas fue impulsado por proyectos estratégicos en los segmentos de mercado: ambiental, industrial, organización, menaje y Horeca, sumado a la incorporación de maquinaria de última generación que fortalece nuestra competitividad y asegura la sostenibilidad a largo plazo de la operación.

Durante 2025, los nuevos lanzamientos aportaron el **10% de los ingresos totales** de la compañía, evidenciando su impacto significativo en la estrategia de crecimiento.





# ESTRAECO: la estrategia que articula nuestra sostenibilidad

Nuestra estrategia de sostenibilidad se enfoca en brindar soluciones prácticas para construir un futuro sostenible, articulando acciones a través de todos sus ejes de gestión mediante un plan de acción que moviliza iniciativas en diversas áreas de la organización. Este plan se implementa y comunica bajo la estrategia sombrilla **Estraeco**, que integra los subprogramas orientados a desarrollar productos y procesos cada vez más articulados y sostenibles, consolidando así nuestro compromiso con el medio ambiente y con los grupos de interés.



## Ecosistema de subprogramas

La estrategia Estraeco se implementa a través de un flujo articulado de tres frentes de acción, diseñados para fortalecer nuestra cadena de valor y consolidar criterios de innovación que impulsen productos y procesos cada vez más sostenibles:

-  **Estraeco Renueva**  

-  **Estraeco Recicla**  

-  **Estraeco Educa**  

-  [HAZ CLICK AQUI para ver más sobre la estrategia de sostenibilidad corporativa ESTRA](#)



## Nuestra visión es clara:

Integrar conocimiento técnico, innovación y capacidades externas para asegurar soluciones eficientes y trazables que generen un impacto positivo tanto ambiental como social.



# LA ECONOMÍA CIRCULAR EN ESTRA

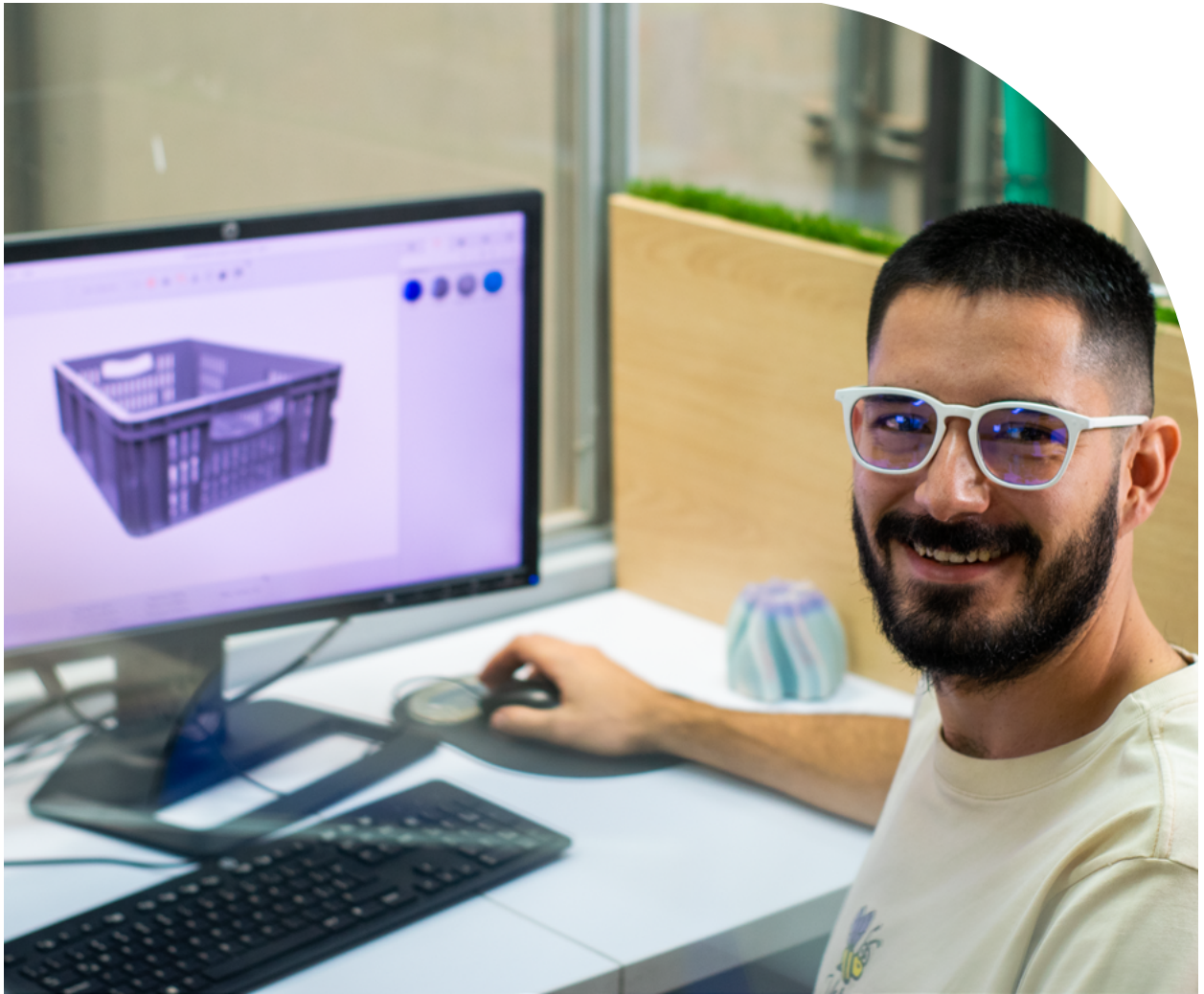
La economía circular es un asunto relevante de nuestra estrategia de sostenibilidad, que hace parte de nuestro eje innovamos para generar valor. Para hacer realidad esta apuesta, contamos con el programa Estrae-co, el cual moviliza nuestro plan de acción y se enfoca en el ecodiseño, la recolección, el aprovechamiento y la transformación de materiales plásticos posconsumo.

Así mismo, entendemos que el verdadero impacto depende de movilizar cambios en el comportamiento de las personas, como base para fortalecer y escalar nuestras iniciativas. Por ello, impulsamos subprogramas que no solo promueven la innovación en productos, sino que también fomentan alianzas sólidas con proveedores, gestores especializados, clientes y organizaciones expertas.

A través de estas articulaciones fortalecemos la cultura de recolección y aprovechamiento de residuos, generando valor ambiental, social y económico, y ampliando nuestro impacto sostenible.

## Objetivos de las alianzas en nuestros programas

A través de este trabajo colaborativo, apuntamos a:





# ESTRAECO RENUEVA:

## Transitando hacia la economía circular

Desde el enfoque de innovación en la estrategia de Estraeco, presentamos el programa **Estraeco Renueva**, una iniciativa que refleja cómo transformamos los desafíos ambientales en oportunidades de valor compartido. A través de este programa de aprovechamiento de plásticos posconsumo, desarrollado en alianza con clientes B2B y B2C, reincorporamos materiales al ciclo productivo, disminuyendo el uso de resinas vírgenes y promoviendo un modelo de economía circular.

### Estraeco Renueva

- › **Nuevos productos** con altos estándares de calidad y trazabilidad.
- › **Enfoque I+D:** ingeniería aplicada para la transformación y valorización de residuos.
- › **Reincorporamos materiales al ciclo productivo** disminuyendo el uso de resinas vírgenes y contribuyendo a los ODS:



**estraeco**  **Renueva**  
• Dale un nuevo giro al plástico •





## Principales logros 2025 de Estraeco Renueva

### 1 CAPACIDAD DE TRANSFORMACIÓN

Procesamos y comercializamos **3.920 toneladas** de material reciclado.

### 2 PARTICIPACIÓN EN LA PRODUCCIÓN

Este volumen representa el **67%** de la materia prima total utilizada por la compañía.

### 3 CRECIMIENTO ESTRATÉGICO

Un **15%** incrementamos la participación de material reciclado en comparación con el año 2024.

### 4 IMPACTO AMBIENTAL

Evitamos la emisión de **2.059 tCO<sub>2</sub>e**, gracias a la reincorporación de materiales al ciclo productivo y la reducción de residuos destinados a rellenos sanitarios.

## Principales cifras de transformación de materiales 2025

**5.834**

Toneladas totales transformadas

**3.921**

Toneladas de material reciclado

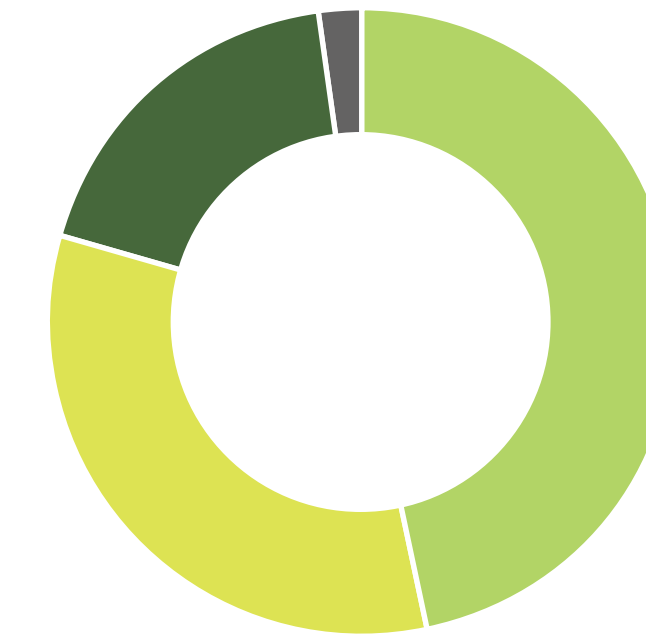
**67%**

Participación de material reciclado

**16%**

Crecimiento de reciclado (vs. el año anterior)

## Distribución de participación por tipo de material



|                    |       |
|--------------------|-------|
| Reciclado externo: | 46,2% |
| Original:          | 32,8% |
| Plan Renovar:      | 18,4% |
| Polialuminio:      | 1,8%  |



## Lanzamos nuevo producto

Ecobins, un cuidado eStra para el planeta, es la línea sostenible que desarrollamos en alianza con Tetra Pak y Proplanet

(más información en la siguiente sección).





# SOLUCIONES CIRCULARES QUE IMPULSAN LA SOSTENIBILIDAD DE NUESTROS CLIENTES

Bajo un enfoque de innovación aplicada a la sostenibilidad, desarrollamos productos que optimizan recursos y cierran ciclos de vida de materiales complejos, transformándolos en soluciones funcionales y competitivas.

## ECOBINS: el valor del polialuminio

Nuestra línea de canecas Ecobins para la separación de residuos integra polialuminio, un material recuperado de envases de Tetra Pak, demostrando nuestra capacidad técnica para aprovechar compuestos complejos.



**TRANSFORMACIÓN:**  
reintroducimos 107 toneladas del compuesto de polialuminio en el mercado durante el 2025.

**IMPACTO:**  
evitamos que cerca de 8 millones de envases de cartón Tetra Pak de 250 ml terminaran en rellenos sanitarios.

**MITIGACIÓN:**  
esta acción representó un ahorro de 57 tCO2e.

**COMPARACIÓN:**  
analizamos el ciclo de vida de Ecobins frente a Estrabins para comparar su impacto ambiental según el origen de sus materias primas. Este ejercicio nos permitió respaldar nuestras decisiones de producto con información técnica. Este análisis se realizó con la suite de Análisis de Ciclo de Vida de nuestro aliado Portafolio Verde.

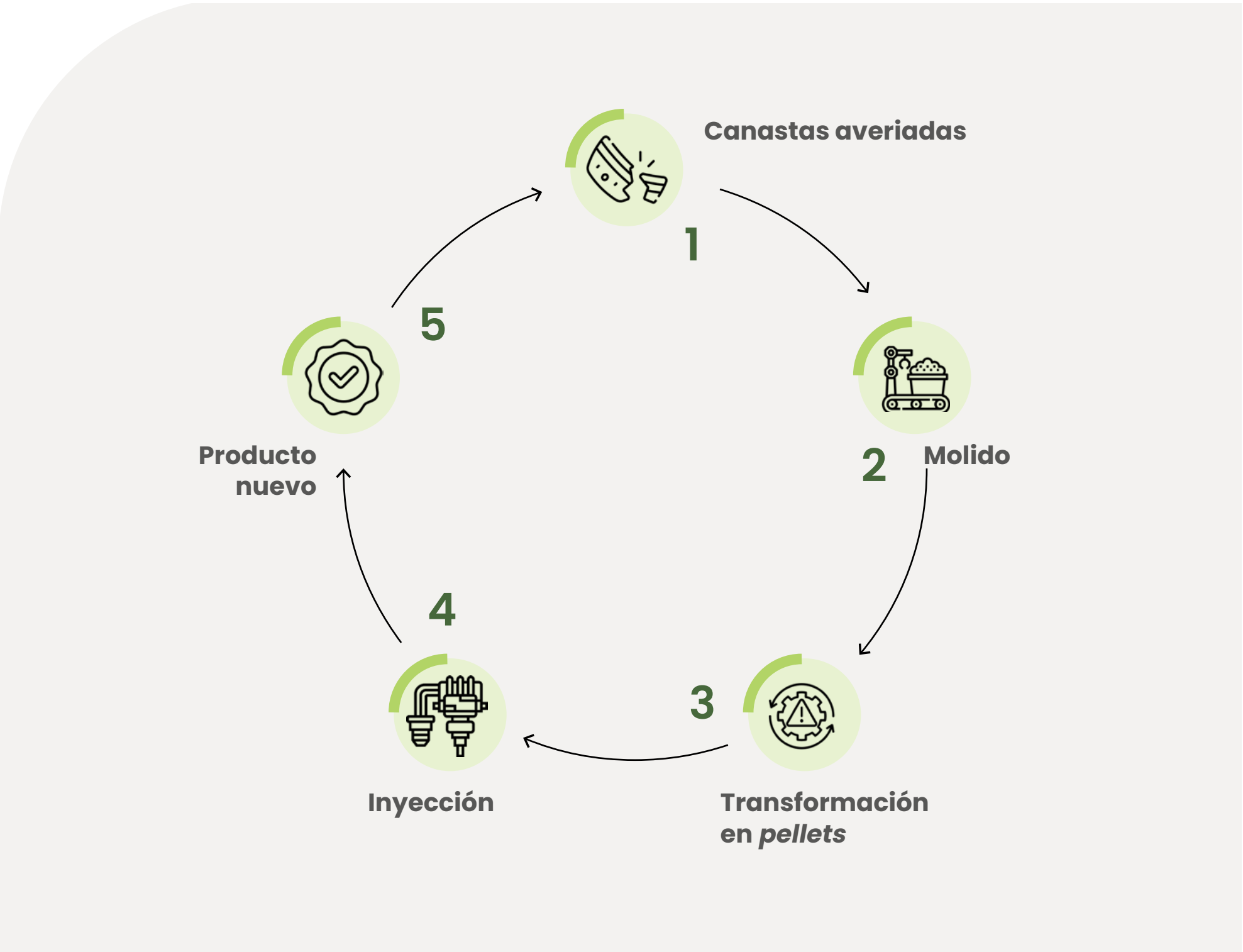
A partir de este ejercicio corroboramos que las Ecobins son un producto con atributos de sostenibilidad.





**Plan Renovar:** cierre de ciclo para el sector industrial

A través de este programa reincorporamos cajas industriales (canastas) averiadas en la fabricación de nuevas unidades, así logramos el cierre del ciclo y garantizamos la trazabilidad del material. Esta iniciativa es clave para las metas de sostenibilidad de nuestros clientes B2B.



**IMPACTO:**  
entregamos **11 certificados** de transformación.

**RESULTADO:**  
**1.071 toneladas** de material reciclado transformado y puesto nuevamente en el mercado.

**586 MIL**  
canastas remanufacturadas

**BENEFICIO AMBIENTAL:**  
evitamos la emisión de **2.454 tCO<sub>2</sub>e**, eliminando la necesidad de disposición en rellenos sanitarios.





## Componentes RAEE: innovación desde la electrónica

Transformamos componentes clave de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE), específicamente controles de televisor obsoletos, en materia prima reciclada para nuestras líneas de productos.



**PRODUCCIÓN:**  
recuperamos **24 toneladas** de plástico ABS para fabricar 42.000 pedales y palancas de canecas.

**SOSTENIBILIDAD:**  
evitamos la emisión de **12 tCO<sub>2</sub>e** al reincorporar este material al ciclo productivo en lugar de desecharlo.





# CERTIFICACIONES QUE RATIFICAN LA INNOVACIÓN EN SOSTENIBILIDAD

Nuestra capacidad de innovación se respalda con certificaciones de alto estándar que brindan confianza a nuestros grupos de interés. Estos avales técnicos ratifican que los procesos de transformación cumplen con criterios rigurosos de calidad y responsabilidad ambiental.

## Sello Loop

Esta certificación por parte de un tercero valida la circularidad de nuestros productos de larga duración. Incluye aspectos de trazabilidad, calidad y confiabilidad que aseguran la transparencia en la cadena de valor para evitar el *greenwashing*.



Contamos con **64 referencias** certificadas, distribuidas en familias de productos clave:



› **Canecas**



› **Productos de aseo**



› **Baldes**



› **Insulados**

## Otras certificaciones que respaldan nuestros productos



**Sello de sostenibilidad LCBA:**  
Proyecto Eco Bins.



**Sistema de gestión de calidad:**  
Contamos con la certificación ISO 9001, un reconocimiento internacional que avala nuestro sistema de gestión de calidad y respalda nuestro compromiso con la excelencia en cada proceso.



# ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA LA INNOVACIÓN

Entendemos que el camino hacia la sostenibilidad es un esfuerzo compartido. Por ello, consolidamos alianzas con actores clave que nos permiten potenciar nuestras capacidades técnicas, optimizar la logística y asegurar el cumplimiento de normativas ambientales, transformando desafíos en soluciones conjuntas de alto impacto.

## Alianza con Tetra Pak:



- › Desde 2022 aprovechamos y transformamos el polialuminio de envases de cartón en productos plásticos de larga duración.
- › Esta colaboración permitió integrar I+D+i y ecodiseño para el desarrollo de nuestra línea de canecas Ecobins.
- › También realizamos acciones conjuntas con recicladores y actividades de sensibilización infantil a través del programa Estraeco Educa.
- › En 2025 participamos en la Cumbre Internacional de Sostenibilidad e Innovación Ambiental, donde nuestras Ecobins, neveras y baldes de polialuminio reciclado se destacaron en el stand de Tetra Pak.
- › Estas soluciones reducen emisiones de gases de efecto invernadero, evitan el uso de rellenos sanitarios y promueven la economía circular.

## Logyca y Defencarga: eficiencia en la cadena de suministro

- › Desde nuestro proceso de suministro y CEDI **hacemos parte de Logyca**, un movimiento empresarial que impulsa la competitividad mediante logística colaborativa y soluciones para las cadenas de valor.
- › También participamos en Defencarga, agremiación colombiana con más de **50 años de trayectoria enfocada en fortalecer la seguridad** y la distribución física en el país.
- › Estas vinculaciones contribuyen a **mejorar la eficiencia y competitividad operativa** de la compañía a través de la gestión logística.



## Visión circular: responsabilidad extendida del productor

En 2025 continuamos siendo parte de los esfuerzos colectivos en este importante ecosistema de la Responsabilidad Extendida del Productor (REP). Repack (al 2025) y Visión Circular (desde el 2026) son alianzas de valor que fortalecen nuestra participación como productores y transformadores en la cadena, reafirmando nuestro compromiso con la economía circular.

**LocknLock**

**ESTRA** | **Rotoplast**

## Otras alianzas estratégicas comerciales

- › Impulsamos alianzas con marcas nacionales e internacionales que fortalecen nuestra propuesta de valor. En Colombia representamos a **Lock&Lock**, líder global en soluciones de almacenamiento para el hogar.
- › Asimismo, en alianza con **Rotoplast** diseñamos, producimos y comercializamos contenedores de gran volumen que contribuyen a una gestión más eficiente y responsable de los residuos, reforzando nuestro compromiso con la sostenibilidad y la economía circular.



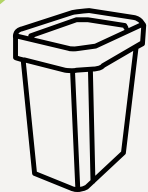


# MARKETING Y ETIQUETADO RESPONSABLE:

## El valor de la elección consciente

La claridad en nuestra comunicación es el puente que conecta el propósito de la compañía con las decisiones de nuestros clientes.

A través de un sistema de **marketing y etiquetado responsable** visibilizamos el origen de los materiales y el impacto positivo detrás de cada producto, guiando a las personas hacia un consumo más consciente y transparente.



### 1 ATRIBUTOS DE RECICLAJE:

todos nuestros productos fabricados con material reciclado (a excepción de las canastas) cuentan con una etiqueta que informa sobre este atributo de sostenibilidad.

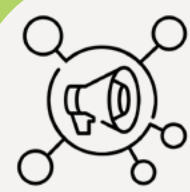


### 2 ETIQUETADO ESPECIALIZADO ECOBINS:

las canecas de la línea Ecobins integran un doble sistema de información ambiental para mayor claridad del usuario.

**Plástico reciclado:** etiqueta que informa el contenido de plástico recuperado.

**Impacto Tetra Pak:** etiqueta que detalla el número exacto de envases de cartón que fueron aprovechados y transformados para dar vida a esa caneca en particular.



### 3 COMUNICACIÓN AL CONSUMIDOR:

A través de videos interactivos, llevamos información de valor a nuestros clientes y consumidores, brindándoles contenidos claros, dinámicos y prácticos que fortalecen su aprendizaje e inspiran a adoptar cambios de comportamiento más responsables. Estos videos tienen la intención no solo de informar, sino también de generar conciencia, motivación y acciones concretas que aporten al cuidado del entorno y a la construcción de hábitos más sostenibles.



**Ecobins,**  
un cuidado  
Estra para  
el planeta



**Disponer**  
los residuos  
es fácil con  
**Estraeco**





# 03

## ESTRATEGIA y sostenibilidad





# ESTRATEGIA ESTRA

[GRI 2-23]

Para que nuestro compromiso con la sostenibilidad se materialice, hemos trazado una hoja de ruta clara que pone en el centro lo más importante: **nuestro mercado, los clientes y el talento humano que hace posible cada avance**. Este esquema de objetivos estratégicos para el periodo 2022-2026 es el motor que impulsa nuestra evolución



A través de pilares como la innovación sostenible, la expansión internacional y la eficiencia operativa, buscamos fortalecer nuestra presencia y asegurar que cada acción genere un impacto positivo y duradero para todos.





# HITOS DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD 2025

[GRI 3-1] [GRI 3-2] [GRI 3-3]

Juntos construimos nuestra sostenibilidad

En **ESTRA** la Estrategia de Sostenibilidad no es una decisión aislada, es un esfuerzo compartido, que surgió del diálogo con nuestros grupos de interés (colaboradores, clientes corporativos, proveedores, aliados nacionales e internacionales, cliente final, canales propios, gobierno corporativo, entidades financieras, autoridades ambientales) por medio de nuestros líderes de todas las áreas, quienes nos ayudaron a definir acciones reales en temas ambientales, sociales y de gobernanza.

**El resultado:** una hoja de ruta clara con proyectos específicos, responsables asignados y plazos de ejecución definidos. Este marco de trabajo nos asegura que cada decisión esté alineada con nuestros valores, permitiéndonos ofrecer soluciones prácticas y responsables que garanticen nuestro futuro.

El corazón de nuestra estrategia

Nuestra propuesta de valor:

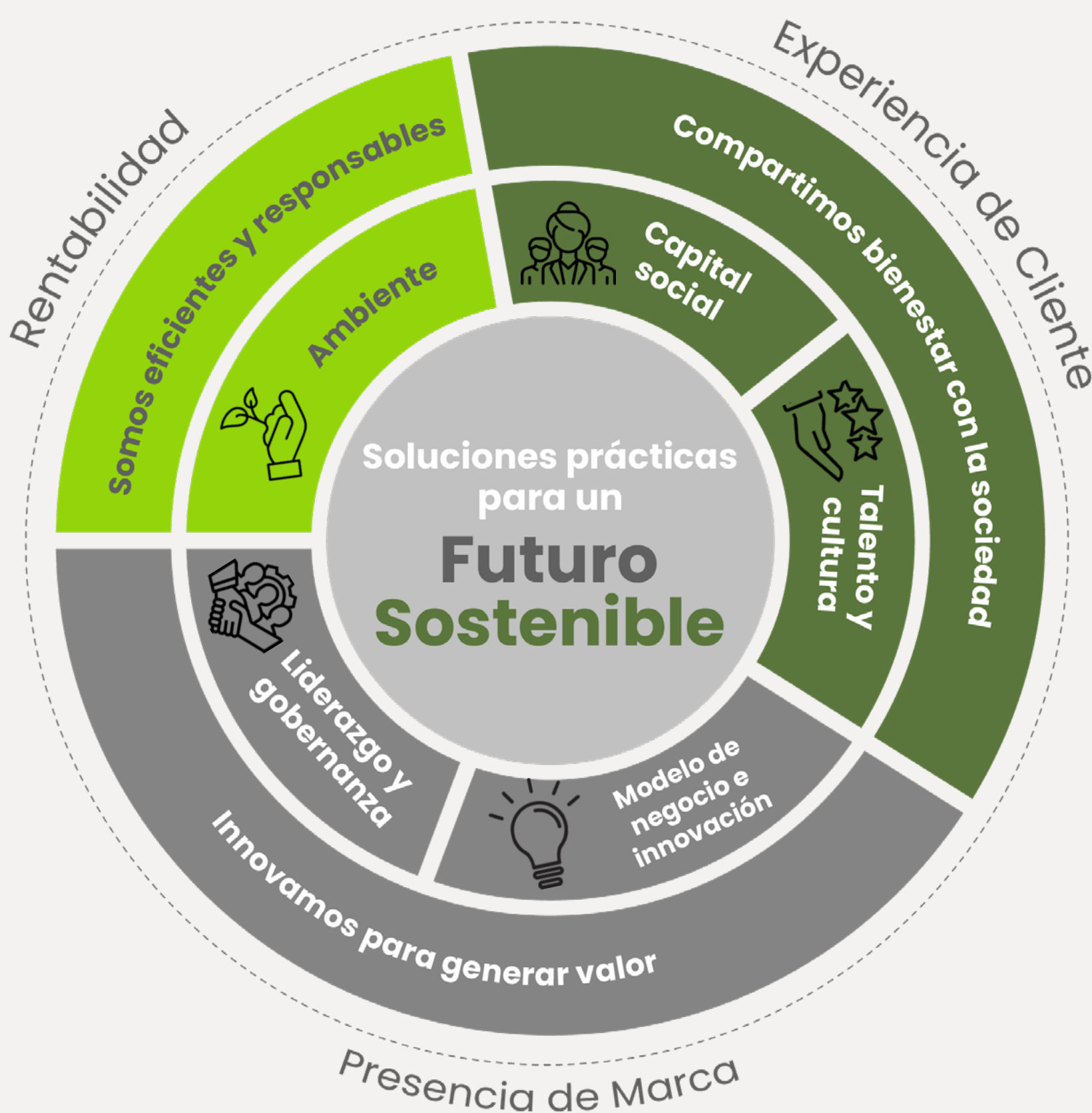


BRINDAR  
soluciones prácticas  
para un futuro  
SOSTENIBLE





Así gestionamos la sostenibilidad



| PROPÓSITO SOSTENIBLE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | OBJETIVO GENERAL                                                                                                                                                                                                                                                 | EJES                                                                                           | ODS                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>Estamos comprometidos con crear un entorno de trabajo seguro y ético. Promovemos prácticas comerciales justas y garantizamos que nuestros productos mejoren la calidad de vida de las personas sin comprometer su seguridad ni sus derechos fundamentales.</p> | <b>Establecer y mantener un entorno de trabajo seguro, ético y sostenible.</b>                                                                                                                                                                                   | Calidad y seguridad del producto.<br><br>Respeto por los derechos humanos y la diversidad.     |                                                                                        |
|  <p>Buscamos la participación y el aporte de los individuos y grupos de interés para conseguir la estrategia de la organización.</p>                                                                                                                               | <b>Gestionar el talento y fortalecer la cultura corporativa.</b>                                                                                                                                                                                                 | Seguridad, salud y bienestar<br><br>Desarrollo de talento humano.                              |                                                                                        |
|  <p>Ofrecemos opciones novedosas y asequibles para diferentes estilos de vida, mientras impulsamos la verticalización del modelo productivo enmarcado en la circularidad.</p>                                                                                     | <b>Aumentar la participación de mercado de productos y servicios a través de la innovación, la sostenibilidad y la transformación digital.</b>                                                                                                                   | Economía circular para el desarrollo de productos.<br><br>Innovación y transformación digital  |   |
|  <p>Contribuimos al valor –tanto empresarial como social– a través de comportamientos éticos, empleados comprometidos e inversión en la comunidad.</p>                                                                                                           | <b>Generar un impacto significativo en el ámbito empresarial y la sociedad.</b>                                                                                                                                                                                  | Ética empresarial y prácticas anticorrupción.<br><br>Alianzas para el desarrollo.              |                                                                                      |
|  <p>Reducir el riesgo asociado al cambio climático mediante mejoras en la eficiencia operativa y la implementación de medidas positivas para el medio ambiente en todos los aspectos de nuestra cadena de suministro.</p>                                        | <b>Fomentar la adopción de estrategias de producción y consumo responsables, promoviendo el uso eficiente y sostenible de los recursos y creando un cambio cultural que beneficie tanto a nuestros colaboradores internos como a nuestros clientes externos.</b> | Gestión del agua y mejora de la eficiencia energética.<br><br>Mitigación del cambio climático. |                                                                                      |



# DE LA ESTRATEGIA A LA ACCIÓN:

lo que realmente orienta nuestras decisiones

[GRI 2-29]



En **ESTRA** entendemos que la sostenibilidad se gestiona con criterio, priorización y enfoque. Por eso, además de definir principios y objetivos, avanzamos hacia la identificación de los temas que realmente inciden en nuestro desempeño y en la relación con nuestros grupos de interés.

Desde 2023, desarrollamos un análisis de materialidad que nos permitió identificar los asuntos más relevantes para el negocio y para nuestro entorno.

A través del diálogo con nuestra cadena de valor, contrastamos la visión interna con las expectativas externas, logrando una comprensión integral de los asuntos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) que debían orientar nuestra actuación.

Este proceso permitió traducir la estrategia en decisiones concretas, priorizando acciones alineadas con los principales riesgos y oportunidades de la operación.

A partir de este ejercicio, la materialidad se consolidó como el punto de conexión entre la estrategia y su implementación, orientando los esfuerzos hacia aquello que genera mayor valor y evitando la dispersión en la gestión.

Hoy, contamos con una base clara para definir prioridades, asignar recursos y estructurar iniciativas que aportan al crecimiento del negocio y al bienestar de nuestros grupos de interés. Asimismo, este análisis fortalece nuestra capacidad de anticiparnos a los cambios del entorno, integrando tendencias, exigencias regulatorias y expectativas del mercado en la toma de decisiones.

De esta manera, avanzamos hacia una gestión más estructurada, basada en evidencia y alineada con las dinámicas del entorno, como se detalla en el proceso metodológico presentado a continuación.

A continuación, presentamos el proceso mediante el cual desarrollamos nuestro análisis de materialidad.

A través del **diálogo con nuestra cadena de valor** identificamos los temas ambientales, sociales y de gobernanza más relevantes para orientar la estrategia y las decisiones de a compañía.



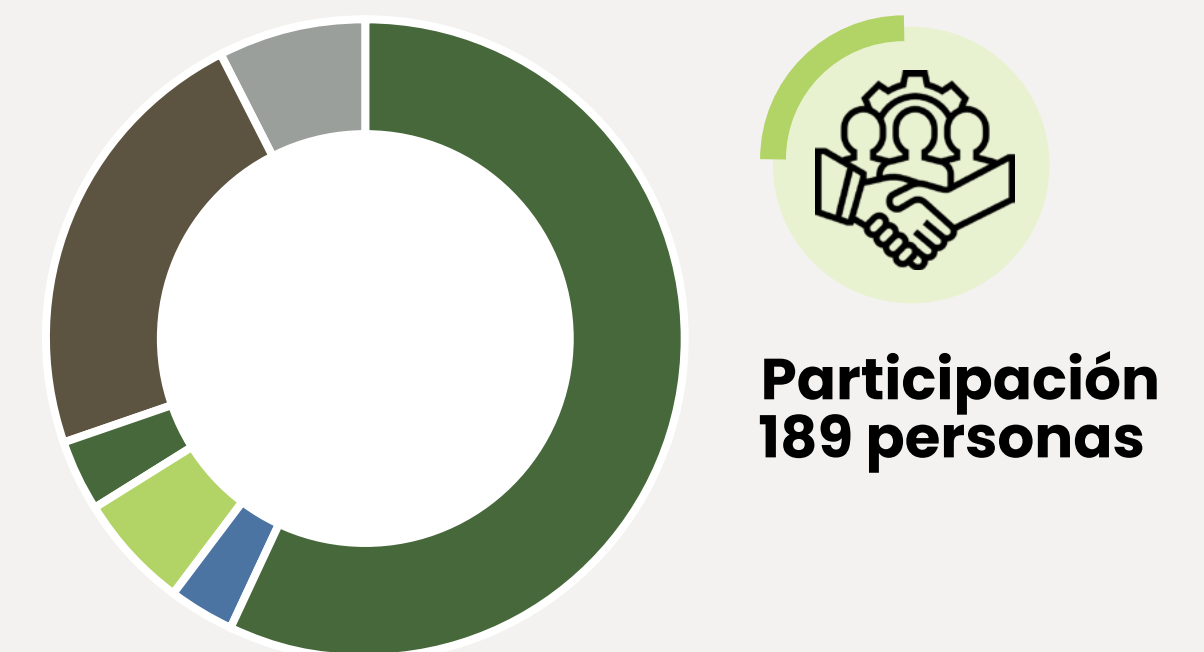
## NUESTRO CAMINO HACIA LA MATERIALIDAD

Así escuchamos a nuestro entorno para definir lo que es importante:



- 01** Evaluamos nuestro propósito, visión, estrategia y desempeño, a partir de una línea base construida con criterios de sostenibilidad nacionales e internacionales.
- 02** Mapeamos 12 grupos, inicialmente, en toda nuestra cadena de valor.
- 03** Evaluación de influencia y dependencia en tres dimensiones:
  - › Toma de decisiones y estrategia
  - › Operación e ingresos
  - › Reputación
- 04** 9 grupos de interés priorizados
  - › Colaboradores
  - › Clientes corporativos
  - › Proveedores
  - › Aliados nacionales e internacionales
  - › Cliente final
  - › Canales propios
  - › Gobierno corporativo
  - › Entidades financieras
  - › Autoridades ambientales.
- 05** Definición inicial de 27 temas de sostenibilidad relevantes para el sector industrial de bienes de consumo.
- 06** Calificación de los temas por el equipo directivo en una escala de 1 a 4. Selección de 18 asuntos materiales.

- 07**
  - › 9 asuntos económico-estratégicos
  - › 4 ambientales
  - › 5 sociales-comunitarios.
- 08** Aplicación de encuestas y grupos focales con colaboradores, clientes corporativos, proveedores, aliados, clientes finales y miembros del gobierno corporativo.
- 09** Construcción de la matriz de materialidad, identificando los asuntos prioritarios ubicados en la zona de mayor relevancia para el negocio y nuestros grupos de interés.



### CONSULTA A GRUPOS DE INTERÉS

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| Colaboradores         | 108 |
| Clientes corporativos | 6   |
| Proveedores           | 11  |
| Aliados               | 7   |
| Cliente final         | 43  |
| Gobierno corporativo  | 14  |



# MATRIZ DE MATERIALIDAD

- 1. Ética empresarial y prácticas anticorrupción
- 2. Economía circular para el desarrollo de productos
- 3. Mitigación del cambio climático
- 4. Calidad y seguridad del producto
- 5. Respeto por los derechos humanos y la diversidad
- 6. Desarrollo de talento humano
- 7. Gestión del agua y mejora de la eficiencia energética
- 8. Cumplimiento jurídico y reglamentario
- 9. Seguridad, salud y bienestar
- 10. Privacidad y seguridad de la información
- 11. Compras sostenibles y gestión de proveedores
- 12. Relacionamiento con grupos de interés
- 13. Reputación, rendición de cuentas y transparencia
- 14. Innovación y transformación digital
- 15. Alianzas para el desarrollo
- 16. Permanencia del negocio y gestión de riesgos
- 17. Gobernanza estratégica
- 18. Solvencia y resultados financieros



- Social
- Ambiental
- Gobernanza / Económico

Para **ESTRA** la matriz de materialidad es mucho más que un gráfico; **es la herramienta que nos permite priorizar con objetividad los temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo.** Gracias a ella, hoy tenemos una guía clara para tomar decisiones, definir metas y asignar recursos de manera eficiente para desarrollar acciones que fortalezcan la sostenibilidad corporativa y del gremio.



# DESEMPEÑO DE SOSTENIBILIDAD EN 2025

Creemos que lo que no se mide no se puede mejorar. Por eso, utilizamos un Índice Global de Sostenibilidad para evaluar qué tan bien cumplimos con nuestros objetivos económicos, ambientales y sociales.

Tomando como punto de partida nuestra medición de 2023, estos son los resultados que definen nuestra línea base:

## Índice Global de Sostenibilidad

### RESULTADOS EVALUACIÓN 2023

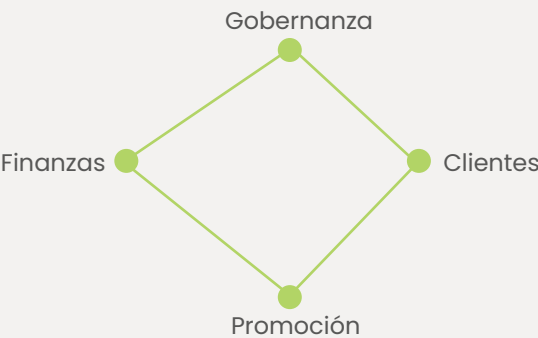
| INDICE GENERAL        | NIVEL SOSTENIBILIDAD | NIVEL IRL |
|-----------------------|----------------------|-----------|
| 82 %<br>Puntaje 0.823 | Medio                | Nivel 8   |

### RESULTADOS EVALUACIÓN 2025

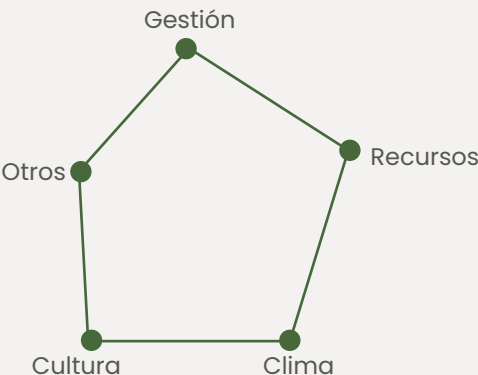
| INDICE GENERAL        | NIVEL SOSTENIBILIDAD | NIVEL IRL |
|-----------------------|----------------------|-----------|
| 88 %<br>Puntaje 0.875 | Medio                | Nivel 8   |



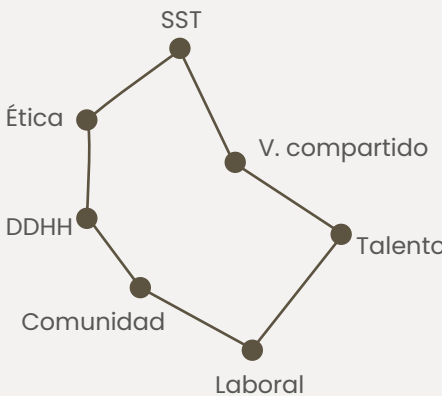
Económico 2023



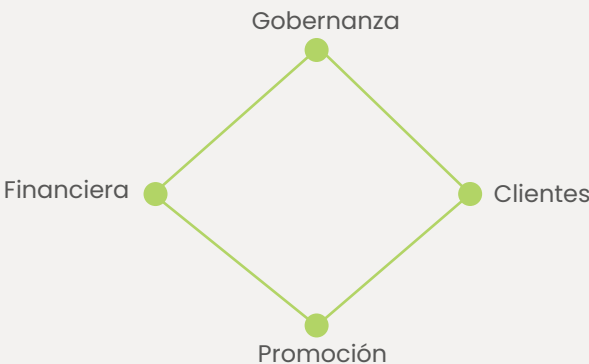
Ambiental 2023



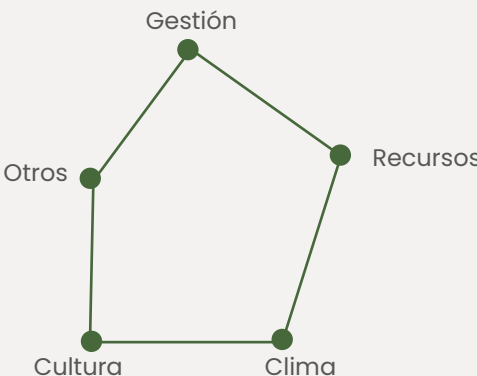
Social 2023



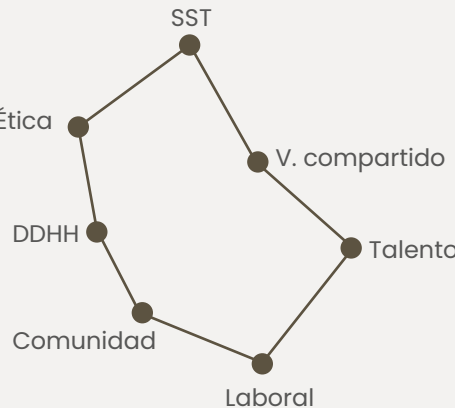
Económico 2025



Ambiental 2025



Social 2025







Nuestros esfuerzos se han enfocado en un plan de acción con iniciativas que fortalecen cada uno de los atributos de medición del índice global de sostenibilidad. A continuación, se evidencian los criterios que permitieron el **incremento del 6%** en este índice:

**\*** En 2025 tuvimos un crecimiento del 6 % en la medición del índice Global de Sostenibilidad, gracias a acciones enfocadas en nuestra estrategia de sostenibilidad.

| OBJETIVOS ESTRATÉGICOS                                                                                              | INICIATIVAS CLAVE QUE APORTARON AL AUMENTO DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>Capital social</b></p>    | <p><b>Trabajo con la comunidad de influencia por medio de Estra Voluntarios:</b> 37 voluntarios beneficiaron a 1.601 personas mediante acciones solidarias orientadas a generar valor compartido y sostenibilidad.</p> <p><b>Participación en el Programa de Proveedores 2025:</b> certificada por el Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín y el CTA, para el desarrollo de una cadena de suministro eficiente y alineada con la estrategia.</p> <p><b>Fortalecimiento de la cultura ambiental:</b> A través de nuestro programa Estraeco Educa, impactamos a 5.340 personas entre niños, jóvenes y adultos, promoviendo la cultura ambiental en la sociedad.</p> |
|  <p><b>Talento y cultura</b></p> | <p><b>Fortalecimiento de la cultura</b> y creación de un equipo de colaboradores que actúan como guardianes de los valores que nos caracterizan.</p> <p><b>Programa de formación</b> y fortalecimiento del liderazgo.</p> <p><b>Proceso de identificación de brechas</b> para movilizar temas de inclusión en la compañía.</p> <p><b>Implementación del Sistema de Gestión de la Valoración</b>, para mejorar el desempeño, el desarrollo de habilidades técnicas y humanas de los colaboradores y la planeación de plan de sucesión de la compañía.</p>                                                                                                                             |
|  <p><b>Ambiental</b></p>       | <p><b>Avance en la medición de nuestra huella hídrica</b> para gestionar de manera responsable el uso del agua y fortalecer la toma de decisiones ambientales.</p> <p><b>Cálculo y certificación de nuestra huella de carbono</b>, reafirmando el compromiso con la mitigación del cambio climático.</p> <p><b>Uso de energía eléctrica proveniente de fuentes 100 % renovables</b>, reduciendo nuestro impacto ambiental y apoyando la transición energética mediante certificados de origen.</p>                                                                                                                                                                                   |



OBJETIVOS  
ESTRATÉGICOS

INICIATIVAS CLAVE QUE APORTARON AL AUMENTO  
DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD



Modelo de negocio  
e innovación

**Programa Estraeco Renueva con un 67% de material reciclado** procesado y puesto en el mercado en el 2025. Aprovechamiento de materiales sostenibles, creación de nuevos modelos de negocio enfocados para transitar hacia la economía circular.

**Estrategia de innovación y desarrollo de productos** a la medida e incorporación de nuevas tecnologías, lo que contribuyó con un 10% a las ventas de productos nuevos.

**Certificación del sello Loop y LCBA**, que reconoce los esfuerzos ambientales en producto.

**Estudios de análisis de ciclo de vida comparativos**, al sustituir materias primas vírgenes por recicladas y evaluar las emisiones de CO2 evitadas.



Liderazgo y  
gobernanza

**Fortalecimiento de nuestra Estrategia de Sostenibilidad** al identificar y priorizar los impactos, riesgos y oportunidades más relevantes para el negocio y los grupos de interés mediante el análisis de materialidad.

**Consolidación de un marco preventivo** que promueve la transparencia, la integridad y la tolerancia cero ante prácticas indebidas mediante una política de antisoborno y anticorrupción.

**Divulgación del Código de ética**, reforzando la cultura ética de la organización mediante la comunicación y apropiación de los principios que guían nuestra actuación.

**Implementación y fortalecimiento del sistema SARLAFT** para prevenir y mitigar riesgos de lavado de activos y financiación del terrorismo, garantizando una gestión responsable y confiable.

**Actualización del mapa de riesgos estratégicos durante 2025.** Este ejercicio permite fortalecer el gobierno corporativo, anticipar amenazas y oportunidades en el cumplimiento de la estrategia y mejora la confianza de los grupos de interés.



En 2026 buscamos que cada aspecto supere la meta de **90 % para el indicador social** y de **95 % para el indicador ambiental** y económico.



# CONSOLIDAMOS COMPROMISOS ESTRATÉGICOS Y DIRECTRICES CLARAS

[GRI 2-24] [GRI 2-25]

## Integridad y transparencia: nuestra base ética

Actuar con ética y transparencia es nuestra forma de hacer negocios. Para asegurar que estos valores se vivan en el día a día, contamos con nuestra **Política de Buzón de Transparencia**. Este es un canal seguro y confidencial en el que nuestros colaboradores, clientes y proveedores pueden reportar cualquier práctica que se aleje de nuestro **Código de ética y conducta**.

### BUZÓN DE TRANSPARENCIA, UN CANAL SIEMPRE ABIERTO

**1** **DISPONIBILIDAD**

Funciona las 24 horas, los 7 días de la semana, a través de correo electrónico y un formulario en nuestro sitio web.

**2** **GESTIÓN PROFESIONAL**

Es administrado directamente por nuestro oficial de cumplimiento, garantizando que cada mensaje se analice con total reserva.

**3** **BALANCE 2025**

Nos enorgullece compartir que durante este año no se recibieron denuncias por conductas indebidas de nuestro equipo o Alta Dirección. Las comunicaciones recibidas fueron consultas operativas de clientes y proveedores, resueltas oportunamente por las áreas encargadas.



## Compromiso desde la Alta Dirección: hacia la neutralidad en carbono

[GRI 2-23] [GRI 305-1] [GRI 305-2] [GRI 305-3]

Nuestra responsabilidad también es con el planeta. Hemos establecido una meta clara para el periodo 2025 – 2027: avanzar con paso firme hacia la neutralidad en carbono. Este objetivo cuenta con el respaldo de la mesa directiva de **ESTRA** y es uno de los compromisos más importantes de la Dirección con la organización y nuestros grupos de interés.

### ¿Cómo lo estamos logrando?

**Reducción:** enfocamos nuestros esfuerzos en disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero ligadas al uso de combustibles, refrigerantes y eficiencia energética.

**Compensación:** gestionamos de manera responsable las emisiones que no pueden eliminarse por completo, asegurando un impacto ambiental positivo.



**Espacios  
de escucha**  
orientados  
a soluciones

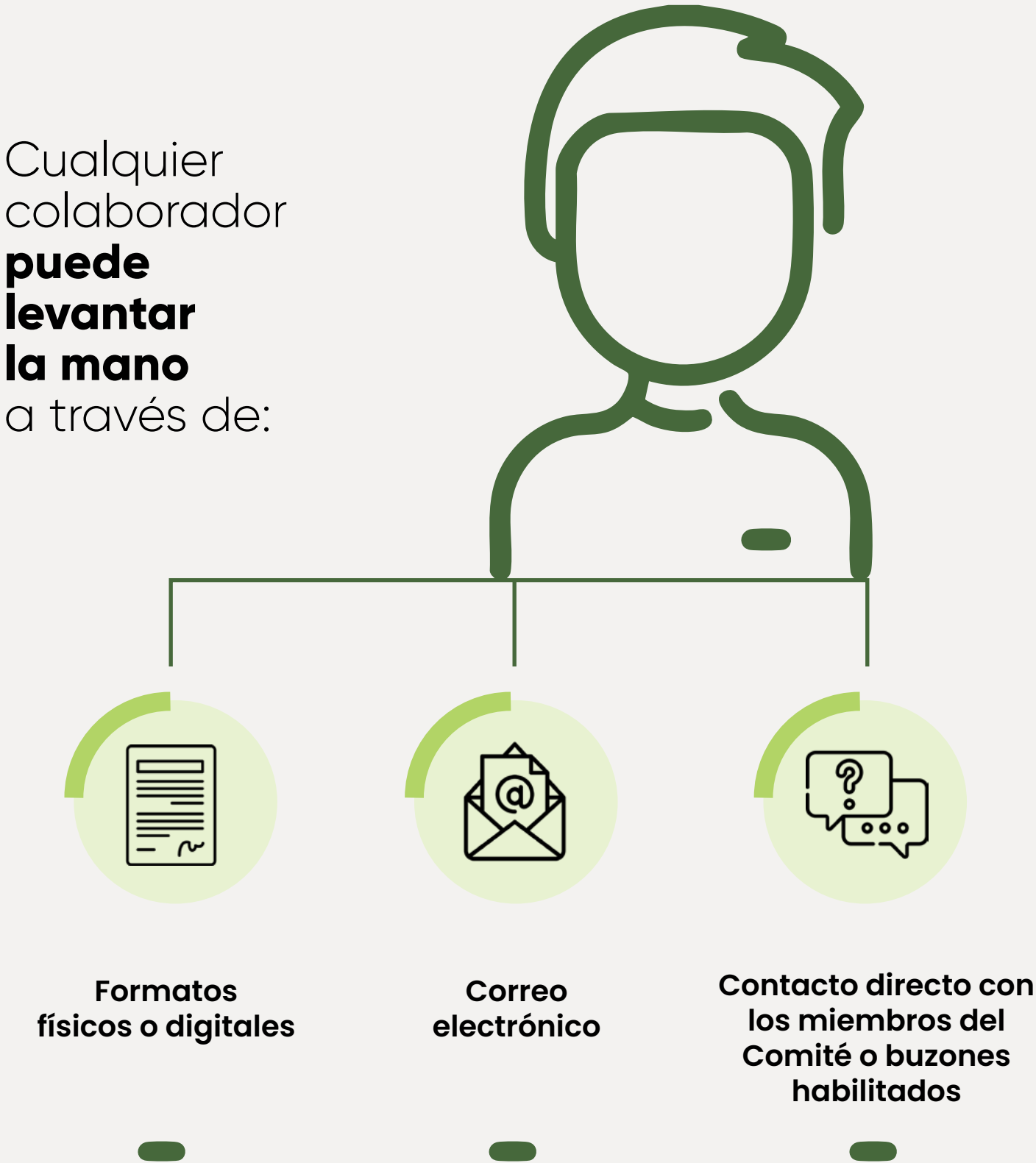
En **ESTRA** nos tomamos en serio el bienestar de nuestro equipo. Por eso, contamos con canales claros para atender cualquier situación que afecte el ambiente de trabajo.

Si surge algún caso de presunto acoso laboral, nuestro Comité de Convivencia entra en acción de manera inmediata. Es un espacio seguro, donde la confidencialidad es la prioridad y cada paso sigue un proceso formal para asegurar soluciones justas.



**¿CÓMO NOS  
COMUNICAMOS?**

Cualquier colaborador **puede levantar la mano** a través de:



El Comité evalúa cada caso, verifica los hechos con apoyo del área legal, cuando es necesario, y promueve instancias de conciliación confidenciales entre las partes. La protección de los derechos de los colaboradores, la confidencialidad de la información y la resolución adecuada de los impactos negativos es primordial para la compañía, fortaleciendo un ambiente laboral respetuoso y alineado con nuestros valores corporativos.



# 04

## ESTRA por el medio ambiente





# NUESTRA GESTIÓN AMBIENTAL EN ACCIÓN

[GRI 3-3]

Somos  
eficientes y  
responsables

La gestión ambiental es un eje transversal de nuestra estrategia corporativa y una responsabilidad que asumimos en cada una de nuestras operaciones. En nuestro trabajo integramos criterios de prevención, control y mejora para garantizar la protección del entorno.

Desde este enfoque, focalizamos nuestros esfuerzos en acciones clave que aseguran la sostenibilidad del negocio:



### OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

Uso racional de materias primas e insumos.



### GESTIÓN DE RESIDUOS

Manejo responsable de residuos y fomento de la economía circular.



### EFICIENCIA ENERGÉTICA

Búsqueda constante de la reducción del consumo hacia un mayor rendimiento.



### REDUCCIÓN DE IMPACTOS

Mitigación proactiva de nuestra huella ambiental.



Nuestro compromiso con el ambiente se traduce en acciones concretas y medición rigurosa. Tomamos decisiones informadas que nos permiten avanzar hacia un modelo operativo más eficiente y resiliente, generando valor sostenible para todos nuestros grupos de interés.



# ENERGÍA QUE TRANSFORMA NUESTRO FUTURO

## Gestión eficiente y responsable para impulsar una operación más limpia y sostenible

[GRI 302-1] [GRI 302-2] [GRI 302-4]

Nuestra estructura energética refleja la forma en que utilizamos, gestionamos y optimizamos las fuentes que soportan nuestras operaciones. A través del seguimiento sistemático del consumo en todas nuestras actividades, buscamos garantizar un uso eficiente y responsable de la energía, priorizando:

- › La **continuidad** operativa.
- › La **reducción** de impactos ambientales.
- › La **mejora** del desempeño energético.

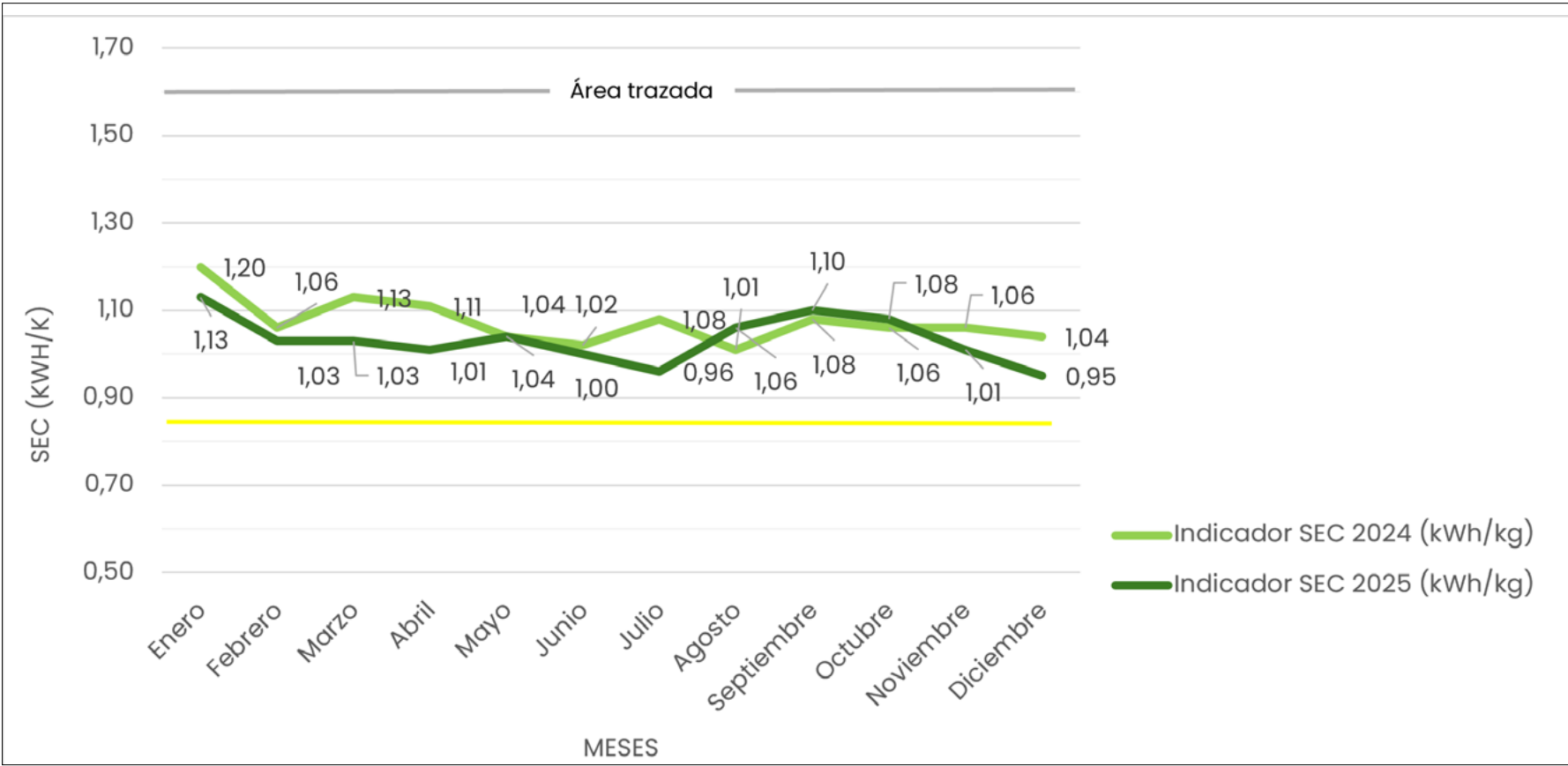
Este enfoque nos permite identificar oportunidades de eficiencia, fortalecer la toma de decisiones y avanzar de manera progresiva hacia una operación más sostenible, alineada con nuestros compromisos ambientales y estratégicos.

### Medición del desempeño: Indicador SEC

El indicador SEC (kWh/kg) representa el consumo específico de energía por kilogramo de producto transformado y constituye una herramienta clave para evaluar nuestro desempeño.

En 2025, este indicador mostró un comportamiento estable con respecto al *benchmark* del proceso de inyección, **registrando un promedio anual estimado de 1.06 kWh/kg.**

### CONSUMO ESPECÍFICO DE ENERGÍA 2025 VS 2024



Esta relación evidencia un control adecuado de los recursos energéticos en función de la productividad industrial.

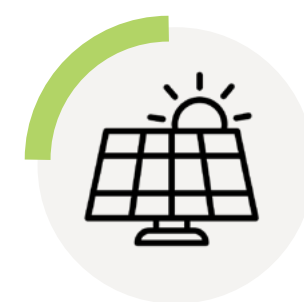




## Perfil del consumo energético

**El consumo energético del año 2025 fue de 5.087.892 kWh, frente a los 5.114.144 kWh del año anterior, lo que representa una reducción del 1 %.**

Impulsados por nuestro compromiso de abastecer esta demanda operativa mediante fuentes limpias, integramos estrategias de autogeneración y certificación renovable:



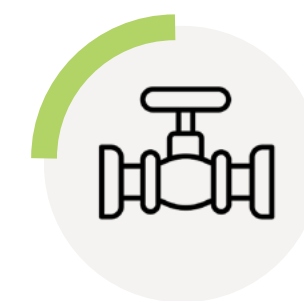
### ENERGÍA SOLAR

Con sistemas de energía solar renovable autogeneramos **116.046,30 kWh durante este periodo**, evitando la emisión de aproximadamente **468 tCO<sub>2</sub>e**.



### CERTIFICADOS I-REC

Disponemos de Certificados de Energía Renovable (I-REC por sus siglas en inglés), que representan "atributos de energía" o "garantías de origen" emitidos por cada megavatio-hora (MWh) generado a partir de fuentes renovables.



### GAS NATURAL

En 2025 registramos un total de **17.504 m<sup>3</sup>**, frente a **17.048 m<sup>3</sup>** en 2024, lo que representa un **aumento del 3 %** en nuestro consumo.

## Desempeño y consumo

El consumo de energía eléctrica presentó un comportamiento directamente relacionado con nuestros niveles de producción. Al incrementarse la masa transformada, el requerimiento energético mostró una tendencia proporcional.



La energía que consumimos en ESTRA es 100 % de origen renovable.

### Factores de desempeño

Este valor refleja un proceso operativo eficiente y la implementación de buenas prácticas industriales orientadas a la optimización del uso de energía eléctrica, como:

**El monitoreo del consumo** en kWh por máquina.

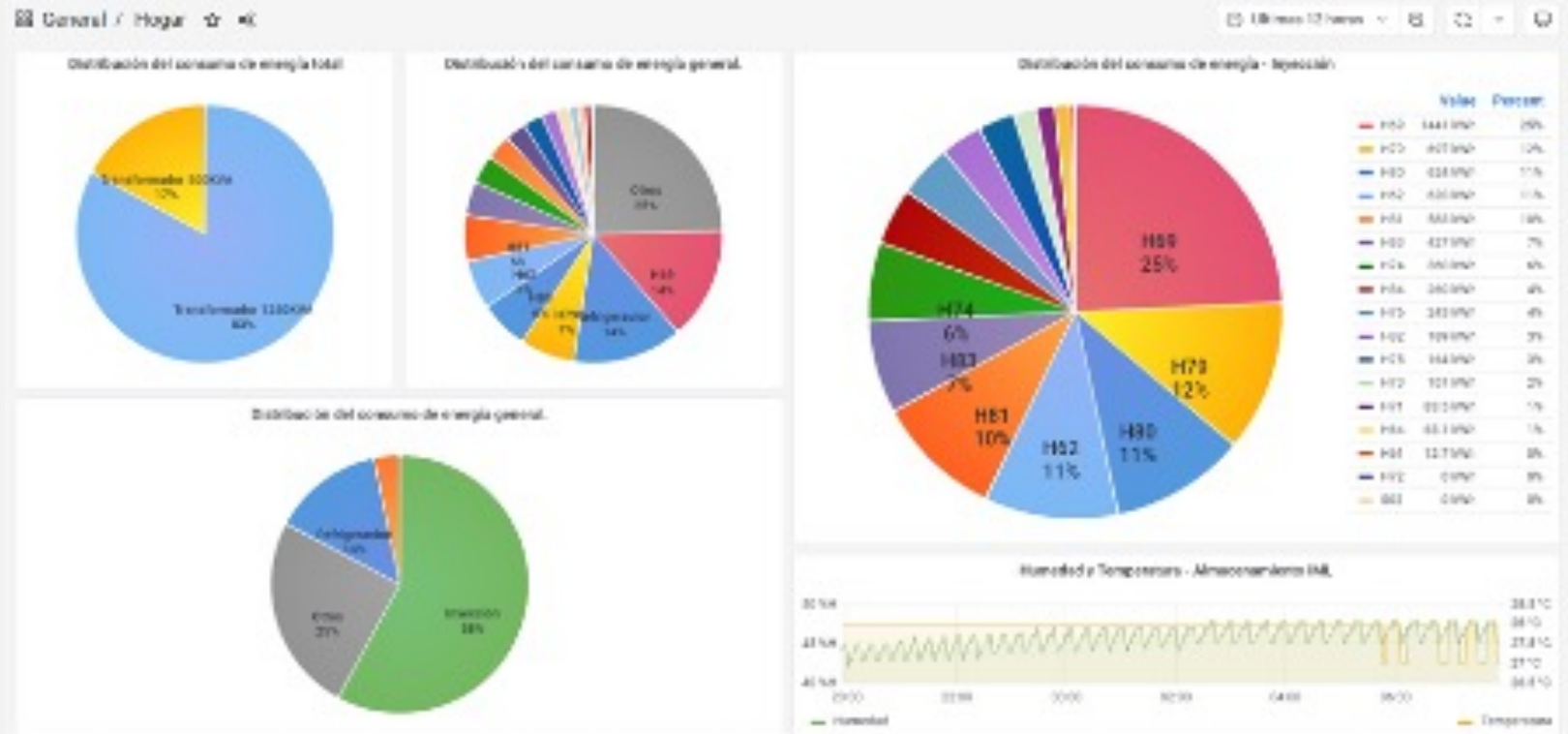
**La adquisición de equipos** con alta eficiencia energética.



# Principales logros del 2025

## Verificación Icontec, un hito de liderazgo

La obtención de la **Declaración de Verificación de Uso de Energía Eléctrica de Fuente Renovable, otorgada por Icontec**, valida nuestro esfuerzo y visión estratégica, permitiéndonos reafirmar el compromiso que tenemos con la sostenibilidad y la innovación energética.



## Tecnología 4.0 que monitorea nuestro consumo

En 2024 culminamos la instalación de medidores de energía, una herramienta de Industria 4.0 que permite la verificación y el análisis detallado del consumo en equipos como **inyectoras, compresores y zonas de frío**, lo cual fue fundamental para nuestro seguimiento cuantitativo en 2025.

A través de la **plataforma Kern**, estos datos se integran en la nube para su visualización, facilitando el seguimiento sistemático de nuestra demanda energética y apoyando la toma de decisiones en producción, basada en información precisa y actualizada.





# HUELLA DE CARBONO:

## un desafío que transforma nuestra operación

[GRI 305-5]

### Medición y acciones para cumplir nuestros compromisos ambientales.

[GRI 305-1] [GRI 305-2] [GRI 305-3]

En **ESTRA** reconocemos el cambio climático como uno de los principales desafíos ambientales de la actualidad. Por ello, **asumimos la medición y gestión de nuestra huella de carbono como una herramienta clave para la toma de decisiones responsables.**

A través del seguimiento de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), identificamos las principales fuentes de impacto de nuestras operaciones y avanzamos en la implementación de acciones concretas de:

- › **Reducción**
- › **Eficiencia**
- › **Compensación**



El inventario de emisiones de GEI nos permite fortalecer nuestra resiliencia, contribuir a la transición hacia una economía baja en carbono y cumplir con nuestros compromisos ambientales de manera transparente y verificable.





Nuestras emisiones:  
medir para mejorar

En las siguientes tablas se presentan las emisiones generadas durante el periodo 2024, analizadas en 2025 por alcance y comparadas con el desempeño del año anterior.

En la tabla se presentan las emisiones generadas durante el año 2024. Para este periodo, en el **alcance 1** se evidenció una reducción de 34 tCO<sub>2</sub>e en comparación con el año anterior, resultado principalmente de la disminución del consumo de gasolina (auxilio de rodamiento) y del uso de refrigerantes.

ALCANCE 3: OTRAS EMISIONES INDIRECTAS

| Fuentes                       | Emisiones CO <sub>2</sub><br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Emisiones CH <sub>4</sub><br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Emisiones N <sub>2</sub> O<br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Emisiones Comp. Fluorados<br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Emisiones SF <sub>6</sub><br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Huella Carbono Total<br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | % del Total |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------|
| Consumo materias primas       | 2.033                                                  | 0.00                                                   | 0.00                                                    | 0.00                                                   | 0.00                                                   | 2.033                                             | 61,25 %     |
| Viajes aéreos                 | 20.08                                                  | 0.00                                                   | 0.00                                                    | 0.00                                                   | 0.00                                                   | 20.08                                             | 0,60 %      |
| Consumo de papel de impresión | 1.48                                                   | 0.00                                                   | 0.00                                                    | 0.00                                                   | 0.00                                                   | 1.48                                              | 0,04 %      |
| Disposición de residuos       | 33.24                                                  | 0.00                                                   | 0.00                                                    | 0.00                                                   | 0.00                                                   | 33.24                                             | 1,00 %      |
| TOTAL                         | 2.088                                                  | 0                                                      | 0                                                       | 0                                                      | 0                                                      | 2.088                                             | 62,90 %     |

ALCANCE 1

| Fuentes             | Emisiones CO <sub>2</sub><br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Emisiones CH <sub>4</sub><br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Emisiones N <sub>2</sub> O<br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Emisiones Comp. Fluorados<br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Emisiones SF <sub>6</sub><br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | Huella Carbono Total<br>(t CO <sub>2</sub> e/año) | % del Total |
|---------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------|
| Fuentes Móviles     | 94.09                                                  | 0.35                                                   | 0.18                                                    | 0.00                                                   | 0.00                                                   | 94.63                                             | 2.5 %       |
| Fuentes Fijas       | 35.91                                                  | 0.02                                                   | 0.04                                                    | 0.00                                                   | 0.00                                                   | 35.97                                             | 1.0 %       |
| Emisiones Fugitivas | 4.28                                                   | 0.00                                                   | 0.00                                                    | 17.88                                                  | 0.00                                                   | 22.16                                             | 0.6 %       |
| SUBTOTAL            | 134.29                                                 | 0.37                                                   | 0.23                                                    | 17.88                                                  | 0.00                                                   | 152.76                                            | 4.1 %       |

ALCANCE 2

| Consumo                | GEl generado    | Unidad de consumo | Cantidad de consumo | Huella de carbono(tCO <sub>2</sub> e) |
|------------------------|-----------------|-------------------|---------------------|---------------------------------------|
| Energía eléctrica 2024 | CO <sub>2</sub> | MWh               | 5.115               | 1.112                                 |

En el **alcance 2**, se registro un aumento de 352 tonCo<sub>2</sub>e en comparación con el año anterior. Esta variación no obedece a una ineficiencia operativa, sino al factor de emisión de la red nacional, el cual presentó un incremento del 22,83 % respecto al año anterior, debido a los efectos del fenómeno de El Niño en Colombia, cuyos impactos en la matriz energética se extendieron hasta mediados de mayo de 2024.

Logramos una **reducción significativa de 1.134 tCO<sub>2</sub>e** respecto al periodo anterior. Este desempeño obedece a la gestión en tres frentes clave:



Disminución en la generación de residuos no aprovechables.



Reducción de viajes aéreos.



Menor consumo de materias primas vírgenes.



# Alcance total de emisiones (GEI)



Al consolidar los resultados y comparar el desempeño global de 2023 frente a 2024, el balance es positivo para nuestra gestión climática:

**Se evidenció una reducción total de 816 tCO<sub>2</sub>e en nuestras emisiones de gases de efecto invernadero. Esto equivale, en promedio, a las emisiones anuales de entre 90 y 135 automóviles pequeños en circulación.**



## Principales logros del 2025



### Recertificación de Carbono Neutro

Mediante este sello otorgado por el Icontec, nos comprometemos, para el periodo 2025–2027 a:

- › Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) generadas por pérdidas no técnicas de energía, uso de refrigerantes y combustibles.
- › Compensar las emisiones residuales resultantes de estas fuentes, reafirmando nuestra responsabilidad climática.



### Verificación del inventario de gases de efecto invernadero

En 2025 obtuvimos la verificación del inventario de GEI correspondiente al año 2024, cubriendo los límites del reporte en el alcance 1, el alcance 2 y el alcance 3 de la compañía. Esta validación fue emitida por el Icontec, conforme a la rigurosa norma ISO 14064-3:2019 y al estándar GHG Protocol.

### Resultados obtenidos:

La verificación de GEI se viene realizando desde el año 2020, logrando en este periodo una reducción acumulada de **36tCO<sub>2</sub>e/toneladas** producidas.



# AGUA QUE VALORAMOS COMO RECURSO VITAL Y ESTRATÉGICO

[GRI 303-4] [GRI 303-5]

## Monitoreo constante y uso racional para asegurar la conservación a largo plazo.

[GRI 303-1]

En **ESTRA** gestionamos el agua como un recurso estratégico y finito, entendiendo que es esencial tanto para la continuidad de nuestras operaciones como para el bienestar de los territorios donde estamos presentes.

Nuestro compromiso es reducir la presión sobre las fuentes hídricas y contribuir a su conservación a largo plazo. Para lograrlo, implementamos acciones enfocadas en:

- › **Medición y control:** realizamos un monitoreo continuo del consumo hídrico.
- › **Eficiencia operativa:** optimizamos nuestros procesos para garantizar un uso racional.
- › **Prevención:** actuamos para evitar impactos negativos sobre las fuentes de agua, asegurando el estricto cumplimiento normativo.

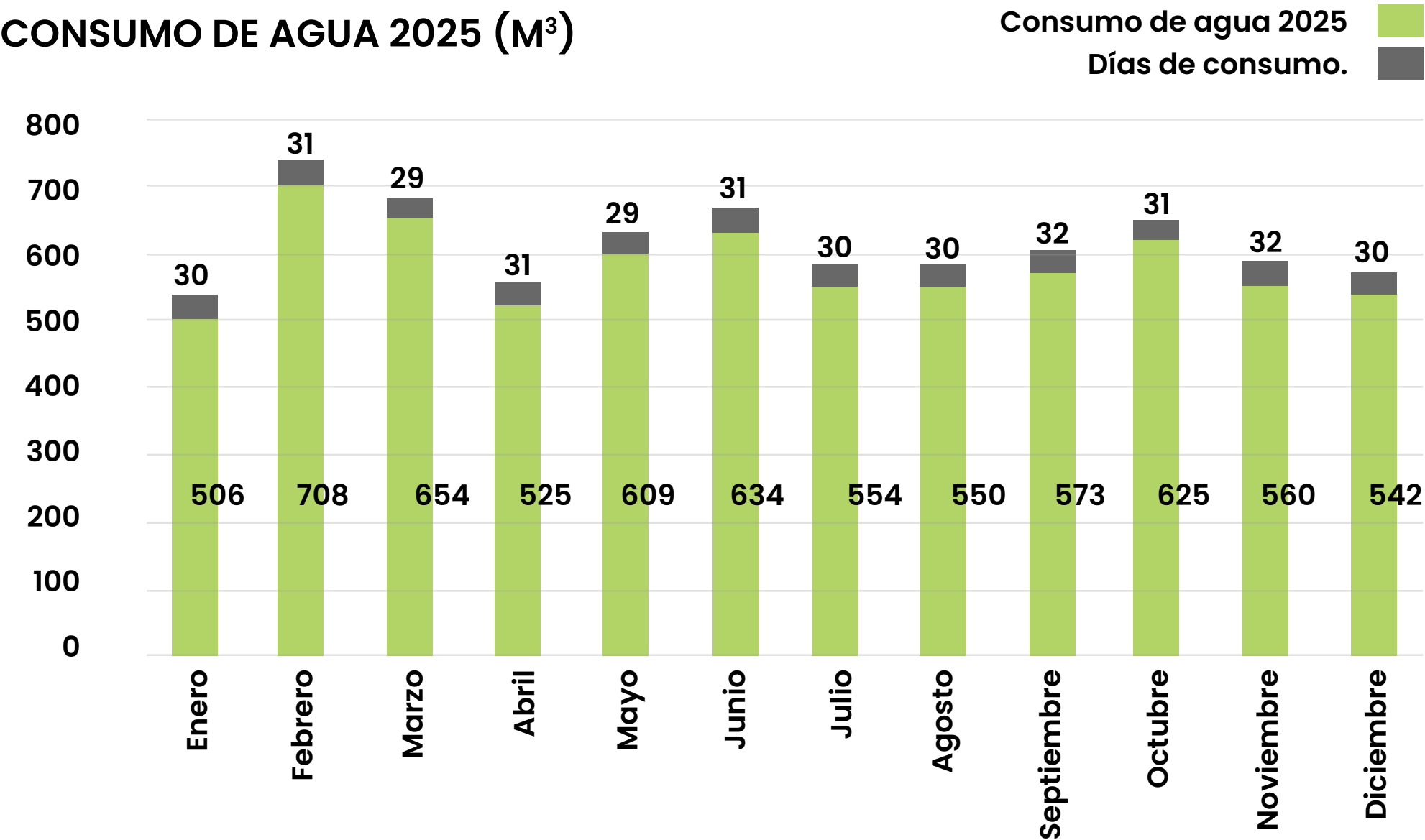
## Resultados de eficiencia hídrica 2025

Gracias a la aplicación de buenas prácticas y al uso adecuado del recurso, logramos un desempeño positivo en este periodo:

**Consumo total: 7.040 m<sup>3</sup>**

**Variación:** reducción del **5%** en comparación con el año anterior.

CONSUMO DE AGUA 2025 (M<sup>3</sup>)





## Principales logros del 2025

### Medición de huella hídrica

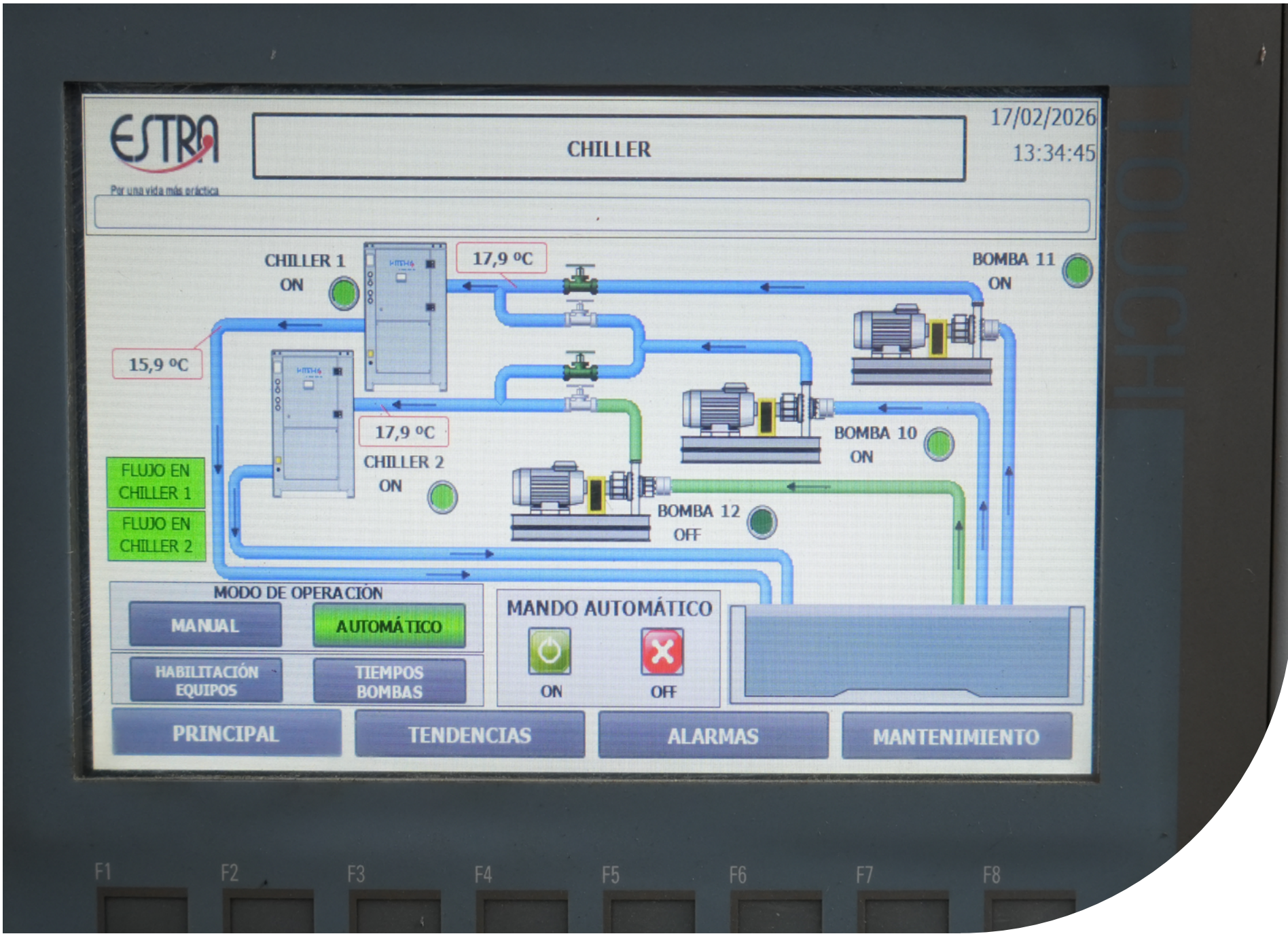
Calculamos nuestra huella hídrica bajo la metodología de la *Water Footprint Network* (WFN), evaluando los componentes azul, gris y verde.

**Huella hídrica azul:** volumen de agua dulce superficial o subterránea extraída e incorporada a un producto, excluyendo la que se devuelve a la misma fuente.

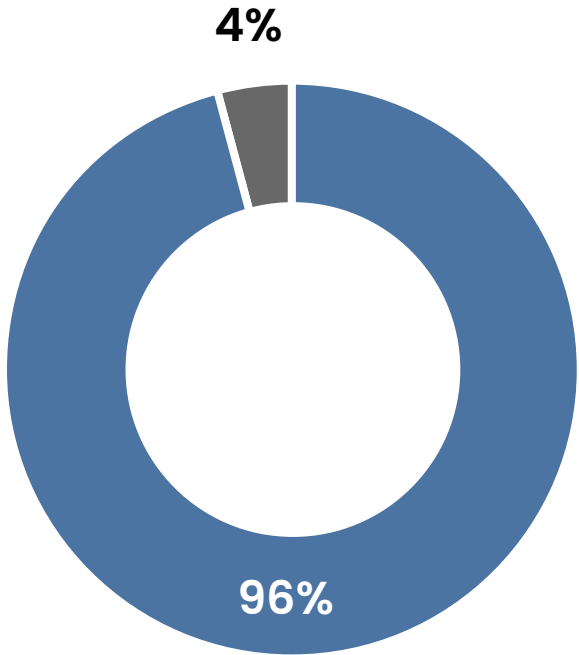
**Huella hídrica gris:** volumen de agua necesario para tratar los contaminantes generados en un proceso productivo y alcanzar estándares de calidad aceptables para el ecosistema.

**Huella hídrica verde:** volumen de agua almacenada en la humedad del suelo por la vegetación o por actividades agrícolas y forestales.

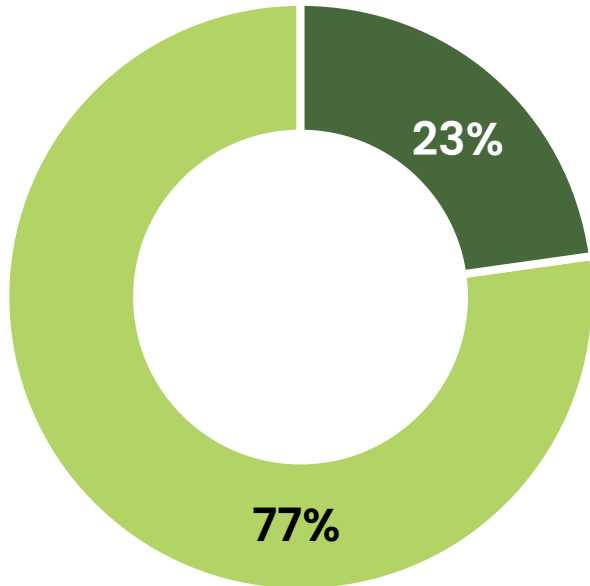
Este análisis nos permite diferenciar entre el impacto de nuestras operaciones directas y el consumo indirecto derivado de nuestra cadena de suministro.



El resultado organizacional total alcanzó los **45.829 m³/año.**



### HUELLA HÍDRICA



- HUELLA HÍDRICA DIRECTA**  
**10.727 m³/año** asociados al uso del recurso dentro de nuestras instalaciones.
- HUELLA HÍDRICA INDIRECTA**  
**35.101 m³/año** vinculados a la producción de insumos, materias primas y recursos energéticos (electricidad y gas natural).

### COMPOSICIÓN POR TIPO DE HUELLA

- HUELLA AZUL**  
Es el componente predominante, reflejando el consumo de agua dulce en procesos y energía.
- HUELLA GRIS**  
Asociada a los vertimientos directos, los cuales gestionamos bajo estrictos estándares de control.
- HUELLA VERDE (0%)**  
No presenta una contribución significativa a nuestra operación actual.





## Vertimiento cero: un ciclo de agua cerrado

Nuestra operación de inyección se caracteriza por contar con un **sistema de recirculación continua de aguas residuales no domésticas**. Este modelo de ciclo cerrado permite que el recurso cumpla funciones críticas sin comprometer su integridad:

**El agua circula por sistemas llamados intercambiadores** que tienen la función de bajar la temperatura del aceite en unidades hidráulicas, sin mezclarse ni entrar en contacto directo, lo que permite un proceso seguro y eficiente.

Esta gestión técnica consolida una operación que no requiere un permiso de vertimientos debido al mismo ciclo cerrado y a que los parámetros evaluados en el agua que circula están dentro de los límites permitidos.





# GESTIÓN DE RESIDUOS QUE IMPULSA LA CIRCULARIDAD

[GRI 306-3] [GRI 306-4] [GRI 306-5] [GRI 2-29]

## Principios de prevención y aprovechamiento para una producción más limpia.

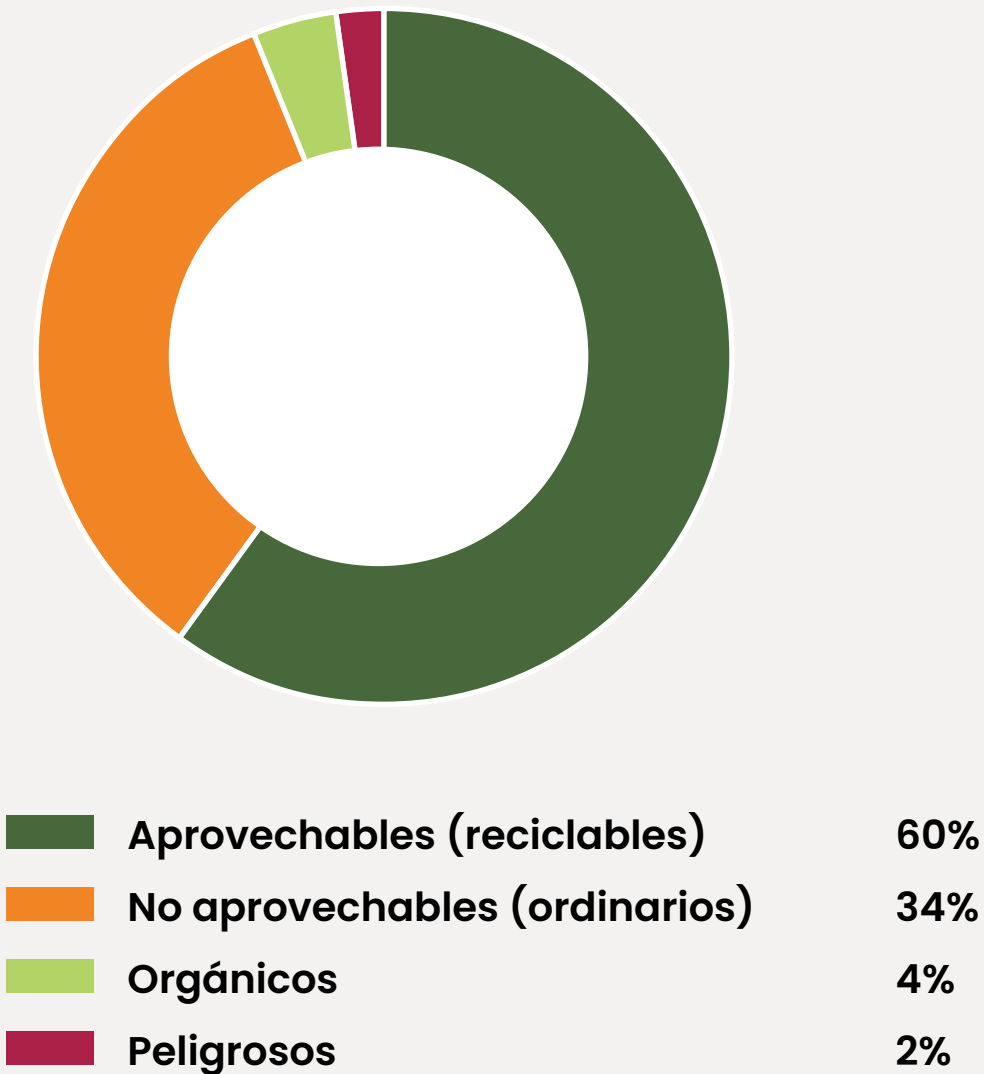
[GRI 306-1]

En **ESTRA** gestionamos nuestros residuos bajo un enfoque estratégico de **economía circular**. Nuestra operación se fundamenta en principios de prevención y aprovechamiento, por eso buscamos minimizar la generación desde el origen y transformar los residuos en nuevos recursos.

Para lograrlo, aseguramos la trazabilidad de los flujos y trabajamos de la mano con gestores autorizados. Esto no solo garantiza una disposición final adecuada para lo que no se puede valorizar, sino que fortalece una cultura organizacional orientada al consumo consciente y la producción sostenible.

### Principales logros del 2025

La generación total de residuos fue de **164 toneladas**, distribuidas de la siguiente manera según su tipo:



### Desempeño por categoría

#### Residuos aprovechables

Logramos un **aumento del 3%** en el nivel de aprovechamiento respecto al año anterior.

Este resultado positivo se debe principalmente al incremento en la **recuperación de plásticos flexibles**.

#### Residuos peligrosos

Registramos una generación total de **2.666 kg**.

Esto representa una **disminución del 3,4%** frente al periodo anterior, un logro atribuido a la optimización en el consumo de paños de limpieza (*Wypall*).

### Cierre de ciclo de empaques plásticos



#### RECUPERACIÓN

Se gestionaron **13.064 kg de excedentes** de plásticos flexibles, asegurando su valorización.

#### REINCORPORACIÓN

**7.185 kg de estos excedentes se transformaron**, gracias a nuestro gestor, en nuevo material reciclado disponible, lo que redujo significativamente el uso de materia prima virgen en fabricación de bolsas.

 Si conoces **el color** de las **canecas**, cambiaras el **color del mundo**.



# COMUNICACIÓN QUE CONECTA NUESTRO PROPÓSITO

## Estrategias de sensibilización para fortalecer nuestros objetivos de sostenibilidad

Reconocemos la educación y la conciencia ambiental como pilares fundamentales para superar los desafíos globales. En Industrias **ESTRA**, la sostenibilidad define nuestra identidad cultural, transformando la información en acciones deliberadas que movilizan a todo nuestro talento.

Impulsamos cambios tangibles en el comportamiento mediante estrategias de comunicación que fomentan la eficiencia y el uso racional de los recursos. Bajo la premisa **Unidos generamos cultura ambiental**, convocamos a nuestra organización a ser parte activa de esta transformación, creando espacios diseñados para:



**Apropiar** nuestras iniciativas y logros, fortaleciendo el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).



**Conectar** con aliados estratégicos y equipos internos para intercambiar conocimientos que generen valor compartido.



**Actuar** desde la cotidianidad, transformando el aprendizaje en hábitos que multiplican nuestro impacto positivo en el planeta.

### La semana de la sostenibilidad en Estra, un logro cultural año a año.

**Charlas de sensibilización**  
Logramos la participación activa de **300 colaboradores en jornadas formativas** enfocadas en fortalecer el criterio ambiental y la cultura organizacional.



**Feria de sostenibilidad**  
hizo parte de nuestra semana de sostenibilidad, al igual que la caminata y el concurso de posconsumo. Busquemos la manera de que se pueda entender así, porque se ve como si fueran actividades aisladas.





# La semana de la sostenibilidad en Estra, un logro cultural año a año

## Caminata consciente

Recorrido por el Cerro Tutelar El Volador en Medellín.

**Participación de 25 colaboradores** quienes desarrollaron actividades de aprendizaje sobre la historia del cerro, identificación de especies de árboles y frutos y siembra de plantas en vivero. La jornada contó con el apoyo de la **Alcaldía de Medellín** para promover el respeto por la naturaleza.



## Concurso de posconsumo

Con la participación de toda la compañía, **recolectamos 103 kg de residuos especiales** (RAEES, medicamentos vencidos y pilas), asegurando su disposición responsable.



## Voluntariado y campañas de donación:

Transformamos la generosidad de nuestro equipo en impacto social tangible a través de:

- › **Recolección textil:** acopio de **100 prendas** para fomentar la circularidad y el apoyo social.
- › **Seguridad alimentaria:** entrega de **24 mercados** a los recicladores de Asemar en reconocimiento a su labor.
- › **Cuidado integral:** donación de **144 artículos** esenciales para los bebés de la Fundación Hogar de Paso San Miguel Arcángel, apoyando su bienestar y desarrollo.





05

# CRECIMIENTO EN SOCIEDAD

que genera valor  
compartido





# COMPARTIMOS BIENESTAR CON LA SOCIEDAD

[GRI 3-3]



En Industrias **ESTRA** entendemos el crecimiento en sociedad como la forma en que nuestras decisiones, productos y relaciones generan valor más allá de la organización. Este capítulo presenta nuestra gestión para ofrecer productos seguros, promover el consumo responsable, fortalecer el vínculo con aliados y contribuir al desarrollo de las comunidades con las que interactuamos.



Este eje se articula a través de los siguientes temas materiales:

**SEGURIDAD Y CALIDAD DEL PRODUCTO**

Compromiso con la excelencia y la confiabilidad.

**ACCESO Y ASEQUIBILIDAD**

Disponibilidad de soluciones para diversos segmentos.

**PROMOCIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE**

Fomento de hábitos conscientes en el mercado.

**COMUNIDAD DE EMBAJADORES**

Fortalecimiento del impacto positivo en el entorno.

**PROTECCIÓN Y GENERACIÓN DE VALOR A ALIADOS Y CLIENTES**

Relaciones basadas en la confianza y el crecimiento mutuo.

**BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES, DE COMUNICACIONES Y MERCADEO**

Gestión ética y transparente de la información, fortaleciendo las relaciones con los diferentes grupos de interés.



# CALIDAD Y SEGURIDAD QUE FORTALECEN LA CONFIANZA

[GRI 416-1] [GRI 416-2]

La calidad y la seguridad de nuestros productos son aspectos centrales de nuestra relación con clientes y consumidores. En Industrias **ESTRA**, asegurar que cada solución cumpla con los estándares definidos es una responsabilidad que inicia desde la selección de los insumos y se mantiene a lo largo de todo el proceso productivo.

En relación con los posibles impactos en salud y seguridad, las inspecciones nos permiten identificar y corregir no conformidades de manera oportuna dentro del proceso. Si bien actualmente no se manejan indicadores de productos no entregados por temas de calidad, reconocemos los riesgos inherentes a los muestreos aleatorios y los gestionamos activamente a través de acciones de mejora continua.



## Nuestro sistema de gestión se basa en pilares de control riguroso:





# RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES Y GENERACIÓN DE VALOR SOCIAL

[GRI 413-1]

Nuestra relación con las comunidades se basa en la convicción de que el crecimiento empresarial debe ir acompañado de aportes concretos al desarrollo social y ambiental. A través de diferentes programas e iniciativas buscamos generar impactos positivos y sostenibles en los territorios donde tenemos presencia.

**Estraeco educa:** conocimiento que inspira acción sostenible

**Estraeco Educa** es el subprograma que impulsa procesos de sensibilización y formación para promover una cultura ambiental responsable al interior de la organización y también para nuestras comunidades donde impactamos. A través de acciones educativas y la articulación con aliados estratégicos, buscamos generar cambios de comportamiento que faciliten el aprovechamiento de materiales, reduzcan el impacto ambiental y fortalezcan la economía circular entre nuestros grupos de interés.

**Estraeco Educa** para nuestros colaboradores

Programa de fortalecimiento de capacidades que involucra activamente a nuestros colaboradores a través de:

- › **Educación virtual**
- › **Educación presencial**

Su objetivo es promover la cultura de la economía circular, la responsabilidad extendida del productor y la gestión sostenible de residuos al interior de la organización.

Dirigido a grupos de interés externos clave:

- › **Alcaldías y entidades públicas.**
- › **Instituciones educativas y colegios.**
- › **Asociaciones de recicladores de oficio.**



## Ejes de formación

A través de jornadas de capacitación, talleres prácticos y espacios de intercambio, abordamos:

1. **Separación en la fuente** y gestión adecuada de residuos.
2. **Economía circular** aplicada.
3. **Hábitos de consumo** responsable.

## Metodología

Implementamos formatos híbridos (virtuales y presenciales) adaptados a las realidades de cada grupo. Mediante el trabajo colaborativo, ampliamos el alcance territorial para maximizar el impacto social y ambiental.



**Sembrando conciencia, cosechamos futuro: generamos cultura ambiental, promoviendo cambios de actitud.**



Estraeco Educa  
Principales resultados 2025

En cumplimiento de nuestro compromiso social y ambiental, el programa **Estraeco Educa** consolidó su alcance en 2025 mediante iniciativas orientadas al cuidado del entorno.



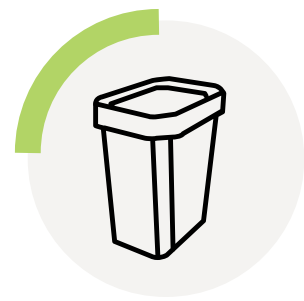
Gestión del año

Ejecutamos  
48 actividades

dirigidas a colegios, guarderías, universidades, empresas y fundaciones, con un énfasis especial en la población infantil y juvenil.



Fortalecimos el impacto de nuestras acciones mediante el **respaldo de entidades** como la Secretaría de Educación de Medellín y la Secretaría de Hábitat de Bogotá.

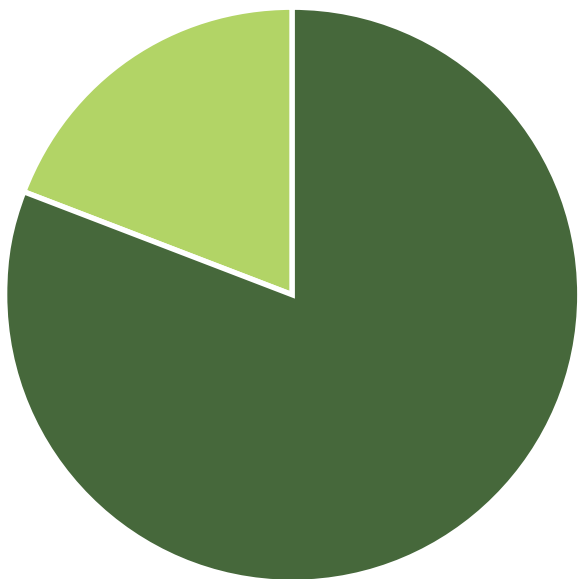


Realizamos el taller Aprendo a separar los residuos y entregamos cerca de **45 unidades de canecas** a instituciones educativas, facilitando la práctica de la separación desde la fuente.



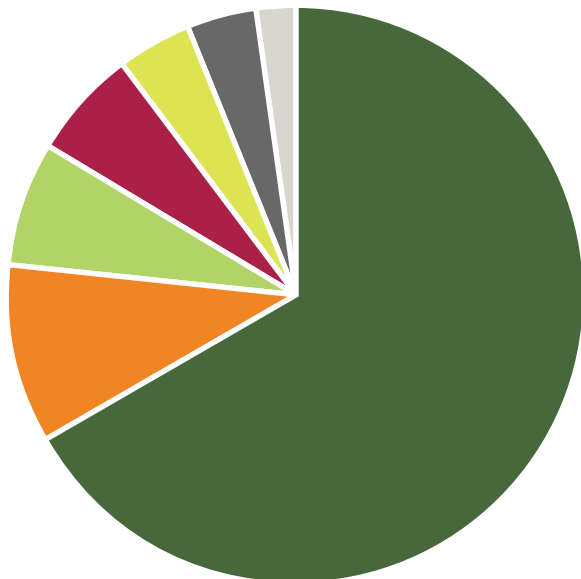
Durante el año, beneficiamos a **5.340 personas** con una oferta formativa que integra metodologías presenciales y virtuales.

Perfil de  
participantes



|                  |      |
|------------------|------|
| Niños y jóvenes: | 81 % |
| Adultos:         | 19 % |

Tipo de  
organizaciones  
impactadas



|                |      |
|----------------|------|
| Colegios:      | 66 % |
| Industrias:    | 10 % |
| Instituciones: | 7 %  |
| Fundaciones:   | 6 %  |
| Guarderías:    | 4 %  |
| Otros lugares: | 4 %  |
| Universidades: | 2 %  |



Estra Voluntarios: un año de crecimiento y compromiso social



✱ Un Estra Voluntario comparte bienestar con la sociedad a través de acciones solidarias para transformar realidades y construir un futuro más sostenible.



En línea con el propósito de la organización, en 2025 lanzamos el programa **Estra Voluntarios** con el objetivo de desarrollar acciones sociales y ambientales que generen valor compartido para las comunidades y el medio ambiente, integrando a los grupos de interés.

En este programa participan colaboradores motivados por el impacto positivo que pueden generar a través de su tiempo y compromiso. Durante el año se realizaron **21 actividades** en colegios, hogares infantiles, hospitales, fundaciones, además de jornadas de donación y programas con **recicladores**.

Estas iniciativas se llevaron a cabo, en su mayoría, en alianza con la Secretaría de Educación de la Alcaldía de Medellín y las fundaciones Grupo Familia, Cardio Infantil, Asemar, Ratón Biblioteca y Juanfe, entre otras.



**21 actividades**  
en colegios,  
hogares infantiles,  
hospitales, fundaciones.



Participaron  
**37 voluntarios**  
que con sus acciones  
beneficiaron a  
**1.601 personas.**





Las actividades realizadas giraron en torno a sensibilizar y aprender desde la acción:

Desarrollamos espacios de educación sobre el manejo y la separación de residuos en instituciones educativas, hospitales y bibliotecas comunitarias, compartiendo con niños y jóvenes espacios de creatividad y juego.

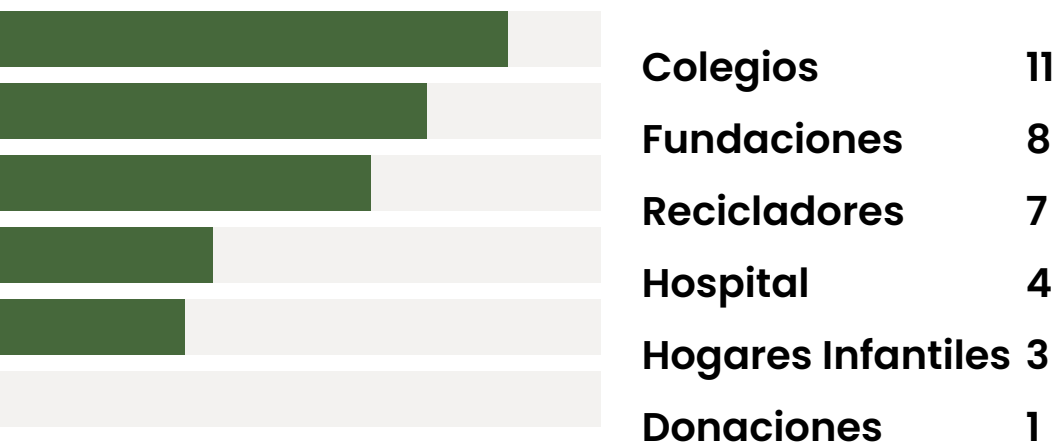
Vivimos un día como recicladores, apoyando la separación de residuos y entregando donaciones, lo que nos acercó a la realidad de quienes desempeñan un rol clave en el cuidado del ambiente.

Compartimos con recicladores, fortaleciendo vínculos y reconociendo su labor, y también con niños, a quienes entregamos mercados y regalos de Navidad, reafirmando nuestro compromiso con la solidaridad, la inclusión y el cuidado del entorno.

La educación fue el punto de partida para movilizar voluntades y generar impacto, conectando el aprendizaje con acciones en el territorio.

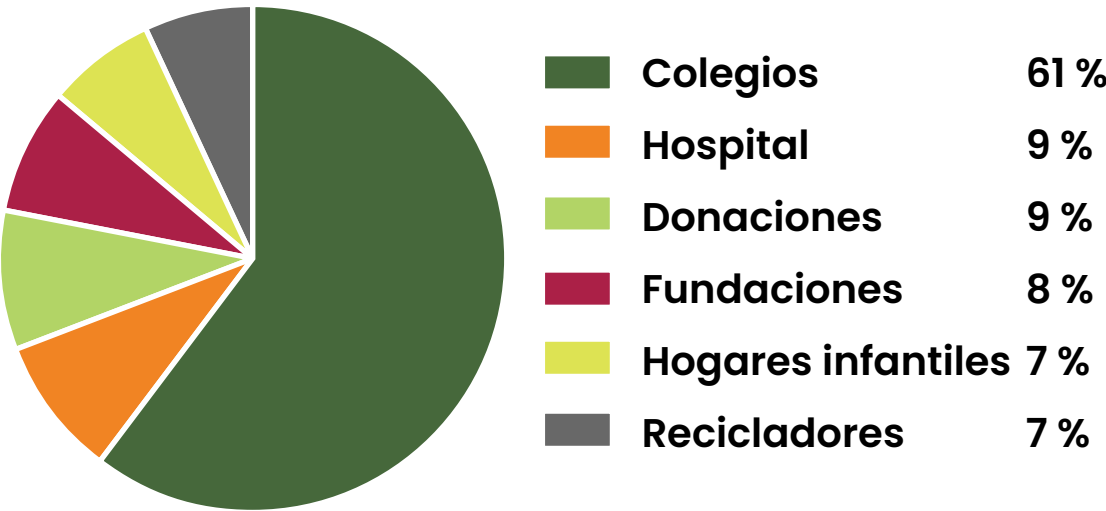
Participación por tipo de actividad

La mayor participación de voluntarios se concentró en colegios, seguida por fundaciones y recicladores.



Distribución porcentual del alcance

Los colegios representan más de la mitad del alcance total (61%), evidenciando que la educación fue el principal motor para movilizar acciones y generar impacto en la comunidad.



Más que actividades, construimos experiencias que conectan personas, reconocen su labor y fortalecen el cuidado colectivo del entorno.





ManchART: Identidad, diseño, inclusión y oportunidad



Como parte de nuestras acciones de impacto social, acompañamos iniciativas que buscan **generar inclusión y oportunidades**. En 2025 trabajamos con ManchART, el proyecto creativo de Sebastián Salazar, diseñador y artista colombiano con síndrome de Sturge-Weber, quien tras superar etapas de exclusión y *bullying*, transformó su mancha facial en un lenguaje artístico y eje de su identidad estética.

Al mudarse a Medellín para estudiar Artes Plásticas, fundó **ManchART**, marca que integra arte, diseño funcional e inclusión, inspirada en condiciones como el vitíligo y otras expresiones de la diferencia.

Hitos y colaboración con ESTRA:

- » **Acompañamiento:** le brindamos asesoría especializada en modelo de negocio. El proyecto pasó de ser una propuesta artística a convertirse en una marca con productos patentados.
- » **Comercialización:** actualmente vendemos sus productos en nuestras tiendas en Medellín.
- » **Impacto social:** promovemos mensajes de superación. Además, el proyecto ha consolidado una red de apoyo para personas con síndrome de Sturge-Weber.



Acompañamos la iniciativa ManchART, que une creatividad y desarrollo económico, reafirmando nuestro compromiso con la inclusión y la generación de oportunidades reales para emprendedores conscientes.





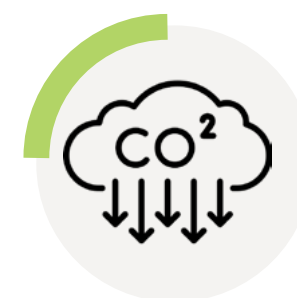
# Sembrando un futuro verde

En **ESTRA** promovemos una cultura de sostenibilidad donde el compromiso individual de nuestros colaboradores se transforma en impacto colectivo hacia otros en nuestro entorno. A través de experiencias de conexión con la naturaleza y acciones directas de restauración ecológica, fomentamos la conciencia ambiental y el sentido de responsabilidad compartida por nuestro entorno.



## ACCIÓN VOLUNTARIA

**50 colaboradores** participaron en la **siembra de 161 árboles** como medida de compensación ambiental.



## IMPACTO CLIMÁTICO

La iniciativa representa una captura estimada de **1,6 tCO<sub>2</sub>** al año.



## BENEFICIO LOCAL

Contribuimos activamente al **fortalecimiento de los ecosistemas** y la biodiversidad en el territorio.



# ESTRAECO RECICLA: el poder del cambio desde lo cotidiano

Es una iniciativa orientada a transformar los hábitos de nuestros consumidores, promoviendo una cultura activa de reciclaje y correcta separación de todo tipo de residuos aprovechables. Al ser un subprograma de nuestra estrategia de economía circular explicada en el capítulo 2, mantiene su enfoque de ir más allá de la correcta disposición de residuos, transformando la manera en que los concebimos hacia su mejor aprovechamiento desde el cambio en el comportamiento del consumidor.



## Estraeeco Recicla

Programa integral de recolección responsable de plásticos posconsumo. Facilitamos a clientes y consumidores la correcta disposición de residuos para evitar su llegada a rellenos sanitarios.

## Modalidades de recolección

- » **En tiendas**  
Puntos de acopio accesibles para que los consumidores depositen sus plásticos.
- » **Corporativo**  
Esquemas de recolección directa en las instalaciones de nuestros clientes.
- » **Infraestructura**  
Disponemos de puntos de recolección (canecas) de alta resistencia y larga vida útil, diseñados para recibir plásticos de todo tipo y marca, incentivando la correcta separación en la fuente.



## Gestión y logística

A través de alianzas estratégicas y logística inversa, aseguramos:

1. **Recolección** y clasificación eficientes.
2. **Trazabilidad** del material recuperado.
3. **Canalización** hacia procesos de reciclaje para su reincorporación a nuevos ciclos productivos.



# RECICLADORES DE OFICIO: ALIADOS ESTRATÉGICOS PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR Y LA EQUIDAD SOCIAL

[GRI 413-1]



Reconocemos a nuestros aliados como pilares fundamentales para la sostenibilidad y el crecimiento mutuo. A través de acciones de gratitud y herramientas para el desarrollo, fortalecemos vínculos con actores clave de nuestra cadena de valor como los son los recicladores de oficio.

## Foro FICA – Reconocimiento a recicladores



**Participación:** integración en el Foro de Inclusión, Circularidad y Alianzas (FICA) organizado por la Fundación Grupo Familia.



**Reconocimiento:** entrega por parte de **ESTRA** del símbolo del corazón a **72 recicladores de oficio** en gratitud por su labor.



**Impacto productivo:** gracias al compromiso de los recicladores, actualmente el **67 % de la materia prima se transforma** a partir de material reciclado.



## Donación de computadores a recicladores de Asemar

- » **Acción social:** entrega de 24 computadores en desuso a la asociación de recicladores Asemar.
- » **Segunda vida:** iniciativa de economía circular que extiende el ciclo de vida de los equipos tecnológicos.
- » **Propósito:** apoyo directo al acceso a la educación para los recicladores y sus familias.

✱ Los recicladores de oficio impulsan la economía circular y la equidad social en nuestro entorno.



# GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO:

## Compromiso con el valor compartido

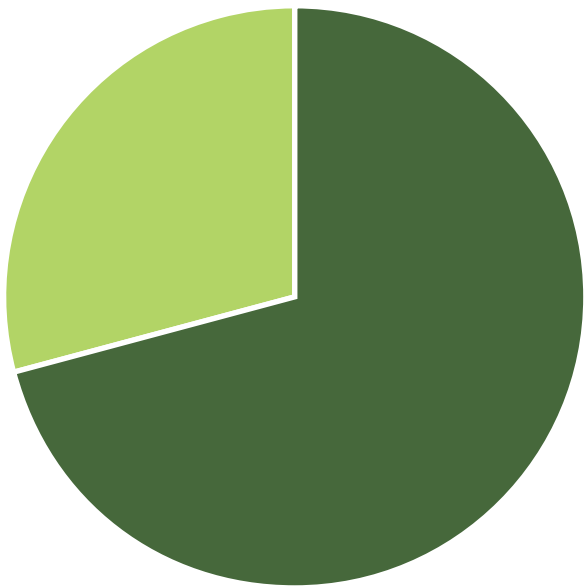
[GRI 204-1] [GRI 308-1] [GRI 308-2] [GRI 414-1] [GRI 414-2]

En Industrias **ESTRA** la cadena de suministro es un pilar estratégico para asegurar la calidad, la innovación y la continuidad del negocio. Nuestra red se compone de proveedores nacionales e internacionales de materias primas, insumos, maquinaria, moldes y servicios especializados, con quienes priorizamos relaciones de largo plazo, sustentadas en la calidad y en las prácticas responsables.

### Nuestra operación y alcance en 2025

La gestión integral desde el abastecimiento y la transformación industrial, mediante inyección y soplado, hasta la distribución y comercialización. Durante el periodo 2025, trabajamos con **548 proveedores activos**.

La distribución de nuestras compras de bienes y servicios se consolidó de la siguiente manera:



|                             |      |
|-----------------------------|------|
| Proveedores nacionales      | 71 % |
| Proveedores internacionales | 29 % |

### Desarrollo y competitividad de aliados

Entendemos que el desempeño de nuestros aliados es un factor clave para garantizar la eficiencia operativa y el fortalecimiento de la economía circular. Por ello, impulsamos el crecimiento de nuestra cadena mediante iniciativas estratégicas:

- » **Programa de Desarrollo de Proveedores:** En alianza con el Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín y el Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia (CTA), brindamos espacios de formación especializada.
- » **Cierre de brechas:** Contamos con la participación de dos proveedores clave, con quienes logramos identificar y subsanar brechas operativas, optimizando tanto su nivel de servicio como nuestra eficiencia interna.



En ESTRA entendemos que el desempeño de nuestra cadena de abastecimiento es un factor clave para garantizar la calidad, la innovación y la continuidad de nuestras operaciones.





# 06

Direccionamiento,  
**ÉTICA**  
y transparencia





# GOBIERNO CORPORATIVO:

## liderazgo, supervisión y toma de decisiones

### Estructura y composición de la Junta Directiva

[GRI 2-9]

La Junta Directiva de Industrias **ESTRA S.A.** es el órgano directivo delegado para administrar la sociedad. **Posee la facultad de aprobar y adoptar cualquier actividad dentro del alcance del objeto social**, operando de conformidad con la ley, los Estatutos Sociales y nuestro *Código de buen gobierno*.

La actuación de sus miembros se orienta fundamentalmente a la toma de decisiones estratégicas, la supervisión de riesgos y el acompañamiento a la Presidencia, **velando, ante todo, por los intereses de la compañía.**



La junta directiva rige sus decisiones con base en principios de buena fe, trabajo en equipo, respeto, eficiencia, eficacia, responsabilidad y transparencia.

### Conformación y clasificación

[GRI 2-10] [GRI 2-11]

La Junta Directiva está integrada por cinco miembros principales, con sus respectivos suplentes personales. Estos son elegidos anualmente por la Asamblea General de Accionistas, cumpliendo con lo establecido por la legislación.

### Clasificación de los miembros de nuestra Junta Directiva



#### MIEMBROS EJECUTIVOS

Representantes legales o de la Alta Gerencia que participan activamente en la gestión diaria de la Sociedad.



#### MIEMBROS INDEPENDIENTES

Aquellos que cumplen con los requisitos de independencia definidos en la Ley 964 de 2005, sin vínculos con accionistas que comprometan su objetividad.



#### MIEMBROS PATRIMONIALES

Accionistas (personas naturales o jurídicas) o personas nominadas directamente por estos.





Los miembros independientes y patrimoniales constituyen siempre la mayoría frente a los miembros ejecutivos, en caso de haberlos, garantizando así un equilibrio en la toma de decisiones.

### Criterios de elección y transparencia

- Como parte de nuestros criterios de buen gobierno, aseguramos que los miembros de la Junta Directiva cumplan con un perfil de alta idoneidad:
- Deben contar con conocimientos en la actividad económica de la Socie-

dad y/o experiencia en finanzas, economía, derecho o disciplinas afines.

- Gozar de reconocimiento por su integridad e idoneidad profesional.
- No pertenecer simultáneamente a más de cinco juntas directivas de sociedades anónimas y garantizar que no exista una mayoría conformada por personas con vínculos familiares cercanos.

### Proceso de debida diligencia

Como parte de nuestro compromiso con la transparencia, todos los candidatos a la Junta Directiva pasan por un proceso de debida diligencia antes de su elección, liderado por la Junta vigente y el Oficial de Cumplimiento. Los accionistas que deseen postular candidatos para la Asamblea General pueden hacerlo con al menos quince días calendario de anticipación. Este tiempo nos permite evaluar con responsabilidad su trayectoria, idoneidad e integridad, así como el cumplimiento de los requisitos legales.



### Integrantes de la Junta Directiva\*

1

**CARLOS  
PIZANO  
MALLARINO**

Miembro independiente  
Presidente de la Junta Directiva y consultor organizacional

2

**MATEO  
BETANCUR  
DE CASTRO**

Miembro independiente  
Comité Financiero

3

**MAURICIO  
VÉLEZ  
ESCOBAR**

Miembro independiente  
Comité de Auditoría

4

**CARLOS  
DUQUE  
URIBE**

Miembro independiente  
Comité de Auditoría

5

**SERGIO  
POSADA  
MORENO**

Miembro independiente  
Comité de Auditoría y Operaciones



**\*Para mayor claridad, los perfiles, hojas de vida y el reglamento de la Junta Directiva están disponibles en nuestro sitio web corporativo.**



# Funciones de la Junta Directiva\*

[GRI 2-12]

Su labor se centra en inspeccionar, examinar y orientar la gestión de la Sociedad, mediante un seguimiento riguroso de los programas y estrategias diseñados para el logro de los objetivos corporativos, sirviendo, además, como enlace permanente con los accionistas.

En cumplimiento de lo establecido en la ley y en los Estatutos Sociales, entre sus responsabilidades se destacan:



**Nombrar y remover al Presidente de la Sociedad y a los Gerentes** que lo reemplazan en sus ausencias, así como definir su remuneración.



**Examinar los libros y documentos de la Compañía.**



**Participar activamente en la planeación estratégica,** aprobarla y realizar su seguimiento.



**Elaborar el informe anual para la Asamblea General de Accionistas.**



**Implantar y supervisar los sistemas de control interno y la gestión integral de riesgos.**



**Designar a los miembros del Comité de Auditoría.**



**Aprobar decisiones relevantes** como la celebración de contratos de alto impacto, la creación de sucursales u operaciones especiales y el sometimiento de controversias a arbitramento.



**\* El detalle completo de estas funciones se encuentra consignado en los Estatutos Sociales y en el Código de buen gobierno de la Compañía.**

# Designación, rol y liderazgo del Presidente de la Junta Directiva

[GRI 2-13] [GRI 2-14]

La Junta Directiva elige, de entre sus miembros, a su presidente por un periodo anual, posterior a la Asamblea General de Accionistas. Este cargo es removible en cualquier momento y no tiene funciones ejecutivas ni operativas dentro de la Compañía, garantizando así su independencia frente a la Alta Administración.

## Entre sus responsabilidades se encuentran:

- › **Convocar** y presidir las reuniones.
- › **Articular** la relación entre los accionistas y la Junta Directiva.
- › **Coordinar** el plan anual de trabajo y asegurar la entrega oportuna de información a los miembros.
- › **Liderar** la evaluación de la Junta y sus comités (excepto su propia evaluación).
- › **Acompañar** el proceso de conformación de la nueva Junta Directiva.

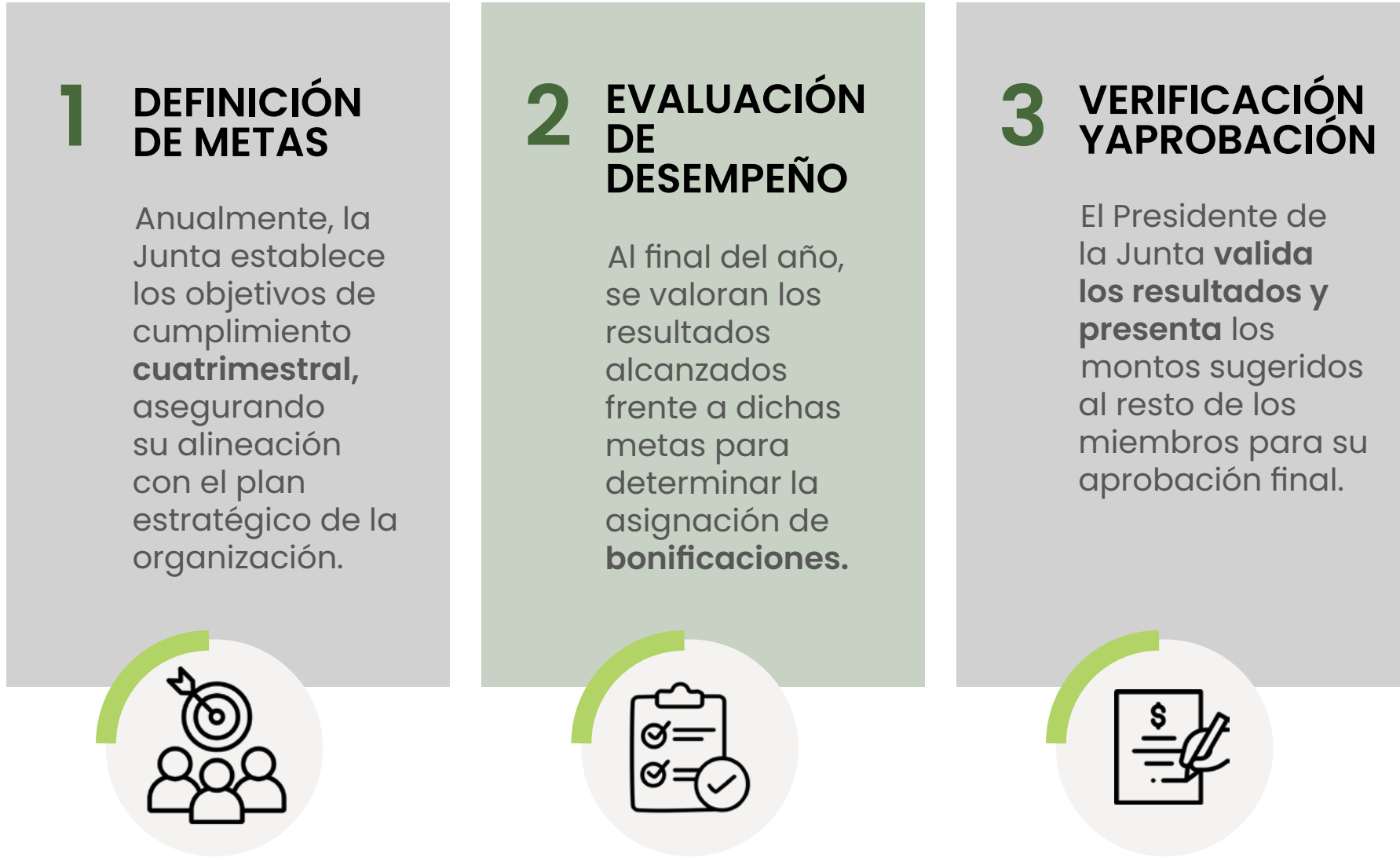


# Esquemas de remuneración de la Junta Directiva y la Alta Gerencia

[GRI 2-17] [GRI 2-18]

Por determinación de la Asamblea General de Accionistas, mantene-mos una estructura de gobierno sólida en la que todos los miembros de la Junta son independientes. Si bien algunos integrantes poseen acciones de la compañía, se garantiza la objetividad y autonomía en la toma de decisiones, dado que ninguna participación individual alcanza el 25% del capital social.

Respecto a la compensación variable de la Alta Gerencia y cargos de dirección, esta se define a través de un proceso anual de evalua-ción y control:



# Supervisión de la estrategia, los impactos y la sostenibilidad

[GRI 2-25]

Nuestra Junta Directiva cumple un rol acti-vo en la supervisión de la gestión de impac-tos económicos, sociales y ambientales. **Inspecciona, examina y orienta la gestión adelantada por las distintas áreas, asegu-rando la alineación con los objetivos cor-porativos.**

Anualmente, la gestión de la Junta y de sus directores se somete a un proceso de auto-evaluación cuyos resultados se integran en el Informe Anual de Gobierno Corporativo. Este ejercicio considera:

- 1. El seguimiento a los asuntos clave de la Sociedad.
- 2. Su contribución estratégica.
- 3. El cumplimiento del *Código de buen gobierno*.
- 4. La participación en espacios de formación, asistencia y calidad en la toma de decisiones.

Dentro de la agenda anual, nuestra Junta destina al menos una sesión especial para



analizar y decidir sobre la planeación estra-tégica de la Compañía.

El seguimiento al cumplimiento de esta es-trategia se realiza de manera continua a tra-vés de los siguientes comités de apoyo.

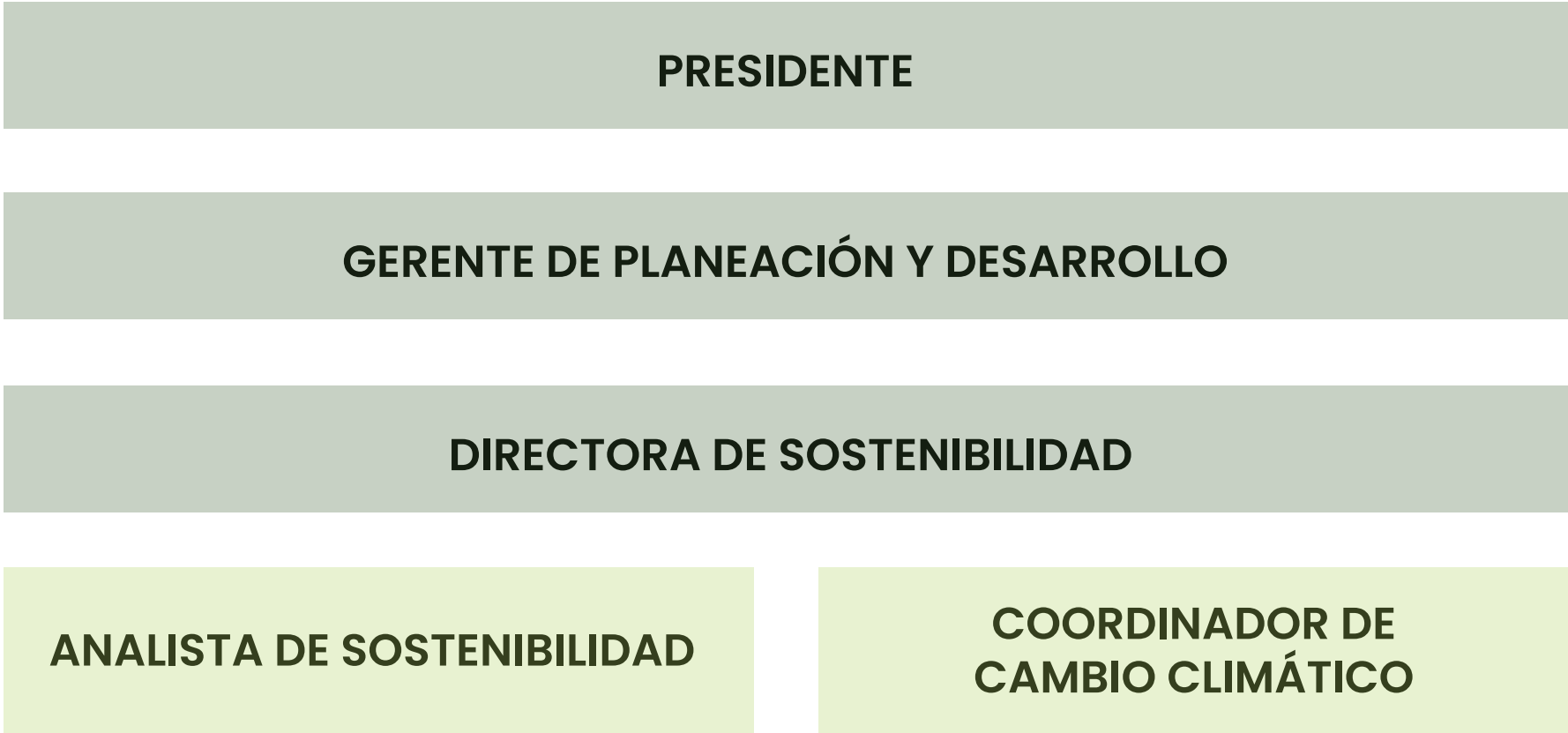
## Comités de apoyo de la Junta Directiva







### Estructura del proceso



### Gestión de la sostenibilidad y delegación de responsabilidades

[GRI 2-25]

En **ESTRA** contamos con un proceso formal cuyo propósito es integrar los principios de sostenibilidad y economía circular en el núcleo del modelo de negocio. Buscamos gestionar riesgos y aprovechar oportunidades que generen valor ambiental, social y económico a largo plazo.

La responsabilidad de esta gestión está delegada en la **Dirección de Sostenibilidad**, encargada de liderar

la implementación, el seguimiento y las acciones de mejora de la estrategia de sostenibilidad de la compañía y su plan de acción. Esta labor se realiza en articulación con áreas clave como Talento Organizacional, Gestión Ambiental, Salud Ocupacional, Cadena de Suministro, Mercado y Comercial.

Adicionalmente, contamos con un **equipo de sostenibilidad** confor-

mado por líderes de diferentes procesos, quienes trabajan de manera colaborativa para implementar la estrategia y cumplir nuestra propuesta de valor: **brindar soluciones prácticas para un futuro sostenible, promoviendo la responsabilidad ambiental, el bienestar social y la innovación.**



Nuestra Junta Directiva revisa y aprueba los asuntos relacionados con la materialidad, la estrategia y el presente ***Informe de sostenibilidad***, recibiendo presentaciones periódicas y brindando retroalimentación para su fortalecimiento continuo.



# ÉTICA, CUMPLIMIENTO Y CULTURA DE INTEGRIDAD

[GRI 2-27] [GRI 205-1] [GRI 205-2]

## Gestión de conflictos de interés

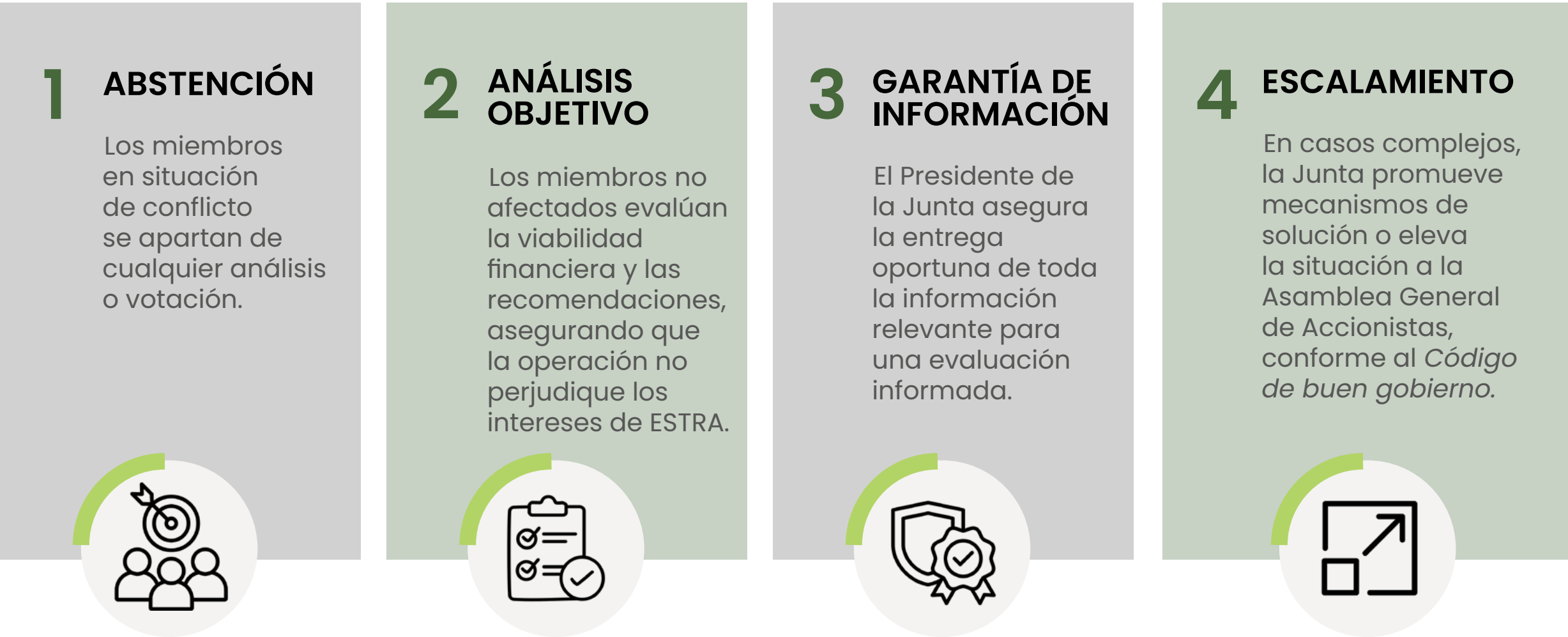
[GRI 2-15]

En Industrias **ESTRA** reconocemos que la objetividad y la confianza son los cimientos de nuestra toma de decisiones. Por ello, contamos con lineamientos claros para identificar, gestionar y divulgar cualquier situación que pueda ponerlas en riesgo.

Entendemos como conflicto de interés aquella circunstancia en la que un miembro de la Junta Directiva, de la Alta Gerencia o un colaborador debe elegir entre el interés de la Sociedad y un interés personal (o de terceros) que pueda generar un beneficio indebido.

## Manejo en la Junta Directiva

Cuando dentro de la Junta surge un conflicto de interés en procesos de contratación o decisiones estratégicas, activamos un mecanismo de blindaje ético que sigue estos parámetros:



✖ Las situaciones relevantes de conflicto de interés son de carácter público. Se publican en la información anual disponible en nuestra página web, alineados estrictamente con nuestros **códigos de Buen Gobierno y de Ética**.

## Supervisión y control

La vigilancia de nuestra conducta ética recae en áreas y roles específicos que garantizan el debido proceso:

- » **Dirección de Talento Organizacional y Secretaría General:** responsables de estar al tanto de las investigaciones sobre soborno, corrupción, fraude y conflictos de interés, así como de evaluar los planes para mitigar estos riesgos.
- » **Comité de Auditoría:** a través de la Dirección de Talento Organizacional, realiza el seguimiento a los actos incorrectos que pudieren presentarse y verifica las acciones tomadas para su prevención, mitigación y control.



# Prevención de la corrupción y gestión de riesgos éticos

[GRI 2-25]

En **ESTRA** operamos bajo la convicción de que la integridad es innegociable. Estamos comprometidos con los más altos estándares éticos, reconociendo que el soborno, la corrupción y el fraude no solo afectan la confianza en la organización, sino que impactan el tejido mismo de la sociedad.

Para materializar este compromiso, contamos con una **Política Antisoborno, Anticorrupción y Antifraude**. Este marco normativo orienta nuestras actuaciones hacia la transparencia, la responsabilidad y la rendición de cuentas; aplica a todos nuestros grupos de interés:

- › Miembros de la Junta Directiva.
- › Colaboradores.
- › Proveedores y contratistas.
- › Demás grupos **de interés vinculados a la operación**.

Su implementación se articula con nuestro **Código de ética**, que define los principios de Conducta que fortalecen relaciones basadas en el respeto y el compromiso con el desarrollo sostenible.

## Gestión estratégica del riesgo

Durante el año 2025, dimos un paso clave al actualizar nuestro mapa estratégico de riesgos, incorporando la categoría específica de **Ética y conducta organizacional**.

En este ejercicio identificamos y gestionamos riesgos asociados a:



Fraude



Corupción



Soborno



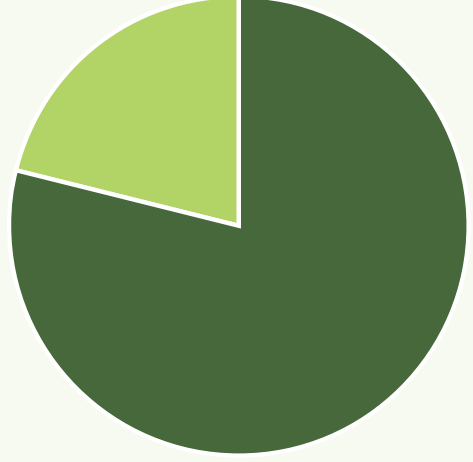
Conflictos de interés

Para cada uno de estos frentes, definimos acciones de mitigación precisas, orientadas a fortalecer nuestro ambiente de control y consolidar una cultura ética transversal.

## Fortalecimiento del compromiso ético

En 2025 realizamos la difusión del **Código de ética** y de la Política Antisoborno, Anticorrupción y Antifraude a través de nuestros canales internos de comunicación, incluyendo el uso de grupos de WhatsApp. Esta estrategia estuvo acompañada de cuestionarios diseñados para evaluar el nivel de apropiación de los contenidos por parte de los equipos.

## Principales logros 2025



78 % de los colaboradores participó en la encuesta asociada al Código de ética



60 % respondió la evaluación correspondiente a la Política Antisoborno, Anticorrupción y Antifraude.

Ambos documentos están disponibles para consulta permanente de los colaboradores en nuestra intranet. Adicionalmente, el **Código de ética** es de acceso público en nuestro sitio web.



Canales de comunicación, denuncia y remediación

[GRI 2-16] [GRI 2-26]

En **ESTRA** disponemos de mecanismos formales que permiten a nuestros colaboradores, directivos, miembros de la Junta Directiva y demás grupos de interés solicitar asesoramiento y plantear inquietudes.

Estos canales abarcan temas relacionados con la conducta ética, el cumplimiento normativo y la prevención del soborno, la corrupción y el fraude, alineándose estrictamente con nuestro **Código de ética** y la Política Antisoborno.

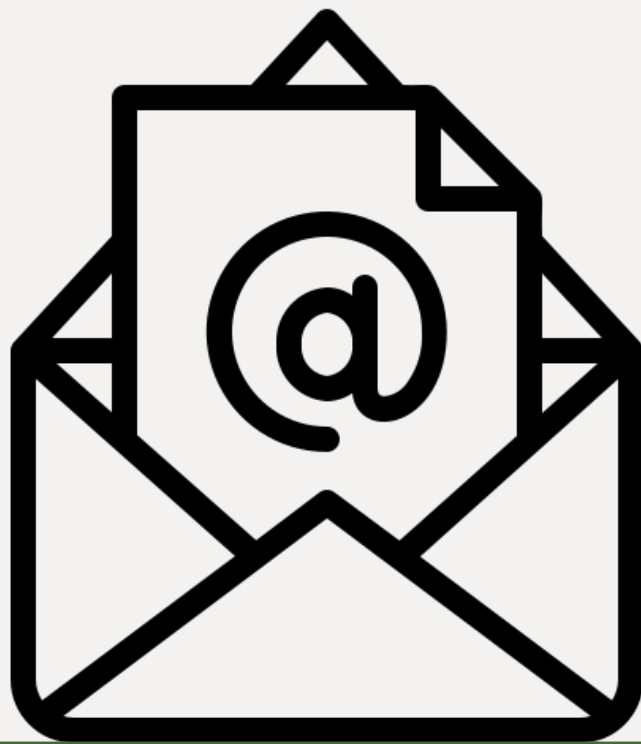


Nuestro propósito es promover una Cultura de transparencia, confianza e integridad.

Buzón de Transparencia

Es el canal oficial a través del cual se pueden reportar consultas, sospechas o hechos relacionados con prácticas contrarias a nuestra ética, actos de corrupción o conductas inapropiadas de gobierno corporativo.

Características del canal



CONFIDENCIALIDAD

Garantizamos el anonimato si el denunciante así lo desea.



DISPONIBILIDAD

Opera las 24 horas del día, los 7 días de la semana.



GESTIÓN INDEPENDIENTE

Es administrado directamente por el Oficial de Cumplimiento.

Medios de reporte



Correo electrónico:  
[buzondetransparencia@estra.com.co](mailto:buzondetransparencia@estra.com.co)



Sitio web: A través del formulario disponible en:  
<https://www.estrasoluciones.estra.com/buzon-de-transparencia>



Durante el año 2025 no se recibieron denuncias asociadas a conductas indebidas de colaboradores o de la Alta Dirección.



## Comité de Convivencia Laboral

Para la atención específica de situaciones relacionadas con acoso laboral, contamos con el Comité de Convivencia Laboral. Este órgano dispone de procedimientos claros, confidenciales y accesibles para la recepción, análisis, verificación y conciliación de quejas. Los colaboradores pueden remitir sus casos a través de los siguientes mecanismos:



Diligenciamiento del **formato** establecido.



Correo electrónico: [convivencialaboral@estra.com.co](mailto:convivencialaboral@estra.com.co)



**Solicitud directa** a cualquiera de los miembros del Comité.



**Buzón físico** dispuesto para la recepción de quejas.

# CUMPLIMIENTO NORMATIVO Y MEJORA CONTINUA

[GRI 2-25]

Nuestra gestión se respalda en estándares internacionales. En **ESTRA** contamos con la certificación **ISO 9001**, lo cual implica auditorías internas periódicas y auditorías externas de recertificación cada dos años.

Bajo este modelo, cada proceso es responsable de identificar y cumplir las normas aplicables. Cuando se detecta algún incumplimiento o sanción, actuamos con celeridad para realizar las correcciones oportunas e implementar planes de mejora.



Un gobierno corporativo sólido es la base para construir relaciones de confianza, gestionar adecuadamente los riesgos y avanzar de manera coherente hacia un futuro sostenible.

## COMITÉ DE CONVIVENCIA LABORAL 2025-2027



**Rubi Garzón**  
Operaria de inyectora



**Marina Tobón**  
Vendedora



**Nelson Saldarriaga**  
Operario de inyectora



**Sandra Sánchez**  
Operaria de inyectora



**Daniel Henao**  
Director de Ingeniería



**Claudia Montoya**  
Secretaria General



**Andrés Martínez**  
Director de planeación y manufactura



**Sara Mora**  
Analista de T.O





# 07

## GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

El corazón de ESTRA







Compartimos  
bienestar con  
la sociedad

# NUESTRO EQUIPO EN CIFRAS, AL CIERRE DEL 2025

[GRI 2-7] [GRI 2-8] [GRI 3-3] [GRI 404-3]

Contamos con una fuerza laboral diversa y en crecimiento constante.



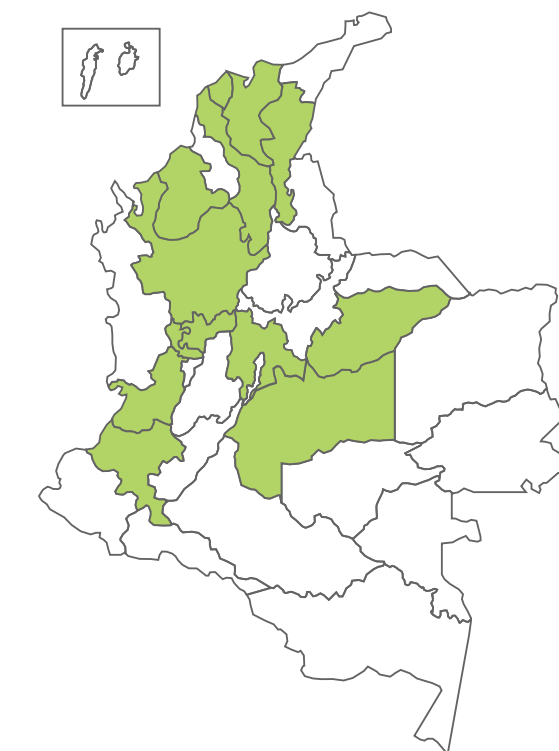
Nuestra cultura se vive en el día a día a través de entornos seguros, respetuosos y equitativos. Gestionamos el talento bajo pilares de **gestión del capital humano y diversidad e inclusión**, reconociendo que nuestras personas son el motor de la sostenibilidad.



TALENTO TOTAL

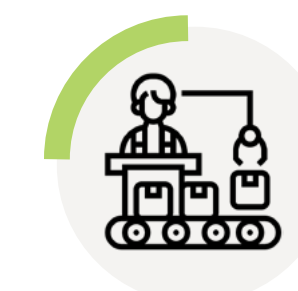
478

personas vinculadas  
(directos y temporales).



**CIUDADES  
PRINCIPALES  
DONDE ESTÁN  
NUESTROS  
COLABORADORES**

Medellín, Bogotá,  
Barranquilla, Cali,  
Bucaramanga, Cartagena,  
Cúcuta, Montería,  
Pereira, Santa Marta,  
Valledupar, Villavicencio,  
Girardot, Manizales,  
Tunja, Yopal y Tuluá.



**NUEVAS  
OPERACIONES**

Apertura en Tunja, Yopal,  
Girardot y Tuluá, el 2025 fue  
un año de hitos territoriales,  
llevando oportunidades a  
nuevas zonas.



EQUIDAD DE GÉNERO

228

mujeres



250

hombres







## Ecosistema de apoyo operativo

Además del personal vinculado directamente a la empresa, reconocemos el valor de las personas que apoyan nuestra operación a través de diferentes modalidades contractuales porque nos apoyan a seguir creciendo en nuestro objetivo.



### APOYO TEMPORAL EN PICOS DE ALTA DEMANDA

**88**

**colaboradores contratados** mediante una empresa temporal aliada.

**37**

**especialistas en empaques.**

## Perfiles In-House

Expertos en **Comercio Exterior, TI y Talento Organizacional** que impulsan el desarrollo de proyectos y estrategias de producto, trabajan con proveedores y empresas aliadas. La operación es soportada por cuatro personas.

**Servicios especializados** en el área de Mantenimiento con **5 personas.**

Los servicios de **restaurante y seguridad** son prestados por empresas aliadas, con un apoyo aproximado de **11 personas en cada área.**

## Calificación de nuestro desempeño cultural

Los KPIS que califican nuestra gestión interna:



**Reconocimiento del trabajo**

**61%**



**Fidelización del personal**

**93%**



**Trabajo con propósito**

**69%**



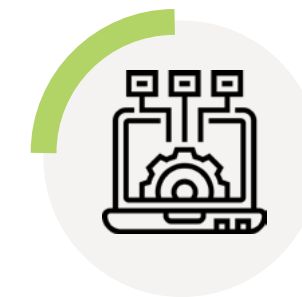
**Formación interna**

**89%**



**Ser una organización incluyente**

**74%**



**Acceso a la tecnología**

**93%**



**Promoción interna**

**84%**



# COMPENSACIÓN Y BIENESTAR: una política de valor

[GRI 2-19] [GRI 2-20] [GRI 401-2]

En **ESTRA**, la remuneración es un pilar de confianza. Nos comprometemos con una política **justa, equitativa y transparente**, gestionada por el **Comité Administrativo** que asegura la coherencia entre responsabilidades, desempeño y mercado.

## Remuneración justa, equitativa y transparente

**Comité Administrativo:** define las remuneraciones y variables bajo parámetros legales, las responsabilidades y niveles de cada cargo.

**Revisión anual:** los ajustes en salarios y comisiones se basan en un análisis técnico.

**Comunicación abierta:** las decisiones se informan de manera clara a través de canales internos y abiertos a todo el equipo.

**Alta dirección:** los esquemas de evaluación y pago son definidos por la Junta Directiva (ver capítulo de Gobierno corporativo).

## Beneficios: bienestar integral

Más allá del salario, invertimos en la calidad de vida de nuestro equipo a través de dos frentes:

### Beneficios monetarios (apoyo económico)



**PRIMAS EXTRA**  
Vacaciones y aguinaldo de Navidad.



**AUXILIOS EDUCATIVOS**  
Para colaboradores y sus hijos.



**SALUD Y FAMILIA**  
Auxilio para lentes, seguro de vida, auxilio de defunción y por fallecimiento del empleado.

### Beneficios no monetarios



**TIEMPO PARA TI**  
Tiquetera emocional con tiempo libre a favor.



**CRECIMIENTO**  
Planes de carrera y oportunidades de ascenso interno.



**CULTURA**  
Celebración de fechas especiales y servicio de alimentación.



**DESEMPEÑO**  
Valoración justa mediante la herramienta interna *Valoración de la Gestión*.





# FUERZA LABORAL: estabilidad y perfil de nuestro talento

[GRI 401-1] [GRI 405-1]

Nuestra gestión del talento humano se refleja en la permanencia de los equipos y una composición diversa que conecta con la realidad del país.

## Continuidad y permanencia

Mantenemos una operación estable, conservando el tamaño de nuestro equipo y niveles mínimos de rotación:

### PROMEDIO MENSUAL

**440**

personas activas  
(cifra constante entre  
2024 y 2025).

### BAJA ROTACIÓN

**28**

retiros en todo el año,  
con un promedio  
de 2 a 3 personas  
por mes.

## Diversidad por generaciones

Contamos con un equilibrio entre experiencia y nuevas perspectivas:



### Talento senior

**55%**

de nuestros  
colaboradores  
es mayor de  
40 años.

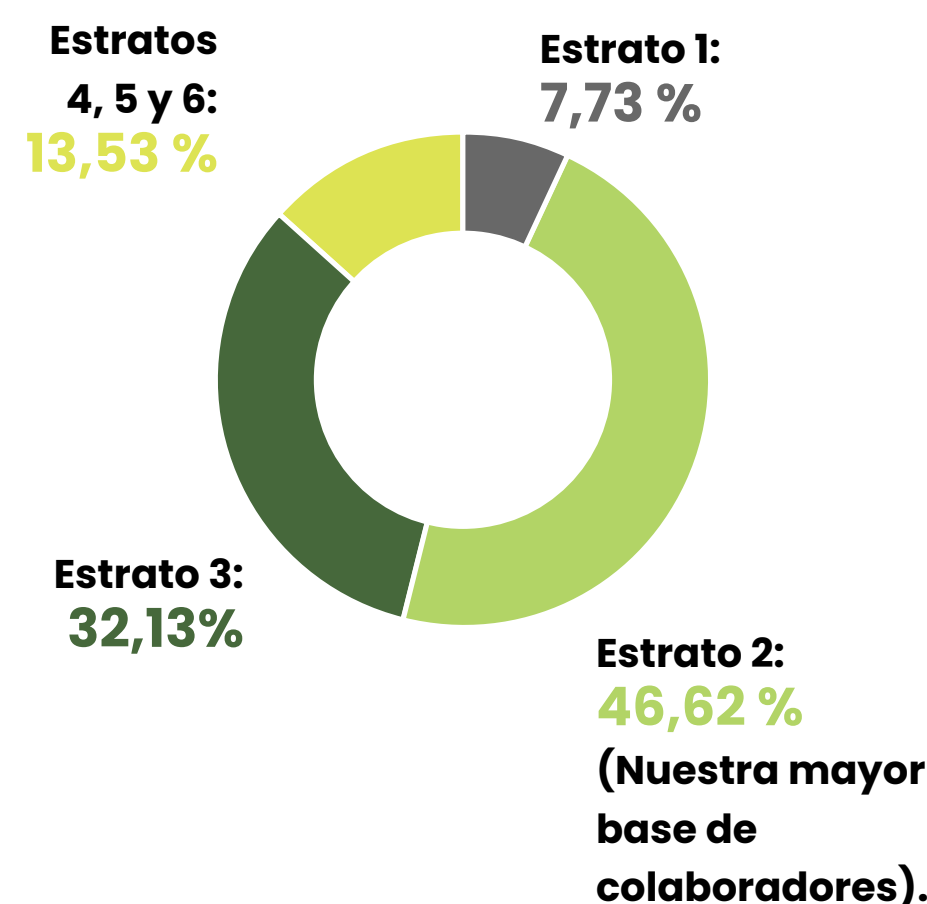
### Talento joven

**10%**

de la fuerza  
laboral tiene  
entre 18 y 25  
años.

## Perfil socioeconómico

Nuestra distribución por estratos refleja nuestro compromiso con la inclusión y el desarrollo social:



## Diálogo social y negociación colectiva

[GRI 2-30]

Tenemos una **Convención Colectiva** que beneficia al **100 % de los trabajadores directos**, con una vigencia de tres años. Adicionalmente, contamos con un **laudo arbitral** que beneficia a los trabajadores. Ambos instrumentos se rigen por la legislación colombiana y los lineamientos de la Organización Internacional del Trabajo.

Garantizamos el derecho de asociación, facilitando los permisos sindicales establecidos en la Convención Colectiva y el laudo arbitral, promoviendo un diálogo social basado en el respeto y la legalidad.



Compartimos  
bienestar con  
la sociedad



# BIENESTAR Y EQUILIBRIO: más allá del compromiso legal

[GRI 401-2] [GRI 401-3]

En **ESTRA**, el bienestar se vive a través de beneficios que atienden cada etapa de la vida personal y familiar, estructurados en tres frentes: **Convención Colectiva**, **beneficios de empresa** y **el Fondo de Empleados**.

## Convención Colectiva

Beneficios económicos y asistencia-  
les para el personal directo:



**PRIMAS  
EXTRALEGALES**  
Navidad (aguinaldo),  
vacaciones y antigüedad.



**AUXILIOS  
POR EVENTOS**  
Nacimiento de hijos,  
matrimonio, enfermedad  
no profesional y defunción.



**CALIDAD DE VIDA**  
Servicio de restaurante,  
auxilio para anteojos,  
estudios y pensión.



**VIVIENDA Y EMERGENCIAS**  
Préstamos para calamidad  
doméstica y acceso a un fondo  
rotatorio de vivienda.

## Beneficios ESTRA

Fomentamos el equilibrio entre la  
vida laboral y personal:



**TIQUETERA DE  
TIEMPO**  
Días o medios días libres por  
cumpleaños, grados y  
diligencias personales.



**FLEXIBILIDAD**  
Días compensatorios  
programados en cada  
semestre del año.



**CERCANÍA**  
Descuentos especiales  
en tiendas para empleados  
y auxilios de estudio  
adicionales.

## Fondo de Empleados

Mecanismos de ahorro y servicios  
complementarios:



**PROTECCIÓN**  
Ahorro, préstamos  
y pólizas (vida, salud,  
vivienda y vehículo).



**SALUD Y FAMILIA**  
Emergencias médicas,  
salud oral, apoyo para  
mercado y afiliación  
funeraria (incluye  
mascotas).



## Maternidad, paternidad y cuidado

Promovemos un entorno solidario  
y respetuoso basado en la  
corresponsabilidad:

**Licencias parentales:** otorgadas con  
estricto cumplimiento de la ley vigente.

**Sala de lactancia:** espacio propio que  
garantiza condiciones óptimas para las  
madres y el desarrollo integral de los  
bebés, reafirmando nuestro enfoque en  
el bienestar y la conciliación entre la vida  
laboral y personal.

**Cultura de apoyo:** fomentamos el trabajo  
colaborativo para cubrir ausencias por  
licencias, asegurando un ambiente de  
apoyo entre equipos.



## Semana de la Cultura 2025

En nuestro compromiso con el bienestar, celebramos la Semana de la Cultura 2025, una experiencia que inspiró al 100 % de nuestros colaboradores y reafirmó el valor de nuestra comunidad.

Uno de los momentos más especiales fue el lanzamiento del libro **Bien-Estar Estra**, una guía creada para reflexionar sobre nuestras emociones, el agradecimiento, el trabajo entre amigos y el propósito que nos conecta dentro y fuera de la organización.

Además, vivimos un espacio profundamente significativo con la **construcción del mapa de sueños**, donde cada persona plasmó sus aspiraciones espirituales, personales y el reconocimiento de su propio valor como ser humano.





# FORMACIÓN Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

[GRI 404-1] [GRI 404-2]



Contamos con una herramienta interna propia para evaluar el desempeño: “**Valoración de la Gestión**”, establecer compromisos y potenciar el crecimiento de cada colaborador a través de tres ciclos estratégicos:



## Del desempeño a la sucesión:

los resultados se consolidan en una **matriz Nine Box**, permitiéndonos:

**Identificar** el potencial de crecimiento de nuestro equipo.

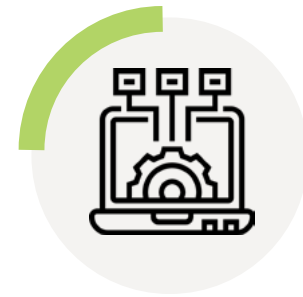
**Detectar** oportunidades de mejora personalizadas.







## Crecimiento profesional: potenciando el talento ESTRA



### IMPACTO TOTAL

**428**

personas  
participaron  
en procesos  
de formación  
continua.

### ALIANZAS DE VALOR:

- » **Desarrollamos formación técnica** para el área de mantenimiento con el apoyo del **SENA**.
- » **Fomentamos habilidades de liderazgo** con el apoyo de la Caja de compensación **Comfama**.
- » **Fortalecimos capacidades** para la fuerza comercial y para el proceso financiero con el apoyo de la **Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia**.

### RUTA DE APRENDIZAJE



**1**

#### ESTRATÉGICO

**242 personas capacitadas**  
en liderazgo, IA y  
estrategias de ventas.



**2**

#### ADMINISTRATIVO

**156 personas formadas**  
en gestión y  
procesos internos.



**3**

#### TÉCNICO

**30 personas especializadas**  
en áreas operativas.

### Habilidades para el futuro

Implementamos charlas y talleres enfocados en **habilidades blandas** y el fortalecimiento de nuestro **modelo de liderazgo**.

### Acompañamiento integral

Garantizamos procesos de inducción, reintroducción y entrenamiento especializado para ingresos nuevos y movimientos internos del **plan de carrera**.



En 2025 fortalecimos las competencias de nuestro equipo a través de programas integrales que impulsan la excelencia operativa y el liderazgo estratégico.



# DIVERSIDAD, INCLUSIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

[GRI 405-1]



Promovemos la diversidad y la igualdad de oportunidades, asegurando que los salarios y condiciones laborales se definen en función de las responsabilidades, el cargo y el nivel de desarrollo, sin distinción de género.

## Una estructura de liderazgo diversa y equilibrada

La estructura de liderazgo de ESTRA refleja una organización

diversa en términos de género y generaciones, con participación de hombres y mujeres en distintos niveles y una amplia representación de edades. Esta distribución evidencia un equilibrio progresivo en la toma de decisiones, así como el valor de integrar experiencias y perspectivas diversas para fortalecer la gestión y el desarrollo organizacional. **Los cargos de liderazgo se distribuyen de la siguiente manera:**



**PRESIDENCIA**  
1 hombre , 71 años.



**GERENCIA**  
3 hombres entre  
43 y 56 años.



**COORDINACIÓN**  
22 personas  
(12 mujeres  
y 10 hombres),  
entre 26 y 69 años.



**NIVEL DIRECTIVO**  
19 personas  
(10 hombres  
y 9 mujeres),  
entre 36 y 62 años.



**JEFES Y SUPERVISORES**  
5 hombres, entre 29 y  
63 años.



# SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO:

## nuestra cultura del cuidado

[GRI 403-1] [GRI 403-3] [GRI 403-4] [GRI 403-5] [GRI 403-6] [GRI 403-8]

En **ESTRA**, la seguridad no es negociable. Nuestro compromiso es garantizar entornos de trabajo seguros y saludables para cada persona que interactúa con nuestras operaciones. Para ello, operamos bajo un Sistema de **Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)** que cubre todos nuestros centros de trabajo, así como a trabajadores directos, temporales, contratistas, subcontratistas y demás partes interesadas.

Este sistema se fundamenta en el ciclo de mejora continua **Planear-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA)** y cumple con lo establecido en el Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 0312 de 2019.



Durante 2025, alcanzamos un **96% de cumplimiento** en nuestras políticas, procedimientos y prácticas de seguridad y salud laboral.

### Gobernanza de la seguridad

Contamos con los **Comités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST)**, espacios de participación activa que promueven el cumplimiento de los requisitos legales y el fortalecimiento de la cultura preventiva. Sus integrantes **son elegidos** mediante votación.



**Se reúnen** al menos una vez al mes.



**Supervisan** el cumplimiento de estándares y proponen acciones de mejora.

### Principales logros del 2025



**100%**

de participación en la investigación de accidentes.

**75%**

de cumplimiento del plan de trabajo anual.

**100%**

de las reuniones programadas ejecutadas.

**88%**

de participación en el proceso de votación del comité.

**3**

inspecciones realizadas para identificar y controlar riesgos.



# Gestión integral del riesgo

Nuestro sistema garantiza un entorno protegido a través de:



# Vigilancia y servicios de salud ocupacional

Nuestra población trabajadora está conformada por personas sanas. Los programas de seguridad y medicina preventiva fortalecen el control y cuidado permanente de la salud de nuestros colaboradores.

En 2025:



Contamos con un puesto interno de atención en primeros auxilios.



Desempeño en seguridad: resultados que reflejan nuestra gestión

En 2025 se registraron **17 accidentes de trabajo**, de los cuales:

**14 fueron atendidos de forma ambulatoria** o con alta inmediata.

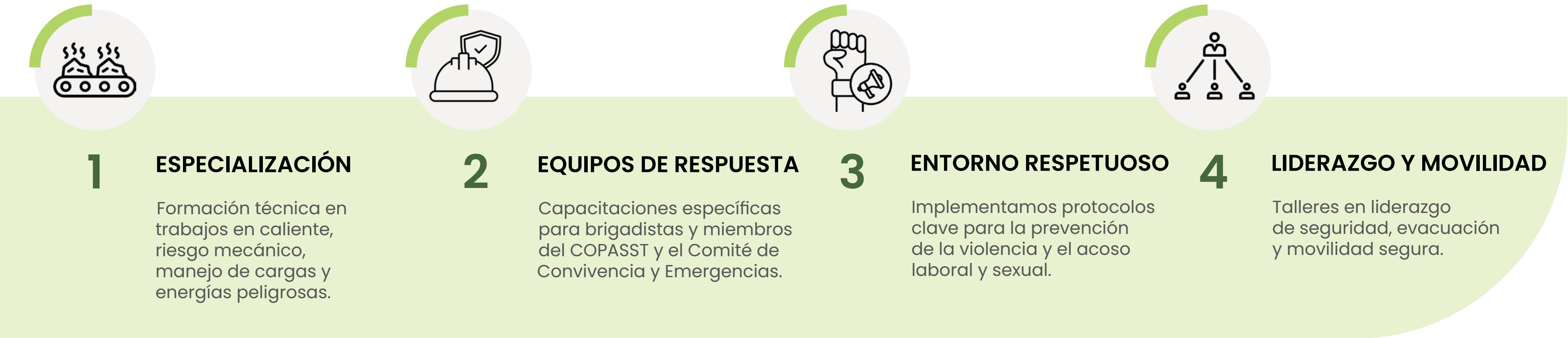


La compañía cerró el año con una tasa de accidentalidad 0,4% por debajo del promedio del sector, reflejando el impacto de nuestras acciones preventivas.

**Nuestro objetivo** es seguir fortaleciendo la confianza de todos los trabajadores, mejorando continuamente los estándares y promoviendo la participación activa en la cultura de seguridad.

Capacitación y prevención 2025

Fortalecimos la cultura del autocuidado con un plan de formación robusto, extensivo a todos los niveles de la organización, incluyendo trabajadores dependientes, temporales, contratistas y personal en misión. Este proceso fue apoyado por la **ARL Sura**:





# Cuidamos lo que Somos: Bienestar y Salud Mental en ESTRA

Promovemos el equilibrio físico y psicosocial de nuestro equipo por medio de las siguientes actividades realizadas con la participación de todo nuestro talento:



## 1 SEMANA DE LA SALUD

Jornadas intensivas de prevención y bienestar.



## 2 PAUSAS ACTIVAS

Integradas en la rutina diaria para reducir la fatiga laboral.



## 3 SALUD MENTAL

Iniciativas enfocadas en el bienestar mental y psicosocial de los colaboradores.





# 08

## VISIÓN

## A FUTURO:

nuestros desafíos  
estratégicos





Para el próximo ciclo, nos enfocamos en diez pilares que aseguran la rentabilidad y el impacto positivo de ESTRA:

|                                                                                     |                                                         |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                       |                                                                     |                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>ECONOMÍA CIRCULAR, INNOVACIÓN Y DESCARBONIZACIÓN</b> | <b>META</b><br><br>Integrar resinas posconsumo para reducir la huella de carbono.                                                                                      | <b>ENFOQUE</b><br><br>Cerrar el ciclo de vida del plástico manteniendo la viabilidad financiera y la competitividad.                                                                                                                               |    | <b>EFICIENCIA OPERATIVA Y TECNOLOGÍA</b>                            | <b>META</b><br><br>Optimizar el uso de recursos y reducir costos operativos.                                                        | <b>ENFOQUE</b><br><br>Implementar tecnologías avanzadas y procesos automatizados en la fabricación.                                                                                 |
|    | <b>GOBERNANZA DE VANGUARDIA: DOBLE MATERIALIDAD</b>     | <b>META</b><br><br>Actualizar nuestra materialidad bajo un enfoque de doble materialidad.                                                                              | <b>ENFOQUE</b><br><br>Evaluar no solo el impacto ambiental y social, sino también los riesgos financieros que estos representan para el negocio.                                                                                                   |    | <b>DIAGNÓSTICO Y FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO</b>             | <b>META</b><br><br>Aplicar de manera bianual la encuesta de diagnóstico de capital humano para identificar oportunidades de mejora. | <b>ENFOQUE</b><br><br>Diseñar e implementar planes de acción que fortalezcan los derechos humanos y promuevan una cultura organizacional incluyente.                                |
|    | <b>TRANSPARENCIA Y TRAZABILIDAD</b>                     | <b>META</b><br><br>Implementar certificaciones que avalen productos según criterios de economía circular.                                                              | <b>ENFOQUE</b><br><br>Reforzar la credibilidad de nuestros atributos ambientales y evitar el <i>greenwashing</i> mediante trazabilidad verificada.                                                                                                 |   | <b>TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO PARA LA EXCELENCIA OPERACIONAL</b> | <b>META</b><br><br>Promover la transferencia efectiva de conocimiento en la organización y su cadena de valor.                      | <b>ENFOQUE</b><br><br>Mejorar el rendimiento operacional y fortalecer la toma de decisiones basada en información y aprendizaje compartido.                                         |
|  | <b>ABASTECIMIENTO CON CRITERIOS ASG</b>                 | <b>META</b><br><br>Generar valor compartido en la cadena de suministro mediante la transferencia de conocimiento y el fortalecimiento técnico de nuestros proveedores. | <b>ENFOQUE</b><br><br>Implementar un programa de desarrollo de proveedores que cubra al 100 % de nuestros socios críticos, fortaleciendo su productividad y la resiliencia de la cadena de suministro mediante tecnología y prácticas sostenibles. |  | <b>CULTURA AMBIENTAL PROGRAMA ESTRAECO EDUCA</b>                    | <b>META</b><br><br>Impulsar el programa Estraeeco Educa en las principales ciudades del país.                                       | <b>ENFOQUE</b><br><br>Generar conciencia y cultura ambiental a través de procesos educativos y de sensibilización dirigidos a la comunidad.                                         |
|  | <b>ASUNTOS CLIMÁTICOS</b>                               | <b>META</b><br><br>Mantener certificados de carbono neutro y GEI.                                                                                                      | <b>ENFOQUE</b><br><br>Reducir emisiones de GEI generadas por pérdidas no técnicas de energía, uso de refrigerantes y combustibles.                                                                                                                 |  | <b>GESTIÓN ESTRATÉGICA CON ALTOS ESTÁNDARES DE SOSTENIBILIDAD</b>   | <b>META</b><br><br>Dar continuidad a la implementación y seguimiento del plan de acción de la estrategia de sostenibilidad.         | <b>ENFOQUE</b><br><br>Asegurar el cumplimiento de altos estándares en materia ambiental, social y de gobernanza, fortaleciendo la mejora continua y la transparencia en la gestión. |



# Índice Estándar GRI

(Global Reporting Initiative)

Declaración de usos. Industrias ESTRA, ha elaborado el informe conforme al uso de referencia de los estándares GRI, para el periodo comprendido entre el 01 de enero de 2025 y 31 de diciembre de 2025.

| Estándar                                                    | Contenido                                                                                   | Pág.               | Omisión            |                                   |                                                     |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------|
|                                                             |                                                                                             |                    | Requisitos omisión | Motivo                            | Explicación                                         |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021                            |                                                                                             |                    |                    |                                   |                                                     |
| La organización y sus prácticas de presentación de informes | 2-1 Detalles organizacionales                                                               | 6                  |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad                    | 2                  |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto                              | 2                  |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-4 Actualización de la información                                                         |                    | Total              | No procede                        | Primer informe de sostenibilidad de la organización |
|                                                             | 2-5 Verificación externa                                                                    | 2                  |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales                             | 6, 24              |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-7 Empleados                                                                               | 84                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-8 Trabajadores que no son empleados                                                       | 84                 |                    |                                   |                                                     |
| Gobernanza                                                  | 2-9 Estructura de gobernanza y composición                                                  | 74                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno                                  | 74                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno                                               | 74                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos  | 76                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos                            | 76                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad | 76                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-15 Conflictos de interés                                                                  | 79                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-16 Comunicación de inquietudes críticas                                                   | 81                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno                                 | 77                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno                                 | 77                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-19 Políticas de remuneración                                                              | 86                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-20 Proceso para determinar la remuneración                                                | 86                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-21 Ratio de compensación total anual                                                      |                    | Total              | Restricciones de confidencialidad | Información sensible                                |
| Estrategia, políticas y prácticas                           | 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible                               | 3, 24              |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-23 Compromisos y políticas                                                                | 36, 45             |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas                                           | 45                 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos                                          | 45, 77, 78, 80, 82 |                    |                                   |                                                     |
|                                                             | 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes                         | 81                 |                    |                                   |                                                     |



| Estándar                                     | Contenido                                                                            | Pág.           | Omisión            |        |             |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|--------|-------------|
|                                              |                                                                                      |                | Requisitos omisión | Motivo | Explicación |
| Estrategia, políticas y prácticas            | 2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas                                 | 79             |                    |        |             |
|                                              | 2- 28 Afiliación a asociaciones                                                      | 17             |                    |        |             |
| Participación de los grupos de interés       | 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés                          | 39, 58         |                    |        |             |
|                                              | 2-30 Convenios de negociación colectiva                                              | 87             |                    |        |             |
| Temas materiales                             |                                                                                      |                |                    |        |             |
|                                              | 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales                                 | 37             |                    |        |             |
|                                              | 3-2 Lista de temas materiales                                                        | 37             |                    |        |             |
|                                              | 3-3 Gestión de los temas materiales                                                  | 37, 62, 84, 48 |                    |        |             |
|                                              |                                                                                      |                |                    |        |             |
| GRI 201: Desempeño económico                 | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido                                 | 14, 24         |                    |        |             |
| GRI 203: Impactos económicos indirectos      | 203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados                            | 14             |                    |        |             |
| GRI 204: Prácticas de abastecimiento locales | 204-1 Proporción de gasto en proveedores                                             | 14, 72         |                    |        |             |
| GRI 205: Anticorrupción                      | 205-1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción | 79             |                    |        |             |
|                                              | 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción       | 79             |                    |        |             |
|                                              |                                                                                      |                |                    |        |             |
| GRI 301: Materiales                          | 301-2 Insumos reciclados utilizados                                                  | 24             |                    |        |             |
|                                              | 301-3 Productos y materiales de envasado recuperados                                 | 24             |                    |        |             |
| GRI 302: Energía                             | 302-1 Consumo energético dentro de la organización                                   | 49             |                    |        |             |
|                                              | 302-2 Consumo de energía fuera de la organización                                    | 49             |                    |        |             |
|                                              | 302-4 Reducción del consumo energético                                               | 49             |                    |        |             |
| GRI 303: Agua y efluentes                    | 303-1 Interacción con el agua como recurso compartido                                | 55             |                    |        |             |
|                                              | 303-4 Vertido de agua                                                                | 55             |                    |        |             |
|                                              | 303-5 Consumo de agua                                                                | 55             |                    |        |             |
| GRI 305: Emisiones                           | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)                                          | 45, 52         |                    |        |             |
|                                              | 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)                     | 45, 52         |                    |        |             |
|                                              | 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)                                  | 45, 52         |                    |        |             |
|                                              | 305-5 Reducción de las emisiones de GEI                                              | 52             |                    |        |             |
| GRI 306: Residuos                            | 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos | 58             |                    |        |             |
|                                              | 306-3 Residuos generados                                                             | 58             |                    |        |             |
|                                              | 306-4 Residuos no destinados a eliminación                                           | 58             |                    |        |             |
|                                              | 306-5 Residuos destinados a eliminación                                              | 58             |                    |        |             |



| Estándar                                           | Contenido                                                                                                                    | Pág.   | Omisión            |        |             |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------------|--------|-------------|
|                                                    |                                                                                                                              |        | Requisitos omisión | Motivo | Explicación |
| GRI 308:<br>Evaluación ambiental de proveedores    | 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales                            | 72     |                    |        |             |
|                                                    | 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                                            | 72     |                    |        |             |
| Serie 400: Temas Sociales                          |                                                                                                                              |        |                    |        |             |
| GRI 401:<br>Empleo                                 |                                                                                                                              |        |                    |        |             |
|                                                    | 401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal                                                              | 87     |                    |        |             |
|                                                    | 401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales          | 86, 88 |                    |        |             |
|                                                    | 401-3 Permiso parental                                                                                                       | 88     |                    |        |             |
| GRI 403:<br>Salud y seguridad en el trabajo        | 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                                                            | 98     |                    |        |             |
|                                                    | 403-3 Servicios de salud en el trabajo                                                                                       | 98     |                    |        |             |
|                                                    | 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo                      | 98     |                    |        |             |
|                                                    | 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo                                                        | 98     |                    |        |             |
|                                                    | 403-6 Promoción de la salud de los trabajadores                                                                              | 98     |                    |        |             |
|                                                    | 403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                                              | 98     |                    |        |             |
| GRI 404:<br>Formación y enseñanza                  | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado                                                                        | 90     |                    |        |             |
|                                                    | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados                                                                  | 90     |                    |        |             |
|                                                    | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera             | 84     |                    |        |             |
| GRI 405:<br>Diversidad e igualdad de oportunidades | 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados                                                                          | 87, 92 |                    |        |             |
| GRI 413:<br>Comunidades locales                    | 413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo                | 66, 71 |                    |        |             |
| GRI 414:<br>Evaluación social de los proveedores   | 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales                               | 72     |                    |        |             |
|                                                    | 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                                               | 72     |                    |        |             |
| GRI 416: Salud y seguridad de los clientes         | 416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad                       | 63     |                    |        |             |
|                                                    | 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad | 63     |                    |        |             |
| GRI 417:<br>Marketing y etiquetado                 | 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios                                            | 24     |                    |        |             |





20

25

Informe de  
Sostenibilidad



@estrasoluciones



@Estrasoluciones



@estrasoluciones



Estra Soluciones

