

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2010
CARVAJAL INTERNACIONAL S.A.



Carvajal

MARCA LA DIFERENCIA

FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

MISIÓN

Carvajal es una empresa multinacional que, con sentido social y haciendo las cosas bien, contribuye a la productividad de sus clientes y al desarrollo de las personas, ofreciendo productos y servicios innovadores, competitivos y rentables para garantizar un desarrollo sostenible.

VISIÓN

Consolidarnos como empresa multinacional líder en América Latina y ser el proveedor preferido de productos y servicios, manteniendo un excelente nivel de calidad.

VALORES

Orientación al cliente

Conocimiento y satisfacción de las necesidades de los clientes para mantener relaciones de corto y largo plazo.

Innovación

Disposición permanente para crear y mejorar productos, servicios y procesos.

Integridad

Operación en forma honesta y clara, que genera confianza en los clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y la comunidad. Acción de acuerdo con el marco de la ley y las normas establecidas en los diferentes países en que opera.

Respeto

Disposición permanente a reconocer, aceptar y comprender a todas las personas que interactúan con la Organización.

Compromiso social

Cumplimiento de Carvajal con sus responsabilidades ante las comunidades en las que opera.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2010
CARVAJAL INTERNACIONAL S.A.

1904 - 1920

Nacimiento de una empresa

- 1904** La familia Carvajal funda la Imprenta Comercial, en Cali, Colombia. Don Alberto Carvajal Borrero imprime el periódico El Día.
- 1906** La Imprenta Comercial cambia su nombre al de Carvajal & Cía.
- 1914** Carvajal empieza a producir artículos de papelería.
- 1920** Carvajal abre su primer almacén de venta de artículos de papelería y distribución de productos para oficina.

1920 - 1930

Oportunidades y crisis

- 1927** Carvajal importa a Colombia su primera prensa offset.

1930 - 1950

Primer desarrollo industrial

- 1935** Carvajal importa a Colombia la primera prensa offset de dos colores.
- 1939** Abre su primera oficina y papelería en Bogotá, capital de Colombia.
- 1946** Organiza su propia red comercial en las cuatro principales ciudades de Colombia.
- 1948** Produce los primeros empaques de cartón.

1950 - 1960

Una empresa para toda Colombia

- 1951** Inaugura su nueva planta en Cali, Colombia.

- 1959** Nace la empresa Publicar S.A.

- 1960** Se crea Editorial Norma.

1960 - 1970

A la conquista de América Latina

- 1961** Carvajal hace su primera inversión empresarial fuera de Colombia, en la Corporación Gráfica de Puerto Rico.
- 1962** Inicia operaciones la División Muebles, hoy perteneciente a Mepal.
- 1969** La División Muebles, ofrece las primeras líneas de Oficina Abierta en Colombia.
- 1970** Publicar inicia operaciones fuera de Colombia, en Costa Rica.
- 1973** Carvajal establece plantas de formas continuas en Ecuador y Panamá.

1904

- 1997** Mepal inaugura plantas de muebles en Venezuela. Visipak instala su segunda planta de producción de láminas plásticas y termoformados. Publicar introduce las Páginas Amarillas habladas en Colombia. Bico Internacional establece una planta de producción de cuadernos en Brasil.

- 1998** Musicar amplía sus operaciones a Venezuela, con el servicio de Publihold. Plegacol construye una nueva planta en Yumbo, cerca de la ciudad de Cali. Carvajal adquiere en Florida, Estados Unidos, la empresa CoastCom Communications. De esa manera asume el control completo de las publicaciones de C.C. International Publishing, empresa editorial de revistas sectoriales latinoamericanas.

SIGLO XXI

Carvajal en el mundo, hace las cosas bien

- 2000** Edimedios cambia de razón social a B2B Portales e incursiona en Internet. Nace IBC Solutions. Mepal empieza a exportar a Centro América.
- 2001** Musicar S.A. empieza a transmitir música por satélite e inicia operaciones en Venezuela. IBC Solutions inicia operaciones en Venezuela.
- 2002** Musicar S.A. inicia operaciones en Panamá. IBC Solutions incursiona en el mercado Andino y Centroamericano. Bico Internacional compra en Brasil la empresa Caderbrás. Publicar compra a la empresa Listel S.A. en Brasil. El Grupo Editorial Norma compra Ediciones Granica en España.

- 2002** Se crea GC2, empresa que presta servicios administrativos a las demás empresas de la Organización Carvajal, ahora Carvajal Servicios.

- 2003** Musicar S.A. inicia operaciones en Ecuador y Centro América. El Grupo Editorial Norma compra Ediciones Belacqua de España. Integrar y Sycom se fusionan y siguen operando bajo el nombre de Integrar. Se fusionan las plantas de El Cid y Bico Internacional. Carvajal reestructura la Holding. Publicar se asocia con ETB (Empresa de Teléfonos de Bogotá) para crear Contact Center Américas. B2Bportales compra la revista El Hospital.

- 2004** Carvajal adquiere una proporción mayoritaria de acciones de Productora de Papeles S.A. (Propal S.A.). En Brasil nace la sociedad Publicar Do Brasil Listel Listas Telefónicas Limitada. B2Bportales, subsidiaria de Grupo Editorial Norma, adquiere de Keller International Publishing de New York las revistas latinoamericanas Reportero Industrial, Petróleo

1974 Publicar inicia operaciones en Chile y Nicaragua.

1975 Se crea la División de Empaques Flexibles.

1976 Carvajal funda Musicar S.A., en asocio con Caracol.

1978 Publicar inicia operaciones en Guatemala.

1980 Carvajal inaugura una nueva planta de impresión y acabado de formularios en México.

1980 - 1990

Se consolida una Multinacional Latinoamericana

1981 Publicar introduce el Servicio de Información Telefónica por Computador en Colombia.

1983 Se crea Comolsa, en asociación con empresas internacionales, para la producción de empaques de pulpa modelada. Publicar inicia operaciones en Ecuador. Se crea la División de Productos de Expresión Social Kiut.

1984 Nace Edimedios. Publicar inicia operaciones en Brasil.

1985 Se inaugura la planta Plegacol, en asocio con Smurfit-Cartón de Colombia. Carvajal abre sus primeras oficinas en Miami.

1986 Se crean las Divisiones de Productos Escolares y Suministros para Oficina Norma e inicia operaciones en Panamá.

1987 El Grupo Editorial Norma comienza a distribuir sus productos en Ecuador.

1988 Productos Escolares Norma inicia operaciones en Puerto Rico, y la División Suministros Norma instala allí una nueva planta de producción.

1989 La actual Cargraphics inaugura planta maquiladora de libros e insertos promocionales en San José de Itúrbide, México. Carpak crea la primera línea de fabricación de tubos laminados en Colombia.

1990 El Grupo Editorial Norma empieza a distribuir sus productos en Chile. El Grupo Editorial Norma adquiere la editorial Parramón Ediciones S.A., de España. Publicar S.A., inicia operaciones en Panamá.

1991 El Grupo Editorial Norma se asocia con la Editorial Farben de Costa Rica, inicia operaciones en Guatemala y edita los primeros textos para el mercado educativo mexicano. Productos Escolares Norma inicia operaciones en Venezuela.

1992 Publicar S.A., inicia operaciones en El Salvador. Bico Internacional inicia operaciones en México e inaugura una planta de producción en Panamá.

1993 El Grupo Editorial Norma inicia la distribución directa de sus títulos en el mercado mexicano.

1993 Se crea Pamolsa en el Perú, para la producción de empaques de pulpa moldeada. Productos Escolares Norma inicia operaciones en Ecuador.

1994 El Grupo Editorial Norma adquiere la Editorial Kapelusz de Argentina. Se inicia la distribución de muebles en Ecuador. Productos Escolares Norma inicia operaciones en Costa Rica.

1995 Bico Internacional inicia ventas en República Dominicana. Mepal inaugura una planta de ensamble en Guayaquil, Ecuador. Publicar produce el Directorio Telefónico de Colombia en CD-Rom.

1996 Carvajal comienza operaciones en el Perú con cinco empresas. El Grupo Editorial Norma inicia operaciones en República Dominicana. Publicar S.A. pone en Internet el Directorio de Exportadores de Colombia y las Páginas Amarillas de las principales ciudades del país. Bico Internacional inicia operaciones en El Salvador, Guatemala y Brasil, y establece una planta de producción en México.

2010

2004 Internacional, Laboratorio y Análisis, El Empaque e International World Industrial Reporter.

2005 Bico Internacional adquiere el control total de la empresa Productos El Cid. Fesa S.A. adquiere el 50% de participación en la Empresa TX de Venezuela y México.

2006 Fesa S.A. compra la Empresa Alcard en Argentina. Publicar Do Brasil Listel Listas Telefónicas firma una alianza estratégica con Google Brasil.

2007 Fesa S.A. adquiere el centro de Impresión Digital de Xerox en México. Publicar S.A. adquiere a Yell Publicidad S.A. (TPI) en Brasil. El Grupo Editorial Norma compra una importante participación del grupo LUND en Brasil, empresa editorial de revistas sectoriales. Fesa S.A. adquiere Galas-Harland en México. Carpak S.A. adquiere una proporción mayoritaria de la empresa Termoformados Modernos en El Salvador. Fesa S.A. adquiere Levicom.

2007 Se crea Assenda S.A. donde se reúnen operaciones de Integrar S.A., IBC S.A. y Fesa S.A.

2008 Assenda adquiere a Papelera General en México. La Junta Directiva nombra por primera vez un presidente externo a la familia, el señor Ricardo Obregón Trujillo.

2009 Se inicia la implementación de la Carta de Navegación, cuyo reto es focalizar y rentabilizar. GC2 se constituye en Carvajal Servicios S.A. Se consolida el corporativo como una unidad de aporte estratégico conformado por 5 vicepresidencias, Gestión Humana, Financiera, Estrategia Corporativa, Investigación, Desarrollo e innovación y Jurídica, que le reportan a la Presidencia Corporativa. Grupo Editorial Norma vende B2B a Publicar. Assenda vende a Cargraphics la línea de mercadeo y comunicaciones. Se integran los sellos editoriales Norma y Voluntad para el mercado colombiano de educación básica. Se inicia la integración de Bico Internacional y del Grupo Editorial Norma.

2010

Carvajal Marca la diferencia

2010 Se realiza la primera emisión de bonos de Carvajal Internacional S.A. por valor de \$400.000.000. Se continuó con la metodología Hoshin Kanri para la construcción de los planes estratégicos de las empresas de la Organización, haciendo énfasis en la etapa del despliegue para que estuviera alineado con las matrices de desempeño. Se da inicio al proyecto Alianza, liderado por la Vicepresidencia de Estrategia Corporativa que busca la aplicación en la Organización de las mejores prácticas y la adopción de herramientas de talla mundial en materia comercial. Se da a conocer internamente la nueva imagen de Carvajal a todos los colaboradores a nivel global. La nueva arquitectura de marca definió Carvajal como una marca sombrilla, lo cual implica que los nuevos nombres de las empresas integran la palabra Carvajal con el sector en

2010 el que se desarrolla su negocio. Cambios en las presidencias de Carvajal Información, Carvajal Pulpa y Papel, Carvajal Soluciones de Comunicación y Carvajal Tecnología y Servicios. La aplicación del Modelo de Gestión de Talento se enfocó en el desarrollo y el conocimiento a profundidad de los líderes estratégicos y tácticos 1 de la Organización. Se aprueba la política de Responsabilidad Social de la Organización Carvajal con la que se expresa su compromiso con todos los públicos de interés: accionistas, colaboradores, clientes, proveedores y comunidad y medio ambiente. El grupo Calidata Thomas Greg adquiere a Carvajal Seguridad en México. Office Depot adquiere a Ofixpress SAS, la UEN de Suministros y Servicios Logísticos de Carvajal Tecnología y Servicios. Se completa el proceso de venta de Musicar. Un grupo de inversionistas venezolanos adquiere Fesa-Merpro.

Contenido

1]	CARTA DEL PRESIDENTE	8
2]	ACERCA DE ESTE INFORME	12
3]	PRINCIPIOS Y POLÍTICAS	13
4]	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	14
5]	LA ORGANIZACIÓN CARVAJAL EN EL MUNDO	18
6]	REPUTACIÓN	20
7]	GOBIERNO CORPORATIVO	24
8]	JUNTA DIRECTIVA DE CARVAJAL INTERNACIONAL S.A.	26
9]	MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	28
10]	COLABORADORES	34
11]	COMUNIDADES	58
12]	MEDIO AMBIENTE	64
13]	CLIENTES	72
14]	PROVEEDORES	76
15]	DERECHOS HUMANOS	78
16]	ÍNDICE DE INDICADORES DE GRI Y PACTO GLOBAL	79

1]

CARTA DEL PRESIDENTE

Desde sus inicios y con su filosofía de buen ciudadano corporativo, la Organización Carvajal ha estado comprometida con el desarrollo sostenible de sus empresas y su entorno, acompañando su accionar con iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial enfocadas a sus grupos de interés (accionistas, colaboradores, clientes, comunidad, medio ambiente y proveedores).

Para la Organización Carvajal es motivo de orgullo presentar su primer Informe de Sostenibilidad de acuerdo con la metodología GRI (Global Reporting Initiative), en el cual se muestran los principales indicadores económicos, sociales y ambientales, definidos y orientados al logro de nuestros objetivos de sostenibilidad.

Durante este año adherimos al Pacto Global, ratificando nuestro compromiso con la difusión y el respeto de los Derechos Humanos, derechos laborales, ambientales y prácticas anticorrupción. Así mismo, fortalecimos nuestro modelo de Responsabilidad Social Empresarial, afianzando nuestros lineamientos estratégicos e identificando nuevas iniciativas enfocadas a nuestros grupos de interés. A continuación les comparto un resumen de las principales iniciativas de 2010.

Frente a nuestros accionistas y de acuerdo con los lineamientos estratégicos de focalizar y rentabilizar las empresas, se simplificó la presencia en siete frentes empresariales: pulpa y papel, empaques, soluciones de comunicación, educación, espacios,

información, y tecnología y servicios. Hemos colocado especial énfasis en la estabilización de algunas unidades de negocio deficitarias y fortaleciendo la transferencia de mejores prácticas a los negocios. Para información financiera detallada pueden ver el informe anual.

La Organización decidió replantear su imagen corporativa, apuntándole a una nueva promesa de valor en la cual se destacan atributos como cercanía, progresista y orientación al resultado. Durante el año 2010 se obtuvo el 9º lugar en la encuesta sobre reputación corporativa, realizada por la firma Merco en Colombia.

Frente a uno de nuestros grupos de interés –los colaboradores–, nos enfocamos en programas de bienestar basados en cuatro grandes pilares: recreación y sano esparcimiento, prevención, calidad de vida y motivación laboral. Quiero destacar la implementación de tendencias de clase mundial, como el horario flexible y los viernes cortos. Como consecuencia de estas y otras acciones logramos un mejoramiento en los resultados de clima laboral global, que pasó de 85,1 a 88,8, superando ampliamente nuestra meta.

El otro gran foco fue el desarrollo de nuestros colaboradores a través del fortalecimiento del programa de movilidad interna y la implementación de un programa de liderazgo, denominado “Líderes de hoy y del futuro”, que tiene como finalidad garantizar la continuidad estratégica

de Carvajal a partir del desarrollo de las 107 personas que ocupan los cargos críticos de la Organización. Como resultado se definieron acciones de formación, crecimiento y exposición necesarias para cerrar las brechas frente al perfil de su cargo y contar con sucesores listos para cada uno de estas posiciones. Nuestra encuesta de liderazgo reflejó un mejoramiento de 86,1 a 87,6.

En cuanto a nuestros clientes, el objetivo es lograr su satisfacción y lealtad, superando sus expectativas y necesidades, pues estamos comprometidos con ellos para entregarles servicios y productos de alta calidad y contar con canales de comunicación que nos permitan obtener realimentación continua de nuestra gestión. Nuestra principal herramienta es la encuesta de satisfacción y lealtad, que nos facilita conocer oportunamente la percepción sobre la propuesta de valor que ofrecemos y tomar las acciones correctivas necesarias para seguirnos fortaleciendo como una empresa que marca la diferencia por la cercanía con sus clientes. Más adelante en este informe encontrarán un detalle al respecto.

En las iniciativas frente a comunidad y medio ambiente, durante este año se implementaron acciones lideradas desde las fundaciones, con foco en generación de ingresos, vivienda, salud y educación. Asimismo, venimos trabajando desde las empresas en programas de producción limpia, uso adecuado de los recursos naturales y manejo de residuos, pensando en

garantizar la disponibilidad de los recursos para las generaciones futuras.

Para el año 2011 hemos definido iniciativas para cada una de nuestras empresas, enfocadas especialmente a temas de educación y medio ambiente.

Frente a proveedores, la Organización Carvajal efectuó compras a nivel global por valor de US\$ 565 millones, a cerca de 19.549 proveedores, entre pymes y grandes empresas. El 93% de las compras se realizó a proveedores con presencia local en los países donde operamos.

En el año 2010 se fortaleció el modelo de atención global a proveedores, con el uso masivo de una plataforma tecnológica publicada en Internet, que permite compartir información financiera con ellos. En 2011, vamos a realizar un programa piloto de desarrollo de proveedores, con el apoyo del Centro Nacional de Productividad.

El gran reto para el año 2011 es seguirnos fortaleciendo como una empresa que marca la diferencia, a través de nuestra orientación a resultados, cercanía a nuestros clientes y visión progresista, que nos motivan a desarrollar y continuar iniciativas alineadas con nuestro enfoque de Responsabilidad Social Empresarial y nuestra filosofía de buen ciudadano corporativo.

Cordialmente,

Ricardo Obregón Trujillo
Presidente Carvajal Internacional S.A.



A handwritten signature in black ink, reading "R. Obregón Trujillo". The signature is fluid and cursive, with a distinct flourish at the end.





2]

ACERCA DE ESTE INFORME

Este es el primer informe de sostenibilidad realizado por la Organización Carvajal, con la metodología GRI (Global Reporting Initiative), que cubre el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2010.

El informe se ha construido de acuerdo con el marco de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la Organización Carvajal, con el objetivo de lograr que todas nuestras empresas sean sostenibles y logren un equilibrio entre la gestión económica, social y ambiental. La información que aparece incluye un resumen de cada dimensión desarrollada para nuestros siete frentes empresariales a nivel global: Educación, Empaques, Espacios, Información, Pulpa y Papel, Soluciones de Comunicación, y Tecnología y Servicios.

Este informe cumple la función de Comunicado de Progreso, de acuerdo con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que se firmó en mayo de 2010, y sigue los estándares internacionales Global Reporting Initiative en su tercer versión (GRI – G3) y los parámetros establecidos por IFC (International Finance Corporation) en su reporte de monitoreo anual AMR.

Durante el año 2010 la Organización Carvajal trabajó en el fortalecimiento de su Modelo de Gestión en Responsabilidad Social Empresarial, liderado por la Dirección de RSE y Bienestar de la Organización, con la activa participación de un equipo de colaboradores de todas las empresas que representan los diferentes grupos

de interés y el acompañamiento de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. Como resultado de esta construcción se validó la política de RSE, se definieron los objetivos de sostenibilidad de la Organización y se identificaron programas o iniciativas enfocados a todos los grupo de interés, con énfasis especial en programas orientados hacia la comunidad en las líneas de educación y medio ambiente para cada una de las empresas del grupo, alineadas con su razón de ser.

El informe incluye los temas más relevantes en lo económico, social y ambiental que como Organización debemos gestionar. La identificación y definición de estos asuntos se realizó a partir de la revisión de la estrategia corporativa, del proceso de diagnóstico en RSE, de la identificación de buenas prácticas de RSE en empresas afines y de expectativas de los grupos de interés.

Para una mayor información, consultas, sugerencias y comentarios sobre los contenidos del informe puede escribir al correo electrónico:
alejandro.pizarro@carvajal.com

3]

PRINCIPIOS Y POLÍTICAS

Desde sus inicios como Organización fueron definidos los principios generales que orientan permanentemente las acciones de los colaboradores en sus actividades. Su cumplimiento permite conservar la filosofía empresarial de alta solidez, dinamismo e integridad, que ha sido tradicional en la Organización desde sus orígenes y que ha generado a través del tiempo un alto sentido de participación.

Estos principios son:

- Conocimiento y satisfacción del cliente
- Comportamiento ético y cumplimiento de la ley
- Compromiso con la productividad
- Innovación y compromiso con el cambio
- Crecimiento, rentabilidad y globalización
- Respeto con la empresa
- Responsabilidad con el medio social
- Respeto y reconocimiento al colaborador
- Protección del medio ambiente
- Liderazgo
- Trabajo en equipo.

POSICIÓN ÉTICA

La Organización actuará siempre sobre una base de alta moral, integridad, seriedad y buena fe.

Esto significa:

- Cumplimiento de la ley
- Comportamiento ético
- Uso de fondos de la Organización.

POLÍTICAS INTERNAS

Para lograr un desarrollo eficaz y armonioso de la Organización y sus colaboradores se han establecido las siguientes políticas internas:

- Participación en la Organización
- Sistemas de planeación y control

- Políticas financieras
- Políticas de gestión humana
 - Selección de personal
 - Desarrollo de personal
 - Trato a colaboradores
 - Política de puertas abiertas
 - Comunicaciones
 - Orientación a colaboradores para la corrección de desempeños deficientes.

CONFLICTO DE INTERESES

Toda actuación o transacción de carácter individual que implique beneficio personal para el trabajador y/o sus familiares más cercanos y pueda perjudicar a la Organización genera un conflicto de intereses entre esta y el trabajador.

El marco de referencia de esta política está dado en relación con los siguientes temas:

- Inversiones
- Aceptación de regalos o favores
- Empleo externo
- Participación en juntas directivas
- Negocios en competencia con la Organización
- Propiedad de la información
- Divulgación de la información
- Viajes y atenciones
- Autorizaciones de gastos
- Contratación de parientes.

4]

PERFIL ORGANIZACIONAL

Crear valor económico sostenible y fortalecer reputación

PRESENTACIÓN DE LAS EMPRESAS

CARVAJAL INFORMACIÓN

DESCRIPCIÓN

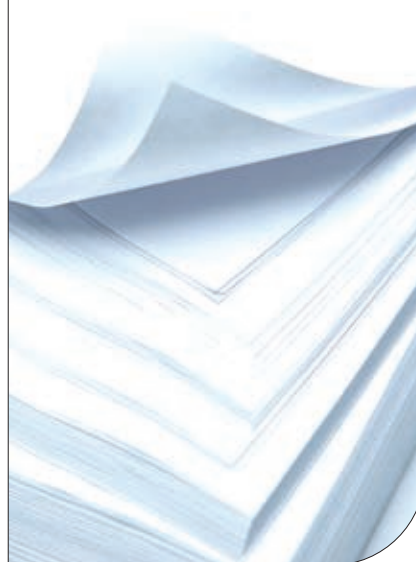
Carvajal Información (antes Publicar) está en el negocio de soluciones de publicidad / información direccional de carácter local e información especializada para generar contactos de negocio y conformar comunidades empresariales en mercados B2B y B2C. A través de Contact Center Américas está en el negocio de tercerización de servicios de contacto con clientes y procesos empresariales.



CARVAJAL PULPA Y PAPEL

DESCRIPCIÓN

Carvajal Pulpa y Papel (antes Propal) produce papeles finos para imprenta, oficina y escritura, utilizando la fibra de la caña de azúcar como materia prima básica.



CARVAJAL EDUCACIÓN

DESCRIPCIÓN

Carvajal Educación (antes Grupo Norma) ofrece productos y soluciones de la industria editorial y de la educación para facilitar el proceso de aprendizaje, la adquisición de conocimientos y el entretenimiento.



CARVAJAL EMPAQUES

DESCRIPCIÓN

Carvajal Empaques (antes Carpak) produce, distribuye y diseña soluciones integrales de empaques para la industria y bienes de consumo.



CARVAJAL ESPACIOS

DESCRIPCIÓN

Carvajal Espacios (antes Mepal) crea ambientes que estimulan la productividad y aportan a la calidad de vida de sus clientes.



CARVAJAL TECNOLOGÍA Y SERVICIOS

DESCRIPCIÓN

Carvajal Tecnología y Servicios (antes Assenda) es una compañía de la Organización Carvajal dedicada a integrar soluciones tecnológicas y de tercerización de procesos, para ayudar a los clientes en la transformación de sus negocios.

Sus soluciones comienzan desde la consultoría necesaria para entender la estrategia de las compañías y los elementos que necesita para cumplirla (procesos, tecnología, gente y organización), habilitada por la tecnología de información que se requiere para que las empresas operen con agilidad y eficiencia, hasta llegar a la tercerización de sus procesos.



CARVAJAL SOLUCIONES DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN

Carvajal Soluciones de Comunicación (antes Cargraphics) es más que impresión: agrega valor al integrar diferentes canales para hacer más eficiente la comunicación de sus clientes.



VENTAS

3.048.827

MILLONES DE PESOS

INVERSIONES

(PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO)

74.795 MILLONES DE PESOS

EBITDA

385.626

MILLONES DE PESOS

MARGEN OPERACIONAL

6%

PATRIMONIO TOTAL

1.482.653

MILLONES DE PESOS

ENDEUDAMIENTO TOTAL

55,9%

RELACIÓN ACTIVO CORRIENTE / PASIVO TOTAL

84,2%

EMISIÓN DE BONOS

COP \$400.000MM

CARVAJAL COLOCÓ EN EL MERCADO PÚBLICO DE VALORES LOS BONOS ORDINARIOS EN MARZO DE 2010. LA COLOCACIÓN REGISTRÓ UNA DEMANDA DE COP \$641.140 MM

AREA DE
CARATULA
WILL 1236
5S's





PAÍSES DONDE OPERAMOS:

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Costa Rica
- Ecuador
- El Salvador
- Estados Unidos
- España
- Guatemala
- México
- Nicaragua
- Panamá
- Perú
- Puerto Rico
- Venezuela
- Colombia

Nuestros productos y servicios se venden en más de 34 países.



5]

LA ORGANIZACIÓN CARVAJAL EN EL MUNDO

6]

REPUTACIÓN

REPUTACIÓN CORPORATIVA

En el año 2010, la Organización Carvajal se ubicó en el Top Ten de Merco 2009, en la posición número 9 de las empresas mejor reputadas de Colombia, mejorando así la posición número 10, obtenida en 2009. Merco es un monitor español que anualmente evalúa la reputación de las empresas y de los líderes empresariales y que cumple su 9ª edición en España y la 2ª en Colombia.

NUEVA IDENTIDAD CORPORATIVA

A partir de 2009, la Organización Carvajal comenzó el camino para definir una estrategia de marca a nivel global que consolidara su reputación y potenciara los objetivos corporativos y los de cada negocio de cara al futuro.

En el transcurso de 2010 se consolidó la propuesta, que fue finalmente avalada por la Junta Directiva de Carvajal Internacional y por el Comité de Marca, integrado por los presidentes de las empresas de la Organización, lo que dio paso al lanzamiento en el mes de diciembre de la nueva imagen de Carvajal a todos los colaboradores en el mundo. La nueva imagen definió que Carvajal será la marca sombrilla, lo cual implica que los nuevos nombres de las empresas integran la palabra Carvajal con el sector en el que se desarrolla su negocio. Por eso, Assenda será Carvajal Tecnología y Servicios; Carpak, Carvajal Empaques; Cargraphics, Carvajal Soluciones de Comunicación; Grupo Norma, Carvajal Educación; Mepal, Carvajal Espacios; Propal, Carvajal Pulpa y Papel, y Publicar, Carvajal Información.

Después de los estudios realizados también se estableció una nueva promesa de valor que nos conecta aún más con los objetivos de crecer rentablemente y ser aliados estratégicos de nuestros clientes, con tres atributos de clase mundial, como son: orientada a resultados, cercana y progresista. También estamos migrando del eslogan Carvajal hace las Cosas Bien a Carvajal Marca La Diferencia.

RECONOCIMIENTOS

1. Líderes en Prevención

Este reconocimiento fue entregado por la Administradora de Riesgos Profesionales Colmena, el 25 de agosto de 2010, a Carvajal Empaques por su liderazgo en el desarrollo de programas e iniciativas que han permitido la prevención y la mitigación de riesgos ocupacionales.

2. Excelencia Ambiental

Fue entregado por la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca –CVC– el 2 de diciembre del 2010 a las empresas Carvajal Pulpa y Papel

1914



1934



1954



1974



2011

Carvajal



Evolución del logo de la Organización Carvajal.

y Carvajal Empaques, como reconocimiento a la gestión y el desempeño ambiental del sector productivo que involucra la producción más limpia en sus procesos.

3. Programa de Responsabilidad Social – Inclusión laboral

Reconocimiento a Contact Center Américas

En el mes de noviembre de 2010 se Codensa entregó el primer lugar a la empresa Contact Center Américas por la implementación de mejores prácticas en su programa de responsabilidad social empresarial por su programa contratación de personal en condiciones de discapacidad.

ASOCIACIONES

Estas son algunas de las asociaciones a las que pertenece la Organización Carvajal:

ANDI
CEMPRE
FEDESOF
ACOPLÁSTICOS
ACOPI
BASC
ICONTEC
Cámara Colombo Americana
Cámara Colombo Venezolana
Cámara Colombo Ecuatoriana

CERTIFICACIONES

Como parte del compromiso y estrategia de sostenibilidad, la Organización Carvajal implementa sistemas de gestión en sus empresas mediante la aplicación de los estándares internacionales ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.

Durante el año 2010 las empresas consiguieron la recertificación en estos sistemas. Este año, por primera vez, Carvajal Información en Brasil y en Pereira obtuvo la certificación OHSAS 18001.

Estándar	OHSAS 18001				
	Colombia	Brasil	Mexico	Perú	Ecuador
Grupo Norma	✓	✓	✓	N.A.	N.A.
Carvajal Empaques	✓	N.A.	N.A.	✓	N.A.
Carvajal Solución de Comunicaciones	✓	✓	✓	N.A.	N.A.
Carvajal Espacios	✓	N.A.	N.A.	N.A.	✓
Carvajal Pulpa y Papel	✓	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Carvajal Información	✓	✓	N.A.	N.A.	N.A.
Carvajal Tecnología y Servicios	✓	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.



Empresa certificada



Empresa en proceso de documentación

N.A. La empresa no está ubicada en este país, por lo tanto no aplica

Estandar	ISO 14001				
	Colombia	Brasil	Mexico	Perú	Ecuador
Grupo Norma	✓	✓	✓	N.A.	N.A.
Carvajal Empaques	✓	N.A.	N.A.	✓	N.A.
Carvajal Solución de Comunicaciones	✓	✓	✓	N.A.	N.A.
Carvajal Espacios	✓	N.A.	N.A.	N.A.	✓
Carvajal Pulpa y Papel	✓	N.A.	N.A.	✓	N.A.
Carvajal Información	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Carvajal Tecnología y Servicios	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.



Empresa certificada



Empresa en proceso de documentación

N.A. La empresa no está ubicada en este país, por lo tanto no aplica

Estandar	ISO 9001				
	Colombia	Brasil	Mexico	Perú	Ecuador
Grupo Norma	✓	✓	✓	N.A.	N.A.
Carvajal Empaques	✓	N.A.	N.A.	✓	N.A.
Carvajal Solución de Comunicaciones	✓	✓	✓	N.A.	N.A.
Carvajal Espacios	✓	N.A.	N.A.	N.A.	✓
Carvajal Pulpa y Papel	✓	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Carvajal Información	✓	✓	N.A.	N.A.	N.A.
Carvajal Tecnología y Servicios	✓	N.A.	N.A.	✓	N.A.



Empresa certificada

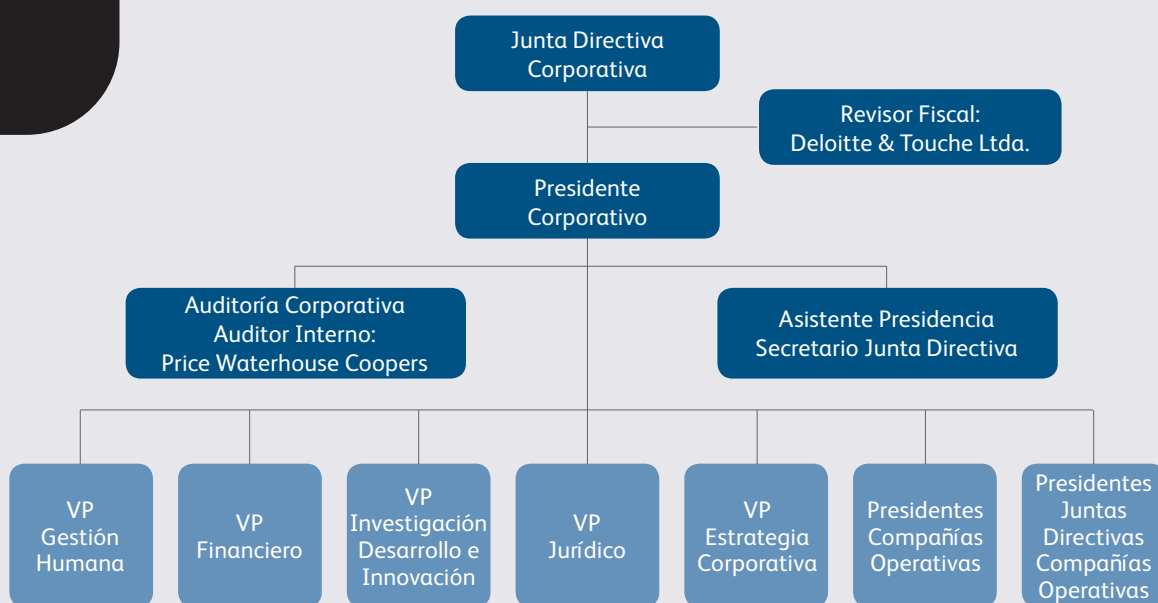


Empresa en proceso de documentación

N.A. La empresa no está ubicada en este país, por lo tanto no aplica

7]

GOBIERNO CORPORATIVO



La Organización Carvajal cuenta con los siguientes órganos institucionales para la gestión de su actividad:

ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS

La Asamblea General es el órgano máximo de dirección de la sociedad. Aprueba y establece la orientación de la actividad de la Organización, propuesta por la Presidencia Corporativa. Igualmente, nombra a los miembros de la Junta Directiva, establece los cambios en los estatutos y aprueba los estados financieros de fin de ejercicio.

JUNTA DIRECTIVA DE LA ORGANIZACIÓN

La Junta Directiva es el órgano de dirección permanente de la compañía, subordinada a las directrices y políticas de la Asamblea General.

Se encarga de definir y aprobar las políticas generales, las estrategias de los negocios, los objetivos estratégicos, el seguimiento de los resultados de la Organización y todas aquellas acciones que se tomen para lograrlos, sirviendo de enlace entre la empresa y sus accionistas, garantizando la calidad de la

información que se revela y velando al tiempo por el cumplimiento de las disposiciones legales, estatutarias y del Código de Buen Gobierno, y por el mejor trato y atención a los accionistas, clientes, empleados, proveedores y la comunidad.

Es un órgano administrativo de asesoría y colaboración del Presidente de la compañía, responsable de la supervisión del rendimiento de los ejecutivos y garante de beneficios para los grupos de interés, que circunscribe su actividad a lograr el desarrollo de los diferentes objetivos propuestos por la Organización.

PRESIDENTE CORPORATIVO

El Presidente hace cumplir las decisiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva; presenta a consideración de la Junta Directiva el proyecto de presupuesto de inversiones, ingresos y gastos, así como la información requerida legal o estatutariamente.

VICEPRESIDENTES

Los vicepresidentes son colaboradores inmediatos del Presidente, provistos de representación legal. Se cuenta con cinco vicepresidencias: Gestión Humana, Estrategia Corporativa, Investigación, Desarrollo e Innovación, Financiera y Jurídica.

PRESIDENTES DE EMPRESAS

Como representantes legales, coordinadores y supervisores

generales de las empresas, los presidentes velan por el estricto cumplimiento de las disposiciones legales, las estipulaciones de los estatutos y las instrucciones y disposiciones de la Asamblea de Accionistas y de la Junta Directiva.

COMITÉ DE INVERSIONES Y ESTRATEGIA FINANCIERA

Diseña las políticas de adquisición y liquidación de inversiones, manejo de riesgos y ejecución de operaciones de cobertura; identifica proyectos de inversión de los recursos de capital de la Organización y estudia proyectos de inversión o liquidación de inversiones, entre otras funciones.

Está integrado por tres miembros de la Junta Directiva, incluyendo como mínimo un miembro independiente. Es designado por la misma Junta, para un período de un año.

COMITÉ CORPORATIVO DE AUDITORÍA

Facilita a la Junta Directiva la toma de decisiones en materia de control interno y su mejoramiento, y vela por la transparencia de la información financiera y su adecuada revelación. Supervisa el proceso de control de riesgos de la Organización.

Está integrado por cinco miembros de la Junta Directiva, incluyendo la totalidad de los miembros independientes. Es designado por la misma Junta, para un período de un año.

COMITÉ DE NOMBRAMIENTOS, REMUNERACIÓN Y GOBIERNO

Hace seguimiento al funcionamiento de la Junta Directiva; propone metodologías para evaluar la gestión de la Junta y vela por la aplicación de los sistemas de gobierno corporativo y el diseño de políticas de compensación del personal directivo.

Está integrado por tres miembros de la Junta Directiva, incluyendo como mínimo un miembro independiente. Es designado por la misma Junta, para un período de un año.

CONSEJO DE GESTIÓN HUMANA

Define lineamientos estratégicos para los procesos de gestión humana a escala global.

Está integrado por el Presidente corporativo, los Vicepresidentes y los Presidentes de las empresas.





**PRESIDENTE CARVAJAL
INTERNACIONAL S.A.**
Ricardo Obregón Trujillo

**JUNTA DIRECTIVA CARVAJAL
INTERNACIONAL S.A.**

(de izq. a der)

Alejandro Zaccour Urdinola

Roberto Pizarro Mondragón

Alberto Carvajal Cabal

Luis Ernesto Mejía Castro

Manuel Sterenberg Carvajal

Isaac Yanovich Farbaiarz

Nicanor Restrepo Santamaría

Mary Alice Crump Carvajal

Alfredo Carvajal Sinisterra

SECRETARIO

Carlos Alberto Martínez Rentería

8]

JUNTA DIRECTIVA
CARVAJAL INTERNACIONAL S.A.

9]

MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Encaminados hacia la responsabilidad social estratégica

“No puede haber una empresa sana en un medio social enfermo, porque tarde o temprano los males del medio repercuten en su desempeño. Por eso, el empresario responsable debe necesariamente comprometerse en la solución de los problemas sociales”.

Manuel Carvajal Sinisterra, 1960.

Desde su creación, la Organización Carvajal ha acompañado su accionar empresarial con iniciativas de responsabilidad social.

La RSE es una de las principales bases de la sostenibilidad de las empresas. En la Organización Carvajal asumimos nuestra Responsabilidad Social Empresarial como el compromiso con la **gestión sostenible de nuestras empresas y su entorno**, fundamentado en buenas prácticas que **marcan la diferencia** con nuestros grupos de interés, para:

- Lograr la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes por la calidad, seguridad, competitividad e innovación de nuestros productos y servicios, construyendo relaciones de largo plazo basadas en la integridad, el respeto, el espíritu de servicio y la comunicación efectiva.
- Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida y desarrollo de nuestros colaboradores y sus familias, fundamentados en principios y valores, buenas prácticas laborales y promoción de un entorno seguro y saludable.
- Proporcionar a nuestros accionistas una rentabilidad atractiva, información veraz y oportuna, generación de valor y el fortalecimiento de la reputación de la Organización, con base en los principios de buen gobierno corporativo.





Grupos de Interés de la Organización Carvajal

- Desarrollar relaciones equitativas de mutuo beneficio a largo plazo con nuestros proveedores y contratistas, a través de la aplicación de prácticas justas, basadas en criterios de calidad, servicio y precio, y el fomento de prácticas de RSE.
- Preservar el medio ambiente a través de una efectiva gestión de los aspectos e impactos ambientales, derivados de nuestras operaciones, fomentando prácticas de producción más limpia, uso sostenible de los recursos naturales y el desarrollo de una cultura ambiental.
- Contribuir a la generación y/o implementación de estrategias que fomenten el desarrollo social, en las comunidades del área de influencia local y/o empresarial, a través de intervención directa y/o mecanismos de cooperación interinstitucional.

Esta política se basa en el compromiso, liderazgo y participación de toda la Organización con el fortalecimiento de la cultura de ciudadanía corporativa, los principios de buen gobierno, el respeto de los derechos humanos, la legislación, la adopción de iniciativas nacionales e internacionales de comportamiento ético y el mejoramiento continuo.

Durante 2010 adherimos al Pacto Global, ratificando nuestro compromiso de trabajar por el respeto de los derechos humanos.

La Organización Carvajal hace parte del grupo de empresas de la región que ha venido trabajando en el desarrollo de un modelo de RSE para la región del Valle del Cauca, Colombia.

Con el fortalecimiento del modelo de RSE, la conformación de un equipo interdisciplinario e interempresas y el apoyo de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, afianzamos nuestros lineamientos estratégicos, definimos los objetivos de sostenibilidad de la Organización e identificamos iniciativas enfocadas a nuestros grupos de interés que serán implementadas durante el año 2011. Este informe resume las principales iniciativas implementadas en 2010 frente a cada uno de nuestros grupos de interés.

9.1] MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL

Como parte de la estrategia de RSE, la Organización Carvajal cuenta con un modelo de gestión integral que permite asegurar la integridad de nuestros colaboradores y el compromiso con el medio ambiente.

LOS OBJETIVOS Y EL MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL

- Identificar, evaluar, intervenir y controlar los riesgos ocupacionales y los impactos ambientales.
- Brindar a los colaboradores ambientes de trabajo seguros y saludables.
- Prevenir enfermedades de tipo profesional y disminuir los impactos ambientales generados en nuestras operaciones.
- Cuidar los recursos naturales.

En 2010, con la participación de los equipos de gestión integral de todas las empresas de la Organización Carvajal, se crearon diferentes mesas de trabajo que tenían como objetivo crear sinergias para la identificación de fortalezas y oportunidades de mejoramiento de los sistemas de Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Medio Ambiente. Como resultado de esta primera fase se divulgaron las mejores prácticas a todas las empresas de la Organización, las cuales están en proceso de implementación. De igual manera, frente a las oportunidades de mejoramiento se han establecido planes para su intervención. Ello contribuye al fortalecimiento del modelo de gestión integral global.

RETOS PARA EL 2011

Alinear la gestión de Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Medio Ambiente de las empresas en el resto de países con la estrategia corporativa.

Política Corporativa RSE







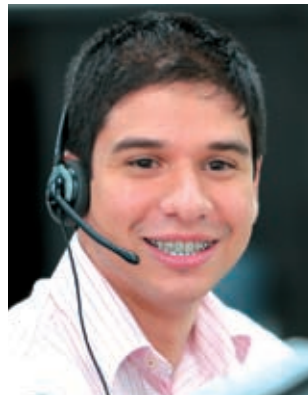
10]

COLABORADORES

Promover el bienestar, desarrollo y productividad de sus colaboradores

La estrategia de la Organización para la gestión de su talento humano se fundamenta en tres frentes principales:

1. La gestión del talento, en donde se dan los lineamientos de desarrollo, compensación y desempeño.
2. Bienestar, el cual basa su plan en cuatro pilares: recreación y sano esparcimiento, prevención, calidad de vida y motivación laboral.
3. Transformación organizacional, que se encarga de los temas de cambio, cultura y comunicación organizacional.

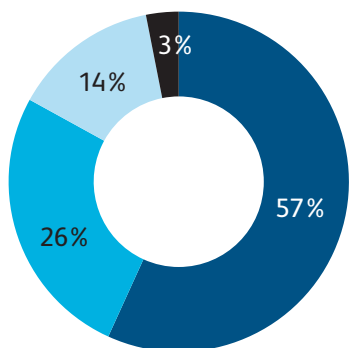


10.1] TALENTO HUMANO

A continuación se detallan los programas y resultados más significativos durante el año 2010.

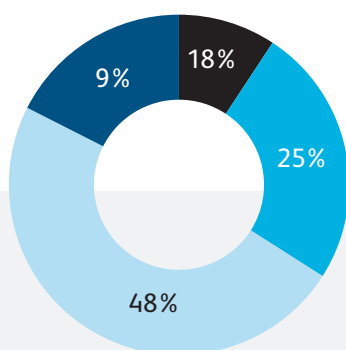
País	Número de colaboradores	% de colaboradores en el país
COLOMBIA	16.722	72,1%
BRASIL	2.410	10,4%
PERÚ	957	4,1%
MÉXICO	880	3,8%
ECUADOR	712	3,1%
EL SALVADOR	393	1,7%
PANAMÁ	314	1,4%
ARGENTINA	184	0,8%
GUATEMALA	182	0,8%
VENEZUELA	170	0,7%
CHILE	76	0,3%
PUERTO RICO	66	0,3%
NICARAGUA	53	0,2%
ESPAÑA	39	0,2%
COSTA RICA	28	0,1%
ESTADOS UNIDOS	18	0,1%
GRAN TOTAL	23.204	100%

Distribución por tipo de contrato	
Indefinidos	13.718
Temporales	3.455
Agencias	6.031
TOTAL	23.204



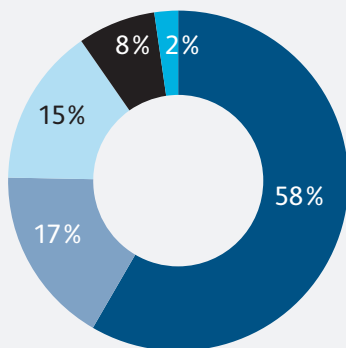
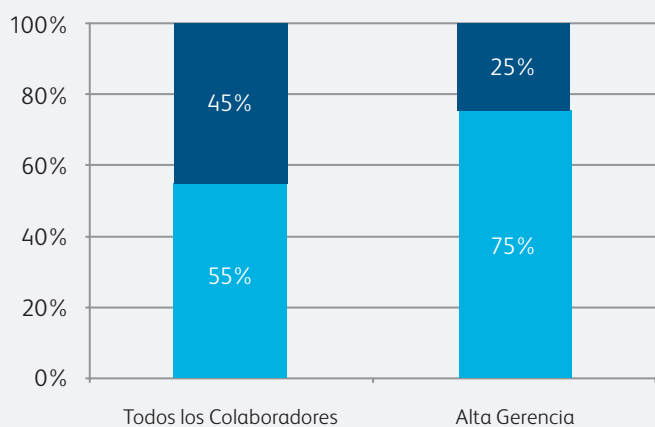
Distribución por edades – Colaboradores

Menor de 35 años	57%
Entre 35 y 45 años	26%
Entre 45 y 55 años	14%
Mayor a 55 años	3%



Distribución por edades Alta Gerencia

Menor de 35 años	9%
Entre 35 y 45 años	25%
Entre 45 y 55 años	48%
Mayor de 55 años	18%



Distribución por antigüedad

Menor de 5 años	58%
Entre 5 y 10 años	17%
Entre 10 y 20 años	15%
Entre 20 y 30 años	8%
Más de 30 años	2%

10.2] DESARROLLO

El programa de liderazgo “Líderes de hoy y del futuro” que inició la Vicepresidencia de Gestión Humana hace año y medio tiene como finalidad garantizar la continuidad estratégica de Carvajal a partir del desarrollo de las personas (107) que ocupan los cargos de presidencia, vicepresidencia, gerencias de negocios y direcciones funcionales de la Organización.

El proceso seguido ha implicado un conocimiento profundo de estas 107 personas, la implementación de un proceso de evaluación, diagnóstico y calibración, así como la definición de acciones de formación, crecimiento y exposición necesarias para cerrar sus brechas frente al perfil de su cargo, lograr los objetivos de focalización y rentabilización, y contar con sucesores listos para cada uno de estos cargos.

El objetivo final es que la implementación del programa de liderazgo “Líderes de hoy y del futuro” sea el apalancador del desarrollo de los líderes que la Organización necesita para el logro de los resultados de Carvajal.

RETOS 2011

- Aumentar el nivel de alistamiento de las personas (107) en su cargo actual, en términos de formación, experiencia, liderazgo efectivo y desempeño, a partir de un seguimiento trimestral a las acciones definidas para el cumplimiento de estas dimensiones, con especial énfasis en el desempeño.
- Implementar el programa de “Líderes de hoy y del futuro” para el siguiente nivel de la Organización, que incluye las 261 personas que ocupan los cargos tácticos 2 de cada una de las empresas.

10.2.1] EVALUACIONES

Dentro del programa de desarrollo tenemos la práctica de realizar, anualmente, la evaluación de desarrollo a nuestros colaboradores. Con los resultados obtenidos, el jefe y el colaborador realizan planes de desarrollo a un año, teniendo en cuenta las necesidades en términos de formación, crecimiento y exposición. El proceso de evaluación se lleva a cabo con los colaboradores que tienen más de seis meses en la Organización. Durante 2010 año se logró una cobertura de 69%.



10.2.2] CAPACITACIÓN

Para la Organización Carvajal la formación continua de su grupo humano es prioridad en su estrategia. Partimos del convencimiento de contar con colaboradores altamente competentes en sus áreas profesionales, de tal manera que garanticen el mejor servicio a sus clientes, desarrollen constantemente nuevas habilidades y estén cada vez más preparados en el ámbito laboral.

En 2010, nuestros colaboradores recibieron capacitaciones principalmente en temas comerciales, de producción, logística, medio ambiente, actualización tributaria, calidad y servicio al cliente, entre otros. La inversión total del año representó más de US\$ 2.2 millones.

HORAS DE
CAPACITACIÓN
1'165.019
HORAS

INVERSIÓN
US \$
2.215.662

HORAS DE
FORMACIÓN AL AÑO
POR COLABORADOR
44,9
HORAS

INVERSIÓN POR
COLABORADOR
US \$ 157



10.2.3] OTROS PROGRAMAS DE FORMACIÓN

Lideres Carvajalinos

La Organización continuó el diplomado Líderes Carvajalinos, contribuyendo al desarrollo de los líderes en la Organización. En 2010 participaron 60 colaboradores de Colombia, con una inversión de US\$ 37.990. En los últimos años cerca de 700 líderes se han beneficiado de este programa.

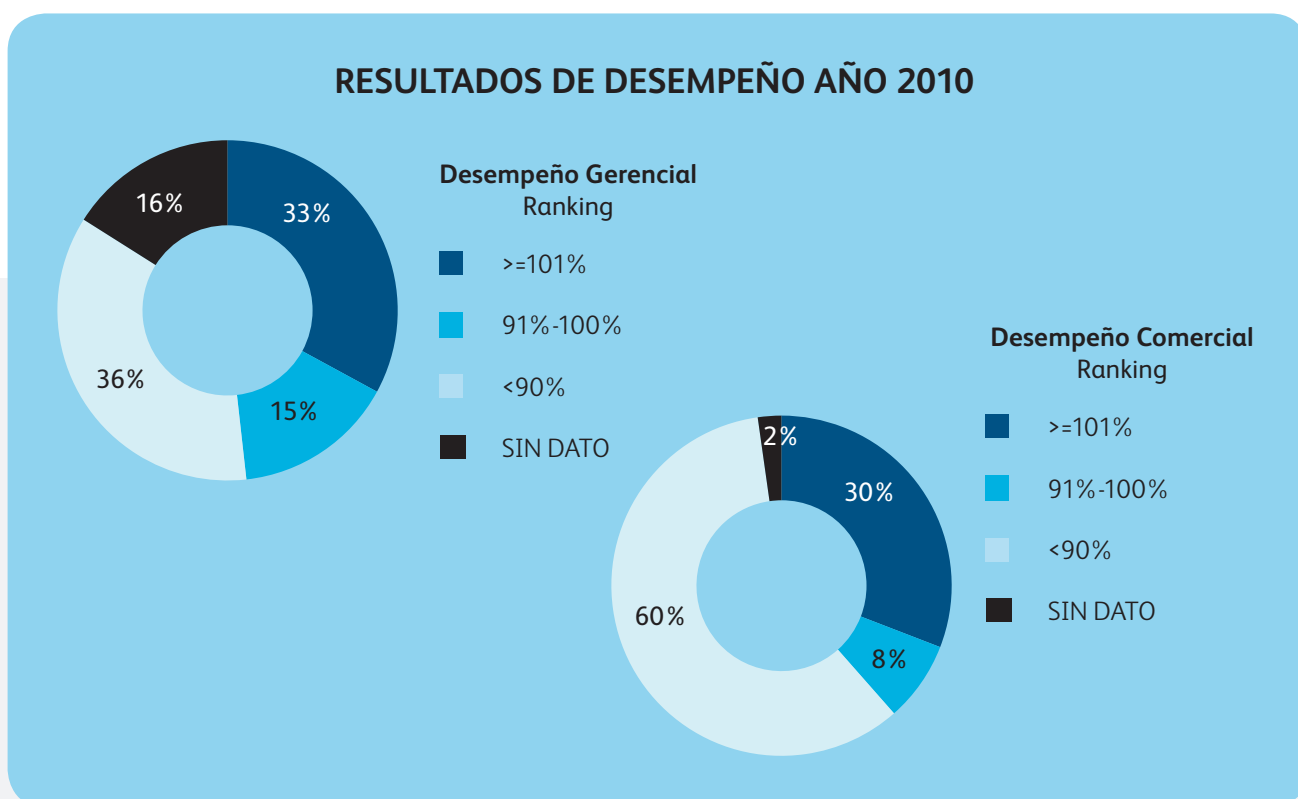
Movilidad interna

En Colombia contamos con un programa en el cual nuestros colaboradores pueden aplicar a las vacantes que se abren en la Organización Carvajal para continuar su desarrollo profesional en cualquiera de las empresas del Grupo Carvajal.

Movilidad interna		
Vacantes	Acum. año	Meta
Publicadas	40,3%	100%
Cubiertas internamente	23,0%	40%

10.3] GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

En el año 2010 se inició el proyecto de medición de la gestión del desempeño en la Organización, con el cual se busca acompañar a nuestros colaboradores en el logro de sus objetivos estratégicos. Dentro del enfoque inicial la prioridad es el cubrimiento de los cargos gerenciales y comerciales, midiendo el desempeño en tres rangos, que se detallan a continuación:



Debido a que los resultados obtenidos no fueron los esperados, para el año 2011 se fortalecerá el programa enfocado a la gestión del desempeño, buscando acompañar a los líderes en la definición de métricas e indicadores y con un esquema de seguimiento y realimentación periódicos que permitan alcanzar los objetivos.

10.3.1] RECONOCIMIENTO

La Organización Carvajal cuenta con varios programas de reconocimiento al buen desempeño, que son particulares de cada empresa.

Durante el 2010 se invirtió US\$ 1'596.873 en reconocimientos individuales y grupales, como distinción a las prácticas que marcan la diferencia.



10.4] BIENESTAR DE COLABORADORES Y DE SU GRUPO FAMILIAR

Dentro de sus objetivos estratégicos, la Vicepresidencia de Gestión Humana ha trabajado en la definición de programas corporativos de bienestar para los colaboradores, con el objetivo de brindar espacios que fomenten la realización personal y profesional de quienes conforman la Organización, cuidando el equilibrio que debe existir entre el trabajo y la vida personal.

10.4.1] RECREACIÓN Y SANO ESPARCIMIENTO

Los principales programas de recreación y sano esparcimiento de las empresas de la Organización incluyeron varias actividades, como el día de la familia, el día de los niños (hijos de los colaboradores), la fiesta de fin de año y las Olimpiadas "Integrándonos 2010", entre otras.

La inversión en todas las actividades de recreación y sano esparcimiento fue de 2 millones de dólares.

Adicionalmente, en el mes de diciembre en todos los países de Carvajal se celebró la fiesta de fin de año como reconocimiento al esfuerzo de los colaboradores, espacio que se aprovechó para el lanzamiento de la nueva imagen de Carvajal.

10.4.2] CENTRO CAMPESTRE CARVAJAL

Carvajal cuenta con un centro campestre en la región del Valle del Cauca para todos sus colaboradores, que tiene 191.180 m². En el año 2010 se realizaron varias obras para mejorar las instalaciones y brindarle más opciones de recreación a los colaboradores y sus familias. En total se invirtieron US\$200.000 en obras como:

- Sala de entretenimiento para niños, con video juegos como WII y X-BOX.
- Una sala de lectura.
- Remodelación del gran tobogán de la piscina.
- Remodelación de la piscina de niños.
- Nuevas bicicletas acuáticas.

Las principales actividades del Centro Campestre Carvajal en 2010 fueron los juegos deportivos "Integrándonos 2010" y la celebración de días especiales, como el de la madre, del padre y el de los niños.

La participación en el Centro Campestre Carvajal se incrementó en 2010 en un 30% y sus afiliados y coafiliados alcanzaron los 1800 y 5.400 respectivamente.

10.5] PREVENCIÓN

10.5.1] SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL

La prevención de riesgos ocupacionales es una prioridad en la gestión del día a día de todas las empresas de la Organización Carvajal. Ello permite brindar sitios de trabajo seguros y contribuir al desarrollo y la productividad de los colaboradores.

Estas son algunas de las acciones que las empresas de la Organización han desarrollado para cumplir con este objetivo:

- Mantenimiento del Programa de Salud Ocupacional.
- Identificación, evaluación y priorización de riesgos ocupacionales.
- Capacitación al personal directo y participación de personal de empresas de servicio temporal y contratistas en la prevención de riesgos.
- Jornadas de promoción y prevención para personal directo y sus familias.
- Reporte e investigación de accidentes de trabajo.
- Administración y control de emergencias.
- Renovación de certificaciones OHSAS 18001.

COMITÉS CORPORATIVOS Y POR EMPRESA

Para el desarrollo de la estrategia de gestión integral se fortalecieron los comités corporativos de Salud Ocupacional, Seguridad Industrial, Medio Ambiente y Gestión integral, en los que participan 40 líderes en representación de todas las empresas de la Organización, y 1122 colaboradores a nivel global, que participan en otros grupos, como COPASO, comités de convivencia, comités gerenciales y comités gremiales regionales y nacionales, lo que representa el 7.55% del total de colaboradores directos de la Organización.

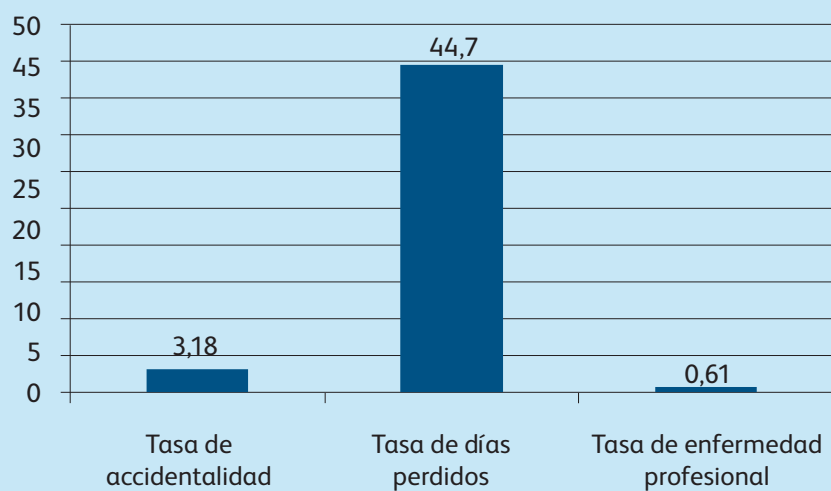




10.5.2] ACCIDENTALIDAD Y AUSENTISMO

Los indicadores de accidentalidad que presenta este informe consolidan por primera vez los resultados de las empresas a nivel global.

En las empresas de la Organización se realizan grandes esfuerzos para identificar las causas raíces por las cuales se presentan los accidentes en el trabajo y las enfermedades profesionales. Esto permite implementar acciones preventivas y correctivas para la gestión de riesgos. El compromiso de Carvajal hacia sus colaboradores está en proveer ambientes de trabajo seguros y la entrega de herramientas que permitan fortalecer nuestra cultura de auto cuidado.





10.5.3] CAPACITACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS

Las empresas de la Organización realizaron programas y campañas de promoción y prevención de enfermedades para todos los colaboradores directos y sus familias. La invitación a algunos de estos programas se hizo extensiva a empresas contratistas y empresas de servicio temporal.

Estos son los programas más representativos realizados en nuestras sedes administrativas y plantas durante 2010:

- Campaña dengue hemorrágico
- Campaña de Cáncer de cuello uterino
- Jornadas de sensibilización “Autocuidado de manos”
- Pausas activas
- Prevención auditiva
- Prevención respiratoria
- Prevención en riesgo químico
- Prevención en lesiones osteomusculares
- Entrenamiento en trabajos de alto riesgo

LAS EMPRESAS DE LA ORGANIZACIÓN UTILIZARON

203.187

HORAS DE CAPACITACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS

10.6] CALIDAD DE VIDA

Durante el año 2010 se recibieron los resultados de las encuestas del programa Plan de Vida, realizado por las cajas de compensación en Colombia. Estos resultados permitieron identificar los aspectos demográficos y las principales necesidades enfocadas a endeudamiento, recreación, salud, educación y vivienda.

Salud financiera

Se trabajó un programa con las cajas de compensación enfocado a la sensibilización de los colaboradores en el manejo de los recursos económicos y de su presupuesto familiar. Se cubrió una población de 1500 colaboradores en Colombia.

Además, se realizaron acuerdos con entidades financieras para ofrecerles a los colaboradores opciones de crédito más económicas.

NUEVAS TENDENCIAS

El análisis demográfico identificó que se cuenta con una población importante de colaboradores jóvenes. Con esa premisa, se realizó un estudio sobre las tendencias mundiales. Se realizaron investigaciones de mejores prácticas y grupos focales con colaboradores de la Organización. Con los resultados de estos estudios se lanzaron tres propuestas enfocadas al equilibrio trabajo - familia, que fueron implementadas durante 2010:

1. **Horario flexible:** es un programa dirigido al personal administrativo y comercial, que permite a los colaboradores escoger un horario de trabajo acorde con sus necesidades familiares y personales.*
2. **Viernes corto:** permite a los colaboradores salir el día viernes una hora más temprano para aprovechar este tiempo en actividades familiares, personales y sociales.*
3. **Viernes informal:** permite a todos los colaboradores venir a trabajar con un vestuario más cómodo, lo que genera un ambiente más flexible y relajado que favorece la productividad.

*Se implementó en Colombia y será implementado en los países en 2011.

10.7] MOTIVACIÓN LABORAL

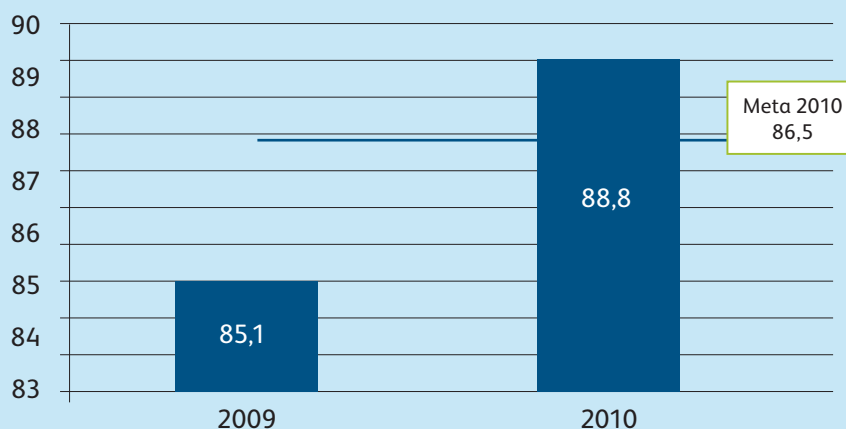
10.7.1] CLIMA ORGANIZACIONAL

Para la Organización Carvajal el gran reto es ser el lugar preferido de trabajo para sus colaboradores actuales y potenciales. En 2010 se superó la meta que se había propuesto, lo que creó un ambiente de trabajo agradable para ellos. Para Carvajal la medición del clima representa un espacio donde los colaboradores pueden expresar sus percepciones acerca de las condiciones de trabajo y del ambiente de su área y empresa.

En las mediciones anuales están incluidos todos los países donde opera la Organización. El resultado en 2010 fue de 88.8% de la población de colaboradores temporales e indefinidos, superando la meta trazada. En esta encuesta se miden nueve variables, que son:

- Sentido de pertenencia
- Claridad
- Compromiso con el equipo
- Valores
- Relaciones interpersonales
- Posibilidades de desarrollo
- Cambio organizacional
- Bienestar
- Beneficios y reconocimiento.

Clima organizacional



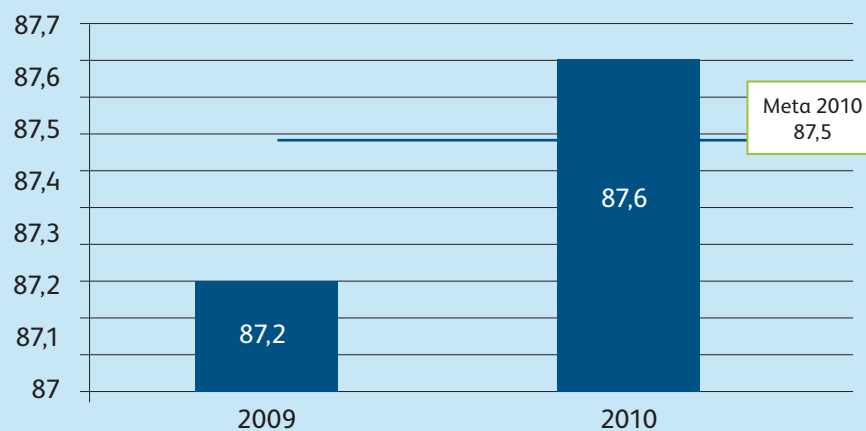


10.7.2] LIDERAZGO

Con la misma metodología de Clima se realizó simultáneamente la encuesta de liderazgo, donde cada colaborador evalúa a su jefe en ocho dimensiones. Con los resultados obtenidos se genera un plan de mejoramiento y fortalecimiento de los líderes. Las variables, según los resultados, son:

- Compromiso con los resultados
- Visión estratégica
- Coherencia de mando
- Liderazgo de equipos
- Espíritu de equipo
- Gestión de la contribución
- Gestión del desempeño
- Desarrollo del talento.

Liderazgo

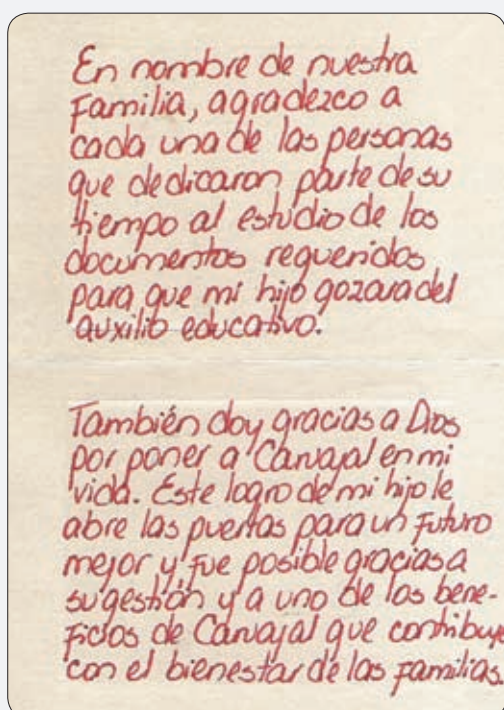
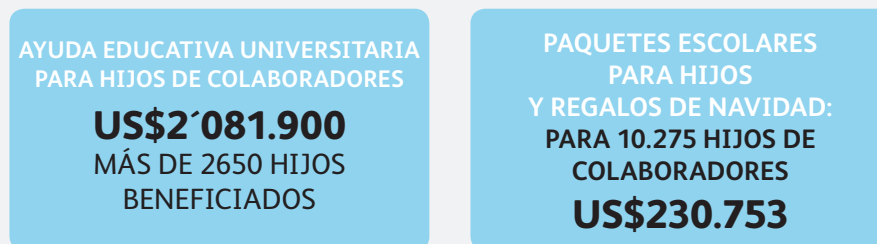


10.8] BENEFICIOS

La Organización Carvajal proporciona beneficios enfocados al mejoramiento de la calidad de vida del colaborador y su grupo familiar:



Igualmente hay una preocupación por el crecimiento y desarrollo de los hijos de los colaboradores:



Nota de Patricia Ospina, colaboradora.



10.8.1] JUBILADOS Y PENSIONADOS

AJUPENCAR

"Una Inyección de Vida"

La Asociación de jubilados y pensionados Manuel Carvajal Sinisterra

Creada en 1989, apoya el desarrollo de actividades que contribuyen al bienestar de los jubilados, pensionados y sus familias. La asociación de jubilados tiene instalaciones en Cali y Bogotá y cuenta con aproximadamente 450 afiliados. La Organización Carvajal aporta para el sostenimiento de la Asociación.

Las actividades de AJUPENCAR en 2010 incluyeron:

- 7 paseos y excursiones
- 4 eventos sociales
- 10 integraciones y cumpleaños
- 2 eventos deportivos
- 7 eventos culturales

Con la participación 3050 personas entre jubilados y sus familias.

Además, 34 colaboradores que están cerca de su jubilación asistieron a seminarios con sus familias para prepararse para su nueva etapa. Los seminarios se realizaron en conjunto con las cajas de compensación.



10.9] COMUNICACIONES

Con el reto de la presentación de la nueva imagen corporativa de Carvajal, en el año 2010 se implementó una campaña global que a través de cuatro etapas, desarrolladas entre septiembre y diciembre, sensibilizó a los colaboradores con mensajes que les permitieron conocer más sobre las empresas de la Organización, para generar un sentimiento de unidad y prepararlos para conocer los cambios que se implementaron.

Así se desarrollaron las etapas y las principales acciones de cada una de ellas:

Etapas

Etapas 0

- Permitted to launch the campaign with an eight-day contest, for the update of data of the collaborators.
- 97% of the collaborators updated their data: 14,258 records in total.
- 200 winners of laptops, free days and gift vouchers in all countries where Carvajal operates.

Etapas 1

- Promoted pride and sense of belonging, as well as helped to understand the meaning of the work of each of the companies of the Organization.
- Established new forms of contact of the Organization with the collaborators through calls from the presidents and text messages.

Juntar

The launch of Red Unidos Carvajal permitted, in a very close way, to recognize us as multinational by having the possibility of contacting colleagues of all the companies of the Organization around the world and interacting on common interests and projects.

- 6,198 active users in the tool by December 2010.

Emocionar

With the placement of walls and the sending of graphic pieces, expectations were generated for the day of the launch of the new image and it was possible to share about the new attributes of our Organization: oriented to results, close and progressive.

Celebrar

We lived the evolution of Carvajal with the presentation of the new image and value proposition, with an event replicated in 17 countries and a total of 50 parties held.

Además del desarrollo de la campaña global de comunicaciones también se siguieron manejando espacios de divulgación de información hacia los colaboradores, de gran importancia, como son:

Centro Carvajal de Noticias –CCN–

El CCN trabajó en la divulgación de los hechos más relevantes que se produjeron en las empresas de la Organización a nivel global.

Desde el mes de octubre se comenzó a preparar en un nuevo portal que estuviera alineado con los cambios de la nueva imagen y que ofreciera la posibilidad de una actualización más rápida y con un formato de portal de noticias de mejor usabilidad que el que se tenía anteriormente.

Revista corporativa

En 2010 se editó por tercera vez la revista corporativa “Todo lo que nos une”, en versiones impresa y digital, con artículos de actualidad de cada una de las empresas frente a temas que se consideraron claves de su gestión durante el año y con una temática central sobre la creación del Sistema Integrado de Gestión Humana. La revista fue publicada en el mes de junio con 7000 ejemplares impresos (6000 en español y 1000 en portugués).

Grupos primarios

Este canal de comunicación busca fortalecer el diálogo abierto entre los colaboradores y sus jefes. Globalmente, se llevaron a cabo 1411 grupos primarios, lo que representó un cumplimiento del 68% en la realización de estos espacios.

A nivel externo, en 2010 se establecieron planes de comunicación estratégica, tanto para Carvajal como Organización, como para cada una de las empresas, lográndose un *free press* valorizado en \$ 3.794.707.829, con las noticias que fueron publicadas en los principales medios de comunicación colombianos.

Algunos datos por destacar del trabajo de *free press* son:

- Mayor mención periodística (número de notas): Corporativo (364), Carvajal Pulpa y Papel (152), Fundación Carvajal (104).
- Mayor generación de *free press* (en millones de pesos): Corporativo (1103), Carvajal Pulpa y Papel (400), Carvajal Soluciones de Comunicación (239).
- Difusión por tipo de medio: prensa (414), internet (379), revistas especializadas (85), radio (83), televisión (13).







11]

COMUNIDADES

Contribuir al desarrollo y bienestar de las comunidades

11.1] FUNDACIÓN CARVAJAL

“Abriéndole caminos a la equidad”

La Fundación Carvajal es un ente autónomo, dotado por los fundadores con un patrimonio propio que le permite escoger los programas y actividades que va a desarrollar, buscando siempre favorecer a las clases más necesitadas.

A continuación aparece un resumen de su gestión en el año 2010. La información completa, relativa a la Fundación Carvajal, será presentada en su propio balance.

La Fundación Carvajal es una organización sin ánimo de lucro, creada en 1961 con el propósito de promover el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades más necesitadas de Cali y de la zona rural del Valle del Cauca, Colombia.

Surgió con la donación que hizo la familia Carvajal del 23% de las acciones de la Organización Carvajal, por lo que se convirtió en su mayor accionista. En el desarrollo de la labor social, aporta los dividendos recibidos y gestiona recursos de cooperación nacional e internacional para implementar proyectos y programas que ejecuta en alianzas con entidades públicas y privadas.

Para maximizar el impacto, concentra sus actividades en zonas estratégicas para el desarrollo social en la ciudad de Cali y el departamento del Valle del Cauca, proyectándose más allá de la región a través de acompañamiento o procesos de transferencia de conocimiento y en casos relevantes para alcanzar sus objetivos.

Trabaja con las familias para reducir la pobreza y promover una sociedad más justa y equitativa

La Fundación Carvajal implementa proyectos que contribuyen a mejorar la calidad de vida de las familias, creando oportunidades de generación de ingresos,



mejorando la calidad de la oferta de educación, procurando vivienda digna y estimulando la dinámica familiar. De esta manera hace un aporte directo para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio -ODM- y las metas propuestas por la Red de Protección Social contra la Extrema Pobreza.

Trabaja con familias que no cuentan con los medios necesarios para satisfacer sus necesidades básicas, ni con posibilidades para generarlos, lo que las hace altamente vulnerables.

En todos sus programas:

- Promueve la generación de ingresos en comunidades vulnerables.
- Lidera procesos de desarrollo social en áreas antes desatendidas.
- Implementa proyectos innovadores de desarrollo comunitario.
- Fomenta la asociatividad como estrategia para construir capital social en las zonas.
- Propicia la inclusión y la participación comunitaria.
- Gestiona alianzas con el sector público, privado y organismos de cooperación.
- Garantiza criterios de calidad, efectividad, integralidad y sostenibilidad en los programas.

La Fundación identifica y diseña acciones para realizar un completo estudio de línea base, en el que participa activamente la población beneficiaria. Un equipo especializado, apoyado por los participantes, asegura la calidad y el impacto positivo de los proyectos durante su ejecución.

Las líneas de acción son:

1. **Desarrollo empresarial y generación de ingresos:** busca mejorar las capacidades locales, la productividad, la competitividad y la inserción en el mercado laboral de las personas y las micro y pequeñas empresas urbanas y rurales, por medio de:
 - Creación y fortalecimiento de unidades productivas.
 - Formación laboral.
 - Articulación con el mercado a través de la estrategia de negocios inclusivos.
 - Fortalecimiento agroindustrial.

2. **Educación y cultura:** desarrolla modelos para mejorar la calidad y cobertura de la educación inicial, básica y de adultos, creando oportunidades de acceso a la información y el conocimiento:
 - Fortalecimiento de la educación inicial.
 - Mejoramiento de competencias en lenguaje, matemáticas y tecnologías de información y comunicaciones (TIC).
 - Implementación de ciclos básicos para jóvenes y adultos.
 - Atención a población en situación de discapacidad.

3. **Vivienda y entorno urbano:** facilita a las familias el acceso a vivienda en condiciones dignas de habitación con:
 - Construcción de vivienda de interés social.
 - Mejoramiento de vivienda y entorno.
 - Equipamiento comunitario.
 - Habilitación legal de títulos.

Con compromiso social, el desarrollo sostenible es posible

Gracias a asociaciones estratégicas para el acompañamiento a la comunidad, miles de familias han cambiado su situación de vida, pudiendo desplegar sus capacidades individuales, obteniendo oportunidades de desarrollo y accediendo a servicios básicos.

La participación de las comunidades e instituciones en los proyectos es muestra de la gran aceptación y credibilidad del modelo de trabajo de la Fundación, desarrollado a partir de la experiencia adquirida.

Algunas cifras en 2010:

- 50 años de experiencia abriéndole caminos a la equidad.
- 190 colaboradores comprometidos con el mejoramiento de vida de las comunidades priorizadas.
- 40 cooperantes nacionales e internacionales, de los sectores públicos y privados.
- 42 proyectos en generación de ingresos, educación y cultura, vivienda y medio ambiente, y desarrollo social y comunitario.
- Más de 61.000 beneficiarios directos.

Algunos de los resultados conseguidos en el año 2010:

- Cerca de 200.000 usuarios han accedido a libros y recursos educativos a través de las centrales didácticas.
- 5916 niños, pertenecientes a familias que viven en condiciones de pobreza, tienen acceso a educación inicial.
- 36000 niños y jóvenes se benefician del modelo Aula Global para la inclusión de las TIC en procesos de calidad educativa, participación comunitaria y competencias laborales.
- 5640 familias pobres han mejorado su nutrición a través de la producción de alimentos sanos.
- 600 niños, jóvenes y adultos participan en el programa Brújula, en el que logran mejores competencias básicas de lectura, matemáticas y ciudadanas en los sectores urbano y rural.
- 616 jóvenes formados como técnicos ocupacionales en el Centro de Desarrollo Productivo de Alimentos, en convenio con el SENA.
- 418 familias productoras de mora y ají picante son más competitivas gracias a la capacitación en aspectos técnicos, administrativos, desarrollo humano y buenas prácticas agrícolas.

11.2] FUNDACIÓN CASA DE COLOMBIA



La Fundación Casa de Colombia es una entidad sin ánimo de lucro, que nació como iniciativa de los colaboradores de Carvajal hace 27 años. La Fundación trabaja incansablemente por los niños menos favorecidos, cubriendo las necesidades en las áreas de salud, educación y nutrición.

Programa de Salud. Apoya a niños en el diagnóstico y tratamiento de diferentes patologías.

En sus jornadas Internacionales cuenta con el apoyo de varias instituciones internacionales, como Healing The Children, y varios hospitales norteamericanos. Como obras importantes ha construido y dotado el área de Urgencias Pediátricas del Hospital Universitario del Valle y un quirófano en el Hospital San José de Buga, especializado en traumatología.

Programa de Educación. Brinda becas con carácter indefinido.

Programa de Nutrición. Desde hace varios años, apoya económicamente a la Fundación Eel Buen Pastor, ubicada en el sector del calvario de Cali. Esta institución ayuda a 90 niñas adolescentes en situación de riesgo.

Fundación Casa de Colombia	
INTERVENCIONES	NIÑOS BENEFICIADOS
Historias clínicas enviadas a Estados Unidos	370
Niños enviados a Estados Unidos	227
Atenciones médicas y hospitalarias en Colombia	45.587
Procedimientos quirúrgicos	11.109
Consultas	17.345
Procedimientos	4.973
Ortodoncia a niños con labio fisurado y paladar hendido	95
Terapias de fonoaudiología a niños con labio fisurado y paladar hendido	3.000

11.3] FUNDACIÓN PROPAL



133.562
CONSULTAS
REALIZADAS

413
NIÑOS Y JÓVENES
ENTRE 5 Y 18 AÑOS

La Fundación Propal, comprometida con el desarrollo social de las comunidades más vulnerables que habitan en las áreas de influencia de las plantas de producción de Carvajal Pulpa y Papel, ubicadas en Yumbo (Valle del Cauca) y Guachené (Cauca), lidera procesos comunitarios de intervención social a través de diferentes programas en las áreas de salud, educación y generación de ingresos. Cuenta, además, con una Proveduría de Tenderos en su sede de Puerto Tejada.

En los programas de salud se logró en 2010 una cobertura en brigadas de atención médica extramural de 8537 personas, en 76 jornadas. En el área de educación, la Fundación Propal promueve espacios de aprovechamiento del tiempo libre para niños y jóvenes de la región, con programas como la escuela de formación deportiva, el grupo de niños violinistas y los grupos de música folclórica, todos acompañados de un plan de reforzamiento escolar.

En alianza con el Sena se adelantan programas de formación para el trabajo en los que actualmente se capacitan 200 jóvenes en cuatro carreras tecnológicas. En el área de generación de ingresos se apoyaron 62 unidades productivas en 2010 para un total de 633 beneficiarios y se acompañó en un proceso de fortalecimiento empresarial a tres unidades productivas de la zona.

Con el servicio que se presta en la Proveduría de Tenderos se busca reducir los niveles de intermediación y lograr que los tenderos accedan a productos de primera calidad a bajo costo, con el objetivo de que sus negocios familiares les generen rentabilidad. Este servicio cuenta con 349 tenderos afiliados. En el municipio de Yumbo, y en alianza con Ecopetrol y las fundaciones Cartón de Colombia, Argos y Bavaria, se adelantan programas para los habitantes de la comuna uno en educación, aprovechamiento del tiempo libre, generación de ingresos y fomento del capital social.

12]

MEDIO AMBIENTE

La Organización Carvajal busca ofrecer productos y servicios comprometidos con el medio ambiente

Pensando en garantizar la disponibilidad de los recursos para las generaciones futuras la Organización ha desarrollado, en cada una de sus empresas programas tendientes a identificar, evaluar y mitigar los impactos ambientales que se generen en sus operaciones.

Durante el año 2010 se fortaleció en los empleados y contratistas la cultura medioambiental, impulsando el compromiso y las buenas prácticas que tiene la Organización Carvajal en el cuidado del medio ambiente, propiciando que estas sean aplicadas no solo en el sitio de trabajo sino también en la cotidianidad de sus hogares.

12.1] ENERGÍA

Las empresas de la Organización miden mensualmente el consumo de energía necesario para la operación, buscando construir y desarrollar programas tendientes a utilizar menos energía por unidad producida. Estos programas se aplican también en las empresas comerciales y de servicios.

Consumo de energía

Durante 2010 el consumo global de energía de toda la Organización, dentro y fuera del país, fue de 444.416.295 GJ/Año.

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA
DIRECTA ADQUIRIDA:

443.403.312
GJ/AÑO

LA ENERGÍA TOTAL PRODUCIDA
POR LA ORGANIZACIÓN FUE DE:

1.012.982
GJ/AÑO

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA:

444.416.295
GJ/AÑO



Consumo de energía por fuentes GJ/Año

Electricidad	1.166.839
Derivados del petróleo	3.290
Gas natural	650.322
Carbón	440.312.990

AHORRO DE ENERGÍA:

LA CANTIDAD DE ENERGÍA AHORRADA GRACIAS A LAS INICIATIVAS DE REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA Y AUMENTO DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA FUE DE

266.926 GJ/AÑO

12.2] AGUA

Desde años anteriores las empresas han venido trabajando en programas para reducir el consumo de agua. Estos programas se enfocan en mantener los niveles de producción utilizando menos este recurso. Algunas de las empresas están migrando a nuevas tecnologías para la recirculación de aguas blancas en las máquinas y aguas de enfriamiento. Estos proyectos han permitido, desde 2010, aumentar el porcentaje de recirculación de agua.

Uso de Agua M ³ /año	
Uso de agua para todas las empresas de la Organización a nivel global	24.727.820

Uso de Agua por Fuentes M ³ /año	
Suministro de agua municipal	262.301
Aguas subterráneas	159.734
Agua superficial	24.305.785

Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua:

Actualmente, las empresas de la Organización Carvajal no han afectado fuentes de agua durante su captación. Los porcentajes de captación son inferiores al 3% del flujo de los ríos. No se han identificado impactos sobre la calidad de vida en las áreas de influencia o cualquier otra alteración de la capacidad del ecosistema para desarrollar sus funciones. No hay pronunciamiento de las autoridades ambientales en este tema y se tienen los respectivos permisos de captación y vertimientos emitidos por las autoridades ambientales.

No hay impacto sobre sistemas amenazados o zonas que cuenten con protección nacional o internacional.

VOLUMEN DE AGUA REICLADA Y REUTILIZADA M3/AÑO (EN10)

Agua reutilizada M ³ /año	
Uso de agua para todas las empresas de la Organización a nivel global	24.727.820
Carvajal Empaques, Pulpa y Papel, Educación y Espacios aprovechan aguas del proceso. Se recicla el 18% del total de agua.	4.575.117

Vertidos totales de aguas residuales según su naturaleza y destino

Todas las empresas de la Organización Carvajal que realizan vertimientos cuentan con un sistema de tratamiento de aguas residuales, lo que permite que las aguas vertidas cumplan con los parámetros y estándares establecidos por la autoridad ambiental.

VOLUMEN DE AGUAS VERTIDAS DE LAS EMPRESAS A NIVEL GLOBAL: 24.501.266 M3/AÑO

Parámetro	Resultado
PH - Temperatura	Min: 5.59 – Max: 7.88
DQO (Demanda química de oxígeno)	Remoción superior a 80%
DBO (Demanda bioquímica de oxígeno)	Remoción superior a 80%
SST (Sólidos totales suspendidos)	Remoción superior a 80%
Grasas	Remoción superior a 80%

12.3] EMISIONES

Carvajal ha venido trabajando en la identificación de tecnologías más limpias, lo que ha permitido reducir las emisiones al ambiente. La instalación de un oxidador térmico regenerativo, la actualización de calderas con mejores sistemas de control y la instalación de hornos con sistemas para la destrucción de sustancias contaminantes son algunos de los equipos adquiridos que han permitido disminuir las emisiones generadas durante los procesos.

**NO_x (ÓXIDO DE NITRÓGENO), SO_x(ÓXIDO DE AZUFRE),
Y OTRAS EMISIONES SIGNIFICATIVAS AL AIRE POR TIPO Y PESO
LAS EMISIONES PARA EL TOTAL DE LAS EMPRESAS DE LA
ORGANIZACIÓN CARVAJAL SON:
NO_x 575.411 KG/AÑO Y SO_x 4.172.353 KG/AÑO**



12.4] RESIDUOS

La Organización Carvajal, en equipo con los colaboradores y proveedores, ha venido desarrollando iniciativas que permiten minimizar y aprovechar los residuos generados en las empresas de servicio y plantas de producción. Durante el año 2010 se aprovecharon 43.7 toneladas de residuos en áreas administrativas y 20.893 toneladas en las plantas de producción con una venta total de US\$2.442.396.

En Colombia la Organización Carvajal genera 204.211 toneladas totales de residuos, de los cuales 359 toneladas son residuos peligrosos y 203.852 son residuos no peligrosos. Parte de estos residuos se comercializan y otros se utilizan como materia prima para otras industrias.

Peso total de los residuos generados, según tipo y método de tratamiento

La disposición de los residuos se realiza a través de reciclaje, relleno sanitario, incineración, vertederos y aprovechamiento industrial.

El manejo de residuos peligrosos generados en la operación se realiza con entidades avaladas por las autoridades ambientales, garantizando así evitar riesgos para las personas y el medio ambiente.

Estos son algunos de los programas que pertenecen a la estrategia de Punto Verde, cuyos objetivos son la separación de residuos en la fuente y el aprovechamiento de los mismos.

1. Programa de separación de residuos en la fuente: este programa permite que las empresas de la Organización puedan reciclar diferentes tipos de residuos, como papel, plástico, cartón y metales.
2. Campaña corporativa de recolección de residuos eléctricos y electrónicos (AEES): este programa ha permitido una recolección de 13.864 kg de residuos eléctricos y electrónicos en todas las empresas de la Organización en Colombia.
3. Convenio con proveedores de productos químicos: este convenio se desarrolla a nivel corporativo para todas las empresas en Colombia y permite entregar los residuos líquidos generados en la etapa de pre prensa, así como también los cartuchos y tonners de impresión, con el objetivo de reprocesar o efectuar una adecuada disposición final de los mismos, evitando de esta manera la contaminación del medio ambiente.

Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos

La Organización Carvajal a través de Carvajal Información, recupero el 45,8% de su producto al final de su vida útil, los directorios recuperados son una de las materias primas principales para empresas del sector de moldeados.

12.5] REFORESTACIÓN EN CARVAJAL MÉXICO

En el año 2010 se llevó a cabo la reforestación en la sierra de Guadalupe. Más de 150 colaboradores y sus familias plantaron 500 árboles.







13]

CLIENTES

Lograr la satisfacción y lealtad de los clientes, superando sus expectativas y necesidades

El origen de la Organización Carvajal se basa en el conocimiento y la satisfacción de sus clientes. Estamos comprometidos con entregar servicios y productos de alta calidad, conociendo las necesidades y requerimientos de los usuarios. Para ello nos aseguramos de fomentar canales de comunicación que nos permiten obtener realimentación continua de la gestión.

Una de las herramientas empleadas son las encuestas de satisfacción y lealtad que se hacen a los clientes y que facilitan conocer oportunamente la percepción sobre la propuesta de valor que ofrecemos y tomar las acciones correctivas necesarias para seguirnos fortaleciendo como una empresa que marca la diferencia por la cercanía con sus clientes. Para estas encuestas se utilizan dos metodologías, la del Centro Nacional de Consultoría y la de Invamer Gallup.

A continuación aparece un resumen de la gestión global de cada una de las compañías:

CALIFICACIÓN
DE
4,17

CARVAJAL INFORMACIÓN

Durante 2010, Carvajal Información realizó varios esfuerzos orientados a tomar al cliente como el principal protagonista de todas sus actividades, desarrollando dos acciones fundamentales:

- **Estudios Safari:** realizados por Ipsos Napoleón Franco con una inversión importante en Colombia y Brasil. Estos estudios permitieron que la Organización ajustara su modelo de negocio y sus estrategias desde la perspectiva de los clientes (usuarios y anunciantes). Esto llevó a crear dos áreas que tienen como función exclusiva diseñar y hacer seguimiento a todas las estrategias dirigidas a los usuarios de los medios y a los clientes de las plataformas (anunciantes).
- **El programa Foco Cliente:** se analizó profundamente las buenas prácticas internas y externas en términos de atención y satisfacción de clientes. El resultado fue la creación de una gerencia de Servicio al Cliente, la cual



CALIFICACIÓN
DE
4,33

ha desplegado distintas actividades para que a través de los canales de servicio los clientes encuentren una atención especializada y ajustada a sus necesidades.

Todo lo anterior partió del compromiso por lograr altos estándares de servicio. Con ello se espera que el índice QSA, actualmente en 4,17 (2010), logre llegar a 4,5 durante el año 2011.

CARVAJAL PULPA Y PAPEL

El resultado de la encuesta de Carvajal Pulpa y Papel fue de 4,33, lo que significó un mejoramiento frente al año 2009, que había sido de 4,13. Este 4,33 ha sido la calificación más alta obtenida en los años en que se ha hecho medición. Dentro de este importante mejoramiento se destacan los resultados en las variables de servicio (4,65), competitividad (4,44), suministro (4,37) y calidad (4,05).

La empresa evalúa frecuentemente la satisfacción de sus clientes a través de cuatro encuestas anuales, concentrada en los clientes que hacen el Pareto.

CALIFICACIÓN
DE
4,18

CARVAJAL ESPACIOS

La calificación de los clientes de Carvajal Espacios en 2010 fue de 4,18, inferior a la lograda en 2009, debido principalmente a los tiempos largos y al incumplimiento de entrega de nuestros productos y servicios. Es importante mencionar que Carvajal Espacios se esforzó por minimizar el impacto, manteniendo contacto permanente con sus clientes.

Pensando en el cliente y su satisfacción, Carvajal Espacios decidió rediseñar sus procesos para lograr pedidos perfectos. Para ello, contrató a la reconocida firma brasileña INDG, con quien trabajó durante 2010 para estandarizar y optimizar sus procesos.

CALIFICACIÓN
DE
4,21

CARVAJAL SOLUCIONES DE COMUNICACIÓN

Los resultados del año 2010 presentaron un incremento positivo en la satisfacción general con el servicio prestado al cliente, comparado con años anteriores. Se logró una calificación de 4,21, según encuesta Gallup.

Esta calificación es el resultado de un trabajo interno sistemático que resalta la confianza de nuestros clientes, la contribución a sus estrategias y un equipo de ejecutivos que son percibidos como asesores, más que como vendedores. Adicionalmente, Carvajal Soluciones de Comunicación fue calificado como el mejor proveedor del sector en servicio.

CALIFICACIÓN
DE
4,3

CARVAJAL EMPAQUES

Durante 2010, Carvajal Empaques trabajó en diferentes aspectos, para enfocarse en el cliente agregando valor. Dos acciones se destacan:

- Un diagnóstico conjunto con McKinsey, con el fin de identificar el valor agregado que esperan los clientes, para alcanzar así una gestión de excelencia en empaque.
- Fortalecimiento de las áreas de mercadeo y desarrollo, con las cuales se ha dado mejor respuesta al cliente al analizar qué productos está necesitando el mercado. Se lanzaron nuevas referencias y presentaciones de empaque; internamente, se optimizó el inventario de producto y la programación de la producción.

En 2010, Carvajal Empaques obtuvo un resultado en la calificación de QSA de 4.3 de acuerdo con la encuesta realizada por Gallup. El resultado fue inferior a 2009 (4.36): se vio afectado por el incumplimiento en las entregas en algunas UEN, debido al incremento en el volumen de producción. Sin embargo, el histórico muestra una tendencia positiva.

Los aspectos mejor calificados en la encuesta de QSA fueron: la exactitud de mercancías de acuerdo con las cantidades requeridas, el desarrollo de cotizaciones y la voluntad de servicio e interés de los ejecutivos en atender requerimientos y resolver problemas, brindando soporte técnico.

**CALIFICACIÓN
DE
77%**

CARVAJAL TECNOLOGÍA Y SERVICIOS

En 2010, Carvajal Tecnología y Servicios obtuvo un resultado de satisfacción al cliente de 77% en calidad general, en el estudio realizado por el Centro Nacional de Consultoría para las diferentes Unidades Estratégicas de Negocio.

Este resultado se obtuvo gracias a la puesta en marcha de un proceso unificado de venta consultiva, que permite conocer profundamente las necesidades del cliente y definir soluciones ajustadas a esas necesidades, a través de una metodología de clase mundial. Además, la ejecución de los proyectos se hace utilizando la metodología PMO, lo que asegura el cumplimiento total del proyecto y la satisfacción de los clientes.

**CALIFICACIÓN
DE
67%**

CARVAJAL EDUCACIÓN

Carvajal Educación obtuvo un resultado de 67% en la percepción de lealtad de clientes. Cabe destacar que la percepción de la calidad de los productos alcanzó un 83% en relación con el 79% del año anterior. BICO es reconocida a nivel global por su alto grado de reputación, conocimiento del consumidor final, amplio portafolio de productos e innovación.

Los procesos en los cuales se enfocará toda la estrategia de seguimiento y mejoramiento para el año 2011 son el proceso de ventas y los tiempos de entregas, para los cuales ya hay un plan estratégico en cada uno de los países, además de trabajar en un plan de seguimiento para mantener los altos niveles de lealtad en nuestros clientes que hacen el Pareto. En relación con los objetivos de cumplimiento se diseñó un plan de seguimiento trimestral.

Igualmente y con el objetivo de mejorar la calidad de la oferta comercial, la Organización inició un proyecto de transformación comercial, que con el acompañamiento de McKinsey permitirá aumentar los ingresos y el EBITDA. El proyecto Alianza, como se ha denominado, culminó la fase de pilotos en Colombia y ha iniciado la implementación.

14]

PROVEEDORES

Desarrollar relaciones a largo plazo con nuestros proveedores

Durante 2010, la Organización Carvajal efectuó compras a nivel global por valor de US\$ 565 millones, a cerca de 19.549 proveedores, entre pymes y grandes empresas. El 93% de las compras se realizó a proveedores con presencia local en los países donde opera.

En el año 2010 se fortaleció el modelo de atención global a proveedores, con el uso masivo de una plataforma tecnológica publicada en Internet que permite compartir información financiera con ellos, logrando de esta forma apoyar la gestión de las áreas financieras: tesorería, facturación, contabilidad y cartera. Durante los dos últimos años se han vinculado cerca de 3.000 proveedores y se ha encontrado en el CEN Financiero, beneficios como:

- Información oportuna y detallada de los estados de cuenta e informe de pagos.
- Plataforma electrónica que permite realizar consultas en línea hasta por 6 meses de historia.
- Fortalecimiento de lazos colaborativos entre Carvajal S.A. y el proveedor.
- Área de Soporte especializada en el servicio y conocedora de los procesos.
- Disponibilidad del servicio 7 x 24.
- Consulta desde cualquier lugar y en cualquier momento, por tratarse de una plataforma en Internet.
- Descarga de información para integrarla a Excel.
- Visibilidad del estado de las facturas radicadas en Carvajal.

Para que la relación comercial con el proveedor fluya de manera ágil, se hizo el Manual de Proveedor, que registra todas las instrucciones para garantizar la entrega del bien o servicio y el pago oportuno de las facturas, previa radicación en los centros de atención dedicados a este proceso.

Durante 2010 continuó el programa de evaluación a proveedores estratégicos, en forma organizada, metódica y sistemática. Ellos reciben una calificación por el cumplimiento de requisitos como tiempo de entrega, calidad, servicio y compromiso con el medio ambiente, entre otros. A nivel global, el grupo de 506 proveedores evaluados alcanzó un promedio de 85%.

Con la creación del área de Tesorería Especializada, se empezó a ofrecer a los proveedores de la Organización Carvajal en Colombia la opción de descontar sus facturas con el respaldo financiero de Carvajal, garantizando seguridad en sus operaciones. A través de este instrumento todos los proveedores de la Organización cuentan con la posibilidad de obtener financiación inmediata, para atender sus necesidades de capital de trabajo, sin utilizar sus cupos de crédito con el sector financiero. Carvajal ofrece a los proveedores tasas muy competitivas, comparadas con el mercado, y agilidad en el trámite del descuento de sus facturas.



DERECHOS HUMANOS

Transparencia y bienestar

La Organización Carvajal actúa de acuerdo con sus principios y valores frente a todos sus grupos de interés, con los cuales desarrolla actividades enfocadas a mejorar el entorno en el que participa. Carvajal cumple las normativas nacionales e internacionales sobre derechos humanos.

Durante el año 2010, Carvajal adhirió al Pacto Global de las Naciones Unidas y está comprometida a respetar y promover los principios del mismo.

Como prácticas del respeto de los Derechos Humanos, la Organización cuenta con espacios y procedimientos orientados a eliminar casos de discriminación, trabajo forzado y trabajo infantil.

Todas las empresas de la Organización tienen debidamente constituido un comité de convivencia, cuyo objetivo es atender y controlar cualquier caso donde se vean afectados la integridad y el bienestar del colaborador. Durante 2010 no se presentó ningún caso de acoso.

De igual manera, Carvajal cuenta con procedimientos de contratación y selección del personal en los cuales se establece la no contratación de menores de edad en todos los países donde opera, con excepción de los aprendices SENA, quienes están vinculados con un contrato especial de aprendizaje, no laboral en Colombia.

16]

ÍNDICE DE INDICADORES GRI
Y PACTO GLOBAL

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
1. Estrategia y análisis.				
1.1.	Declaración de relevancia de la sostenibilidad.	4		
1.2.	Principales impactos, riesgos y oportunidades.	24		
2. Perfil de la Organización				
2.1.	Nombre de la Organización.	4		
2.2.	Principales marcas, productos y servicios.	10		
2.3.	Estructura operativa.	20		
2.4.	Localización de la sede principal de la Organización.		Dirección: Calle 29 Norte No. 6A - 40. Cali, Colombia.	
2.5.	Donde opera.	14		
2.6.	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	20		
2.7.	Mercados servidos.	15		
2.8.	Dimensión de la compañía.	12, 14, 15, 32		
2.9.	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la Organización.	4		
2.10.	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	16 - 17		
3. Parámetros de la memoria				
3.1.	Periodo cubierto.	8		
3.2.	Fecha del informe anterior más reciente.	8		
3.3.	Ciclo de presentación del informe.		Este informe se presenta anualmente.	
3.4.	Área de contacto para los temas relativos al informe o su contenido.	8		
Alcance y cobertura del informe				
3.5.	Proceso de definición del contenido del informe.	8		
3.6.	Cobertura del informe.	8		
3.7.	Limitaciones del alcance o cobertura.	8		Principio 7, 8 y 9
3.8.	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparatividad entre periodos.		No hay negocios adjuntos.	
3.9.	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores.	8		
3.10.	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	8		
3.11.	Cambios significativos en métodos de valoración de informes anteriores.		Este es el primer informe de sostenibilidad de la Organización Carvajal.	
Índice del contenido del GRI				
3.12.	Tabla de contenido GRI.	75		
3.13.	Política y verificación del informe.		Este informe no tiene verificación externa, se contempla realizar en los futuros informes.	

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
4.	Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés			
4.1.	Descripción de la estructura de gobierno.	20		
4.2.	Presidente de la Junta y su cargo ejecutivo como Presidente de la Organización.	20		
4.3.	Estructura del máximo órgano de gobierno (Junta Directiva).	20		
4.4.	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	20		
4.5.	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la Organización (incluido su desempeño social y ambiental).	20		
4.6.	Procedimientos para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.		Esto se encuentra en el libro de principios y código de conducta de la Organización Carvajal.	
4.7.	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la Organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.		El reglamento de la Junta Directiva estipula que para el mejor desarrollo de sus funciones, los miembros del máximo órgano de gobierno deben cumplir con la experiencia y la formación académica y contar con suficiente conocimiento del sector de la empresa. Sin embargo, se estudiará la viabilidad de poner en marcha esta iniciativa para los temas referidos.	
4.8.	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la Organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.		Esto se encuentra en el libro de principios y código de conducta de la Organización Carvajal.	
4.9.	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	20		
4.10.	Mecanismos de autoevaluación de la Junta Directiva.		En la actualidad no se cuenta con mecanismos de autoevaluación de la Junta Directiva.	
	Compromisos con iniciativas externas			
4.11.	Adopción del principio de precaución.		La Organización Carvajal tiene una filosofía de aseguramiento de calidad, administración de riesgos y mejora continua de los procesos.	

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
4.12.	Programas sociales, económicos y ambientales desarrollados externamente.	24		
4.13.	Principales asociaciones a las que pertenece la Organización o entes nacionales o internacionales a los que la Organización apoya.	18		
Participación de los grupos de interés				
4.14.	Relación de grupos de interés que la Organización a incluido.	24		
4.15.	Metodología de selección de grupos de interés.		Contenido en el documento estándar sistema de gestión RSE Organización Carvajal.	
4.16.	Criterios para la selección de grupos de interés.		Contenido en el documento estándar sistema de gestión RSE Organización Carvajal.	
4.17.	Preocupaciones de los grupos de interés recogidas.	24		
5 Enfoque de gestión e indicadores de desempeño				
Indicadores del desempeño económico				
Aspecto: desempeño económico				
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y gobiernos.	12	Este indicadore se presenta como consolidados de la Organización Carvajal y se calculó de la siguiente manera para el año 2010: valor económico directo creado: (ingresos operacionales netos + otros ingresos financieros + utilidad en venta de activos): MM COP 3.067.165. Valor económico directo distribuido: (costos de ventas + impuesto de renta): MM COP 1.936.292.	
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la Organización debido al cambio climático.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
EC3	Cobertura de las obligaciones de la Organización debidas a programas de beneficios sociales.	48		
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.		La Organización Carvajal no recibe ayudas financieras del gobierno.	
Aspecto: presencia en el mercado				
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		Carvajal cumple con la ley en los países donde opera y tiene vinculado a sus colaboradores respecto a los salarios legales vigentes.	

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	72		
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: impactos económicos indirectos				
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	54 - 59		
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Indicadores del desempeño ambiental				
Aspecto: materiales				
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: energía				
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	60		
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	60		
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: agua				
EN8	Captación total de agua por fuentes.	62		

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	62		
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	62		
Aspecto: biodiversidad				
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.		Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos y no protegidos con alta biodiversidad.	
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.		Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos y no protegidos con alta biodiversidad.	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados .		Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos y no protegidos con alta biodiversidad.	
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.		Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos y no protegidos con alta biodiversidad.	
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.		Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos y no protegidos con alta biodiversidad.	
Aspecto: emisiones, vertidos y residuos				
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia el cálculo futuro de este tipo de emisiones.	
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia el cálculo futuro de este tipo de emisiones.	

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia el cálculo futuro de este tipo de emisiones.	
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia el cálculo futuro de este tipo de emisiones.	
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	63		
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	62		
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	64		
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: productos y servicios				
EN 26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	61 - 65		
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	64	Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: cumplimiento normativo				
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		No hubo multas significativas. Todas las empresas cumplen con la legislación.	Principio 8
Aspecto: transporte				
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.		No hubo impactos significativos durante el transporte de productos.	Principio 8

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
Aspecto: general				
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo.	61		Principio 7, 8 y 9
Aspecto: empleo				
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	32		
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	32 - 33	Actualmente se tiene identificado el número total de empleados por edad, sexo y región. En informes futuros se reportará la rotación de empleados.	Principio 6
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	46		
Aspecto: relaciones empresa/trabajadores				
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenioscolectivos.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: salud y seguridad en el trabajo				
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	40		Principio 1
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	41		Principio 1
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	43		Principio 1
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: formación y educación				
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	35	Actualmente tenemos el total de horas de formación por empleado, en el futuro este indicador se tendrá desglosado por categoría.	

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	34 - 36, 48		
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	34		
Aspecto: diversidad e igualdad de oportunidades				
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	33		Principios 1 y 6
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	Principios 1 y 6
Indicadores del desempeño de derechos humanos				
Aspecto: prácticas de dirección				
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: no discriminación				
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	74		Principios 1, 2 y 6
Aspecto: libertad de asociación y convenios colectivos				
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: explotación infantil				
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	74		Principios 1, 2 y 5
Aspecto: trabajos forzados				
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	74		Principios 1, 2 y 4

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
Aspecto: prácticas de seguridad				
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: derechos de los indígenas				
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.		No se reportó ningún incidente durante el año.	Principios 1 y 2
Sociedad				
Aspecto: comunidad				
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa .		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: corrupción				
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la Organización.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia su cálculo futuro.	
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia su cálculo futuro. Cuando se presentan casos de corrupción la Organización actúa de acuerdo a sus principios y valores, toma acción sobre los casos identificados.	
Aspecto: política pública				
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	18		Principio 10
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.		Este indicador se considera información confidencial de la Organización.	Principio 10

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
Aspecto: comportamiento de competencia desleal				
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.		Durante el periodo reportado no se encontraron acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra libre competencia.	
Aspecto: cumplimiento normativo				
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Indicadores del desempeño de la responsabilidad sobre productos				
Aspecto: salud y seguridad del cliente				
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia su cálculo futuro.	
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia su cálculo futuro.	
Aspecto: etiquetado de productos y servicios				
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	68		
Aspecto: comunicaciones de marketing				
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.		Actualmente la Organización Carvajal no tiene calculado este indicador, se espera reportar en próximos informes. Existen iniciativas que llevan hacia su cálculo futuro.	

No.	Indicador	Página	Comentarios	Principio PM.
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	
Aspecto: cumplimiento normativo				
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.		Actualmente este indicador no está calculado. Se espera reportarlo en los siguientes informes.	



CARVAJAL INTERNACIONAL S.A.

Calle 29 Norte No. 6A-40

Cali, Colombia

Teléfono +57(2) 667 5011

www.carvajal.com