



INFORME SOSTENIBILIDAD 2015 INDUPALMA

**INFORME SOSTENIBILIDAD
2015**

INDUPALMA

Dirección

Carlos Andrés Madrigal
Gerente General

Edición de Contenidos

Orietta del Pilar Prieto

Gerente de
planeación, ejecución
estratégica y de procesos

Gerardo Bohórquez Angarita
Jefe de Comunicaciones

Fotografías

Banco de Fotos de
INDUPALMA

www.indupalma.com

Cumplimos con las normas
sobre propiedad intelectual y
derechos de autor.

“DECLARACIÓN DE APOYO AL PACTO GLOBAL”

A medida que avanzan los años de nuestra adhesión al Pacto Global, el compromiso social, ambiental y económico de Indupalma con sus grupos de interés de cara a la operación crece. Este esfuerzo nos permite evidenciar como con cada labor que realizamos nos acercamos más a contribuir con el desarrollo y sostenibilidad del sector agroindustrial colombiano.

El desarrollo de nuestro ejercicio empresarial ha estado enmarcado por una absoluta coherencia entre la hoja de ruta estratégica y el afianzamiento de los principios del Pacto Global, siendo estos la base transversal de nuestro direccionamiento estratégico, descrito en tres pilares fundamentales; la focalización, el recogimiento y la sostenibilidad.

La alineación de nuestro equipo humano y la sinergia entre la estrategia y los diez principios, nos ha permitido avanzar significativamente en nuestro objetivo trazado: Ser una empresa agroindustrial rentable, competitiva y con un equilibrio financiero sostenible.

Es precisamente dicha coherencia, la que nos permite presentar a nuestros grupos de interés un nuevo Informe de Sostenibilidad, que recoge y evidencia la unión de esfuerzos y voluntades de todas y cada una de las personas de este gran equipo de trabajo; quienes día a día nos mantenemos perseverantes y llenos de esperanza frente a los presentes y futuros retos.

Los logros, retos y compromisos que aquí se describen, son el resultado de una puesta estratégica en la definición de la materialidad de la información que la empresa considera relevante y de interés específico en su relacionamiento y diálogo constructivo y permanente con grupos de interés.

Nuestro compromiso ineludible y apoyo irrestricto al Pacto Global de la Naciones Unidas, nos motivan a seguir contribuyendo como empresa a la consolidación de un país emprendedor, inclusivo, innovador y respetuoso de los Derechos Humanos; teniendo, siempre, como referente los lineamientos del Pacto Global y la certeza que con la palma de aceite, tenemos un racimo de oportunidades.

CARLOS ANDRÉS MADRIGAL
Gerente General







PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN

INDUPALMA Ltda. es una sociedad de responsabilidad limitada constituida el 24 de abril de 1.961, mediante la escritura pública número 1578 de la Notaría 3 de Bogotá, registrada bajo el número de matrícula 12596 y el N.I.T No. 860.006.780-4.

Los socios de INDUPALMA se reúnen una vez al año en Asamblea Ordinaria, y de manera extraordinaria cada vez que lo consideren pertinente, elaborando como soporte su respectiva acta.

Esta junta de socios nombra al Gerente General de la Empresa, quien es el Representante Legal de la misma, pero su asistencia a las asambleas no es obligatoria, a finales del año 2014, el Dr. Carlos Andrés Madrigal asumió la Gerencia General de INDUPALMA y el Dr. Andrés Monsalve continuó en la representación legal de la compañía.

MARCAS, PRODUCTOS Y MERCADOS ATENDIDOS

(Bienes y servicios)

La marca registrada de Indupalma comercializa dos tipos de productos: bienes agroindustriales, que corresponden al Aceite de Palma Crudo, el Aceite de Palmiste Crudo y la Torta de Palmiste; y materias primas para la producción del cultivo de palma de aceite, los cuales corresponden al Polen, las Semillas de Híbrido OxG Indupalma® y las Plántulas de Híbrido OxG Indupalma®

Entre los servicios prestados por la empresa se encuentra: la Asistencia Técnica y la Operación Logística de proyectos de palma de aceite.





BIENES AGROINDUSTRIALES las ventas de estos productos en 2015, fueron las siguientes:

Ubicación	Productos Vendidos	Sectores	Tipo de Clientes
Colombia, Europa, Centroamérica, Chile, México	Aceite de Palma Crudo	Industrial y de Servicios	Empresas del Grupo Grasco, empresas productoras de grasas y aceites comestibles, empresas de alimentos concentrados para animales, empresas de jabonería y detergentes, y Comercializadoras Internacionales: C.I Acepalma y CI MIRA, para la exportación.
Colombia, Centroamérica, Europa	Aceite de Palmiste Crudo	Industrial y de Servicios	Empresas del Grupo Grasco, empresas productoras de grasas y aceites comestibles, empresas de alimentos concentrados para animales, empresas de jabonería y detergentes, Comercializadora Internacional: CI Acepalma, con destino a la exportación.
Colombia	Semillas de palma Híbrido OxG Indupalma	Agrícola	Induaria de la Palma SAS (Meta)
Colombia	Plántulas de palma de aceite Híbrido OXG Indupalma	Agrícola	Agricultores independientes y nuevos inversionistas de la zona central palmera del país.
Colombia	Polen	Agrícola	Empresas y agricultores independientes con cultivos de palma de aceite, especialmente de la variedad de híbridos en todas las zonas palmeras del país.
Colombia	Torta de Palmiste	Agroindustrial y de Servicios	Empresas productoras de alimentos concentrados para animales; ganaderos, plantas de procesamiento agroindustrial, y plantas de beneficio de palma de aceite de la zona central palmera del país (Magdalena Medio).

Fuente: Gerencia Comercial Indupalma

SERVICIOS

El servicio de administración de proyectos de INDUPALMA, contempla la estructuración y operación técnica y logística de proyectos agronómicos de palma de aceite, en los cuales se aprovecha tanto el conocimiento y la experiencia, como las promisorias proyecciones del aceite de palma en el mercado nacional e internacional. Los servicios de INDUPALMA incluyen desde la planeación del proyecto hasta la comercialización del producto.





NEGOCIOS DE PALMA DE ACEITE ADMINISTRADOS POR INDUPALMA EN 2015

Con corte al 31 de diciembre de 2015 INDUPALMA administraba los siguientes proyectos de palma de aceite:

Zona Central (Magdalena Medio)

NEGOCIOS	Hectáreas Sembradas	Hectáreas Producción	Hectáreas Proceso
COOPALMAG	1.547,83	1.547,83	-
COOPALMARES	952,28	889,73	62,55
COOPSABANA	449,23	449,23	-
EL PALMAR	1.490,48	1.490,48	-
HATO SAMBRA	16,69	16,69	-
SANTA ROSA	43,87	43,87	-
Total negocios de terceros	4.500,38	4.437,83	62,55
Indupalma Zona Central	9.837,37	8.494,77	1.342,60
Futuro de la palma	416,42	400,95	15,47
Total Indupalma cultivos propios.	10.253,79	8.895,72	1.358,07
Total negocios (Magdalena Medio)	14.754,17	13.333,55	1.420,62

Indupalma terminó el año 2015 operando logísticamente un total de seis (6) proyectos de palma de aceite, ubicados en la zona centro del país que disponen de 4.500 Ha.

Durante ese mismo año el área administrada se disminuyó en 2.500 hectáreas aproximadamente, debido a que se retiraron de la Operación Logística cuatro (4) negocios, El Horizonte con 1.301,04 hectáreas; Empalmar 1, con 89,89; Empalmar 2 con 104,06; y Las Elsas con 206,13 hectáreas. Esta situación se presentó debido a la coyuntura propia algunos proyectos y por común acuerdo entre las partes. De igual manera se disminuyó en 765,76 hectáreas el proyecto Coopsabana, que corresponden a predios cuyos proveedores no entregan el fruto desde 2013.

Proyectos que salieron de operación logística en 2015

NEGOCIOS	Hectáreas
EL HORIZONTE	1.301,04
EMPALMAR 1	89,89
EMPALMAR 2	104,06
LAS ELSAS	206,13
Total negocios	1.701,12

Disminución de área administrada en proyectos sin entrega de fruto en 2015

NEGOCIOS	Hectáreas
COOPSABANA	765,76
Total negocios	765,76

Zona Oriental: Meta

Área bruta (Ha)	Área sembrada a 31 de diciembre de 2013 (Ha)	Área sembrada a 31 de diciembre de 2014 (Ha)
6.266	2.756	2.349
Área bruta (Ha)	Área sembrada en 2015	Área sembrada a 31 de diciembre de 2015 (Ha)
6.266	799,86	3.144,43



ESTRUCTURA OPERATIVA Y NEGOCIOS

La administración de negocios de palma de aceite se realiza principalmente en el Magdalena Medio, específicamente en el municipio de San Alberto y en las comunidades de Costilla y Pelaya en el Departamento del Cesar; y en Sabana de Torres en el Departamento de Santander.

LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE INDUPALMA EN 2015

Se compone de 5 Gerencias 14 áreas de dirección estratégica y 23 jefaturas

1. Gerencia General:

- Gestión del Talento Humano
- Gestión Jurídica
- Gestión Control Interno, Seguridad y Auditoría
- Gestión de la Producción
- Gestión Financiera
- Responsabilidad Social Empresarial
- Proyectos y Servicios de Palma
- Tecnologías de Información y Comunicaciones
- Gestión Cadena de Abastecimiento

2. Gerencia Planeación, Ejecución Estratégica y de Procesos:

- Planeación Estratégica y Comunicaciones
- Gestión de la Información
- Gestión de procesos y sistemas integrados
- Gestión ambiental

3. Gerencia Comercial

4. Gerencia Agronómica de Palma:

- Agronómico de proyectos
- Agronómico agroindustrial

5. Gerencia Investigación, Desarrollo y Sanidad

INDUPALMA es una empresa agroindustrial del sector palmicultor colombiano, dedicada al cultivo, compra y procesamiento de fruto de palma de aceite, y a la comercialización de los aceites de palma y de palmiste crudos y de sus productos derivados.

Adicionalmente presta los servicios de operación logística a los palmicultores que le han delegado la administración de sus negocios y la asistencia técnica agronómica a los proveedores de fruto.





NUESTRA EMPRESA



UBICACIÓN

La sede principal de INDUPALMA está ubicada en Bogotá, en la calle 67 No. 7-94 Piso 8.

La empresa desarrolla operaciones en los cultivos de palma de aceite en los departamentos de Cesar, Santander, Norte de Santander y Meta. Adicionalmente, cuenta con una oficina administrativa ubicada en Bucaramanga, para la atención a pensionados.

A 31 de diciembre de 2015 la empresa contaba con:

- 463 empleados directos con contrato a término indefinido, 29 aprendices, 13 empleados temporales y 756 pensionados.
- De los 463 empleados directos, 98 son mujeres y 365 son hombres.
- Del total de empleados, 340 están cubiertos por la Convención Colectiva.
- En 2015 el 28% del fruto ingresado a la planta industrial correspondió a fruto de terceros
- La planta extractora procesó 257.950 toneladas de fruto en 2015
- Las ventas de la empresa en 2015 tuvieron el siguiente comportamiento, en ingresos por \$137 mil millones con un incremento de 27% con respecto a 2014 (\$107 mil millones). Este crecimiento se explica por los buenos resultados alcanzados con las estrategias de compra de fruto (Plan Amigo Palmero) y la comercialización de gran parte de los aceites de palma y de palmiste en el mercado de exportación, lo que permitió fluidez en su comercialización y facilitó el manejo de caja en la compañía.

Los ingresos por la venta de los aceites de palma y de palmiste representaron el 96,8% de los ingresos de la empresa. La torta de palmiste contribuyó con el 2,1% y los productos del área de Investigación y desarrollo (semillas, plántulas y polen) lo hicieron con el 1,1%.



NUESTRA EMPRESA



Descripción	2015	2014	Var 2015 - 2014	Part. 2015
ACEITE DE PALMA	114.161.599	90.943.284	26%	83,3%
ACEITE DE PALMISTE	18.504.608	13.222.420	40%	13,5%
TORTA	2.850.648	2.078.316	37%	2,1%
PLANTULAS	267.028	1.040.262	-74%	0,2%
POLEN	448.909	283.030	59%	0,3%
SEMILLAS	875.921	1.379	NA	0,6%
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	137.108.714	107.568.691	27%	100%

Fuente: Indupalma. Gerencias Comercial y Financiera.

- Para el año 2014 INDUPALMA registraba pasivos por valor de \$321.525.200.000 y finalizó el año 2015 con de \$319.773.192.000 es decir una disminución de \$1.752.008.000 equivalente a un 0,54%.

ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

CERTIFICACIONES

Durante el año 2015 se obtuvieron las re-certificaciones de las normas ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 Y OHSAS 18001:2007.

Adicionalmente se obtuvo la certificación RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) en el mes de abril de 2014.

- ISO 9001: cumplimiento de los requisitos del Sistema de Gestión de Calidad.
- ISO 14001: estándares internacionales de gestión ambiental.
- OSHAS 18001: estándares en sistemas de gestión de la salud y seguridad laboral.

Así mismo, el sello Kosher of America hizo su seguimiento anual y dio su visto bueno a la certificación Kosher, concedida por cumplir con los estándares requeridos por esta organización en el procesamiento del aceite de palma.

LA ESTRATEGIA

Teniendo como eje para alcanzar la competitividad, INDUPALMA ha venido consolidando el esfuerzo por la excelencia y la calidad de sus productos y servicios, como un factor imprescindible y diferenciador en entornos empresariales cada vez más exigentes.

Así que, establecimos una guía de ruta, enfocada en fortalecer el proceso de mejoramiento de la empresa a todo nivel, a través de una estrategia empresarial enfocada en tres pilares: **Focalización, Recogimiento y Sostenibilidad.**

La focalización se traduce en dos ejecuciones tácticas: el Plan Amigo Palmero y el proyecto Empálmate, iniciativas que surgen del compromiso de la empresa por alinear y enfocar todos los esfuerzos y operaciones hacia la competitividad, la calidad, la excelencia de sus servicios, productos y toda su cadena de valor.

De manera que, la focalización busca direccionar toda la gestión hacia la excelencia operativa, convirtiéndola en un mandamiento de acción como elemento transversal de la estrategia; tarea en la que se cuenta con la respuesta oportuna y activa de todos los equipos de trabajo.

En ese mismo sentido, el recogimiento como segundo pilar de esta estrategia se basa en un replanteamiento de las prioridades empresariales y el enfoque en los proyectos que representan mayor valor a los objetivos.

Ahora bien, enfocarse en el gasto inteligente y la austeridad en el gasto administrativo, optimizando los recursos para "hacer más con lo mismo" y de esta manera hallar un estado de equilibrio, fue el reto que se planteó con el establecimiento de la sostenibilidad como tercer pilar; que es a su vez, el resultado esperado de la ejecución de los dos primeros pilares.

Sin duda, este es un gran reto que se está cumpliendo gracias a la voluntad y el esfuerzo constante de cada uno de los colaboradores/as por ser mejores y por ver en el cambio cultural una nueva posibilidad de crecimiento personal y empresarial; identificando la adquisición de habilidades operativas y humanas como el camino hacia el logro de los objetivos.



¿Y cómo se está materializando esta estrategia en la cotidianidad?

Concentrándose en la eficiencia de los procesos y actividades que se tiene a cargo, entendiendo la cadena de valor como la esencia y poniendo al servicio de la empresa toda la capacidad, conocimiento y actitud positiva del equipo para la mejora continua.

GOBERNABILIDAD Y COMPROMISOS CON GRUPOS DE INTERÉS

GOBIERNO

Los órganos máximos de dirección de INDUPALMA son la Junta Directiva y la Gerencia General. Ninguno de los miembros de la Junta Directiva trabaja directamente en INDUPALMA y el Gerente General tiene voz pero no voto en la Junta Directiva.

COMITÉS Y MECANISMOS DE COMUNICACIÓN CON EL ÓRGANO DIRECTIVO

La estructura de gobierno utilizada para hacer posible la supervisión de la gestión y la definición y revisión constante de la estrategia de la organización, está conformada por los siguientes comités:

- **Reunión de seguimiento del proyecto Empálmate:**

Este espacio tiene lugar todos los miércoles y busca la sincronización entre las áreas de Agronómico, Alrío y Planta extractora, este alineamiento corporativo está encaminado hacia la búsqueda de objetivos comunes y no individuales, el incremento en la tasa de extracción, el aseguramiento el sistema de programación y control de la producción, la disminución de los costos logísticos y de producción, adicional al incremento de la productividad, eficiencia y el uso adecuado de los recursos.

- **Comité Plan Amigo Palmero:**

Estas reuniones se realizan los martes y su propósito es hacer seguimiento a la Estrategia de Compra de Fruto a proveedores de Proyectos No Administrados, con el fin de optimizar la utilización de la capacidad de procesamiento de las plantas de Indupalma y Oro Rojo.

- **Comité Obrero patronal**

El Comité Obrero Patronal es un medio de construcción del tejido laboral, cuya creación fue pactada en la Convención Colectiva de Trabajo en su cláusula Décima Octava; su finalidad es estudiar y buscar las soluciones a los problemas que surjan entre la empresa y los trabajadores/as.

Está conformado por dos integrantes de la empresa (jefe relaciones laborales y jefe bienestar) y dos miembros de la junta sindical, los cuales se reúnen una vez al mes.

- **Mesa de Control:**

Este comité está destinado para el seguimiento de las metas e indicadores de producción del cultivo y el beneficio del fruto de la palma de aceite y se realiza mensualmente.

- **Espacios Para el Diálogo:**

Escenarios de evaluación conjunta de la vida laboral y verificación de cumplimiento del Índice de Credibilidad (es un símbolo permanente a la palabra y a la confianza, que orienta la conducta y la actividad empresarial en INDUPALMA que representa un mutuo compromiso para la Empresa y el Sindicato, relacionados con el mejoramiento y la construcción de las habilidades humanas al interior de la relación de trabajo. Los acuerdos allí establecidos se revisan en el Espacio para el Diálogo, estos espacios son coordinados por la Gerencia General o en su caso, por el Director de Gestión del Talento Humano, conjuntamente con el Presidente del Sindicato o la persona que éste delegue.

- **Mecanismo de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias - PQRS**

Medio de diálogo transparente con los grupos de interés de la organización, mediante el cual se atienden y tramitan las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias emitidas por estos grupos.

NUESTRA EMPRESA



ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECEMOS Y/O ENTES NACIONALES E INTERNACIONALES A LOS QUE APOYAMOS

Entidades	Iniciativas de RSE y DDHH	Gremios y Centros de Pensamiento del Sector
Fundación Ideas para la Paz	Red Local del Pacto Global	Fedepalma
Fundación Carolina Colombia	Guías Colombia	Cenipalma
	RSPO	CI Acepalma
		Bureau Veritas

GRUPOS DE INTERÉS DE INDUPALMA



MECANISMOS DE INCLUSIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS Y FRECUENCIA DE PARTICIPACIÓN



En el año 2014, INDUPALMA desarrolló un modelo de diálogo para conocer los impactos económicos, sociales y ambientales, a partir de la estrategia, misión y visión de la empresa, así como de las percepciones de los grupos de interés, adaptando al contexto empresarial la metodología Measuring Impact y utilizando herramientas adecuadas para cada grupo de interés.



A partir de este proceso de diálogo se realizó un diagnóstico de impactos que permitió generar un plan de acción social para ser implementado a partir de marzo del 2015. Para realizar el diagnóstico se utilizó la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, tomando como variables las dimensiones económica, social y ambiental, además del plan estratégico de la empresa.



La realización de esta evaluación de impactos de INDUPALMA, representó un importante reto en cuanto a la identificación de los efectos que está generando la operación, y las expectativas que tienen los grupos de interés frente al relacionamiento con la empresa. En este sentido, se trata de un paso más en el proceso de construcción de confianza y afianzamiento del modelo de Valor Compartido que ha promovido la Empresa desde hace más de veinte años.

A partir de este proceso, se identificaron los impactos positivos que requieren potenciar las acciones para mantenerlos y mejorarlos, así como los efectos negativos que requieren medidas inmediatas de mitigación. Esta identificación permitió completar el plan de acción social de la Empresa, involucrando las áreas más representativas.



Asimismo, el proceso de diálogo con los grupos de interés permitió compartir los cambios en la estrategia de INDUPALMA, presentando la nueva misión y visión de la Empresa con enfoque hacia el año 2016, con responsabilidad económica, social y ambiental hacia los accionistas clientes, proveedores, trabajadores y comunidad de la zona de influencia y el país en general.





A continuación se presentan los principales resultados de esta evaluación, haciendo especial énfasis en los impactos sociales evidenciados en cada grupo de interés, así como los principales aprendizajes de este proceso.

GRUPO DE INTERES	PERCEPCIÓN
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Positiva: Provee una fuente de ingreso importante para sus familias y la región en donde habitan. • Positiva: Reconocimiento del sentido de responsabilidad social empresarial.
Clientes de Productos	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con la calidad de los productos que compran a la Empresa y con la atención que reciben por parte de los funcionarios de la misma. Se presentan algunas quejas marginales relacionadas con la escasa disponibilidad de producto, especialmente en la época de baja cosecha. • Positiva: Conocimiento de la Empresa en cuanto a su misión, visión y certificaciones RSPO y normas de calidad.
Clientes de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento del cumplimiento de INDUPALMA respecto a los lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) referentes a sus tres ejes fundamentales (rentabilidad económica, responsabilidad social, y sostenibilidad ambiental). • Positiva: Identificación de INDUPALMA como promotor de desarrollo y bienestar en la región.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la igualdad de género en la contratación y lucha contra la contratación de menores de edad. • Negativa: Los cambios financieros que se han dado en los últimos meses, especialmente en la disponibilidad de flujo de caja para atender los compromisos, han propiciado impactos económicos negativos en los proveedores.
UNIDADES AUTONOMAS EMPRESARIALES UAE'S	<ul style="list-style-type: none"> • Positiva: Promotor del desarrollo económico, social y ambiental en la región. • Positiva: Promotor de desarrollo económico y social en la región.
Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de Indupalma como dinamizador de empleo en la región. • Alta valoración del compromiso educativo en la región

PARÁMETROS DEL REPORTE, ALCANCE Y COBERTURA

Alcance

INDUPALMA constituye este informe como su cuarta Memoria de Sostenibilidad presentada anualmente, bajo los principios y recomendaciones del Global Reporting Initiative, según la versión GRI 4. En él se recogen y comparten las principales actividades desarrolladas por la Empresa en el año 2015 en materia de sostenibilidad, dando respuesta a los requerimientos y compromisos adquiridos de los 10 Principios básicos del Pacto Global.

Metodología de elaboración del Informe

La información se elaboró teniendo en cuenta los diferentes niveles de aplicación del GRI4, mediante la participación de las distintas áreas de la Empresa y los resultados del diálogo permanente con sus grupos de interés. Para algunos indicadores se contaba con información propia y, para otros, se hicieron estimativos propios que son debidamente mencionados según sea el caso.



La memoria más reciente presentada por Indupalma corresponde a la reportada en diciembre de 2014, cuya información comprendía el periodo abarcado de enero a diciembre de 2014.

Aunque Indupalma está impulsando fuertemente su filosofía de Valor Compartido y su modelo social en el Ariari, en calidad de operador logístico, este informe profundiza principalmente en los aspectos económicos y sociales de su actividad en el Magdalena Medio.

Principios por los que se rige el informe

Para la elaboración de la presente memoria, Indupalma tuvo en cuenta los principios de la metodología GRI4:

Materialidad: La información contenida en esta memoria, abarca los aspectos e indicadores que reflejan los impactos más significativos dentro de la dimensión social, ambiental y económica de la empresa, que pueden influir en las evaluaciones, decisiones o acciones de los grupos de interés hacia la organización.

Exhaustividad: La publicación da cobertura a los indicadores y aspectos materiales exigidos para que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de Indupalma durante 2015.

Inclusividad: Indupalma identifica sus grupos de interés y mantiene un diálogo permanente con cada uno de ellos, mediante la gestión propia de las distintas áreas, quienes evalúan e interpretan las necesidades de éstos, con el fin de consolidar y dar respuesta dentro de la estrategia de la empresa a las expectativas de los mismos.

Precisión y claridad: La información que se comparte es precisa y detallada con el fin de que los diferentes grupos de interés puedan valorar el desempeño de la empresa.

Fiabilidad: La información contenida en la memoria fue recopilada, analizada y presentada de forma tal que pueda ser sujeta a exámenes y auditorías que establezcan la calidad y materialidad de la información.

Contacto

En caso de cualquier duda o sugerencia respecto a este reporte, los lectores pueden remitirse al Jefe de Comunicaciones: Gerardo Enrique Bohórquez Angarita a la dirección Calle 67 # 7-94, Piso 8, en la ciudad de Bogotá, teléfono 3470010 ext. 277 o al correo electrónico: gbohorquez@indupalma.com



DIMENSIÓN ECONÓMICA

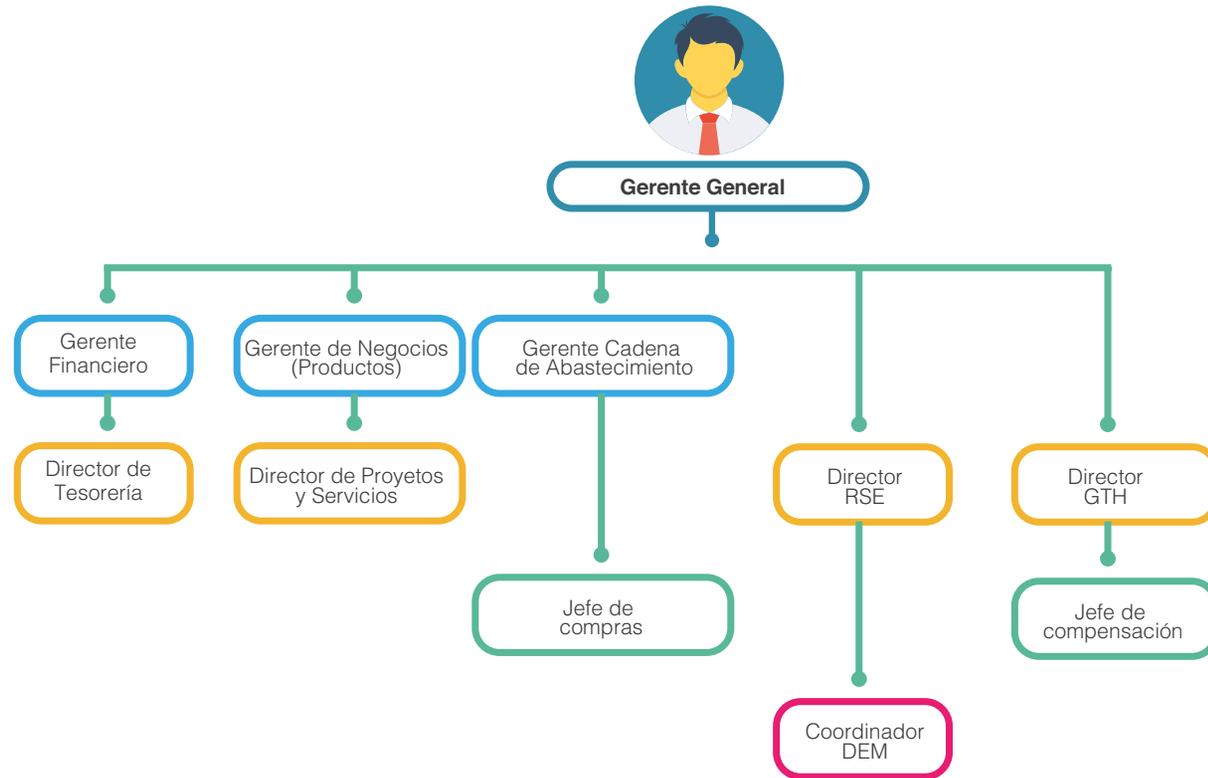
INDUPALMA promueve el desarrollo económico regional y nacional mediante diferentes componentes que se incorporan en la operación y administración de los proyectos agronómicos. Estos son:

- **Compra a proveedores locales de fruto:** INDUPALMA convierte a los inversionistas en sus proveedores mediante la compra garantizada del producto cosechado (fruto de palma) en el largo plazo y bajo condiciones de mercado.
- **Compra a proveedores locales de bienes y servicios:** INDUPALMA

desarrolla un portafolio de proveedores de bienes y servicios locales que cumplan con estándares de calidad y precios competitivos.

- **Promoción impositiva y contribuciones parafiscales:** comprende la verificación del cumplimiento de la normatividad tributaria y parafiscal por parte de las UAE y el cumplimiento estricto de tal normatividad por parte de INDUPALMA.

La responsabilidad de la organización frente a la dimensión económica se relaciona en las siguientes áreas:



DESEMPEÑO DEL SECTOR PALMERO EN COLOMBIA, 2015

Colombia contaba con 466.185 hectáreas sembradas en palma de aceite al cierre de 2015, (Gráfica). Con respecto al año anterior, el área sembrada creció 3,6%, cifra inferior al promedio de los últimos 5 años, cuyo crecimiento fue del 4,3%.

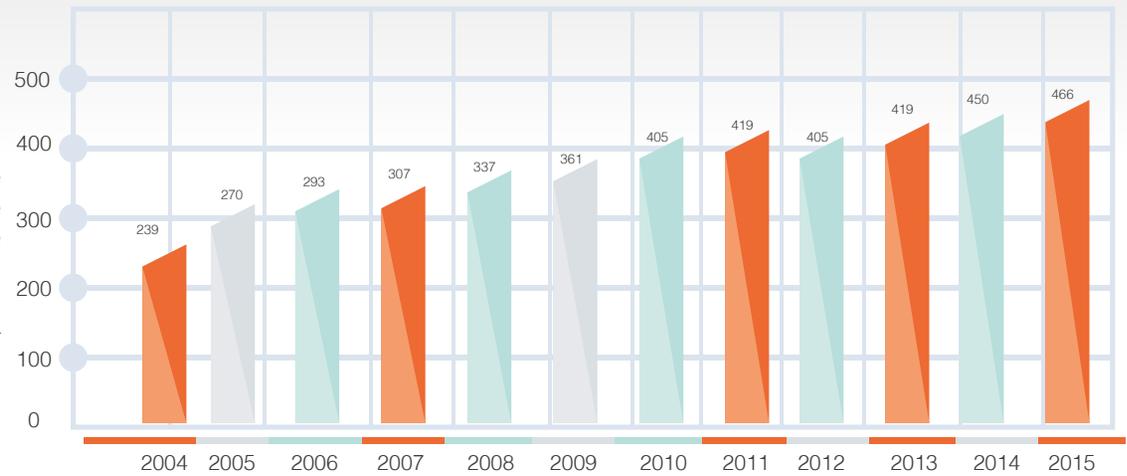
La Zona Oriental es la de mayor participación en área sembrada con el 39%, le sigue la Zona Central con el 31%, la Zona Norte con 26% y la Sur Occidental con solo el 4%.



**DIMENSIÓN
ECONÓMICA**

Del total sembrado en palma de aceite en Colombia, 88.523 hectáreas se encontraban en fase de desarrollo y 377.662 estaban en fase de producción, lo que muestra una composición de 19% en edad improductiva y de 81% en etapa de producción.

Área Sembrada en palma de aceite en Colombia 2004-2015 (Miles/h)



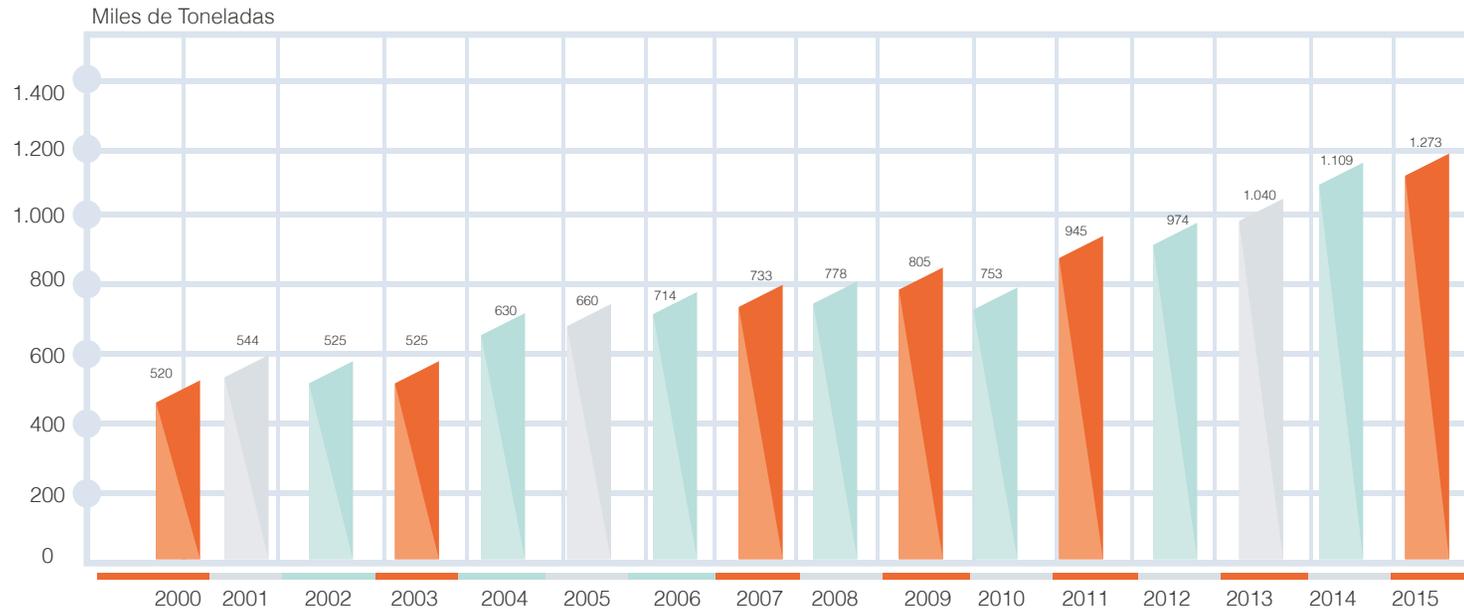
Fuente: Fedepalma, febrero 2016.

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE PALMA CRUDO EN COLOMBIA

La producción de aceite de palma crudo llegó a 1.272,520 toneladas en 2015, con un crecimiento del 15% frente al año anterior, lo que se explica, principalmente, por el crecimiento de las áreas que entraron en producción.

Este crecimiento superó, en más del doble, la variación observada durante los dos últimos años, y se mantiene con la tendencia positiva de crecimiento que se observa en el sector desde 2011.

Producción de aceite de palma crudo en Colombia 2000-2015 (Miles/t)



Fuente: Fedepalma. Bolétin Económico febrero de 2016.

DIMENSIÓN
ECONÓMICA



En cuanto a la dinámica estacional de la producción del aceite de palma en Colombia, si bien el 2015 mantuvo el patrón predominante de una mayor producción durante el primer semestre, la proporción de la producción durante el segundo semestre fue superior al promedio de los últimos 10 años.

En este sentido, entre enero y junio de 2015 se produjeron 653.743 toneladas, que representaron el 51%, cifra inferior al promedio de proporción de la producción en el primer semestre (54%) en los últimos 16 años. Entre julio y diciembre de 2015 la producción fue de 618.778 toneladas, que aportaron el 49% al total nacional, porcentaje superior al promedio observado en el periodo 2000-2015 (46%).

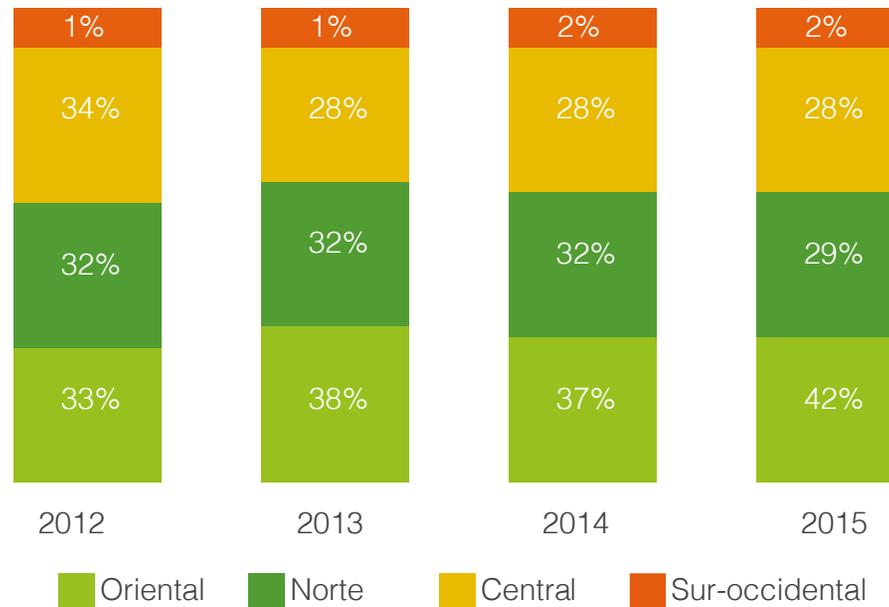
La Zona Oriental alcanzó en 2015 la mayor producción regional de aceite crudo, registrando 524.741 toneladas, con 113.724 adicionales a las obtenidas en 2014, con una variación anual del 27,7%. Como consecuencia de lo anterior, esta zona aportó el 10,2% al crecimiento total y participó con el 41,2% de la producción nacional.

La Zona Norte obtuvo 370.285 toneladas, mostrando un incremento del 3,4%, con 12.242 toneladas adicionales a las obtenidas en 2014. Esta zona aportó el 1,1% al crecimiento total, logrando una participación de 29,1% en el agregado nacional.

La zona Central produjo 354.162 toneladas, con un aumento anual de 9,9% que equivale a 31.780 toneladas adicionales respecto a lo obtenido en 2014. Esta dinámica le permitió contribuir con 2,9% al crecimiento total nacional y ubicarse como la tercera en participación dentro de la producción nacional (27,8%).

La zona Suroccidental registró 23.334 toneladas, mostrando (al igual que la zona Oriental) el mayor incremento regional, con una tasa de crecimiento del 27,7%, representada en 5.068 toneladas adicionales a las reportadas durante 2014. Con esto, la producción de la zona, aportó el 0,5% al crecimiento total y participó con el 1,8% de la producción nacional.

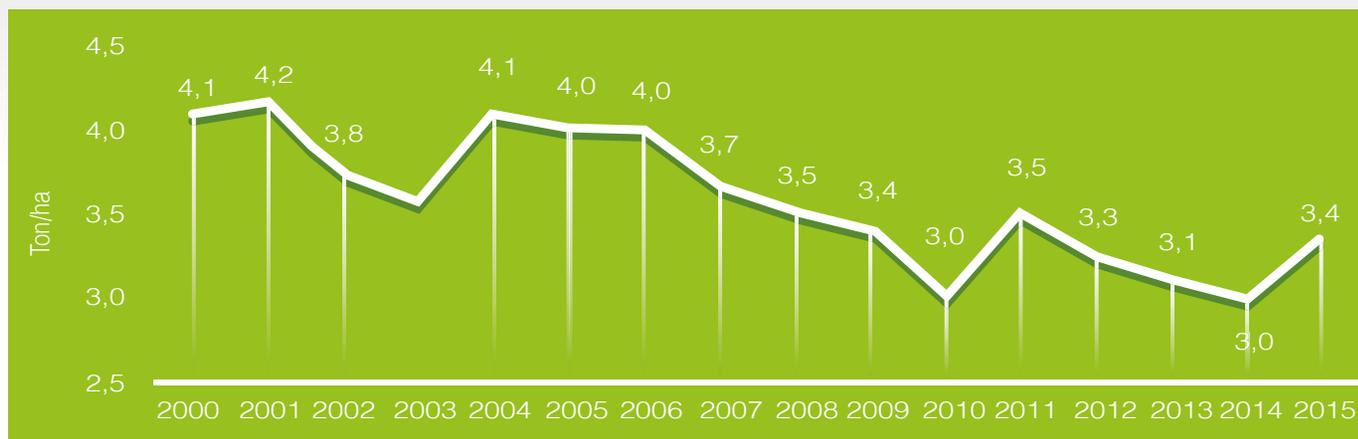
Distribución de la producción de aceite de palma crudo por zonas palmeras. 2012-2015.



Fuente: Fedepalma. Bolétin estadístico enero de 2016.

DIMENSIÓN
ECONÓMICARENDIMIENTOS DE LA
PRODUCCIÓN DE ACEITE DE
PALMA CRUDO EN COLOMBIA

La productividad de aceite de palma crudo por hectárea aumentó en 2015, al registrar, en promedio, una producción de 3,4 toneladas por hectárea, cifra superior a las 3,0 toneladas reportadas en 2014. Este comportamiento se explica por el aumento de la edad de las hectáreas en producción y el aumento en la producción de fruto de los racimo



Fuente: Indupalma Gerencia Comercial, con base en informe Fedepalma 2015

IMPORTACIONES DE ACEITES Y GRASAS EN COLOMBIA

En 2015 se importaron en Colombia 645.100 toneladas de aceites y grasas animales y vegetales, con una disminución del 2% frente a 2014 (651.510/t). De estas importaciones, los aceites y grasas vegetales crudos registraron una disminución del 0,74%, destacándose una reducción de aceite de girasol crudo, en la cual se importaron 26.910 toneladas frente a las 38.940 reportadas en 2014.

En el caso de los aceites vegetales refinados, se tuvo una caída del 38%, especialmente por las menores importaciones de aceite de palma refinado (-30%).

Importaciones de aceites y grasas a Colombia 2014-2015 (Miles de toneladas).

	Enero - Diciembre		Variación	
	2014	2015	Abs	%
Aceites y grasas vegetales	623,44	618,82	-4,62	-0,74
Aceites crudos	518,76	553,96	35,20	6,79
Aceite de palma crudo	96,3	105,86	9,56	9,92
Aceite de palmiste crido	1,62	4,91	3,29	202,87
Aceite de soya crudo	284,33	294,99	10,66	3,75
Aceite de frijol soya	80,67	102,01	21,34	26,45
Aceite de girasol crudo	38,94	26,91	-12,03	-30,89
Otros	16,9	19,28	2,38	14,11
Aceites refinados	104,69	64,86	-39,83	-38,05
Aceites de palma refinado	25,43	17,62	7,81	-30,69
Otros	79,26	47,23	-32,03	-40,41
Aceites y grasas animales	28,07	26,28	-1,79	-6,38
Aceites de pescado	3,2	3,15	-0,05	-1,36
Sebos y grasas de desperdicio	12,24	11,8	-0,44	-3,59
Otros	12,63	11,33	-1,30	-10,36
Total general	651,51	645,1	-6,41	-0,98
Frijol soya	448,17	566,71	118,54	26,45

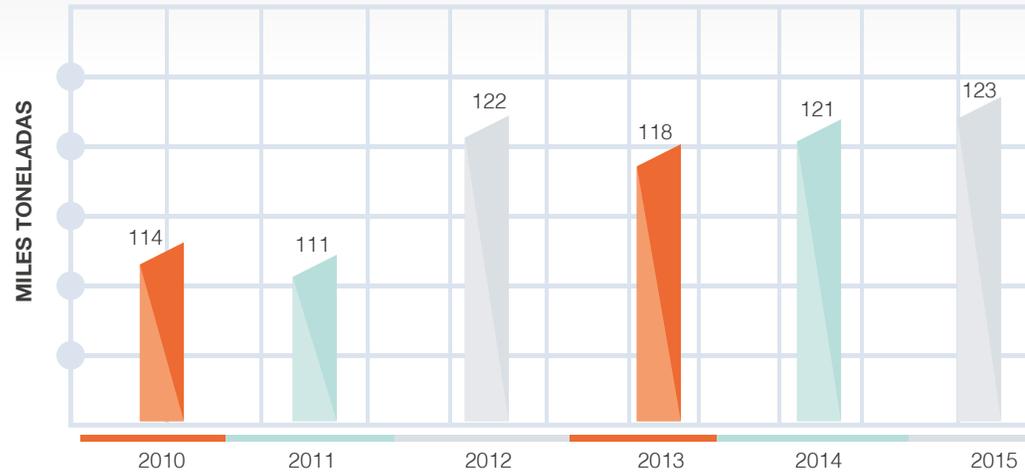
Fuente: Boletín estadístico mensual Fedepalma. Enero de 2016

DIMENSIÓN
ECONÓMICA



Con respecto al total de aceite de palma crudo y refinado se importaron en total 123.480 toneladas en 2015, cifra 1% superior a la registrada en

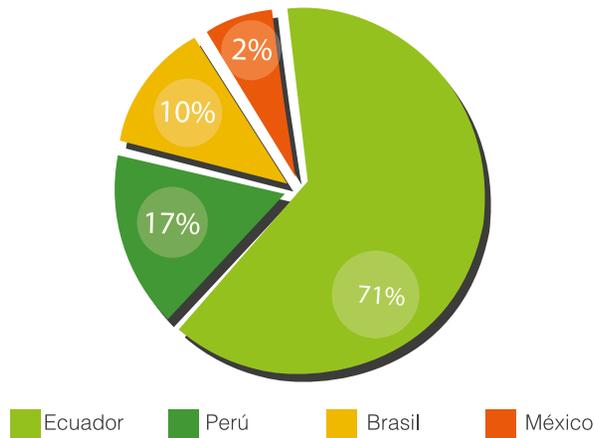
2014 que fue de 121.730 toneladas. Con respecto al promedio de los últimos 5 años, el incremento ha sido del 5%.



Fuente: Boletín estadístico mensual Fedepalma. Enero de 2016.

Según procedencia, el país que registró las mayores ventas de aceite de palma crudo a Colombia fue Ecuador, con el 71%, seguido de Perú y Brasil con el 17% y el 10%, respectivamente.

Importaciones de aceite de palma crudo por países en 2015.

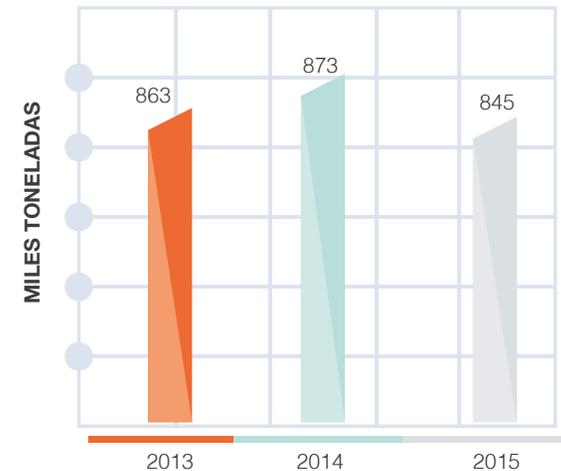


Fuente: Fedepalma. Análisis de la coyuntura de comercialización, febrero de 2016.

VENTA DE ACEITE DE PALMA CRUDO SEGÚN MERCADOS DE CONSUMO NACIONAL

Las ventas de aceite de palma crudo al mercado nacional en 2015 disminuyeron un 3%, con respecto al año anterior, pasando de 871.900 toneladas en 2014 a 844.700 en 2015.

Ventas de aceite de palma crudo al mercado Nacional 2013-2015.



Fuente: Análisis de la coyuntura de la comercialización febrero- 2016.

DIMENSIÓN
ECONÓMICA

En 2015 las ventas de aceite de palma crudo al segmento de mercado tradicional (alimentos, jabonería) siguieron disminuyendo, en concordancia con el descenso del consumo por parte de la industria de aceites y grasas comestibles. En contraste, las ventas al sector de Biodiésel mantuvieron su dinamismo. El mercado tradicional de alimentos comestibles, alimentos concentrados para animales, jabonería y otros, redujo la absorción de aceite de palma de 376.600 toneladas en 2014 a 327.200 toneladas en 2015, con un decrecimiento del 13%. El Biodiésel, por su parte, presentó un crecimiento del 5%, al pasar de un consumo de 473.900 toneladas en 2014 a 496.200 toneladas en 2015.

Ventas aceite de palma crudo por segmentos 2014 - 2015

Segmento	Año		Variación	
	2014	2015	Absoluta	%
Biodiésel	473,9	496,2	22,3	5%
Industria de aceites y grasas comestibles	331,5	296,3	-35,2	- 11%
Industria alimentos concentrados	54,1	39,7	- 14,4	-27%
Industriales jaboneros	6,9	1,9	-5	-72%
Otros industriales	6,5	10,5	4	62%
Subtotal	399	348,4	- 50,6	- 13%
Total	872,9	844,6	- 28,3	- 3%

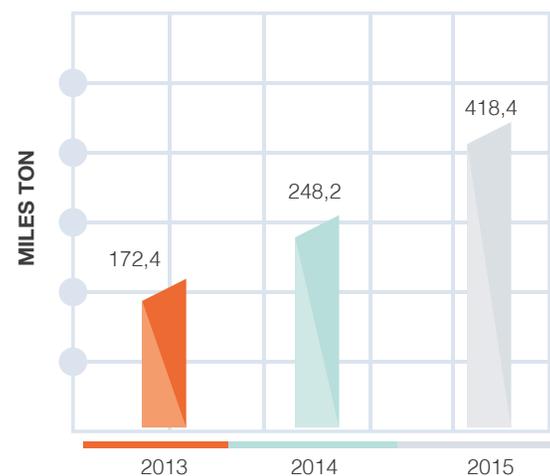
Fuente: Fedepalma, Análisis de la coyuntura de la comercialización. Febrero de 2016.

EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA

En 2015 Colombia exportó 418.400 toneladas de aceite de palma crudo frente a 248.200 toneladas registradas en 2014, lo que representa un crecimiento del 69% (170.200/t) con respecto al año anterior.

Este incremento se explica por el crecimiento generalizado que presentó la producción en las cuatro zonas del país, debido a la entrada en producción de cultivos que estaban en período de desarrollo (menos de 3 años).

Evolución de las Exportaciones de aceite de palma 2013-2015.



Las Zonas Occidental y Norte se mantuvieron en 2015 como las principales exportadoras de aceite de palma en el país, con participaciones del 77% y 42% de su producción, respectivamente. Pese a la localización distanciada de los puertos, la Zona

Oriental aumentó las exportaciones con respecto al año anterior y se posicionó por encima de la Zona Central con el 28%.

Exportaciones de aceite de palma crudo por zonas palmeras 2014-2015.

Ventas de exportación de aceite de palma crudo por zona				
Zona	Ventas de exportación		Participación (Expo/ Prod)	
	2014	2015	2014	2015
Oriental	57	145,2	14%	28%
Norte	115,3	157,8	32%	42%
Occidental	11,1	17,9	60%	77%
Central	64,7	95	20%	27%

Fuente: Análisis de la coyuntura de la comercialización, enero de 2016.

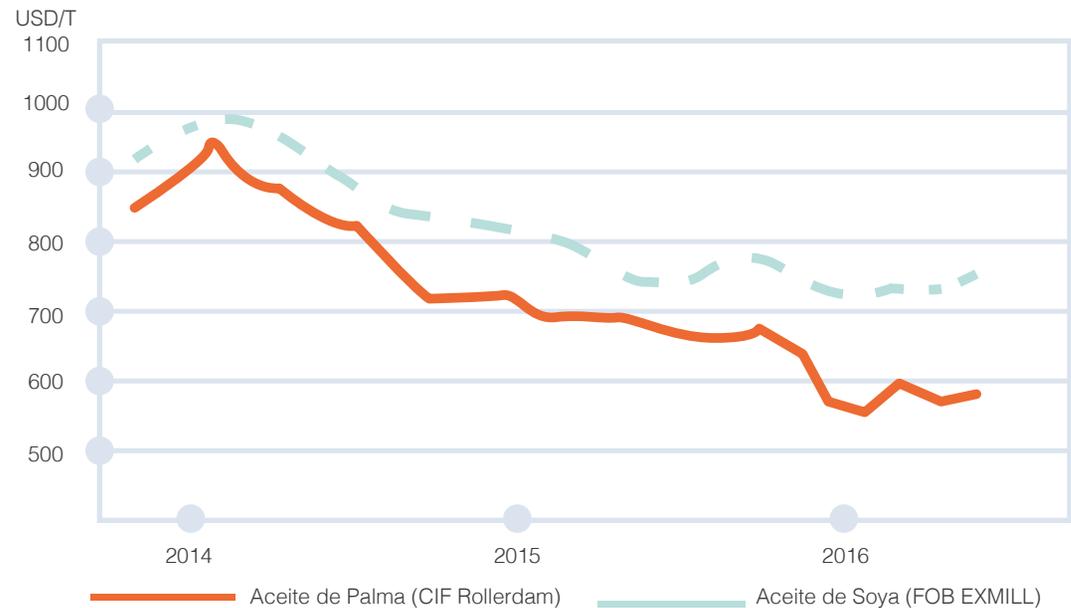
PRECIOS INTERNACIONALES Y NACIONALES

El precio internacional del aceite de palma crudo CIF Rotterdam, en promedio, fue de US\$ 622 por tonelada en 2015, reflejando una caída de 33%; por su parte, el precio internacional del aceite de soya, Dutch Europa, alcanzó un promedio de US\$ 757 por tonelada, cayendo 20% en dicho año.

Se debe destacar, además, el descenso importante que continuó presentando el precio internacional de aceite de soya crudo en 2015, con una leve recuperación en el segundo trimestre. No obstante, la prima del precio del aceite de soya frente al aceite de palma estuvo alrededor de USD100/t, teniendo durante el tercer trimestre una diferencia de USD200/t

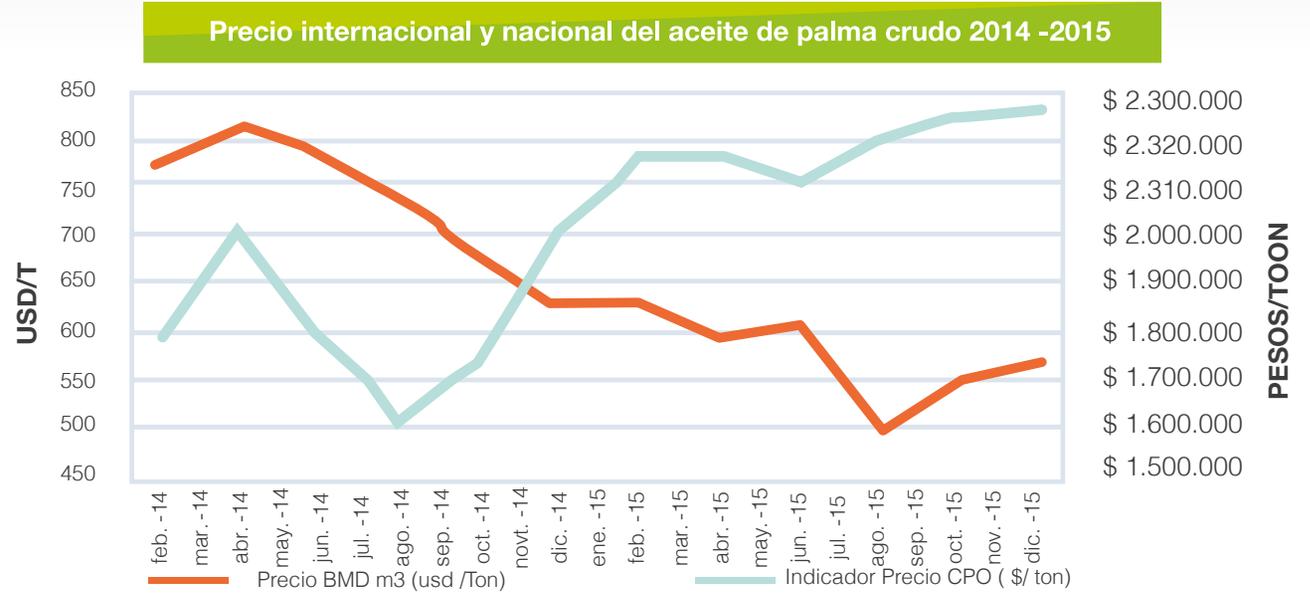
Precios internacionales de los aceites de palma y de soya en 2015.

Precios internacionales de los aceites de palma y de soya en 2015



DIMENSIÓN
ECONÓMICA

El precio interno del aceite de palma en 2015, en promedio, fue de \$2'206.828 por tonelada, registrando un incremento del 21% en relación al promedio de 2014, y con una tendencia contraria al comportamiento del precio internacional.



Fuente: Indupalma, Gerencia Comercial, febrero 2016

En cuanto al precio del aceite de palma y de palmiste, éste presentó también un crecimiento significativo en 2015 con una variación similar al año anterior, que fue del 34,2%

Precios de aceite de palma y de palmiste crudo en el mercado nacional 2010-2015

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var 15/14
Ac. Palma	1.751.217	2.109.259	1.914.447	1.716.867	1.812.927	2.206.828	21,1%
Ac. Palmiste	2.292.866	3.019.741	2.226.666	1.861.083	2.497.833	3.105.167	34,2%

DIMENSIÓN
ECONÓMICA

PERSPECTIVAS DEL MERCADO DE ACEITES Y GRASAS PARA 2016

Por el lado de la oferta se prevé que continúen los aumentos en la producción de soya a nivel mundial. El aumento en la demanda mundial de proteínas que viene desde el año anterior, incentivará la cosecha de frijol de soya (semilla oleaginosa de alto contenido proteico y bajo contenido de aceite), por lo cual la molienda de este producto resultará en una mayor oferta de aceite de soya a nivel mundial que seguirá ganándole participación al aceite de palma dentro de la producción mundial de aceites. Dado que el cultivo de palma es de carácter permanente, lo único que podría contrarrestar los grandes niveles de producción de aceite de soya que se avecinan, sería la reducción en los cultivos de semillas oleaginosas con alto contenido de aceite como girasol y colza.

Por el lado de la demanda, el 2015 estuvo marcado por el aumento en la prima de los aceites vegetales sobre el biodiésel. En este sentido, los principales analistas del mercado internacional prevén que esta prima se mantenga o aumente en los próximos años, factor que desincentivará la producción de biodiésel a nivel mundial y que probablemente pondrá a dudar a muchos gobiernos sobre el nivel al que es sostenible subsidiar este mercado. Por este factor, firmas como LMC International, afirman que los drivers del mercado estarán asociados más al crecimiento poblacional y del ingreso real de los consumidores, panorama que tampoco resulta alentador, dadas las bajas perspectivas de crecimiento que hay sobre la economía China y de los países emergentes.

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE INDUPALMA

Productos

INDUPALMA comercializa dos tipos de productos: bienes agroindustriales, que corresponden al Aceite de Palma Crudo, el Aceite de Palmiste Crudo y la Torta de

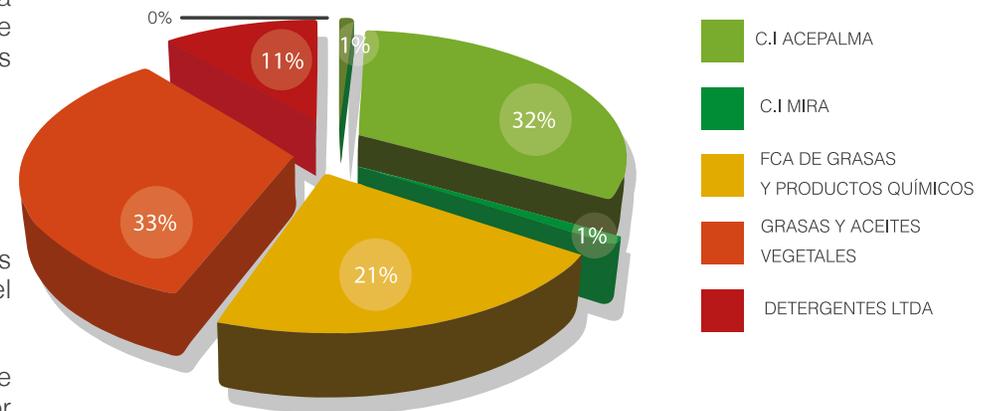
Palmiste, e insumos de producción para de aceite, que corresponden al Polen, las Semillas de Híbrido Oleífera por Guineensis y las Plántulas de Híbrido OxG Indupalma.

Las ventas de estos productos en 2015, fueron las siguientes:

ACEITE DE PALMA CRUDO

En 2015 Indupalma realizó la venta de 53.663 toneladas de aceite de palma crudo, con un incremento de 7,74% frente al año anterior. Acorde con la estacionalidad de la producción, las mayores ventas se registraron en el primer trimestre del año. Este incremento se explica por la buena producción registrada en el primer trimestre del año y por el abastecimiento de fruto presentado, entre mayo y agosto, por algunos proveedores de la Extractora Palmas del Cesar, afectada por un paro de sus trabajadores por cerca de 85 días.

El principal comprador del aceite de palma para la planta de beneficio de Indupalma en 2015 fue la empresa Gracetales de Barranquilla con el 33% (17.709/t) seguida por la comercializadora internacional CI Acepalma con el 32% (17,170/t) las cuales se destinaron a la exportación, Grasco con el 21% (11.270/t) Detergentes con el 11% (5.903/t) y el 3% restante por otros compradores.

Ventas de aceite de palma crudo según
clientes la agroindustria de la palma

DIMENSIÓN
ECONÓMICA



Debe destacarse en ese comportamiento de las ventas, la participación significativa que tuvieron las exportaciones cuyo mercado había sido muy pequeño en los años anteriores. Las exportaciones no solo permitieron mayor fluidez en la comercialización de los aceites de palma y de palmiste, sino que además facilitaron la disponibilidad oportuna de flujo de caja para la compañía.

ACEITE DE PALMISTE

En este producto las ventas de 2015 fueron de 6.520 toneladas, con un incremento de 31% frente al año 2014., el cual se debió principalmente, a la absorción de la almendra generada por el fruto comprado en la planta de beneficio de Oro Rojo, la cual no tiene proceso de palmisteria.

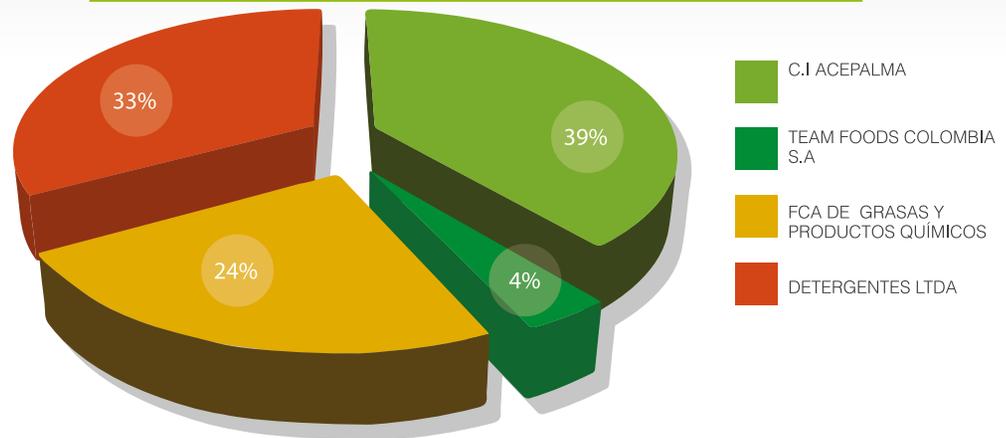
En Aceite de Palmiste el principal comprador de Indupalma en 2015 fue CI. Acepalma con el 39% de las ventas (2.543/t) las cuales tuvieron como destino el mercado de exportación, seguida por detergentes con el 33% (2,151/t) y Grasco con el 24% (1,565/t). Este producto tiene una gran demanda internacional, la cual está estimulada por la exigencia de muchos compradores del producto con certificación RSPO y el reconocimiento de una prima en el precio por esta certificación, de la cual Indupalma se viene beneficiando en sus exportaciones.

TORTA DE PALMISTE

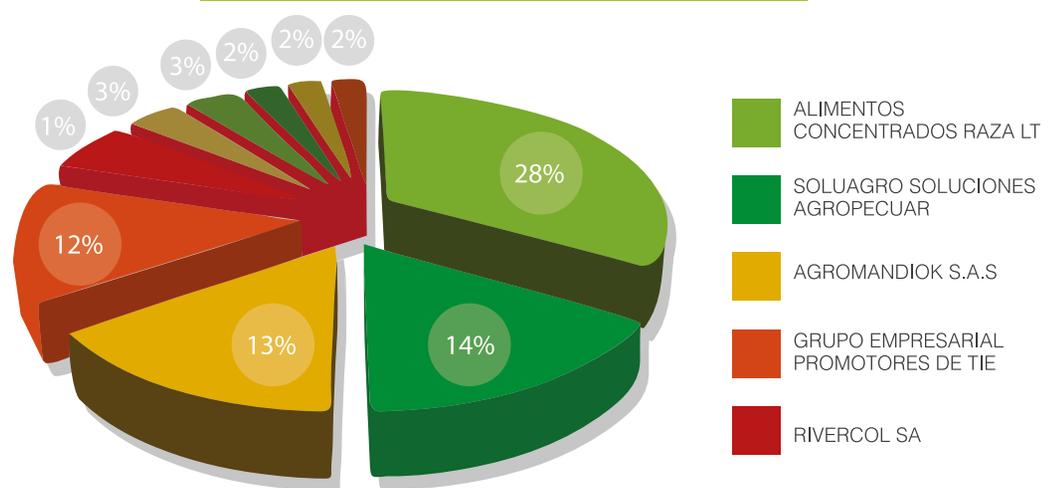
De este producto se vendieron 9.506 toneladas en 2015, lo que representa un aumento del 16% respecto al año anterior. Este comportamiento se debe a la creciente demanda que tuvo el producto como consecuencia de las adversas condiciones de pasturas que se presentaron en todo el país por el fenómeno del niño.

Respecto a los compradores de torta de palmiste se destaca la participación de empresas productoras y comercializadoras de alimentos concentrados para animales, como Raza S.A, que tuvo una participación del 28%, la comercializadora Soluagro con el 14% y Agromandiok con el 13%. Las demás ventas se destinaron a pequeños y medianos ganaderos de la zona de influencia de Indupalma en el Magdalena Medio y al consumo de Indupalma en sus proyectos propios y administrados.

Ventas de aceite de palmiste crudo, según clientes 2015



Ventas de torta de palmiste según clientes



DIMENSIÓN
ECONÓMICA



POLEN

En cuanto a la comercialización del Polen, el producto estuvo muy demandado en todo el país durante 2015, debido principalmente al incremento de las siembras de cultivos con material híbrido el cual requiere de este insumo para su desarrollo adecuado. En tal sentido, en 2015 se vendieron 2.707 kilos con un incremento de 51% frente al año anterior. La venta de este producto ha permitido también fidelizar algunos proveedores de fruto para las plantas de beneficio de San Alberto y Sabana de Torres.

PLÁNTULAS

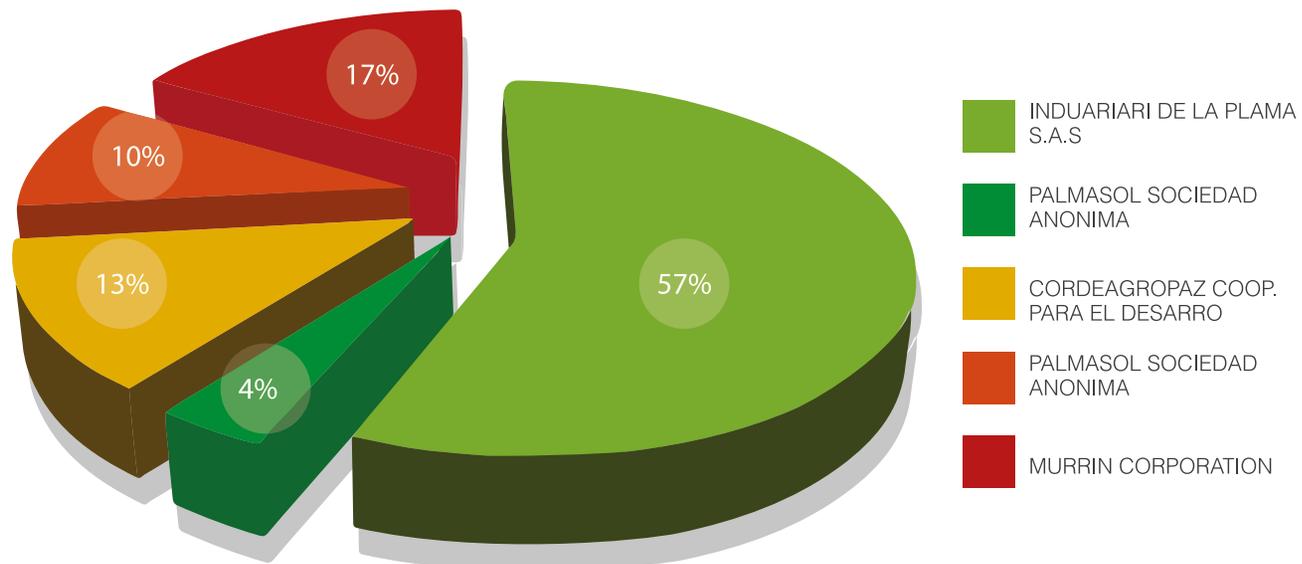
En 2015 se realizó la venta de 33.395 plántulas, registrándose una disminución del 42% frente al año anterior. Las dificultades de financiación de los pequeños productores de la Zona Central Palmera el País, por la afectación de sus cultivos con problemas fitosanitarios del cultivo y la incertidumbre legal para la expansión de nuevos cultivos por parte de medianos y grandes productores siguen limitando de manera significativa la comercialización de este producto en la zona, donde está localizada su venta debido a su logística de movilización.

SEMILLAS

En 2015 se logró la venta de 300.450 unidades de semillas del híbrido OXG Indupalma (con reposición) registrándose un incremento de 350% frente al año anterior, cuando la plantación de Induariari, de propiedad del mismo grupo empresarial, fue la única compradora del material. En este año Induariari fue nuevamente el principal comprador de semillas con el 57% de las ventas, seguido de Murrin Corporation de Ecuador con el 17%, Cordeagropaz de Nariño, asociación de pequeños productores de Tumaco, con el 13% y Palmasol, de la Zona Oriental, con el 10%

Al igual que lo sucedido con la comercialización de las plántulas, los problemas de financiación de los pequeños productores, la incertidumbre legal para la expansión de siembras en nuevos predios y la contracción de la demanda interna por el aceite de palma nacional, han generado una desaceleración del crecimiento de las siembras y con ello de la demanda por las semillas. En efecto, el crecimiento de nuevas siembras de palma de aceite en 2015 fue de solo el 3,5% en el país, en su mayoría renovaciones, lo cual muestra un crecimiento muy inferior de los niveles superiores al 15% que se registraron a comienzos de la década pasada.

Venta de semillas según comprador en 2015



INGRESOS POR VENTA DE PRODUCTOS

En 2015 se obtuvieron ingresos por \$137 mil millones con un incremento de 27% respecto a los generados en 2014 (\$106 mil millones). Este crecimiento se explica por los resultados importantes que se alcanzaron con las estrategias de compra de fruto (Plan Amigo Palmero) y la comercialización de los aceites en el mercado de exportaciones, lo que no solamente permitió fluidez en su comercialización sino que facilitó el manejo de caja en la compañía.

Se debe resaltar que los ingresos por la venta de los aceites de palma y de palmiste representaron el 96,8% de los ingresos de la empresa. La torta de palmiste contribuyó con el 2,1% y los productos del área de Investigación y desarrollo (semillas, plántulas y polen) lo hicieron con el 1,1%.

Ingresos por la venta de productos

Descripción	2015	2014	Variación 2015-2014	Participación 2015
Aceite de Palma	114.161.599	90.943.284	26%	83%
Aceite de Palmiste	18.504.608	13.222.420	40%	13%
Torta	2.850.648	2.078.316	37%	2,1%
Plantulas	267.028	1.040.262	-74%	0,2%
Polen	448.909	283.030	59%	0,3%
Semillas	875,921	1.379	NA	0,6%
Total ingresos operacionales	137.108.713	107.568.691	27%	100%

Fuente: Gerencia Comercial INDUPALMA

Negocios de palma de aceite administrados en el Magdalena Medio

Al cierre del año 2015 contamos con 14.754 hectáreas sembradas, de las cuales el 69% corresponde a cultivos propios en Indupalma, La Loma y Futuro de la Palma y el 31% (4.500,38 hectáreas) corresponden a Negocios Administrados de Terceros en la Zona Centro. De estos negocios el 24% de la producción de fruto llegó a la Planta Extractora de Indupalma y el 76% a Oro Rojo.

Negocios de palma de terceros

		Ha Sembradas	Ha Sembradas
	1,420,62	13,333,55	14,754,17
Indupalma - San Alberto	1.106,72	7.181,41	8.288,13
Indupalma - La Loma	235,88	1.313,36	1.549,24
Futuro de la Palma	15,47	400,95	416,42
Terceros Administrativos	62,55	4.437,83	4.500,38



INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO

En el 2015 Indupalma obtuvo unos ingresos por actividades ordinarias por valor de \$179.276 mm, con un crecimiento del 31% frente al año anterior.

El 90% de estos ingresos están representados por la venta de aceite de palma africana \$102.522 mm, venta de fruto a Oro Rojo \$40.398 mm y venta de aceite de palmiste \$18.007 mm.

De las ventas de aceite de palma, el 74% se vendió al mercado nacional y el 26% se vendió para exportación a través de la comercializadora CI Acepalma.

En resumen la planta extractora produjo 53.876 ton de Aceite de palma con una tasa de extracción media del 19.52%. El precio promedio de venta por tonelada de aceite estuvo en \$2.155.000.

Estos resultados dejaron una ganancia bruta de \$49.692 mm, con un margen bruto del 28%, superior al del año 2014 el cual se ubicaba en el 23%. La capacidad de la venta de aceites para generar utilidad a la compañía se ha recuperado en el último año, vía aumentos en materia prima, buenos niveles de precio y la optimización en los costos de producción.

Los resultados operacionales durante el 2015 presentaron una ganancia por valor de \$3.060 mm mejorando el resultado del 2014 que obtuvo una pérdida de \$- 11.786 mm. El año 2015 generó un margen operacional positivo del 1,71%, que aportó para el mejoramiento del flujo de caja libre de la compañía. Este resultado demuestra que la compañía operacionalmente se encuentra en punto de equilibrio. Se destaca como factores de influencia en este resultado la optimización del costo de producción y la política de gasto inteligente.

Los otros ingresos diferentes a la operación ascendieron a \$5.304 mm, donde los rubros más significativos fueron los siguientes:

- Ingresos por conceptos retroactivos de pensionados asumidos por Colpensiones por valor de \$1.319 mm.
- Aprovechamientos por ajustes en el sistema de costos de la compañía por \$586 mm.

- Recuperaciones de costos y gastos de ejercicios anteriores, caso incapacidades, reintegro póliza de salud, reintegro Fletes entre otros por valor de \$2.731 mm

Por su parte los egresos no operacionales llegaron a \$9.080 mm, básicamente explicados por los siguientes rubros:

- Ajustes en Inventarios proceso productivo e inventarios físicos \$2.342 mm
- Impuestos asumidos y sanciones e intereses en impuestos por \$1.028 mm
- Gastos años anteriores por reconocimiento de regalías por ventas de semillas año 2012 y 2013 por \$3.073 mm
- Gravamen Movimientos Financieros (GMF) y otro gastos no deducibles \$1.477 mm

El resultado neto de ingresos / egresos no operacionales fue de \$3.776 mm, registrados en el estado de resultados integrales como "OTROS INGRESOS".

Las obligaciones financieras tienen una deuda a capital de \$76.938 mm, cuya tasa promedio ponderado (TPP) es del 11,85% EA. Del total de las obligaciones financieras, el 20% (\$15.767 mm) están a Corto Plazo y 80% (\$61.171 mm) están a Largo Plazo.

La compañía obtuvo una pérdida del ejercicio de \$8.570 mm, resaltando que a cierre 2015 se hizo necesario realizar ajustes contables importantes que influyeron en este resultado como fue el caso del Proyecto del Caucho.

El resultado total integral (Perdido Neta) a cierre 2015 fue de \$7.022 mm, después de reconocer los Otros Resultados Integrales (ORI) con efecto en patrimonio, tales como la ganancia actuaria por pensiones (\$2.345 mm) y el impuesto a la ganancia diferido de \$797 mm).

	2015	2014
Activos	\$634.109.948	\$ 642.884.795
Pasivos	\$ 319.773.192	\$ 321.525.200
Patrimonio	\$ 314.336.756	\$ 321.359.595



INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA

CONCEPTO DE LA INVERSION	MONTO
Obras complementarias para los jarillones contra inundaciones sector Caño Oscuro	\$ 375.788.890
Construcción de Box coulvert sector 8 bocas	\$ 51.717.634
Construcción del sistema antiderrames de la planta eléctrica y tanque de combustible del riego y construcción de bodega de fertilizantes y de manejo de residuos en la Loma	\$ 98.675.889

IMPACTO ECONÓMICO DE INDUPALMA EN LA ZONA

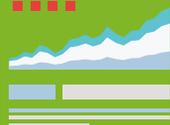
Un impacto económico importante que genera INDUPALMA en la región, está relacionado con el apoyo a los proveedores regionales de bienes y servicios que tienen la oportunidad de desarrollar sus pequeñas o medianas empresas.

Acudir a proveedores locales, representa para la organización un ahorro en tiempo y costo en el transporte de dichos bienes y servicios, al tiempo que genera nuevas fuentes de ingreso y desarrollo para la región, estableciendo una relación de mutuo beneficio.

Las UAE son de carácter social, asociativo, comunitario y autónomas en la toma de decisiones; están conformadas por personas de la región que reciben el apoyo, asesoría y acompañamiento constante del departamento de Desarrollo Empresarial, el cual tiene como objetivo la generación de valor compartido, mediante la formación y el empoderamiento, que le permita a las empresas ser sostenibles y responsables. Las UAE prestan servicios agrícolas, principalmente de cosecha, mantenimiento, sanidad, polinización y vivero, así como las demás labores agronómicas del campo.

La formación, el acompañamiento, el estímulo emprendedor y la asesoría a las UAE son parte fundamental del ejercicio de Responsabilidad Social de INDUPALMA. Por esa razón, las políticas y prácticas en relación con estos proveedores se llevan a cabo con dedicación y responsabilidad buscando generar impactos positivos en la región.

UAE	CONTRATACION
Cooyirec CTA	\$2.820.797.766
Bonanza CTA	\$1.579.597.644
Mano Amiga CTA	\$471.034.965
Cootracos CTA	\$1.021.111.714
Coofuturagro CTA	\$1.075.998.779
Cooporvenir CTA	\$1.248.310.451
Coopreservir CTA	\$784.924.995
Cooptecpal CTA	\$491.770.291
Cooptnorte CTA	\$779.379.687
El Eden CTA	\$1.242.265.151
El Palmar CTA	\$976.830.028
Cootrasahaya CTA	\$539.455.601
Agrosanalberto SAS	\$1.659.083.368
Palmesan CTA	\$2.314.902.187
Scyc CTA	\$473.574.176
Serviagro CTA	\$593.705.948
Siglo XXI CTA	\$1.495.099.066
Cootrapalsac CTA	\$582.568.613
Vellasan CTA	\$569.180.283
Cootrapalma CTA	\$896.861.375
Cooptrasopal CTA	\$625.582.895
Asopalma CTA	\$971.555.981
Cooservitec CTA	\$336.533.783
Cootbrinorte CTA	\$417.125.616
Cooreforespal CTA	\$401.477.436
Cootraes CTA	\$110.083.419
Palmares CTA	\$547.720.297
Sertiagros SAS	\$59.217.591
Total	\$25.085.749.106



DONACIONES E INVERSIONES A LA COMUNIDAD

CONCEPTO DE LA INVERSIÓN/O DONACIÓN	CANTIDAD	MONTO
Asesoría y apoyo a la gestión socio- empresarial de las empresas proveedoras de servicios agrícolas o logísticos	1	\$120,000,000
Donación de libros a las escuelas rurales de la zona de influencia	1050 libros	
Donación de ropa		\$10.000.000
Manejo adecuado de residuos	5 canecas	
Colegio Indupalma	230 alumnos	\$ 434.219.284

En el 2015 se continúa con la estrategia de generación de valor compartido con la Unidades Autónomas Empresariales a través de la capacitación y acompañamiento a través del área de Desarrollo Empresarial, la gestión se ha realizado apoyado en los profesionales del área y con el apoyo de algunos colaboradores, en temas de vital importancia para las empresas como el fortalecimientos en los conceptos técnicos del cultivo de la palma, aspectos legales, organizacionales, desarrollo del ser, trabajo en equipo, emprendimiento.

Procedimiento para la contratación local INDUPALMA LTDA

Dentro de su proceso de mejoramiento continuo, ha establecido el Sistema de Gestión Integrado (SGI). Para ello, se ha implementado la Norma ISO 9001:2008, la Norma ISO 14001:2004 y la OSHAS 18001:2008, complementando de esta manera un manejo consolidado en temas de calidad y medio ambiente.

Este Sistema de Gestión Integrado busca garantizar los más altos estándares de calidad en cada uno de los productos y servicios ofrecidos al mercado. Para lograrlo, se ha requerido del apoyo de todos y cada uno de los proveedores para promover al interior de sus organizaciones un gran compromiso hacia la calidad de sus productos y/o servicios, reflejado a su vez en una responsable atención, óptimo desempeño y precio justo, alcanzando de esta manera una relación comercial transparente, de mutua ganancia.

Para ello, se ha establecido el Manual Interno para Proveedores, el cual brinda orientación frente a los diferentes aspectos administrativos y, a su vez, controla tanto los diferentes riesgos y peligros como los impactos ambientales que se puedan generar y que afectan no solamente a las personas sino también la propiedad, la calidad de nuestros productos, la comunidad y el entorno.

El objetivo general es establecer con los proveedores, los requerimientos que se deben cumplir en el desarrollo de la obra, servicio o suministro de bienes así como los aspectos administrativos, de calidad, de gestión ambiental, y de seguridad y de salud en el trabajo.

Para la selección y contratación de nuestros proveedores, INDUPALMA tiene en cuenta, entre otros, los siguientes factores:

- Capacidad para contratar y cumplimiento de la ley.
- Nivel de ajuste a los términos de referencia enviados por INDUPALMA, los cuales incluyen el estricto cumplimiento del Manual, del Código de Ética para Proveedores, la total prohibición de la contratación de menores, y el cumplimiento de las normas de salud y seguridad en el trabajo.
- Competitividad de la oferta presentada por el proveedor.
- Tiempos de entrega.
- Forma de pago.
- Proceso de evaluación interna del proveedor si ya ha tenido contratos anteriores. Esto incluye la calidad del bien o del servicio, y el estricto cumplimiento del Código de Ética.





DIMENSIÓN AMBIENTAL

INDUPALMA LTDA es una de las cinco empresas certificadas en Colombia en principios y criterios y cadena de custodia para la RSPO, avalando a la organización en la implementan de buenas prácticas agrícolas, ambientales y sociales, orientadas hacia la producción sostenible de aceite de palma y palmiste, permitiéndonos ser referentes para las demás organizaciones del sector.

Adicionalmente, como soporte a las certificaciones INDUPALMA LTDA cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental basado en las normas NTC ISO 14001:2004, definiendo como principal política el compromiso organizacional la sostenibilidad ambiental enfocada en el uso de los recursos naturales, la prevención y el control de la contaminación, el control de los impactos ambientales significativos y la promoción de la preservación de la flora, fauna y las áreas de alto valor de conservación (AVC).

El desarrollo de estos objetivos se soporta en la implementación, seguimiento y control de los programas de gestión ambiental, relacionados a continuación:

1. Ahorro y uso eficiente del agua.
2. Ahorro y uso eficiente de la energía.
3. Control de la calidad de las aguas residuales vertidas.
4. Control de gases y partículas emitidas al aire.
5. Control de la contaminación del suelo.
6. Gestión integral de residuos sólidos.
7. Protección y preservación las áreas de alto valor de conservación.
8. Toma de conciencia ambiental.

En los cultivos de palma, se están implementando programas de sostenibilidad y prácticas orgánicas que reducen significativamente la utilización de insumos, tales como la incorporación de materia orgánica de los mismos subproductos generados tanto en el mantenimiento del cultivo (podas, cosecha) como en el proceso de extracción del aceite (fibra, cascarilla, tuza) la fertilización basada en estudios de suelos y

Principio 7

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

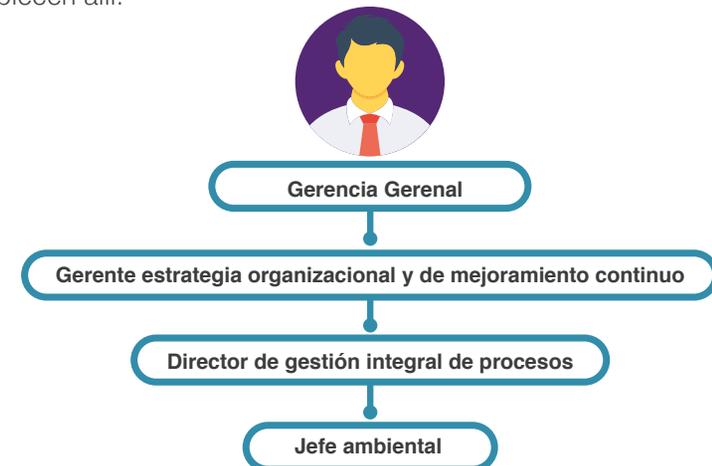
Principio 9

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

análisis foliares para evitar excesos y salinización del suelo, la siembra de coberturas que permiten fijar nutrientes y conservar las propiedades físico químicas del suelo.

Adicionalmente, se están desarrollando técnicas de control biológico de plagas mediante la liberación de bacterias, hongos y siembra de plantas arvenses que ayudan a controlar diversos organismos causantes de enfermedades en las palmas.

Las áreas donde se están desarrollando los cultivos, son áreas destinadas al uso agrícola según el Plan y/o Esquema de Ordenamiento Territorial (POT/EOT) de Municipios que durante varias décadas fueron utilizadas para la ganadería extensiva. El establecimiento de cultivos de palma de aceite no está cambiando el uso del suelo, pero si ha mejorado sus propiedades fisicoquímicas mediante la incorporación de materia orgánica y prevención de la compactación. Así mismo, están generando un aumento de la biodiversidad, debido a que estos cultivos atraen diversas especies de insectos, mamíferos y aves que se establecen allí.



DIMENSIÓN AMBIENTAL



La palma de aceite, en comparación con los pastos, capta mayor CO₂ de la atmósfera, con lo cual contribuye a disminuir los efectos del calentamiento global generado por este gas. Los cuerpos de agua superficial, se protegen mediante el establecimiento de rondas de protección boscosa, que aumentan la regulación de caudales y la oferta hídrica de los mismos.

En conclusión, los cultivos de palma de aceite mejoran notablemente las condiciones ambientales y sociales, generando en la mayoría de los casos impactos positivos.

INDUPALMA LTDA durante 2015 y principios de 2016, realizó el estudio de Alto Valor de Conservación para la plantación con sede en San Alberto, Cesar y contrató los estudios de Evaluación de Impactos Ambientales/Sociales y Áreas de Alto Valor de Conservación para su plantación con sede en Pelaya, Cesar, este es un esfuerzo institucional orientado hacia el fortalecimiento de los programas ambientales y por ende para el cumplimiento de la política organizacional.

A finales del 2016, iniciaremos la implementación de nuestro modelo de sostenibilidad a en nuestra cadena de suministro de fruto con vínculo contractual, permitiéndonos hacer extensivo nuestro conocimiento y experiencia en cuanto al modelo de desarrollo sostenible suscrito por la empresa.

ACCIONES PREVENTIVAS Y CORRECTIVAS

El seguimiento al desempeño ambiental de la organización, se soporta en el cumplimiento de indicadores enfocados en las metas definidas en el cumplimiento legal y resultados de los estudios ambientales ejecutados en los diferentes periodos, en los que se evalúa el comportamiento de los diferentes puntos de control y se generan las acciones de mejora necesarias para el ajuste de cualquier desviación, generando control sobre la variación temporal de los impactos ambientales de la organización.

INDICADORES AMBIENTALES

Materiales utilizados por peso o volumen.

- Se procesaron 275.950 toneladas de fruto, registrando un incremento del 7% respecto al año anterior.
- Se generaron y aprovecharon 124.129,6 Ton de Biomasa entre Tuza, fibra y cascarilla.
- Aceite lubricante: 3286,06 galones, un 3,37% menos que en el 2014
- Grasa lubricante: 380 kilogramos un 52% más que 2014, pero un 42 % menos que en 2013.



DIMENSIÓN
AMBIENTAL

- Fertilizantes: 56.520 kg
- Agroquímicos: 61.575,53kg
- Cajas de cartón: 196 unidades, un 200% más que 2014, debido a las labores de renovación de cultivos adelantadas por la organización.
- Cantidad de semillas: 4093,87 kg, un 1600% más que 2014, debido a las labores de renovación de cultivos adelantadas por la organización.
- Costales empacado de torta y chocolatina de palmiste: 202.000 Und, un 1% menos que 2014.
- Se usaron 499.723m3 de agua en el proceso de extracción de aceite de palma y 42.078 m3 en bufaleras, oficinas, bodegas y vivienda; registrando respectivamente un incremento del 12% con respecto a 2014 a causa del incremento en la producción de aceite y una disminución del 58% frente a 2014.
- Materiales no renovables; Aceites, grasas, fertilizantes, agroquímicos
- Materiales renovables. Biomasa, cartón

Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias.

El consumo total de energía renovable fue de 7.482.000 kw, de los cuales 1.052.000 se consumieron en áreas administrativas y 6.430.000 kw en procesos industriales. No se cogeneró energía en este periodo.

En el periodo se registró un incremento en el consumo de energía del 36,7% referente a 2014 a causa del incremento en la producción, por otro lado, se registró una reducción del 2,77% de consumo en las oficinas debido a las capacitaciones realizadas, en cumplimiento a los programas.

Se consumieron¹ :

Consumos Gasolina 2015 Vehículos: 4431,001 galones/ 583828691760 julios

Consumo Diésel/ gasoil 2015: 120255,257 galones/ 17619800256000 julios

Consumo de electricidad: 7.482.000 Kv/año equivalentes a 854.109,6 Vatios/Hora

Fuente empleada para calcular los factores de conversión: <http://es.converterin.com/economia-de-combustible/us-galones-de-gasoil-a-joule.html>



Para la generación de energía no se usan combustibles fósiles.

No hay energía que se venda fuera de la organización.

Biomasa:

- Cascarilla: 18.497 Ton equivalentes a 16.305.646

- Fibra: 19.685 Ton equivalentes a 13.117.871,5

INTENSIDAD ENERGÉTICA

La intensidad energética se entiende como la cantidad de energía que se requiere para obtener un ingreso de mil pesos por producción.

IE = 6.430.000 (Kv/Año) / 138.756.238 (Por cada \$ 1.000 COP) = 0,0463

Se relacionaron los ingresos totales de la compañía para el año 2015, este valor dividió entre 1000 y finalmente se estableció la relación de consumo vs ingresos del periodo; lo cual quiere decir, que por cada 1000 pesos generados de ingresos se consumen 0,0463 kv/año de energía.



Para el cálculo se utilizaron los consumos de energía eléctrica de la planta de procesamiento del fruto y las unidades administrativas asociadas al proceso.

Únicamente se tiene en cuenta el consumo interno.

Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.

Emissiones 2015 Transporte externo: 1066,65 tn/co2 eq

Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.

En el periodo no hubo.

Captación total de agua por fuentes.

- Aguas superficiales:

Se captaron 499.723 m3 en el año, cuya fuente es el río San Alberto.

- Aguas subterráneas

Se captaron 42078,04 m3 en el año, procedentes de aguas subterráneas.

No se hacen captaciones de aguas lluvia, ni se utilizan aguas residuales procedentes de ninguna otra organización.

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

No se afecta ningún cuerpo de agua con captaciones que supongan más del 5% del volumen total; el caudal captado por Indupalma fue de 0,035m³/s que representa el 0.1% del caudal promedio anual del Río San Alberto, el cual es de 19.6 m³/s.

Porcentaje y volumen total del agua reciclada y reutilizada.

En el 2015 se reutilizaron 194.577,12 m3 procedentes del sistema de tratamiento de aguas residuales generadas durante el proceso de extracción del aceite de palma, este recurso se reutilizó como fertirriego de parcelas. Porcentualmente hablando, se recupera un 38% del agua captada y se utiliza como fertirriego para parcelas sembradas con palma de aceite.

Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.

Durante el año 2015, se realizó un estudio especializado y específico con el fin de identificar y delimitar las áreas de alto valor de conservación y durante la revisión se pudo establecer que la presencia de animales está principalmente asociada a las tres grandes corrientes que se presentan en el cultivo, como son Caño Mono, Caño Oscuro y el río San Alberto; sin embargo, al interior del cultivo se presentan algunos sectores que tienen alguna capacidad para albergar biodiversidad, principalmente en los sectores de Caño Azul, Caño La Llana y las zonas húmedas destinadas a las bufaleras.





Como caso en particular, se registra el sector de El Topacio, el cual a pesar de estar completamente aislado y rodeado principalmente de potreros, ofrece un buen valor de biodiversidad, posiblemente debido a la cercanía de un pequeño parche de bosque ubicado en las cercanías de un predio aledaño.

En función de la información colectada, se puede establecer que no existen grandes áreas con un Alto Valor de Conservación, pero existen pequeñas zonas que se pueden calificar como de importancia para la preservación, pero cuyo tamaño y ubicación no garantizan un mejoramiento en los indicadores de biodiversidad en el área. La determinación de estas áreas se efectuó específicamente teniendo en cuenta los aspectos culturales y los indicadores de riqueza florística y faunística en cada uno de ellos (Biodiversidad).

No obstante, debido a la imposibilidad de evaluar la totalidad del cultivo, a la alta fragmentación existente, a la alta disimilaridad en la composición de las estaciones de muestreo y a la ausencia de buffers boscosos, se hace necesario establecer las zonas de manejo prioritario que muestran un alto valor de conservación, las cuales resultan muy pequeñas en proporción a la totalidad del cultivo.

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.

Aunque los caños Mono y Oscuro junto con el río San Alberto se consideran fuentes de gran importancia para el sostenimiento de la biodiversidad, sus riberas han sido totalmente colonizadas por el cultivo mismo y en la gran mayoría de su extensión por colonos que han reemplazado la vegetación nativa por cultivos de pan coger y potreros destinados a la ganadería vacuna y porcina, labor que efectúan en toda la extensión del cultivo con las consecuencias conocidas de desplazamiento de la fauna, compactación de los suelos y destrucción de los microhábitats alternativos ofrecidos por el manejo de la palma.

Por otro lado, otro de los grandes factores que afectan notoriamente la continuidad de las unidades boscosas está constituido por la alta presencia de colonos a orillas del Río San Alberto, que impiden que se presente alguna formación con mayor capacidad de sustento biodiversitario, y que dificultan la conectividad de la zona baja con la serranía de Perijá, lo que se suma a que la mayoría de los caños presentes no se conectan en su franja boscosa con este importante río.

Hábitats protegidos o restaurados.

Se hace necesario recuperar la conectividad de todos y cada uno de los sectores del cultivo con el río San Alberto como mecanismo para facilitar la diáspora diversitaria del área, permitiendo el flujo genético entre las diferentes formaciones y los diferentes pisos altitudinales existentes en la Serranía de Perijá o cordillera oriental.

El establecimiento de un conjunto de corredores al interior del cultivo aprovechando los caños de mayor importancia como el Caño Azul, el Caño Mono, y el Caño Oscuro permitirían lograr la comunicación con el Río San Alberto y mejorar la oferta ecosistémica del cultivo de palma

Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.

Como medidas de corto plazo, se tiene el aislamiento y protección de las áreas de la zona de administración, El Rubí, y Caño Oscuro, así como el aislamiento del sector del caño El Topacio; simultáneamente se define como prioritaria la remoción de los residuos industriales (llantas, contenedores etc.) ubicado en algunos sectores de la plantación.

Como medidas de mediano plazo, se tiene el establecimiento de la reserva de Caño Mono y de largo plazo se establece la construcción del corredor biológico que permita la conectividad entre las áreas del proyecto y los ecosistemas aledaños a través del Río San Alberto.

De igual forma, durante la existencia del cultivo, se deberán monitorear en su condición las áreas definidas y las que se vinculen posteriormente así como el desarrollo del corredor biológico en el área.



Número de especies desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la lista roja de la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y los Recursos Naturales) y en listados nacionales, cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas' por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.

Familia	Especie	Nombre Común	IUCN	CITES	RES. 192
Bufonidae	Rhinella humboldti	Sapo Granuloso	LC		
	Rhinella marina	Sapo Común	LC		
Ceratophrydae	Ceratophrys calcarata	Sapo Cachón	LC		
Dendrobatidae	Dendrobates truncatus	Ranita Venenosa	LC	II	
Hylidae	Dendropsophus microcephalus	Ranita	LC		
	Hypsiboas crepitans	Rana Platanera	LC		
	Hypsiboas pugnax	Rana Platanera	LC		
	Pseudis paradoxa	Rana Paradijica	LC		
	Scarthyla vigilans	Ranita café	LC		
	Scinax ruber	Rana Roja	LC		
	Trachycephalus typhonius	Rana Verrugosa	LC		
Leptodactylidae	Engystomops pustulosus	Raita Tungara	LC		
	Leptodactylus fuscus	Rana Picuda	LC		
	Leptodactylus insularum	Rana Silbadora	LC		
	Leptodactylus labialis	Rana Silbadora	LC		
	Leptodactylus poecilochilus	Rana Silbadora	LC		
	Leptodactylus savagei	Rana Gigante	LC		
	Pleurodema brachyops	Sapito	LC		
	Pseudopaludicola pusilla	Rana Miniatura	LC		
Microhylidae	Elachistocleis panamensis	Ranita Cavadora	LC		
	Elachistocleis pearsei	Ranita Cavadora	LC		

ORDEN TESTUDINES: SUB ORDEN Cryptodira

Familia	Especie	Nombre Común	IUCN	CITES
Emydidae	Trachemys callirostris	Hicotea	DD	
Geomydidae	Rhinoclemmys melanosterna	Tortuga Palmera	DD	
Testudinidae	Chelonoidis carbonaria	Morrocoy	DD	II



ORDEN SQUAMATA: SUB ORDEN Sauria

Familia	Especie	Nombre Común	IUCN	CITES
Dactyloidae	<i>Anolis auratus</i>	Lovito	DD	
Iguanidae	<i>Iguana iguana</i>	Iguana		II
Gekkonidae	<i>Hemidactylus frenatus</i>	Tukeca	LC	
Phyllodactylidae	<i>Thecadactylus rapicauda</i>	Geko	DD	
Shaerodactylidae	<i>Gonatodes albogularis</i>	Limpia Casas	DD	
	<i>Lepidoblepharis sanctaemartae</i>	Lagartico	LC	
Gymnophthalmidae	<i>Leposoma rugiceps</i>	Tukeca	LC	
	<i>Tretioscincus bifasciatus</i>	Tukeca	LC	
Teiidae	<i>Ameiva ameiva</i>	Lovo Pollero	DD	
	<i>Ameiva bifrontata</i>	Lovo	LC	
	<i>Cnemidophorus lemniscatus</i>	Lovo Azul	DD	
	<i>Tupinambis teguixin</i>	Lovo Marino	LC	II
Scincidae	<i>Mabuya sp</i>	Lova Lisa	DD	
Corytophanidae	<i>Basiliscus basiliscis</i>	Pasa Arroyo	DD	

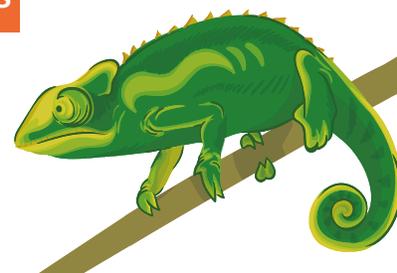


SUB ORDEN Ifidia

Familia	Especie	Nombre Común	IUCN	CITES
Boidae	<i>Boa Constrictor</i>	Boa	LC	II
	<i>Corallus ruschenbergerii</i>	Boa Arbolicola	DD	II
	<i>Epicrates maurus</i>	Boa Chocolate	DD	II
Colubridae	<i>Clelia clelia</i>	Cazadora	DD	
	<i>Helicops danieli</i>	Mapana de Agua	LC	
	<i>Leptodeira septentrionalis</i>	Falsa Mapana	DD	
	<i>Leptophis ahaetulla</i>	Azotadora	DD	
	<i>Pseudoboa newwiedii</i>	Vivora de Sangre	DD	
	<i>Thamnodynastes gambotensis</i>	Falsa Mapana	DD	
Viperidae	<i>Bothrops asper</i>	Mapana Taya X	DD	

ORDEN CROCODYLIA

Familia	Especie	Nombre Común	IUCN	CITES
Alligatoridae	<i>Caiman crocodilus</i>	Bablia	LC	II





Emisiones totales, directas e indirectas, de gases efecto invernadero, en peso.

En el año 2015 se generaron 7663,05 Toneladas de CO₂ discriminadas de la siguiente manera:

- Emisiones fugitivas: 108,6 tn/co₂/año
- Consumo de electricidad: 2107,90 Toneladas de CO₂
- Emisiones planta industrial: 3105,87 Toneladas de CO₂
- Casinos y restaurantes: : 10,57795 tn/co₂/año
- Transporte Propio: 1228,11 tn/co₂ eq
- Transporte externo: 1066,65 tn/co₂ eq
- Transporte aéreo: 35,34895 tn/co₂ eq
- Emisiones generación de residuos²: 25,85468 tn/co₂ eq

Se estimaron mediciones de CO₂ de acuerdo a la cantidad directa o indirecta de combustible fósil utilizado en los diferentes procesos. La medición se realizó utilizando la calculadora de GEI de la Oficina Catalana de Canvi Climatic y en total se generaron 7663,05 Toneladas de CO₂ provenientes de las fuentes citadas con anticipación.

Para el cálculo de la cantidad generada en planta se tomó como base la información porcentual de CO₂ presente en la salida de la chimenea y se tomó la densidad relativa del CO₂ a 25° C y 1 Atmósfera.



Iniciativas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero y reducciones logradas.

En el año 2015 se emitieron a la atmosfera 1.318,68 Toneladas de CO₂, respecto a lo reportado en el 2014, sin embargo el cálculo de emisiones de este año contiene las cargas emitidas en la generación de residuos, lo cual incrementa un poco el valor de referencia respecto al año anterior, adicionalmente se debe tener en cuenta que para 2015 incrementó la producción con respecto al año anterior.

Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.

No se generan este tipo de emisiones.

NO_x, SO_x y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.

En las calderas se generan las siguientes emisiones:

NO_x: 16093,76

SO_x: 7957

Material particulado (MP); 117818,5

Estas mediciones se realizan de forma directa mediante análisis isocinéticos.

Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino.

En el año 2015 se vertieron 194.577,12 m³ de aguas residuales tratadas.

El método de tratamiento de aguas residuales se realiza mediante un sistema de laguna de oxidación, compuesto por un tanque de estabilización de pH y temperatura, dos lagunas anaerobias y dos lagunas facultativas.

El cálculo del caudal vertido por la organización se realizó teniendo en cuenta los promedios de los datos históricos de las caracterizaciones de vertimientos contratados por la empresa.

Variable	Unidades	Ene-15	Jun-15	Sep-15	Dic-15	Resolución 1594 de 1984	Resolución 631 de 2015
Temperatura	°C	28	27,5	28	27,8	40	40
pH	Unidades de pH	8	8,2	7,9	8,0	5,00 -9,00	6,00 -9,00
DQO	mg O ₂ /L	898	657	695	759	*	1500
DBO 5	mg O ₂ /L	525	384	401	493	R>80%	600
Sólidos suspendidos Totales	mg SST/L	3834	304		418	R>80%	400
Sólidos Sedimentables	mL/L	0,08	0,08	0,08	0,08	10	2
Grasas y Aceites	mg GyA/L	193	13,4	12,9	2,9	R>80%	20
Compuestos semivolátiles fenólicos	mg /L	0,85	0,394	0,25	1,9	0,2	Análisis y Reporte
Sustancias Activas al Azul de Metileno/Tensoactivos	mg SAAM/L	0,041	10,4	8,7	5,6	*	Análisis y Reporte
Hidrocarburos Totales (HTP)	mg HTP/L	3,9	<3+	<3+	<3+	*	10
Ortofosfatos	mg P -PO 4/L					*	Análisis y Reporte
Fosforo Total	mg P/L	36,1	30	27,8	40,1	*	Análisis y Reporte
Nitratos	mg N -NO 3/L	2,1	2	1,91	1,8	*	Análisis y Reporte
Nitritos	mg N -NO 2/L	<0,008+	0,112	0,157	0,007	*	Análisis y Reporte
Nitrógeno Amoniacal	mg N -NH 3/L	151	85	89,1	72	*	Análisis y Reporte
Nitrógeno Total	mg N/L	153	87,1	91,1	77	*	Análisis y Reporte
Cloruros	mg Cl -/L	35,6	544	519	400	*	500
Sulfatos	mg SO ₄ ²⁻ /L	10	10,1	10,1	10,5	*	500
Arsénico	mg As/L	0,008	0,008	0,008	0,008	0,5	0,5
Cadmio	mg Cd/L	0,035	0,035	0,035	0,035	0,1	0,05
Níquel	mg Ni/L	0,085	0,085	0,085	0,085	2	0,5
Plomo	mg Pb/L	0,15	0,15	0,15	0,15	0,5	0,2
Acidez Total	mg CaCO ₃ /L	<1+	< 1+	< 1+	< 1+	*	Análisis y Reporte
Alcalinidad Total	mg CaCO ₃ /L	2078	1956	1230	1530	*	Análisis y Reporte
Dureza Cálctica	mg CaCO ₃ /L	282	211	59,3	266	*	Análisis y Reporte
Dureza Total	mg Ca CO ₃ /L	1278	994	340	1262	*	Análisis y Reporte
Color Real α(436 nm)	m ⁻¹	2793	51,6	56,4	967	*	Análisis y Reporte

La Resolución 0631 de 2015 aplica exclusivamente para vertimientos directos a cuerpos de agua, y no vertimientos realizados sobre el suelo, situación específica para INDUPALMA LTDA; a pesar de ello, las Corporaciones Autónomas fijan los límites con base en la Resolución 1594 de 1984 debido a que las descargas de vertimientos sobre el suelo no están reguladas. Sin embargo, anticipándonos a la expedición de la norma de vertimientos al suelo, que se espera sea más restrictiva que la vigente para cuerpos de agua, hacemos seguimiento basados en los límites más restrictivos.

DIMENSIÓN AMBIENTAL



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

Se generaron 43,560 toneladas de residuos ordinarios y orgánicos, 8,048 toneladas menos que en 2014, los cuales se gestionaron a través de DESCONT y ALBEDO, quienes prestan los servicios de recolección, transporte y disposición final de residuos. Todos estos residuos fueron enviados al relleno sanitario de Bucaramanga.

Se generaron 44,890 toneladas de material reciclable como cartón y papel, vidrio y metal.

Se generaron 52219,06 toneladas de Biomasa, de los cuales 17171,36 toneladas fueron dispuestas en campo como materia orgánica y las restantes 35047,7 toneladas fueron empleadas como combustible para las calderas.

Se generaron 50.445 toneladas de residuos peligrosos, 19,464 menos que en 2014, los cuales fueron gestionados a través de DESCONT, ALBEDO Y CAMPOLIMPIO y fueron llevados a tratamientos térmicos para luego disponerlos en celdas de seguridad.

La disposición final y tratamientos intermedios en los residuos, se seleccionan teniendo en cuenta lo estipulado en los Decretos 4741 de 2005 y 1713 de 2002, los cuales clasifica a los residuos en dos grandes categorías; peligrosos y no peligrosos.

Para la gestión de peligrosos, comúnmente se realizan tratamientos mediante procesos térmicos y luego son llevados a celdas de seguridad para su disposición final y para la gestión de no peligrosos, se gestionan mediante dos actividades independientes; la primera, venta del material susceptible de ser reciclado y la segunda, eliminación directa en rellenos sanitarios avalados por las autoridades ambientales.

Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.

En 2015 no se han presentado derrames o accidentes ambientales significativos.

Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según el Convenio de Basilea y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.

Por tipo de residuos, la cantidad generada fue la siguiente:

Aceite mineral usado: 218 galones que equivalen a 767,36 kilogramos. 0,76736 toneladas.

Filtros de aire y aceite: 0,472 toneladas.

Envases vacíos de plaguicidas: 9,71 toneladas.

Residuos de Aparatos Eléctrico y Electrónicos RAEE. 604 kilos. 0,604 toneladas.

Tipo de Residuo	Kilogramos	Toneladas
Plástico contaminado	10587	10,587
Hos pitalarios	37	0,037
Toners	9	0,009
Aceite usado	767,36	0,76736
Filtro de aire	152	0,152
Filtro de aceite	320	0,32
Material absorbente	2698	2,698
Residuos químicos	25	0,025
Tierras contaminada	96	0,096
Vidrio contaminado	43	0,043
Cartón contaminad o	2449	2,449
Lanillas estopas	70	0,07
EPPs contaminados	706,5	0,7065
Costales de fertilizantes	18800	18,8
Envases de plaguicidas	9710	9,71
Icopor contaminado	530	0,53
Otros	3445,5	3,4455
Total	50445,36	50,44536



DIMENSIÓN
AMBIENTAL

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

Los únicos productos que se embalan o empaican son las semillas (cajas de cartón) y la torta de palmiste (costales). Estos materiales no se recuperan, el cliente da disposición final.

Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de normativa ambiental.

En 2015 no se presentaron multas por incumplimiento de normativa ambiental.

INDUPALMA LTDA, mediante la implementación de su sistema de gestión ambiental basado en la NTC ISO 14001: 2004 y la norma RSPO, monitorea y controla, todos los riesgos legales ambientales asociados con el ejercicio de sus actividades, de tal manera, que el control sobre los mismos se realiza preventiva y proactivamente.

Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte de personal.

Como ya se ha evidenciado en numerales anteriores, la mitigación del impacto ambiental se ha llevado a cabo a través de la mejora continua de procesos, reutilización de efluentes, uso de biomasa para alimentación de calderas y mejoramiento las condiciones del suelo, además de la cogeneración de energía.

Identidad, tamaño, estado de protección y valor en términos de biodiversidad de cuerpos de agua y hábitats relacionados que han sido significativamente afectados por descargas de agua y residuos líquidos según los reportes de la organización.

En el 2015 se contrató a la empresa SGS de Colombia S.A.S para que realizara la modelación ambiental de los vertimientos, permitiéndonos medir los impactos ambientales asociados a la generación del afluente. Durante el estudio se definió que considerando que los acuíferos de la zona se encuentran a más de 40 metros de profundidad y que en todos los puntos de vertimiento, tanto industriales como domésticos, se cuenta con un sistema de tratamiento, el cual según los resultados de los monitoreos, genera un control adecuado de los diferentes tipos de contaminantes, como también se hace evidente por la modelación matemática de vertimientos para cada una de las tres zonas, es posible que el impacto de los vertimientos sobre los acuíferos sea bastante bajo.

Debido a que el agua residual se está reutilizando como fertirriego, no se genera impacto directo sobre las fuentes de aguas superficiales, de la interpretación de los resultados del estudio contratado se entiende que las palmas están consumiendo los nutrientes orgánicos presentes en el agua excedente del proceso.



DESGLOSE POR TIPO TOTAL DE GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES

A continuación se muestra el detallado de los costos ambientales incurridos en el año 2015

Suma de Valor Etiqueta de Fila	Etiquetas de columna Prevención y gestión ambiental	Restauración	Tratamiento de emisiones	Tratamiento de residuos	Total general
A&C	\$ 830.766.880,00				\$ 830.766.880,00
Disposición de lodos	\$ 395.850.000,00				\$ 395.850.000,00
Mantenimiento STAR	\$ 434.916.880,00				\$ 434.916.880,00
Albedo				\$ 47.443.804,00	\$ 47.443.804,00
Disposición de residuos solidos				\$ 47.443.804,00	\$ 47.443.804,00
Bureau Veritas	\$ 6.612.000,00				\$ 6.612.000,00
Auditoria de Seguimiento	\$ 6.612.000,00				\$ 6.612.000,00
Curso Auditores Internos					
Control Union	\$ 27.561.600,00				\$ 27.561.600,00
Auditoria de Seguimiento	\$ 27.561.600,00				\$ 27.561.600,00
Corpocesar	\$ 26.957.307,00	\$ 26.957.307,00			\$ 26.957.307,00
Tasas uso/evaluación y seguimiento	\$ 26.957.307,00	\$ 26.957.307,00			\$ 26.957.307,00
Descont				\$ 17.896.180,00	\$ 17.896.180,00
Disposición de residuos solidos				\$ 17.896.180,00	\$ 17.896.180,00
Gestión ambiental	\$ 408.899.477,00				\$ 408.899.477,00
Personal de planta	\$ 408.899.477,00				\$ 408.899.477,00
Jorge Gómez	\$ 24.490.000,00				\$ 24.490.000,00
Auditoria Interna Formación	\$ 12.245.000,00				\$ 12.245.000,00
Auditores Internos RSPO	\$ 12.245.000,00				\$ 12.245.000,00
PSL Proanálisis	\$ 19.506.560,00				\$ 19.506.560,00
Vertimientos Industrial	\$ 19.506.560,00				\$ 19.506.560,00
RSPO	\$ 5.654.694,00				\$ 5.654.694,00
Pago de Membresía	\$ 5.654.694,00				\$ 5.654.694,00
SGS	\$ 101.389.024,72		\$ 4.109.330,00		\$ 105.498.354,72
Modelación Ambiental	\$ 77.085.388,72				\$ 77.085.388,72
Vertimiento					
Monitoreo de pozos sépticos	\$ 24.303.636,00				\$ 24.303.636,00
Monitoreo Isocinético					
Monitoreo Isocinético			\$ 4.109.330,00		\$ 4.109.330,00
SIAM Ingeniería	\$ 16.402.400,00				\$ 16.402.400,00
Calidad de aire y ruido	\$ 16.402.400,00				\$ 16.402.400,00
Total general	\$ 1.441.282.635,72	\$ 26.957.307,00	\$ 4.109.330,00	\$ 65.339.984,00	\$ 1.537.689.256,72



DIMENSIÓN
AMBIENTAL**Reclamaciones ambientales**

No hubo reclamaciones para este periodo

Resultados Metas Propuestas en 2014

- Reducción generación residuos comunes 8%:

Se logró una reducción del 16% de los residuos generados por las campañas de capacitación en segregación en la fuente y separación, orden y aseo en los centros de acopio.

- Reducción generación residuos peligrosos 11%:

Se logró una reducción del 27% de los residuos generados por las campañas de capacitación en segregación en la fuente y separación, orden y aseo en los centros de acopio.

- Aumentar generación de reciclables 11%:

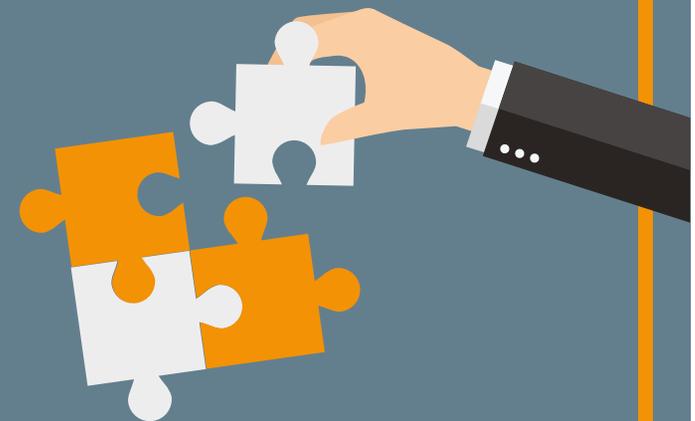
Este valor disminuyó un 22% debido a que en el año inmediatamente anterior a la fecha de reporte, se realizó una venta de chatarra que se estaba acumulada de años atrás, esta debió acumularse para justificar los gastos de transporte para la movilización al punto de aprovechamiento.

-Capacitar al personal en reducción y control de impactos ambientales y protección de áreas de alto valor de conservación:

Lamentablemente en este periodo no se pudieron llevar a cabo las capacitaciones por temas logísticos, serán reprogramadas para el año siguiente.

**Retos para el 2016**

- Optimizar el sistema de tratamiento de aguas residuales industriales
- Realizar las capacitaciones pendientes e incluir planes de emergencia y control de derrames
- Realizar solicitudes de nuevos permisos ambientales por requerimiento de autoridades ambientales
- Reducción adicional del 10% en la generación de residuos ordinarios de residuos ordinarios
- Reducción adicional del 7% en la generación de residuos ordinarios de residuos ordinarios.
- Capacitar al personal en reducción y control de impactos ambientales y protección de áreas de alto valor de conservación.



DIMENSIÓN SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

DIMENSIÓN SOCIAL



Principio 3

Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

INDUPALMA es una empresa respetuosa y justa con sus trabajadores que vela por el respeto a los derechos de asociación, participación y no explotación de ningún tipo.

En ese mismo sentido con nuestro sindicato, SINTRAPROEACEITES, mantenemos una relación cercana, de confianza y buen trato

INDUPALMA tiene como pilares fundamentales la formación y la seguridad de sus colaboradores/as por lo cual, dentro de nuestras políticas se indica el desarrollo integral y la sostenibilidad de nuestros procesos mediante los siguientes compromisos:

• **Con nuestros colaboradores/as, trabajadores/as y partes interesadas:**

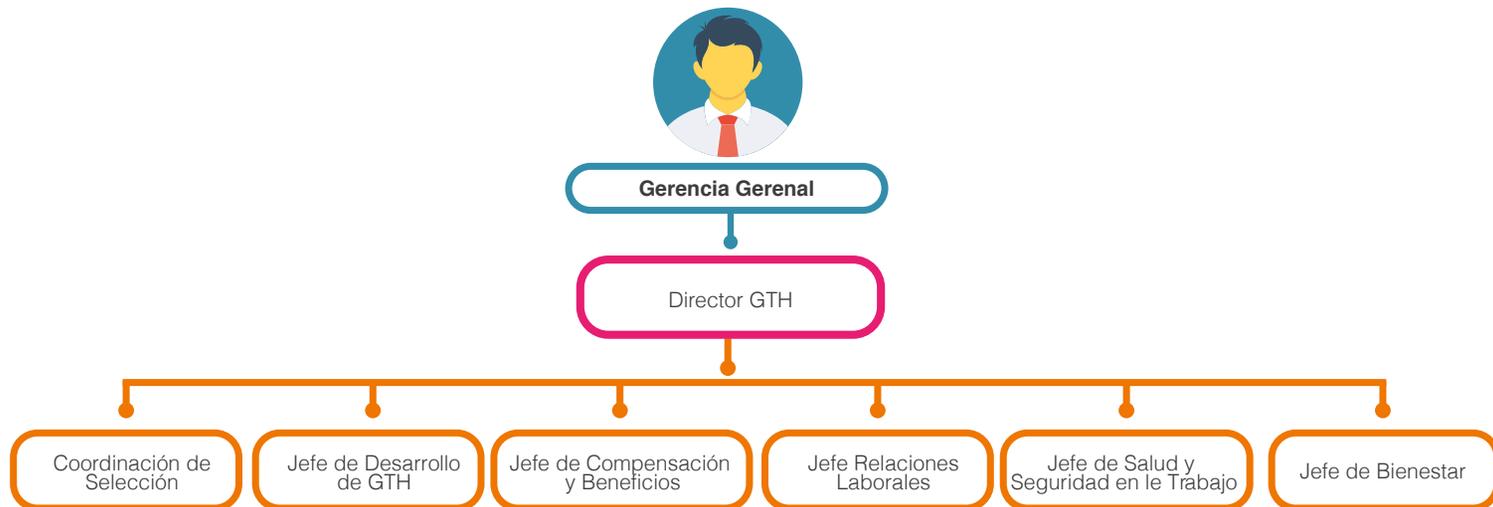
Cumplimiento de nuestros acuerdos y compromisos, gestionando

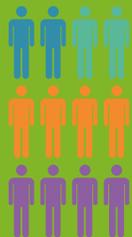
el desarrollo integral y fortaleciendo la comunicación de forma permanente con pensionados, colaboradores, clientes y proveedores.

• **Con la seguridad y salud en el trabajo:**

Identificar, gestionar y administrar eficientemente los recursos necesarios para la prevención de accidentes de trabajo, enfermedades laborales y los diferentes riesgos presentes en la empresa, con el propósito de conservar la salud, el bienestar físico y mental de los trabajadores/as, colaboradores/as y visitantes, manteniendo como política el marco legal de cumplimiento del SG-SST y su mejoramiento continuo.

Las áreas que tienen relación directa con los colaboradores/as son las siguientes:



DIMENSIÓN
SOCIAL

RÉGIMEN LABORAL Y SINDICATO (SINTRAPROACEITES)

INDUPALMA propende y respeta la libertad de asociación de los trabajadores/as a la Organización Sindical, como voceros/as y representantes de las peticiones de la comunidad laboral frente a la empresa. De igual forma está garantizado el ejercicio pleno de la libertad sindical a través de la realización de asambleas generales; autorización de permisos a los miembros de la Junta Directiva seccional y autorización para cursos sindicales.

Es así como, la existencia de espacios de dialogo dan como resultado la construcción conjunta del tejido laboral a través de diferentes reuniones de trabajo como: el comité obrero - patronal, comité de educación, comité de calamidad, comité del fondo de padres, comité de deportes, comité de convivencia laboral, COPASS y los llamados Espacios para el Dialogo.

En relación con la negociación colectiva, se garantiza a través del respeto y la garantía de llevar a cabo todo el proceso de arreglo directo que culmina con la suscripción de la Convención Colectiva de Trabajo. No se ha tenido que acudir a tribunales de arbitramento ni ante el Ministerio del Trabajo para el ejercicio del derecho de negociación colectiva.

DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO TOTAL DE TRABAJADORES AÑO 2015

Ciudad de Labor	Femenino	Masculino	Total general
SAN ALBERTO	72	326	398
BOGOTÁ	25	35	60
BUCARAMANGA	1		1
PUERTO RICO		1	1
VICHADA		2	2
SABANA DE TORRES		1	1
Total general	98	365	463

A 31 de diciembre de 2015, el total de trabajadores directos de INDUPALMA era de 463 (sin incluir pasantes), de los cuales 340 son afiliados al sindicato, es decir que un 73% de los trabajadores se beneficia de la CCT.

Por su parte, 52 empleados pertenecen al Estatuto Directivo y 71 al Régimen Especial, es decir que el 27% del total de trabajadores se benefician del Estatuto y del régimen Especial respectivamente.

PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIOS COLECTIVOS.

Tipo de Convenio Colectivo	Total	Porcentaje
CONVENCIÓN COLECTIVA	340	73%
ESTATUTO DIRECTIVO	52	11%
REGIMEN ESPECIAL	71	16%
Totales	463	100%

DISCRIMINACIÓN DEL PERSONAL

Tipo de Personal	dic-13	dic-14	dic-15
CONVENCIONADO	362	338	340
ESTATUTO DIRECTIVO	63	56	52
REGIMEN ESPECIAL	50	64	71
ESTUDIANTES (Sena y Universitarios)	51	21	22
TOTAL PERSONAL ACTIVO	536	479	492

PORCENTAJE DE EMPLEADOS POR GÉNERO

Genero	Número de Trabajadores
Hombres	78,84%
Mujeres	21,16%
Total	100%

No hay conocimiento sobre trabajadores procedentes de minorías.

DIMENSIÓN SOCIAL



EMPLEADOS SEGÚN EL RANGO DE EDAD

Edad	Número de Trabajadores	Número de Trabajadores
Menores de 30 años	25,05%	116
Entre 30 y 50 años	53,56%	248
Mayores de 50 años	21,38%	99
Total	100%	463

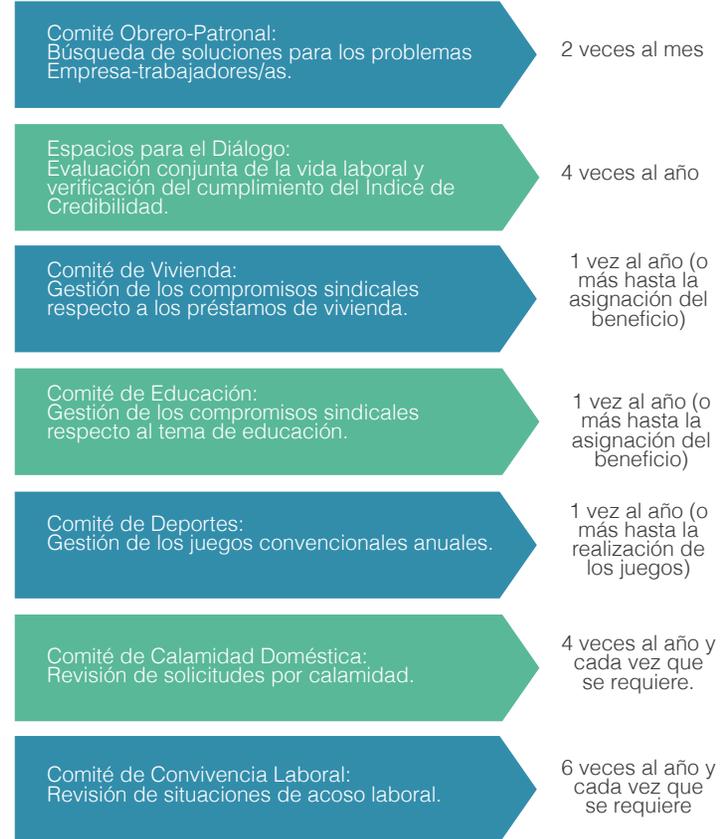
Grupos de edad. Menores de 30 años (25,05%), entre 30 y 50 (53,56%), más de 50 (21,38%)

CONVENCIÓN COLECTIVA DE TRABAJO

La Convención Colectiva de Trabajo fue pactada a cinco años (2012-2016) y tiene vigencia hasta el 31 de diciembre de 2016. En ella fueron pactados entre INDUPALMA y SINTRAPROACEITES seccional San Alberto, prestaciones económicas y asistenciales, siempre en beneficio de los trabajadores/as por encima a las tipificadas por la ley como se aprecia más adelante.

La Convención Colectiva es fuente de respeto, por ello se buscan los mecanismos para garantizar el cumplimiento de los derechos y prestaciones en ella pactados.

La relación de respeto y cordialidad entre INDUPALMA y el Sindicato se explica por las diferentes instancias de comunicación que hay entre las partes, que buscan dar salidas a las solicitudes de los trabajadores/ y exponer la visión de empresa: cómo estamos, hacia donde vamos y cómo lo lograremos. En el año 2015:



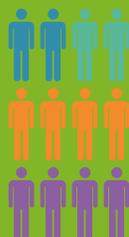
Índice de credibilidad:

El Índice de Credibilidad recopila los compromisos mutuos entre la Empresa y el Sindicato que se suscribieron con base en la palabra de cada una de las partes con el fin de mejorar la sana y justa relación laboral, los cuales se revisan en "Espacios para el Dialogo". Estos compromisos se constituyen como un pacto de caballeros, su cumplimiento no conduce a ninguna consecuencia de tipo legal, sino al fortalecimiento de la confianza entre las partes.

Principales beneficios para el personal Convencionado:

Concepto	2013	2014	2015	periodicidad
Auxilio de Alimentación	\$ 8.400	\$ 8.820	\$ 9.261	Diario
Auxilio Para Cena	\$ 5.250	\$ 5.513	\$ 5.789	Diario
Auxilio Por Maternidad o Aborto No Provocado	\$ 50.190	\$ 52.700	\$ 55.335	C/U
Auxilio Por Maternidad o Aborto No Provocado Para Residenciadas en Otras Ciudades	\$ 242.865	\$ 255.008	\$ 267.758	C/U
Auxilio de Defunción-Trabajador	\$ 250.530	\$ 263.057	\$ 276.210	C/U
Auxilio de Defunción-Padre, Madre, Esposo (a) e Hijos	\$ 376.530	\$ 395.357	\$ 415.125	C/U
Auxilio Para Lentes Correctivos - Para Monturas	\$ 50.190	\$ 52.700	\$ 55.335	Anual
Auxilio Para Lentes Correctivos	100% del costo lo asume Indupalma Ltda	100% del costo lo asume Indupalma Ltda	100% del costo lo asume Indupalma Ltda	Anual
Auxilio de Educación	\$ 31.557.750	\$ 33.135.638	\$ 34.792.420	Anual
Auxilio útiles Escolares	\$ 26.702.550	\$ 28.037.678	\$ 29.439.562	Anual
Auxilio al Sindicato	\$ 25.465.965	\$ 26.739.263	\$ 28.076.226	Anual
Auxilio al Sindicato-Comunicaciones	\$ 376.530	\$ 395.357	\$ 415.125	Mensual
Becas Para Estudios Tecnológicos y Universitarios	\$ 21.579.600	\$ 22.658.580	\$ 23.791.509	Anual
Deportes	\$ 56.805	\$ 59.645	\$ 62.627	Mensual
Fondo Rotatorio Para Prestamos de Vivienda	\$ 271.106.850	\$ 284.662.193	\$ 298.895.303	Anual
Aportes Empresa	\$ 30.135	\$ 31.642	\$ 33.224	Mensual
Aporte Trabajadores	\$ 7.560	\$ 7.938	\$ 8.335	Mensual
Préstamo Extraordinario	\$ 66.360	\$ 69.678	\$ 73.162	C/U
Fondo Rotatorio de Emergencias	\$ 7.980.000	\$ 8.379.000	\$ 8.797.950	Anual
Préstamo Extraordinario del Fondo de Emergencia	\$ 273.000	\$ 286.650	\$ 300.983	C/U
Auxilio para Padres del Fondo Asistencial	\$ 1.365.000	\$ 1.433.250	\$ 1.504.913	Anual
Fondo Rotatorio Para Calamidad Domestica	\$ 27.863.850	\$ 29.257.043	\$ 30.719.895	Anual
Valor Máximo del préstamo Por Calamidad Domestica	\$ 525.000	\$ 551.250	\$ 578.813	C/U
En Bogotá u otras ciudades distintas a Bucaramanga Con Pernoctada	\$ 54.075	\$ 56.779	\$ 59.618	C/U
En Bucaramanga Con Pernoctada	\$ 30.135	\$ 31.642	\$ 33.224	C/U
En Bucaramanga Sin Pernoctada	\$ 18.165	\$ 19.073	\$ 20.027	C/U
Prima de Vacaciones	\$ 7.560	\$ 7.938	\$ 8.335	C/U
Bonificación Extralegal por Jubilación Plena	\$ 385.455	\$ 404.728	\$ 424.964	C/U
Bonificación Extralegal por Invalidez	\$ 500.955	\$ 526.003	\$ 552.303	C/U

DIMENSIÓN SOCIAL



DIMENSIÓN SOCIAL



Principales beneficios para el personal del Estatuto Directivo (Gerentes (*), Directores (*) y Jefes) y Régimen Especial (Asistentes, Especialistas y Coordinadores) según el cargo:

(*) No aplica para salario integral

- Seguro de salud o medicina prepagada
- Seguro de vehículo Todo Riesgo
- Seguro de vida de acuerdo al cargo
- Visita familiar 2 veces al mes para personal con fecha de ingreso anterior al 2 de agosto/12 para aquellos que su sede de domicilio tiene una distancia superior a 450KM del lugar de trabajo.
- 6 días de descanso al año, este aplica únicamente al personal que labora en San Alberto, Puerto Rico, Puerto Carreño, y Sabana de Torres
- Pago de arrendamiento por vehículos
- Parqueadero para las personas que laboran en Bogotá
- Beneficio de patrocinio en educación en pregrado, postgrado, maestrías, etc.
- Auxilio de alimentación por un valor de \$ 8.360 diarios, esto aplica para trabajadores que no cuentan con casino restaurante en el lugar de trabajo
- Alimentación (Servicio de Casino) para los trabajadores de Plantación en San Alberto)
- 10 días de pago por concepto de Prima de Navidad en el mes de diciembre, siempre que se cumpla con ciertos requisitos
- 10 días de pago por concepto de prima de vacaciones cuando el

trabajador disfrute o se cancelen vacaciones

- Vivienda para los trabajadores de Estatuto Directivo y Régimen Especial que residen en plantación.

Respecto al índice de rotación acumulada de Indupalma en el 2015, fue del 0,58%, que equivale a 29 retiros en el año, distribuidos de la siguiente manera:

DESVINCULACIONES 2015	
Causal Retiro	No. personas
Reconocimiento de pensión	3
Terminación mutuo acuerdo	1
Terminación en Periodo Prueba	2
Terminación sin justa causa	8
Renuncia	15
Total	29

El mayor índice se observa en Renuncia cuya causa obedece a otras ofertas de empleo con mayores ingresos y cargos superiores, adicionalmente la cercanía de las nuevas ofertas a su núcleo familiar primario.



Porcentaje de los empleados desglosados por categoría profesional, sexo, región

Categoría Profesional	Femenino	Masculino	Total
Bachiller	12	93	105
Estudiante universitario	3	2	5
Maestría		4	4
Postgrado	20	29	49
Primaria	1		1
Profesional	35	39	74
Técnico	25	188	213
Tecnólogo	2	10	12
Total	98	365	463

Categoría Profesional	Femenino	Masculino	Total
Bachiller	12%	25%	23%
Estudiante universitario	3%	1%	1%
Maestría	0%	1%	1%
Postgrado	20%	8%	11%
Primaria	1%	0%	0%
Profesional	36%	11%	16%
Técnico	26%	52%	46%
Tecnólogo	2%	2%	2%
Total	100%	100%	100%

Se muestra que la población de Indupalma se concentra en personas con un nivel técnico, representando el 46% de la población. Posterior a esto, siguiendo el nivel de Bachilleres con un 23%.

Indupalma trabaja para que cada vez sus trabajadores/as estén más profesionalizados y aumenten su nivel de escolaridad, esto ajustado a las necesidades de los cargos que se desempeñan.

Relación entre el salario base y la remuneración de las mujeres en comparación con los hombres, para cada categoría profesional y por región de operación:

CIUDAD DE LABOR	Formación Académica	Femenino	Masculino	Relación Salario Mujeres/ Salarios Hombres
BOGOTA	Bachiller	1.136.844	1.132.092	100%
	Estudiante Universitario	2.510.862	1.780.724	141%
	Maestría		17.596.242	0%
	Postgrado	5.179.847	6.350.986	82%
	Primaria	1.015.779		N/A
	Profesional	2.329.635	2.957.955	79%
	Técnico	1.188.534	1.438.791	83%
	Tecnólogo	2.299.964		N/A
BUCARAMANGA	Técnico	829.482		0%
PUERTO RICO	Técnico		1.345.768	0%
SABANA DE TORRES	Técnico		1.345.768	0%
SAN ALBERTO	Bachiller	1.096.345	1.299.071	89%
	Estudiante Universitario	2.485.000	2.105.366	118%
	Maestría		9.468.322	0%
	Postgrado	5.853.954	6.177.467	95%
	Profesional	2.727.528	3.253.231	84%
	Técnico	1.291.868	1.277.107	101%
	Tecnólogo	1.045.661	1.361.658	77%
VICHADA	Bachiller		1.345.768	0%

Es importante aclarar que en INDUPALMA, los salarios de todos los cargos se definen de acuerdo con su nivel de responsabilidad y no por las características particulares de las personas que los ocupan.





SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SST)

El desarrollo integral y sostenible de nuestros procesos mediante el compromiso con **la Seguridad y Salud en el Trabajo** es nuestra política, identificando, gestionando y administrando eficientemente los recursos necesarios para la prevención de accidentes de trabajo, enfermedades laborales y los diferentes riesgos presentes en la empresa, con el propósito de conservar la salud, el bienestar físico y mental de los trabajadores/as, colaboradores/as y visitantes.

Teniendo en cuenta lo anterior, se fijan los objetivos en Seguridad y Salud en el Trabajo a los cuales damos cumplimiento a través de diferentes actividades:

- Prevención de accidentes de trabajo mediante controles estadísticos de frecuencia, severidad e Índice lesiones incapacitantes (ILI).
- Prevención de enfermedades laborales a través de mediciones de higiene industrial, uso adecuado de EPI en los lugares de trabajo.
- Identificación de los días perdidos por enfermedad de origen común en la población trabajadora.
- Desarrollo de capacitaciones dirigidas al personal de acuerdo a los factores de riesgo de la empresa, asegurando una total cobertura, especialmente sobre el personal más vulnerable identificado en la matriz.
- Realización de inspecciones para la reducción de accidentes de trabajo, mejoramiento de la productividad y mitigación de los riesgos en los puestos de trabajo.

Un espacio de comunicación con los Colaboradores es el Comité Paritario de Seguridad y Salud en el trabajo - COPASST, que está conformado de acuerdo a lo estipulado en el artículo 4º de la Resolución 2013 de 1986.

La elección de los representantes de los trabajadores se realiza mediante elección y votación, caso contrario para los representantes administrativos que son elegidos por el gerente de la compañía.

Los trabajadores, durante la Asamblea realizada el pasado 2 febrero de 2015, nombraron como sus representantes principales y suplentes al Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo a los siguientes colaboradores:

Principal: Mirian Yolanda Betancourt Torres con cédula número 39014510

Suplente: Plutarco Hernández con cédula número 88136561

Principal: Albeiro González con cédula número 12456203

Suplente: Víctor Manuel Moncada Peñaranda con cédula número 77164750

Integrado el comité, se procedió de acuerdo a la Resolución 2013 de 1.986 a nombrar al presidente y al secretario del mismo, con el objetivo de mantener la coordinación, organización y funcionamiento del comité. El representante legal de la empresa designó a Mario Luis Meza Barraza como presidente y Miriam Yolanda Betancourt Torres como vicepresidente del comité, y por votación se nombró como secretario a Antonio Hernán Lora Hernández.

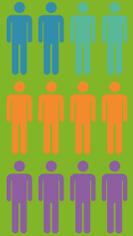
Se establece que el periodo de los miembros del Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo será de dos años, y el empleador se compromete a proporcionar cuatro horas (mínimo) semanales dentro de la jornada normal de trabajo de cada uno de sus miembros para el funcionamiento del comité, tal como se estipula en el artículo 63 del Decreto 1295 de 1994.

El Comité cuenta con el tiempo necesario para desarrollar las funciones de control y vigilancia de la gestión de SST dentro de la empresa, así que las reuniones se realizan mensualmente. El Comité brinda apoyo directo al departamento de SST, acompañamiento en la investigación de accidentes, apoyo y acompañamiento en la entrega de dotación y elementos de protección individual - EPI.

En INDUPALMA el COPASST está netamente enfocado a las actividades de Seguridad y Salud en el Trabajo y apoya un 50% de las actividades desarrolladas por el área de SST, algunas de estas actividades son:

- Inspecciones de áreas de trabajo.
- Visitas a áreas de trabajo.
- Intervención en dotación y EPI.
- Investigación de accidentes de trabajo.
- Riesgos en maquinaria y equipos.

DIMENSIÓN SOCIAL

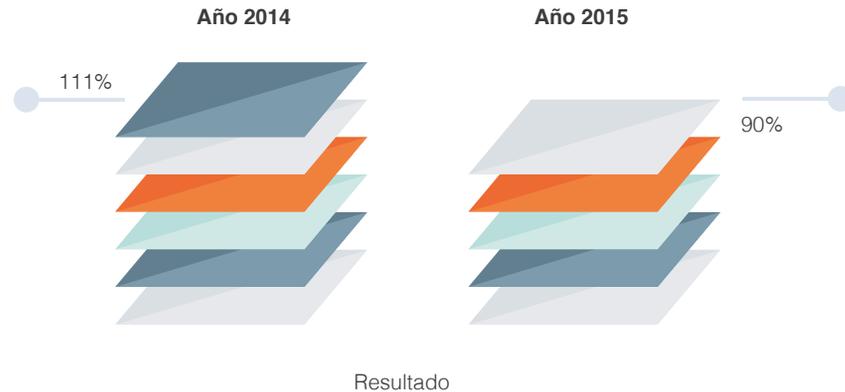


- Condiciones de seguridad en puestos de trabajo

De acuerdo con el Sistema General de SST y con el marco legal, las

PERIODO	N° de personas capacitadas en el periodo	N° de personas proyectadas en ese periodo	Resultado
AÑO 2014	2408	2160	111%
AÑO 2015	2169	2400	90%

actividades realizadas en la empresa bajo el programa de medicina



preventiva fueron:

PROGRAMA DE CAPACITACIONES

CAPACITACIONES

Para el periodo comprendido de 2015 se tiene un cumplimiento del 90 % que supera la meta del 80% de cumplimiento proyectado, este logró se da gracias a las capacitaciones realizadas las cuales



Enfoque de la capacitación	Nombre de la capacitación	Personas Capacitadas
Desarrollo del ser humano	Inducción proceso de competencias	18
	Relaciones humanas	14
	Desarrollo de competencias	180
	Inducción de peligros y riesgos en la empresa	46
	Que hacer en caso de una emergencia	13
	Como atendemos una emergencia en el trabajo	27
	Capacitación de implementación PVE peligro psicosocial	175
	Principios y criterios de RSPO	9
	Primeros auxilios, signos vitales, valoración y transporte de víctimas	44
	Manejo de emergencias antes, durante y después en accidente de trabajo, incendio y sismo	9
Normatividad	Servicio al cliente	53
	Gestión del cambio y resolución de problemas	180
	Acoso Laboral	136
	SARGLAFT	120
	Operaciones inusuales y sospechosas- sarglaft	3
	Deberes y responsabilidades del comité de convivencia	6
	Capacitación de comité de convivencia	5
	Plataforma sistemas sarglaft	2
	Clasificación adecuada de residuos y reciclaje ekoplanet	33
	Inducción de peligros y riesgos en la empresa	46
Sistemas integrados de Gestión de calidad	Reinducción en sst y riesgos	87
	Manejo defensivo y seguridad Vial	59
	Estructuración de las nomas oshas 18001, iso 14001, iso 9001 y formadores auditores internos	20

DIMENSIÓN
SOCIAL

Enfoque de la capacitación	Nombre de la capacitación	Personas Capacitadas	Enfoque de la capacitación	Nombre de la capacitación	Personas Capacitadas	
Sistemas integrados de Gestión de calidad	Riesgo Psicosocial	70	Técnicas del cargo	Aclaración de temas de Nomina	2	
	Movilidad segura para conductores	11		capacitación SAP	362	
	Movilidad vial	15		Política, objetivos ambientales, manejo de residuos solidos	137	
	Manejo de residuos - simulacro derrames	52		Kactus- self service	149	
	PQRS	22		Manejo de maquinaria pesada amarilla y verde	32	
	Socialización política RSE	71		Generalidades de las NIIF	16	
	Seguridad Vial en la prevención de accidentes	56		Implementación TRD	1	
	Política, objetivos ambientales, manejo de residuos solidos	24		Responsabilidad Civil y penal por AT		
	Capacitación trabajo en alturas	22		Otros	Inducción de Seguridad	27
	Riesgo mecánico, uso de herramientas manuales y corto punzantes	37				
	Capacitación en políticas de calidad	58				
	Capacitación en pausas activas	30				
	Capacitación y entrenamiento resolución 1409- trabajo en alturas	40				
	Uso de elementos de protección individual y comportamiento	15				
	Capacitación en trabajo en alturas	22				
	Jornada de salud riesgo cardiovascular y IMC	236				
	Practica de escalera, ascenso, descenso y poleas	16				
	Estilo de vida saludable	103				
	Manejo de extintores	6				
	Responsabilidad Civil y penal por AT	28				
Socialización de estudios de Higiene Planta	1					
	Generalidades de Nómina	46				
	Grupos Primarios	16				
Técnicas del cargo	Capacitación presupuesto	3				
	Declaración de renta	7				
	Responsabilidades en retiro e instalación de guardas de seguridad / maquinas	7				

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.

Programas:

- Certificación de competencias Laborales
- Certificación de auditores Internos de Calidad
- Certificación de Auditores RSPO
- Certificación de trabajo seguro en Alturas
- Certificación de manejo de maquinaria pesada

Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.

Se realizaron 34 evaluaciones de periodo de prueba con un porcentaje del 7,34%.

DIMENSIÓN SOCIAL



Promedio de horas de formación al año por empleado, por categoría de empleado.

Categoría	Número de empleados	Número de horas	Promedio de horas por empleado
Estratégico	17	12957	6,18
Táctico	92	42204	5,87
Operativo	354	14748	41,66

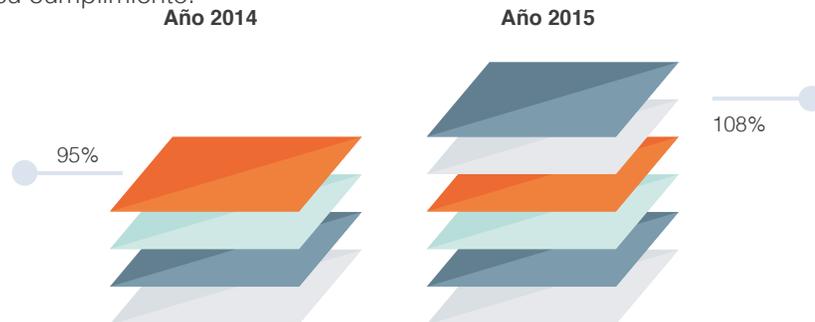
PROGRAMA DE INSPECCIONES

PERIODO	Nº de Inspecciones realizadas en el periodo	Nº total de inspecciones programadas en el periodo	Resultado
AÑO 2014	114	120	95%
AÑO 2015	117	108	108%

INSPECCIONES

Las inspecciones tienen como objetivo principal, el evidenciar riesgos en los diversos puestos de trabajo y realizar las mejoras pertinentes a fin de disminuir accidentes de trabajo y mejorar las condiciones de trabajo.

La grafica refleja un cumplimiento del 108% en el periodo de 2015 vs al periodo de 2014 que fue del 95% cumpliendo la meta en su totalidad que era de un 80% de cumplimiento, todo esto de logro gracias al seguimiento y cumplimiento de cronograma de inspecciones y el de actividades en el cual nos indica las tareas a realizar diariamente para su cumplimiento.



Resultado

En estas inspecciones se evidenciaron aspectos críticos previamente identificados en las diferentes áreas de trabajo que presenten condiciones inseguras, por lo que se realizaron las inspecciones con el fin de tomar un registro fotográfico y direccionar a los responsables de ejecutar estas mejoras y disminuir el riesgo identificado.

En el cual se tiene como principal objetivo, hacer seguimiento a cada una de las inspecciones realizadas anteriormente con el fin de cerrar los hallazgos y registrar las mejoras a los riesgos identificados.

CONTROL A CONTRATISTAS

En la actualidad INDUPALMA LTDA ofrece empleo a 1450 personas de Cooperativas dispersos en 15.300 hectáreas aproximadamente en las cuales contamos máximo con 5 porterías para el control del personal.

Para el año que comprende 2015 se emitieron 24.557 permisos de ingreso a las instalaciones de INDUPALMA, validando que todos tengan sus respectivos pagos de seguridad social al día, distribuidos de la siguiente manera:

- 17296 personas de cooperativas.
- 5292 personas de contratistas.
- 1969 personas que asistieron a capacitación e inducción con sus respectivas evaluaciones de la inducción y registro en la oficina de SST.

PERMISOS DE INGRESOS DURANTE EL AÑO 2015



DIMENSIÓN SOCIAL



Con el objetivo de garantizar que todo el personal que ingresa a la compañía cuente con los pagos de seguridad social al día, con el fin de blindar a la compañía ante un posible accidente dentro de la organización.

Para el análisis de la seguridad Industrial del año 2015, presentamos los siguientes indicadores de SST:

ACCIDENTES DE TRABAJO

Severidad, Frecuencia, Índice de lesiones incapacitantes:

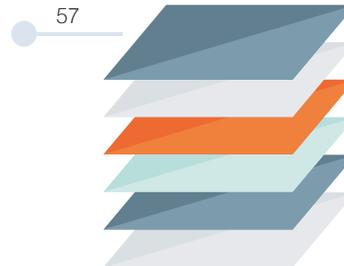
PERIODO	N° de días perdidos por accidente de trabajo	N° horas hombre trabajadas	N° de accidentes de trabajo	Frecuencia	Severidad	ILI
ENERO 2015	14	92.016	2	0.4	3.0	0.001
FEBRERO 2015	32	87.415	13	3.0	7.3	0.022
MARZO 2015	17	89069	3	0.7	3.8	0.003
ABRIL 2015	3	76840	1	0.3	0.8	0.001
MAYO 2015	6	77520	2	0.5	1.5	0.001
JUNIO 2015	4	77330	1	0.1	1	0.001
JULIO 2015	62	73416	9	2.5	16.9	0.041
AGOSTO 2015	33	73250	6	1.6	9	0.015
SEPTIEMBRE 2015	25	80688	5	1.2	6.2	0.008
OCTUBRE 2015	5	77464	1	0.3	1.3	0.001
NOVIEMBRE 2015	20	78448	5	1.3	5.1	0.006
DICIEMBRE 2015	3	78828	5	1	0.8	0.001

COMPARTIVO # DE ACCIDENTES DE TRABAJO

COMPARATIVO ACCIDENTES DE TRABAJO

PERIODO
AÑO 2014
AÑO 2015

N° de accidentes de trabajo 2014



N° de accidentes de trabajo 2015

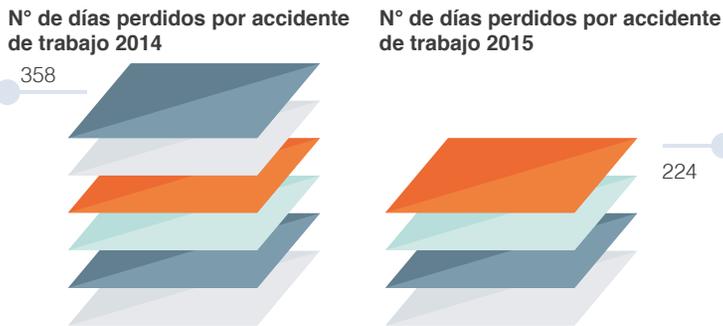


DIMENSIÓN SOCIAL



Los resultados obtenidos en el número de accidentes del año 2014 vs al año 2015 indican que disminuyó en 5 accidentes, que pasó de 57 accidentes a 52 accidentes del 2015, gracias a la buena gestión del área.

COMPARATIVO DÍAS PERDIDOS POR AT	
PERIODO	DÍAS PERDIDOS
AÑO 2014	358
AÑO 2015	224



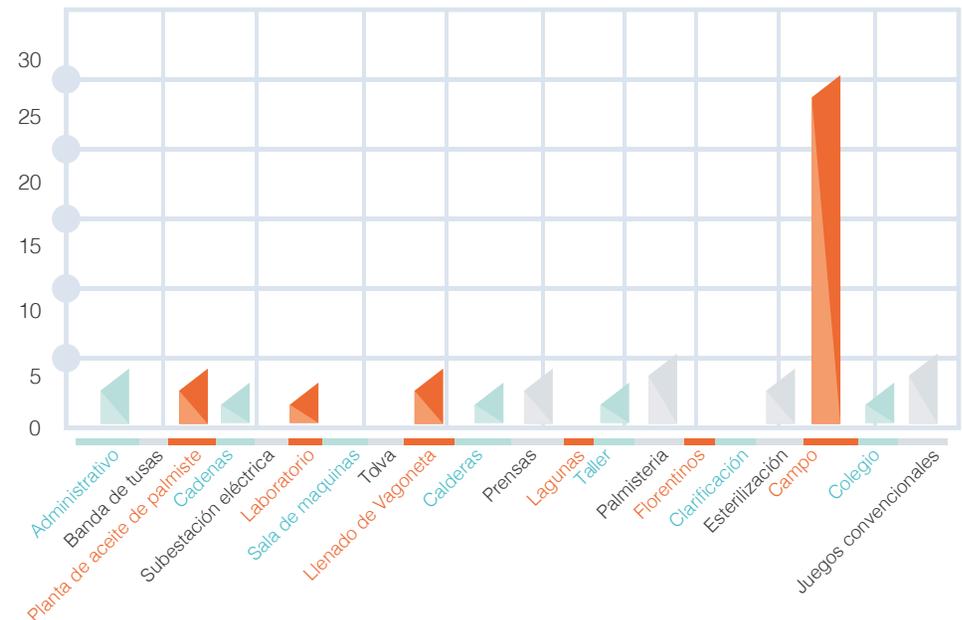
El número de días perdidos por accidentes del año 2014 indica que disminuyó considerablemente con respecto al mismo periodo del año 2015, que pasó de 358 días perdidos a tan solo 224 días perdidos por accidentes, gracias a la buena gestión del área, que realiza trabajos de la mano de ARL SEGUROS BOLIVAR.

También esta disminución corresponde al cumplimiento del cronograma de actividades donde están programadas las diferentes capacitaciones, inspecciones, revisión de vehículos, inspección en puestos de trabajo y demás acciones encaminadas a la prevención de accidentes de trabajo.

PARTES DEL CUERPO AFECTADAS POR AT EN EL AÑO 2015



FRECUENCIA POR AREAS DE LOS AT EN EL 2015 AREAS DE ACCIDENTALIDAD AÑO 2015



DIMENSIÓN SOCIAL



ENFERMEDADES LABORALES

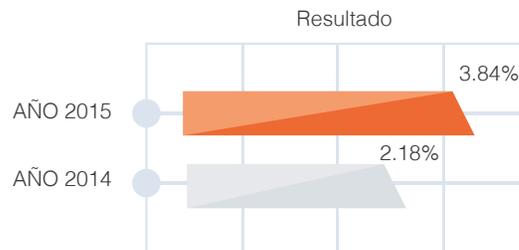
A la fecha no se han presentado casos de enfermedad laboral en la población trabajadora de la empresa.

DIAS PERDIDOS POR ENFERMEDAD GENERAL

COMPARATIVO DIAS PERDIDOS POR ENFERMEDAD GENERAL

PERIODO	Total horas días perdidas en el periodo	Total horas hombre perdidas en el periodo	N° de horas hombre laborales en el mismo periodo
AÑO 2014	3437	27496	1260908
AÑO 2015	4614	36912	962274

AUSENTISMO POR RIESGO COMÚN



El nivel de ausentismo por enfermedad aumento en el año 2015 con respecto al año 2014, debido a enfermedades como el Chikunguña, Zika, dengue, cirugías con largos periodos de recuperación, entre otros, desde el área de SST se ha venido trabajando con los casos especiales con un médico laboral para hacer un seguimiento detallado y posterior evolución, visitas a domicilios conocer la recuperación y necesidades del trabajador/a, atención oportuna de citas médicas, desarrollo del programa de medicina preventiva, trabajos en conjunto con las EPS para el desarrollo de actividades de promoción y prevención que apunten a mejorar el estado de salud de los colaboradores/as.

LOGROS ALCANZADOS DURANTE EL AÑO 2015

Se logró sostener la recertificación de HOSAS 18001 con la auditoria externa que realizo BUREAU VERITAS que contábamos con todos los requisitos de la norma y plan legal de SST como son:

- Programa del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo
 - Plan de medicina preventiva
 - Plan de medicina del trabajo.
 - Plan de higiene industrial
 - Plan de seguridad industrial.
- Indicadores de gestión en SST.
- Reglamento de higiene y seguridad industrial
- Matriz de requisitos legales
- Matriz de identificación de peligros
- Plan de emergencia.
- Programa de medicina preventiva.
- Copasst.



DIMENSIÓN SOCIAL



CONTRA EL TRABAJO INFANTIL

1. INDUPALMA manifiesta en su reglamento de trabajo, un compromiso expreso con la prevención y erradicación del trabajo infantil. Adicionalmente, lo vincula en su política de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de evitar la ocurrencia de casos de maltrato infantil al interior de sus grupos de interés.

La Empresa se esfuerza constantemente en ampliar este principio con proveedores y socios estratégicos mediante el Código de Conducta para Proveedores y Socios, donde se expresa explícitamente la prohibición. Este código es de estricto cumplimiento para mantenerse como proveedor de la Empresa.

2. El Colegio Indupalma es otra de las estrategias para incentivar la educación en el Municipio de San Alberto. Con la jornada de 8 horas diarias, se minimiza la posibilidad de que los niños que estudian en el Colegio Indupalma estén vinculados a prácticas de trabajo infantil

En el 2015, la organización empezó a trabajar en un plan estratégico fundamentado en los proyectos: Plan Amigo Palmero (Consecución de Fruto) y Empálmate (Excelencia Operativa).

Desde el departamento de Gestión del Talento Humano se empezó a fortalecer el proceso del área comercial (contratación, formación) y los procesos de agronómico, alce y transporte e industrial en el desarrollo de competencias asociadas al cargo.

Así mismo, para continuar fortaleciendo unas relaciones laborales basadas en el dialogo como herramienta de comunicación, se da continuidad a los espacios de comunicación instaurados: Comité Obrero Patronal, Espacios para el Dialogo, GTH Te Escucha y mesas de trabajo con la filosofía de puertas abiertas para facilitar los mecanismos de expresión y comunicación.

Resultados Metas Propuestas en 2014:

Para dar cumplimiento a los retos planteados para el 2015, INDUPALMA estableció la siguiente estrategia que garantiza la construcción permanente de relaciones laborales armónicas, orientadas a la eficacia, eficiencia y productividad de los colaboradores:

Se realizó énfasis en la gestión del área y el relacionamiento, realizando los comités con los diferentes stakeholders identificados y generar espacios de dialogo para mejorar la gestión y los procesos actuales, siempre en que la búsqueda de soluciones compartida, basados en el respeto, la transparencia y la corresponsabilidad en el proceso de sustentabilidad de la compañía, sociedad y medio ambiente.



ÉNFASIS EN LA GESTIÓN & RELACIONAMIENTO

También se lanzó la estrategia GTH te escucha y responde, donde se propició trabajar cercanos a la gente, haciendo visitas a los diferentes lugares donde se encuentran nuestros colaboradores, para escuchar sus solicitudes y dar respuesta oportuna a las mismas.

GTH te ESCUCHA & RESPONDE



**DIMENSIÓN
SOCIAL**


Retos para el 2016

En el 2016 GTH debe avanzar en la mejora de los procesos de gestión del talento materializando la evaluación del desempeño como una herramienta para promover el desarrollo de las competencias y la pertinencia de los programas de capacitación.

Continuaremos con el cumplimiento de la convención colectiva de trabajo y con ella promoverá un ambiente de trabajo adecuado para el logro de los objetivos organizacionales del 2016.

Se evidenciará el apoyo a la estrategia del negocio desde el análisis de los indicadores de gestión de las personas para con esos resultados favorecer la excelencia operativa y el cumplimiento de las meta de productividad.

El marco de gestión será la humanización de la empresa reorientando los esfuerzos de las diferentes actividades de GTH hacia el sentido humano y social en nuestra Empresa.



DIMENSIÓN SOCIAL



DERECHOS HUMANOS

Los derechos humanos son universales y pertenecen a todos por igual. El origen de los principios uno y dos se encuentra en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DD.HH) de 1948.

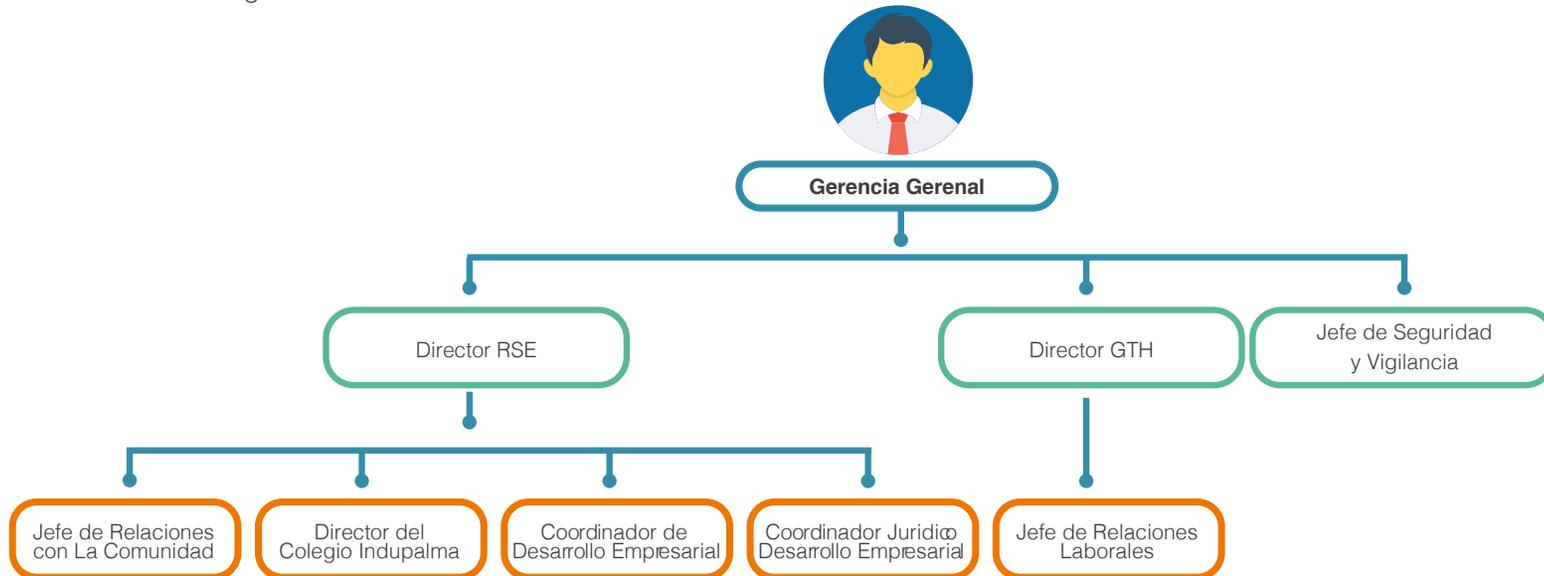
INDUPALMA LTDA desde su responsabilidad social empresarial se compromete con el desarrollo social, económico y sostenible de la región pero a su vez establece en su política, que desde su estrategia corporativa, planes y programas, se respete, promocióne y se protejan los derechos humanos dentro y fuera de la organización partiendo de 2 ejes fundamentales:

1. El respeto a los derechos laborales de los colaboradores, la promoción de su bienestar y el mantenimiento de relaciones constructivas con la Asociación Sindical.
2. La promoción de un ejercicio de Desarrollo Empresarial que inspira y mueve a las personas a alcanzar metas colectivas para superar la pobreza y lograr un mayor bienestar y desarrollo.

La responsabilidad de la Empresa frente a los derechos humanos es transversal a toda la organización:

Principio 1
Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2
Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos.



DIMENSIÓN SOCIAL



La empresa promociona sus valores corporativos en cada ámbito de gestión y con todos los grupos de interés. Los valores corporativos resaltan la importancia de promover el desarrollo personal y empresarial a través de las alianzas estratégicas en el que se genera desarrollo social, autonomía, acciones buenas y transparentes, paz y progreso, cuidado del medio ambiente y una visión integradora en lo que se realice.

Los valores inspiran cada una de las acciones de la Empresa en torno al respeto y promoción de los derechos humanos, desarrollo personal y colectivo de las personas, que son expresados en nuestros 14 mandamientos:

NUESTROS MANDAMIENTOS

1. Los demás siempre importan.
2. Yo decido sobre mis actos.
3. Yo también puedo ser empresario.
4. La conciencia es mi guía.
5. En la capacitación primero los valores.
6. Del pensamiento a la acción.
7. La comunicación es para entendernos.
8. Las buenas acciones son ganadoras.
9. Un buen propósito derrota el miedo.
10. Todos por el mismo fin, la paz y el desarrollo.
11. El progreso es para todos.
12. Trabajamos para el país.
13. Pienso en el futuro, trabajo por el medio ambiente.
14. El cliente es el cliente de todos.

INICIATIVAS:

Desde el 27 de enero de 2005, INDUPALMA LTDA se adhiere por sus principios corporativos en el **Pacto Global**, el cual es que es una INICIATIVA voluntaria, en el que las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universales, aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción.

Adicionalmente, Indupalma LTDA, se vincula con **Guías Colombia**, que también es una iniciativa voluntaria, la cual nace en el año 2006 y se lanzó en el año 2010, la organización ha participado como actor voluntario desde el inicio.

Guías Colombia es una iniciativa multi-actor compuesta por empresas, organizaciones de la sociedad civil y Gobierno, que están unidos por el propósito común de aportar al mejoramiento de la situación de derechos humanos (DDHH) y derecho internacional humanitario (DIH) en el país.

Guías Colombia parte del diálogo constructivo sobre buenas prácticas y temas sensibles en DDHH y DIH en el contexto de la actividad empresarial, para contribuir a su respeto y promoción por parte de todos los participantes.

En el 2013, INDUPALMA LTDA es reconocido a nivel nacional e internacional al recibir la certificación de la Mesa Redonda de la Palma de Aceite Sostenible –RSPO. El cual demuestra el compromiso de la compañía con el cumplimiento de los estándares nacionales e internacionales, que buscan una producción de aceite de palma amigable con el medio ambiente, preocupada por el desarrollo y bienestar social de las comunidades que hacen parte de su cadena de valor.

Por lo cual, toma el principio 6 “Responsabilidad De Los Cultivadores Y Plantas De Beneficio Con Los Empleados, Individuos Y Comunidades” como exigencia principal en el relacionamiento con los grupos de interés de la organización.

La Empresa, a raíz de sus compromisos adquiridos y la responsabilidad que implicó su adhesión a las iniciativas voluntarias de Guías Colombia, pacto global, RSPO, se compromete plenamente a respetar los DDHH y DIH, a su vez a formar a sus grupos de Interés para tratar de evitar la vulneración de los mismos.

El 10 de julio de 2015 da inicio a capacitaciones en DDHH y DIH, enfocados en reconocimiento de los derechos, sus generaciones,

los deberes correlativos a los DDHH. La actividad culmina el 18 de noviembre de 2015. En total, se capacitaron 822 personas en 78 horas de formación. Del universo capacitado, 630 personas son pertenecientes

a las UAEs, 45 son proveedores que ofrecen sus servicios de seguridad a la compañía y 147 corresponden al personal interno.

DIMENSIÓN SOCIAL



DERECHO AL TRABAJO EN CONDICIONES JUSTAS, DIGNAS Y FAVORABLES

FORTALEZAS

- INDUPALMA LTDA no contrata menores de edad de acuerdo con la ley y con su reglamento interno. Lo mismo se exige a los proveedores a través del Código del contratista y de los Socios Estratégicos. En el caso de las Unidades Autónomas Empresarial (UAE), que es donde podrían presentarse mayores riesgos.

Como medida adoptada por los proveedores (UAE) para eliminar el trabajo infantil, se realizó la identificación de cada una de sus bases sociales y se estableció el porte obligatorio del Carnet con un código que lo acredita como asociado a la UAE. Indupalma LTDA a su vez emite un permiso de ingreso a la plantación el cual puede ser consultado fácilmente a través del número de la cédula de ciudadanía.

Otra medida adoptada, fue la inclusión dentro de los Regímenes de Trabajo Asociado un capítulo sobre las Normas de protección al menor en el cual se menciona que se prohíbe el ingreso de menores de edad a las CTA a realizar cualquier tipo de labores según lo que contempla el Código del menor y las instituciones gubernamentales. En los estatutos de las empresas en el Cap III, menciona que uno de los requisitos para que una persona sea reconocida como asociada, debe ser hombre o mujer mayor de 18 años y la CTA velara para que las personas accedan a los derechos en la Ley Cooperativa, a lo establecido en Constitución Nacional haciendo énfasis en los Derechos Humanos Fundamentales, todo esto apoyado en las definiciones sobre trabajo digno y decente de la OIT

- Ningún colaborador es sometido a trabajos forzosos. Así mismo se protege a los trabajadores a través del Código del contratista y de los Socios Estratégicos. Los contratos laborales y comerciales muestran las obligaciones de las partes y los montos. Son revisados y firmados por las partes sin coacción.

- No se obliga a los trabajadores a dar preaviso, de acuerdo con la ley.

- En el proceso de contratación de la empresa no hay prebendas ni préstamos de ningún tipo.

- No se retienen salarios, ni se amenaza con retenerlos. Los pagos se efectúan puntualmente y en el caso del personal operativo, la nómina se paga de manera catorcenal en lugar de quincenal. Con los proveedores el pago de servicios se realiza de acuerdo a lo pactado contractualmente

- No se ejerce coacción para el trabajo de horas extras.

- Se pagan salarios justos a todos los colaboradores. La totalidad de colaboradores devengan más del salario mínimo (el menor salario está en un 27,63% por encima del salario mínimo). Los salarios de cargos operativos de la empresa son comparativamente más altos a los que se manejan en el sector y en empresas de la zona.

- En el caso de las UAE prestadoras de servicios, antes de otorgar una oferta mercantil se analiza que las tarifas y el valor del contrato pueda garantizar a cada uno de sus asociados con los que cuenta la UAE una compensación mensual equivalente al SMMLV, nunca por menos de este valor.

ASPECTOS A MEJORAR

- No se identificaron factores de riesgo o aspectos a mejorar en forma importante.

DIMENSIÓN SOCIAL



- En las políticas de la organización está totalmente prohibida que las UAE contraten por jornal. Si se llegase a reportar alguna inconsistencia en el pago de labores en alguna de las UAE por factores relacionados con la Empresa, se revisan inmediatamente las causas y se propone una solución.

Las asesorías y capacitaciones que el Departamento de Desarrollo Empresarial esta enfocada en tres ejes temáticos complementarios: Desarrollo del Ser; Formación y Fortalecimiento Socio-empresarial y Emprendimiento propiamente dicho,

El objetivo es promover el crecimiento empresarial en la región, invertir en activos e incursionar en nuevos negocios que mejoren sus ingresos y la calidad de vida de los asociados.

DERECHO A LA EDUCACIÓN

FORTALEZAS

- La empresa promueve la educación básica y la educación para adultos a través del Colegio INDUPALMA en San Alberto. En el año 2015, 120 estudiantes cursaron sus estudios.
- Igualmente se apoyó el proceso de formación técnico desarrollado por el SENA para 25 socios de las unidades autónomas empresariales, formación realizada en la sede del Colegio.
- Se establece una cuota anual para apoyar a practicantes de Universidades y pasantes SENA (28) pasantes SENA y Universitarios (1)
- La empresa promueve la educación no formal en temas de emprendimiento, finanzas personales, contabilidad y desarrollo del ser para las UAE.
- INDUPALMA establece alianzas con el SENA y con instituciones privadas con el objetivo de fomentar la educación en temas relacionados con el cultivo de la palma y la formación empresarial.
- La empresa apoya a la educación de las comunidades de los Ortega, Puerto Carreño y La Palma, brindando el transporte de los niños a las instituciones educativas de la zona.
- Se estableció una alianza con la Corporación Proyecto Ser Humano que trabaja en conjunto con el Ministerio de Educación para disminuir el porcentaje de analfabetismo del país, logrando que personas de la comunidad y de las UAE hicieran ciclos educativos. En total participaron 42 personas en esta actividad.

ASPECTOS A MEJORAR

-No se identificaron factores de riesgo o aspectos a mejorar en forma importante.

DERECHO A LA NO DISCRIMINACIÓN Y A NO SER SOMETIDO A PENAS NI A TRATOS CRUELES NI DEGRADANTES

FORTALEZAS

- No se presentan incidentes de discriminación de raza, sexo, religión, opiniones políticas, procedencia u otra forma. Tampoco se presentaron casos relacionados con comunidades indígenas.
- Los perfiles y funciones de cada cargo están claramente definidos y los anuncios para el reclutamiento de personas no hacen referencia a aspectos como género o raza.
- La remuneración de cada cargo se define por el nivel de responsabilidad del mismo, no por las características de quién lo desempeña. Las valoraciones salariales las realiza un tercero experto en el tema.
- Se realizan concursos internos para traslados y promociones y éstos se llevan a cabo con base en el perfil del cargo y las competencias de los candidatos.
- La empresa no exige a las candidatas o colaboradoras someterse a pruebas de embarazo, a abortos o a firmar contratos mediante los que se comprometan a no quedar embarazadas.

La empresa apoya a las UAE conformadas por mujeres y promueve la participación de éstas en las capacitaciones y asesorías ofrecidas por el departamento de Desarrollo Empresarial. El modelo ha permitido una participación activa de la Mujer dentro de las UAE, desempeñando un rol visible, pasando de una nula participación a una participación de 196 mujeres que representan el 16% del total de los asociados, de estas el 21% hace parte de los órganos directivos de las empresas proveedoras de servicios

- Las capacitaciones se brindan de acuerdo a las necesidades de cada cargo, independientemente de quién lo ocupe. Los auxilios educativos para educación técnica, tecnológica y superior se otorgan de acuerdo con el desempeño del colaborador.
- La Empresa cuenta con procedimientos disciplinarios claros.
- La empresa investiga de inmediato todas las quejas de violencia, acoso o amenazas en el trabajo y toma las acciones preventivas y disciplinarias adecuadas. Para ello, la empresa cuenta con un Comité de Convivencia y con Comités Obrero-Patronales para escuchar, procesar y solucionar problemas y controversias laborales. En estos Comités, la Empresa y los colaboradores están representados en mismo número.
- Se toman medidas especiales para proteger a los trabajadores, clientes y proveedores (UAE) contra las conductas acosadoras, violentas y amenazantes de personas externas. Se investiga de inmediato y se asesora en el proceso de denuncia desde el departamento jurídico si ello resulta necesario y conveniente para la adecuada defensa de los derechos de las víctimas.

ASPECTOS A MEJORAR

- A pesar de que el porcentaje de cargos directivos ejercidos por mujeres es alto, el porcentaje general de mujeres como fuerza de trabajo en INDUPALMA es bajo.

DIMENSIÓN SOCIAL



Los proveedores y socios estratégicos de Indupalma actúan con base en la cultura de la legalidad. Por lo tanto, su conducta cumple con la Constitución Política y la ley colombiana o la de sus respectivos países. Además de lo anterior, todos ellos, sin excepción, se comprometen a:

1. Enmarcar todas sus acciones dentro de la Ética, lo que implica de ejercer cualquier tipo de práctica de corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión, el fraude y el soborno. Por lo tanto, el contratista directamente o por interpuesta persona no prometerá, ofrecerá o concederá a nuestros funcionarios dádivas o cualquier beneficio no justificado con el fin que influyan a su favor o al de un tercero en las actividades comerciales de la organización. Así mismo, a comunicar a Indupalma toda situación que pueda representar un conflicto de intereses, así como informar a la compañía si alguno de sus funcionarios por sí o por interpuesta persona, reciba, solicite, acepte dádivas o cualquier beneficio no justificado para favorecerlos en un concurso o licitación.

2. Manifiestar su compromiso con el cumplimiento de los tratados y las leyes anticorrupción y contra el lavado de dinero.

- Se realizó un estudio socioeconómico a las UAE, con ocasión del cual los asociados manifestaron que INDUPALMA y sus organizaciones, no han incurrido en ningún tipo de abuso y en cambio, señalan que la Empresa promueve la igualdad, el respeto y la equidad de género en las distintas relaciones con sus grupos de interés y muy especialmente con la comunidad.

DERECHO A LA REUNIÓN PACÍFICA Y A LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN FORTALEZAS

- INDUPALMA construye y mantiene buenas relaciones con la Asociación Sindical a través de mecanismos basados en el diálogo y en la construcción conjunta de vida laboral.

- La Empresa no discrimina o toma acciones hostiles contra los colaboradores como represalia por ejercer sus derechos como empleados, participar en actividades del sindicato o informar sobre posibles violaciones legales al derecho de asociación.

- La Empresa entabla negociaciones colectivas y cumple cabalmente la Convención Colectiva de Trabajo.

- La Empresa cumple cabalmente con los puntos contenidos en el Índice de Credibilidad, los cuales se constituyen en un verdadero Pacto de Caballeros con la Organización Sindical. Los citados puntos se cumplen simplemente porque cada una de las partes dio su palabra.

- Hasta el momento no se han identificado actividades que pongan en riesgo la libertad de asociación, los mecanismos de diálogo con la Asociación Sindical o la realización de negociaciones colectivas. La Empresa protege estos espacios, los cuales están debidamente reglamentados en la Convención Colectiva de Trabajo acordada por ambas partes.

ASPECTOS A MEJORAR

- No se identificaron factores de riesgo o aspectos a mejorar.

DIMENSIÓN SOCIAL



**DIMENSIÓN
SOCIAL**

**DERECHO A LA SALUD Y SEGURIDAD DE LA PERSONA
FORTALEZAS**

- En todas sus sedes de operación, INDUPALMA cuenta con un área de Seguridad y Salud en el Trabajo y con un área de Seguridad y Vigilancia cuyos servicios se prestan tanto a colaboradores directos y a la Organización Sindical y de apoyo en temas de formación a UAE, los clientes y proveedores.
- Todos los colaboradores de la Empresa cuentan con seguridad social. Todo proveedor debe presentar copia de las planillas de pago de seguridad social al radicar una factura, requisito sin el cual el pago no se realiza.
- Sin excepción, los proveedores de servicios agronómicos UAE hacen parte del régimen contributivo de salud. De esta manera todos los asociados que ingresan a trabajar en las instalaciones de la empresa poseen seguridad social y un código que los identifica al momento de cualquier novedad.
- La Empresa tiene un plan disciplinario que se aplica para cualquier violación de las normas de salud y seguridad en el trabajo.
- Los riesgos por cargo están debidamente identificados.
- El COPASST funciona debidamente.
- Todos los accidentes de trabajo se investigan y conducen a acciones correctivas.
- Se cuenta con un plan de capacitación claro.
- Se conserva un registro preciso en el que consta la formación en seguridad y salud que ha seguido cada colaborador.
- La empresa ha conformado un grupo de 62 personas brigadistas de diferentes dependencias de la organización en aras de reaccionar rápidamente ante cualquier emergencia.
- Se realizan capacitaciones al personal de seguridad y vigilancia de la Empresa en materia de DDHH.
- Se implementó el programa relativo al sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo en la Empresa.
- Se ha dado continuidad a las mesas de trabajo con la ARL, las EPS y las IPS.

**ASPECTOS A
MEJORAR**

- Establecer una política que tenga incluidos los términos jurídicos que permitan la protección de la organización y el respaldo a las actividades que mitigan el impacto por el pastoreo de semovientes en los cultivos y la protección a la propiedad privada.
- Capacitación a las comunidades que habitan en las invasiones y generarle conciencia del impacto negativo del pastoreo de ganado, con el fin de que cese esa actividad que afecta la productividad de los cultivos.
- Contar con un equipo para el control y atención de incendios forestales e industriales.
- Controlar todos los riesgos mecánicos con las respectivas guardas o resguardos de protección de maquinaria industrial.
- Obtener la Certificación de Trabajo en Altura para todo el personal que trabaja en tal condición dentro de la organización.

DIMENSIÓN SOCIAL



- Se ha brindado acompañamiento a los enfermos y accidentados con la ambulancia propia de la compañía.

- El 100% de los funcionarios del departamento de Seguridad y Vigilancia cuentan con las capacitaciones obligatorias de acuerdo con las normativas expedidas por el ente regulador (Superintendencia de Seguridad y Vigilancia). Las capacitaciones se realizan con una frecuencia anual. En ellas se enfatizan los principios relativos al uso adecuado de la autoridad y los derechos humanos.

- La Empresa imparte, en forma permanente, instrucciones sobre los principios de respeto, no confrontación y no utilización de la fuerza con invasores o infractores de la ley, acatamiento y cumplimiento de los derechos humanos y no utilización de armas de fuego.

- El departamento de Seguridad y Vigilancia trabaja de la mano con la fuerza pública en todas las sedes de operación.

- Las dificultades que se presentan con invasores o con miembros de la comunidad son tratados por el departamento de Seguridad de manera preventiva y no reactiva, razón por la cual se mantiene una comunicación permanente con las poblaciones vecinas y se realizan campañas de sensibilización y socializaciones de la Política de Propiedad Privada de la Organización. Si los problemas persisten se resuelven por la vía jurídica con el apoyo del departamento Jurídico. Con la estrategia de no confrontación se ha notado en los cultivos el aumento significativo de semovientes (vacunos, caprinos y porcinos), evidenciando deterioro mayor en:

- Los forrajes.

- Compactación de los suelos.

- Daños en la estructura de jarillones,

- Obras inconclusas debido a la oposición realizada por los invasores.

- Disminución de la producción debido al daño en los folíolos y las flechas de las palmas.

- Lograr sensibilizar al personal en seguridad vial.

- Instalar e implementar líneas horizontales y verticales, así como equipos de protección contra caídas para el personal que lo requiera.

**DIMENSIÓN
SOCIAL**

**DERECHO A LA PROPIEDAD PRIVADA Y DERECHO A UNA VIVIENDA ADECUADA
FORTALEZAS**

- Cuando la empresa va a invertir en tierras, implementa un método para verificar los títulos de propiedad y reclamaciones existentes bajo la legislación nacional y las costumbres de las comunidades indígenas o afrodescendientes. Se realiza un estudio de títulos con base en el certificado de tradición y la escritura pública del inmueble. Con ello se determina si hay o no restricciones para la venta. Posterior a esto se realiza un estudio Kroll, que es un estudio de seguridad sobre los dueños y el pasado de la tierra, donde se investigan los vínculos del propietario y su familia con negocios ilegales, despojo, desplazamiento, etc. En este caso también se realiza una verificación en campo de la información y hallazgos. Después de la emisión de este reporte y del análisis de su resultado, se toma la decisión con respecto a la adquisición del predio. Si existen dudas se hacen consultas con el INCODER y con el Ministerio del Interior.

- Igualmente se lleva a cabo un estudio ambiental que incluye consulta a entidades locales y regionales respecto de las comunidades indígenas, afrocolombianas y a permisos ambientales. Se piden licencias de uso de suelo y de toma de agua de vertederos a las Corporaciones Autónomas Regionales y al Ministerio del Interior.

- En todas sus sedes de operación, INDUPALMA ha realizado un estudio social para identificar las poblaciones locales, sus características, la infraestructura social y económica de la zona, la institucionalidad estatal y las dinámicas de violencia y seguridad. Del mismo modo, se realizan socializaciones de los nuevos proyectos a las comunidades locales.

- La empresa no ha utilizado ni utilizará medidas de coerción para la adquisición de tierras.

- La empresa atiende todas las solicitudes, quejas y reclamos presentadas por las comunidades vecinas. Se buscan soluciones por la vía del diálogo y se respeta el libre acceso a ríos, medios de comunicación, carreteras, propiedades, etc.

**ASPECTOS A
MEJORAR**

- En el año 2013 se diseñaron los lineamientos en tierras a través de la iniciativa Guías Colombia mencionada anteriormente. Estos lineamientos enfatizan la importancia de ir más allá de los estudios de títulos para tomar decisiones en relación con la compra de tierra. En el año 2014 se lanzaron oficialmente estos lineamientos e INDUPALMA inició su proceso de implementación.



DIMENSIÓN SOCIAL



DERECHOS HUMANOS Y ACUERDOS DE INVERSIÓN

Indupalma en el 2015 no desarrollo acuerdos de inversión específicos que incluyeran cláusulas de derechos humanos. Aunque Indupalma por ser una empresa agroindustrial comprometida con el desarrollo social y económico de todas las áreas donde opera y tener una filosofía clara de valor compartido; conduce a acuerdos de negocios e inversión con esquemas de promoción del emprendimiento, especialmente en términos de generación de capital, propiedad y desarrollo para todas las partes involucradas.

Por esta razón, podemos decir que todos los acuerdos de inversión de INDUPALMA están diseñados y orientados a la promoción de derechos de segunda generación, es decir, a la generación de trabajo e ingresos dignos, educación, desarrollo personal y de acceso a servicios como la salud y la vivienda para todos los grupos de interés de la compañía.

DERECHOS HUMANOS Y COMUNIDADES LOCALES EN SEDES DE OPERACIÓN.

A través de los diálogos fluidos con las comunidades de influencia de la organización, se aborda la transparencia a través del adecuado uso del sistema de PQRS con el que cuenta la organización, y capacita a sus grupos de interés para que esto se convierta en una herramienta de participación y comunicación.

Para la organización y por su vinculación a las iniciativas ya descritas anteriormente, es de vital importancia que cada uno de los actores que intervienen con la organización, sepan, conozcan, respeten y promuevan los derechos humanos.

En el 2015 los retos establecidos en el 2014 se cumplieron a cabalidad, ya que se realizó capacitación a un gran número de los grupos de interés y se socializó el sistema de PQRS de la compañía, como mecanismo de dialogo.

Retos para el 2016

- 1 Capacitar a las JAC entrantes en materia de DDHH fundamentado en el respeto y la promoción de los mismos.
- 2 Continuar socializando la importancia de los derechos humanos a los grupos de interés de la organización.
- 3 Evaluar el conocimiento existente en la organización en materia de derechos humanos en aras de establecer percepción de los grupos de interés.



ANTICORRUPCIÓN

DIMENSIÓN SOCIAL



Principio 1

Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

INDUPALMA es una empresa ética y responsable que actúa y se pronuncia contra todo tipo de corrupción. Diferentes departamentos, procedimientos e instancias organizacionales desempeñan la función de prevenir, controlar y manejar casos de corrupción.

Análisis de riesgos

Con el propósito de identificar posibles riesgos de corrupción, el departamento de Seguridad analiza todas las unidades de negocio de la organización

(Palma). Este análisis incluye la transversalidad en el control, manejo e interacción por parte del recurso humano, y la sensibilidad de cada cargo frente a diferentes tipos de delito.

Procedimiento en casos de corrupción

Cada vez que hay indicios de actos de corrupción al interior de la Empresa, se solicita formalmente una investigación al departamento de Seguridad. En algunas ocasiones, se buscan auditorías externas para hacer el proceso más transparente o para no poner sobre aviso a los actores de los cuales se sospecha una acción indebida. Una vez confirmada la información, se comparte con el director de área pertinente y se inicia el proceso disciplinario correspondiente, después del cual se toma una decisión definitiva.

Medidas anticorrupción en los procesos de Indupalma

Dentro de las medidas anticorrupción más importantes que están inmersas en la operación de INDUPALMA se encuentran las siguientes:

1. Tres instancias para la aprobación de la compra de un bien o un servicio:
 - a. La dirección de Gestión Logística, para montos de hasta 15 SMMLV.
 - b. Comité de Plantación, para montos de hasta 50 SMMLV.
 - c. Comité de Compras y Contratos, para montos superiores a 50 SMMLV.

2. Control sobre los recursos de terceros a través de un contrato de fiducia.

- a. Para el manejo transparente del dinero y para garantizar la correcta inversión y supervisión del mismo, generalmente se celebra un contrato de fiducia mercantil entre los inversionistas y una fiduciaria legalmente establecida. De este contrato nace un patrimonio autónomo en donde los inversionistas, en su calidad de fideicomitentes, transfieren los recursos del crédito. De este modo se asegura una mayor transparencia y eficacia en el manejo de los recursos. Para el control de los recursos se establecen comités fiduciarios en los que participan los beneficiarios, la fiduciaria, el interventor del proyecto e INDUPALMA como operador logístico.

3. Seguimiento a las UAEs. La evaluación de desempeño evalúa los aspectos críticos que deben cumplir las empresas asociativas. Si no se cumplen estos aspectos, la Empresa no continúa contratando con ellas.

POSICIÓN EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y PARTICIPACIÓN INDUPALMA, desde hace muchos años, ha asumido una posición formal frente a dos temas:

- El acceso a la propiedad de la tierra por parte de los campesinos.
- Las Cooperativas de Trabajo Asociado.

A través de la participación en diferentes espacios de debate público en universidades o entidades del estado en las que estos temas son centrales, INDUPALMA ha defendido la posición frente al potencial que tienen los campesinos de convertirse en propietarios de tierra y en grandes empresarios.

DIMENSIÓN
SOCIAL

Retos para el 2016

- 1** Seguir fortaleciendo las relaciones de confianza y transparencia con los grupos de interés a través del diálogo permanente.
- 2** Elaborar una evaluación de impactos sociales que determine un plan de acción con los grupos de interés.
- 3** Poner en marcha el plan de acción social y mitigar en un 90% si es posible, los impactos negativos.



SOCIEDAD

INDUPALMA desde finales de 1995, inicio un proceso de desarrollo de comunidades campesinas en la región palmera que conforman los departamentos del Cesar, Santander y Norte de Santander, con eje en el municipio de San Alberto, sur del Cesar, promoviendo auténticas empresas comunitarias, en un proceso de restauración social para despertar el emprendimiento y nuevas opciones de desarrollo en esta zona del país.

Dentro de su responsabilidad social, uno de sus referentes es el progreso y la paz en las comunidades ubicadas en las zonas de influencia, lo cual se materializa a través de programas y prácticas educativas, desarrollo empresarial y diálogos fluidos con la comunidad.

Los ejes transversales de este modelo de emprendimiento, son la comunicación y el desarrollo empresarial, por un lado comunicación asumida bajo el enfoque de la comunicación para el desarrollo, cuya especificidad es el estudio, el análisis y la planeación de políticas y modelos de comunicación para el cambio social, mediante la integración de los sistemas de información y comunicación públicos o comunitarios.

Las herramientas que han permitido construir una red de Comunicación para el Desarrollo, son principalmente el diálogo constante con las Unidades Autónomas Empresariales U.A.E., mediante:

Atención Personalizada a sus necesidades, sesiones frecuentes de formación, capacitación y asistencia técnica, diálogo a través de reuniones formales en comités agronómicos y atención por parte de las áreas de INDUPALMA encargadas de mantener el espíritu de modelo de emprendimiento sin afectar autonomía, como lo son Desarrollo Empresarial-DEM y Relaciones con la Comunidad-RELCOM.

Grupos focales con los gerentes sobre temas específicos (comités agronómicos, conversatorios) para mantener una relación comercial sustentada en la cooperación social, encuestas con los grupos de interés en orden a evaluar riesgos para evitar afectación del propósito del modelo en materia de mejoramiento de la calidad de vida, socialización y resolución de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias-PQRS.

Por otro lado, como segundo eje transversal nos referimos a la formación de la comunidad empresarial, la cual se desarrolla mediante un acompañamiento técnico, socio-empresarial, con tres niveles

de desarrollo: El saber - saber, correspondiente a la trasmisión de conocimientos; el saber - hacer, correspondiente a la transformación del conocimiento en habilidades y el hacer - hacer, correspondiente a la aplicación en la cotidianidad del conocimiento y de las habilidades.

PROGRAMAS SOCIALES Y GESTIÓN DE IMPACTOS EN LAS COMUNIDADES, UNIDADES AUTÓNOMAS EMPRESARIALES (UAE) MAGDALENA MEDIO

El modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial y emprendimiento promovido por INDUPALMA, se fundamenta en tres ejes temáticos complementarios: Desarrollo del Ser; Formación y fortalecimiento Socio-empresarial y Emprendimiento propiamente dicho, durante el año 2015 se desarrollaron las siguientes actividades de acompañamiento y mejora continua:

- Seguimiento a la ejecución de las actividades agronómicas con los proveedores de servicios, con el objetivo de retroalimentar a cada una de las empresas sobre la ejecución de las labores, permitiéndoles tomar las medidas correctivas para mejorar la calidad, de acuerdo a lo contratado y estipulado en las fichas técnicas de ejecución de labores agronómicas. Una de las actividades es la realización de Comités Agronómicos con los proveedores, donde se analizan semanalmente, aspectos de ejecución, periodicidad, calidad, y se realiza conjuntamente la programación semanal de actividades.

- Evaluación de desempeño con las UAE cada cuatro meses, para analizar la calidad agronómica de los servicios prestados, cumplimiento de requisitos mínimos legales, administrativos y gerenciales, normas ambientales, de salud y seguridad en el trabajo. El resultado de estas evaluaciones se consolida para la asignación de labores, de modo que, quienes obtienen los mejores resultados acceden a sectores de su elección (principalmente los



DIMENSIÓN
SOCIAL

más productivos) y quienes no obtienen buenos resultados entran en un proceso de acompañamiento de mejora para que sus resultados administrativos y técnicos mejoren.

- Como un ejercicio lúdico de planeación presupuestal, se realizó una actividad de formación con las Unidades Autónomas Empresariales para que desarrollaran su propio presupuesto teniendo en cuenta los diferentes escenarios que influyen para la estimación de la contratación, costos y ajuste de recursos, y las diferentes oportunidades que brinda el negocio de la palma en la zona central. Se realizó una actividad de cierre en la cual se socializaron los modelos presupuestales realizados por los proveedores, la ejecución de lo contratado durante el año 2015 y los lineamientos presupuestales para el año 2016 teniendo en cuenta sus expectativas de contratación. En esta actividad participaron 424 personas en 5 sesiones de trabajo.
- Afianzamiento de la Alianza Estratégica y Generación de valor compartido con las Unidades Autónomas Empresariales con el objetivo de fortalecer el desarrollo del modelo cooperativo en la región, su evolución y reconocimiento por parte de los asociados y funcionarios de la empresa y como este fue generando una dinámica económica particular en esta zona del país. Se realizó un ciclo de formación de 16 jornadas con un total de 780 personas

Capacitaciones técnicas, empresariales y desarrollo del Ser

La formación y capacitación durante todo el ciclo de vida laboral de las personas asociadas y/o trabajadores/as son aspectos fundamentales en el desarrollo de nuestro modelo de Responsabilidad Social Empresarial, brindando oportunidades de crecimiento personal a todos nuestros grupos de interés, estas son una expresión de una verdadera inversión en capital humano. Por esto, las actividades desarrolladas durante el año 2015 fueron:

- Formación en aspectos contables y financieros, con el objetivo de generar buenas prácticas administrativas, orientación sobre la importancia de actualización de normas NIFF, conocimiento y análisis de flujo de caja, estructura administrativa empresarial, seguimiento a la presentación de estados financieros ante asociados/as e instituciones que requieren dicha información. Se realizaron 2 sesiones con la participación 45 personas.
- Capacitación en aspectos legales y normativos para una correcta aplicación de procedimientos disciplinarios internos que permitan garantizar los deberes y derechos de todas las personas asociadas a

las empresas proveedoras de servicios.

- Reuniones periódicas de socialización de la calidad en labores como cosecha, el avance en la ejecución de lo contratado y aspectos prioritarios a mejorar, esta actividad se desarrolló con los miembros principales de los consejos de administración de las empresas.
- Retroalimentación sobre las funciones de los órganos administrativos de las UAE. Actividad realizada con el objetivo de retomar los conceptos básicos del cooperativismo; recordar las funciones de los órganos de administración, el papel que juegan dentro de la CTA el gerente, el consejo de administración, la junta de vigilancia, el tesorero y su poder de decisión, y cómo pueden apoyar las labores que realizan los demás asociados/as dentro de su empresa.
- Con el apoyo del departamento de Seguridad y Salud en el Trabajo, se realizó la capacitación en manejo defensivo, como medida preventiva para todas las personas que se desplazan a plantación conduciendo un vehículo como una moto o carro y así evitar accidentes o sucesos que afecten la integridad de las personas. Esto les permitió tener más herramientas para actuar en el momento en que se presente alguna emergencia. Se realizaron 6 jornadas de capacitación con la participación de 415 personas.
- Con el objetivo de fortalecer las relaciones internas, estimular el respeto, la comprensión y las buenas relaciones personales dentro de la comunidad empresarial se realizó el ciclo de formación en Derechos Humanos, allí fueron socializados los derechos de manera lúdica y clara para que todos seamos garantes de que estos se respeten y se garanticen en cada uno de los espacios en los que participamos.

La jornada informativa incluyó aspectos claves como la igualdad entre personas, derechos y deberes de los seres humanos, la libre participación y expresión, el trabajo y trato digno, y la estimulación efectiva de los derechos a la salud, la educación y el deporte. Se realizaron 23 jornadas de capacitación en la cual participaron 630 personas de las UAE.

- Curso de formación Técnica en cultivo de Palma de aceite realizado con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) en el cual



DIMENSIÓN SOCIAL



participaron 45 personas de las diferentes empresas que por iniciativa propia quieren mejorar sus conocimientos sobre el cultivo de palma a través de un programa formal

- Con el apoyo de Syngenta por parte de la empresa privada y el SENA por parte del sector público durante el año se realizaron 7 cursos periódicos sobre el uso adecuado de productos químicos para la protección de cultivos, con lo cual se busca seguir fortaleciendo las capacidades, conocimientos de quienes manipulan estos elementos, disminuyendo los riesgos de accidente o intoxicación, actuando siempre con los protocolos de seguridad. En ellos participaron de 210 personas.
- Con el objetivo de fortalecer la productividad y obtener los mejores rendimientos se ha venido realizando una serie de modificaciones a las fichas técnicas de las labores, las cuales han sido socializadas con todos nuestros proveedores de servicios. Estas actividades se realizaron en conjunto con el departamento Agronómico y Desarrollo Empresarial, realizándose 12 jornadas con una participación de 745 personas.
- Curso de funciones y roles de los miembros del Comité Paritario de Seguridad y Salud en el trabajo – COPASST realizado con las UAE con el objetivo de afianzar conocimientos y darle la debida importancia de su funcionamiento dentro de las empresas. El COPASST constituye un medio importante para promocionar la salud ocupacional en todos los niveles.
- Ciclo de formación en desarrollo del Ser, en este año se trabajaron jornadas enfocadas en el diálogo, el respeto, la promoción de los derechos humanos y como el trabajo en equipo puede hacer que las metas y objetivos empresariales se pueden alcanzar de manera más fácil. Se realizaron 15 jornadas con una participación de 502 personas.
- El modelo ha permitido una participación activa de la mujer dentro de las UAE, desempeñando un rol visible, pasando de una nula participación en las UAE a una participación de 196 mujeres que representan el 16% del total de los asociados/as, de estas, el 21% hace parte de los órganos directivos de las empresas proveedoras de servicios.

Socializaciones y sensibilización.

- Taller de primeros auxilios con nuestros proveedores de servicios, realizado con el objetivo de contar con un grupo de personas

capacitadas para prestar atención inmediata, vital y efectiva para cuando se presente algún accidente o eventualidad dentro de los lugares donde se realiza la actividad agronómica.

Allí se trabajaron sesiones simuladas para prestar la atención básica (que se debe saber, que se debe buscar y que se debe hacer) mientras se remite a la persona afectada a un centro médico, con el fin de disminuir el riesgo de deterioro de la salud.

- Socialización del plan social de trabajo del departamento de Responsabilidad Social Empresarial ante los proveedores de servicios agronómicos, con el objetivo de conocer sus opiniones, recomendaciones y puntos de acuerdo para el desarrollo de actividades conjuntas que tengan impactos positivos sobre la comunidad en temas empresariales, ambientales y desarrollo del ser.
- Socialización del código de contratista y de los socios estratégicos, realizada por el departamento de Desarrollo Empresarial a nuestros grupos de interés, donde se dieron a conocer los mandamientos institucionales que se constituyen como la base de la conducta de cada proveedor y el marco legal vigente para un adecuado comportamiento al interior de nuestras instalaciones.
- El sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias - PQRS ha sido una de los medios de comunicación directa con las Unidades Autónomas Empresariales, ya que ha permitido generar un espacio en el cual las personas libremente exponen sus inquietudes sobre temas específicos del desarrollo diario de sus actividades. Esta actividad fue replicada en todos los grupos de interés de la organización, por lo que se realizaron 15 jornadas con la participación de 502 personas.
- Sensibilización en el manejo de residuos peligrosos como baterías, equipos electrónicos con líderes de las UAE que manejan estos elementos, con el objetivo de prevenir la reutilización de estos elementos que terminan afectando al medio ambiente y la importancia de realizar una adecuada disposición final de estos residuos. Se realizaron 2 jornadas de capacitación con la participación de 54 personas.

Eventos sociales

- Como parte del acompañamiento y formación empresarial, humana que brinda Indupalma a sus aliados estratégicos mediante jornadas de capacitación, asistencia a talleres y encuentros que por su temática enriquecen el que hacer de las empresas proveedoras de servicios,

DIMENSIÓN SOCIAL



15 gerentes de las Unidades Autónomas Empresariales asistieron en Bucaramanga al segundo encuentro de empresarios “Santander Responsable y Sostenible”, con el objetivo de generar espacios de intercambio de conocimientos y experiencias empresariales exitosas en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial.

Las temáticas allí tratadas permitieron reconocer a las cooperativas como red de desarrollo y emprendimiento en diferentes regiones del país.

Reuniones Estratégicas

- Reuniones periódicas de formación con los líderes de las UAE en las cuales se analiza la importancia del diagnóstico y sintomatología de la PC, con el objetivo de fortalecer conocimientos, en temas relacionados con la sanidad de los cultivos de palma, integrar nuevas estrategias y experiencias que permitan reducir la presencia de estas enfermedad en la región.
- Aplicación de las encuestas de percepción con las UAE, en la cual participaron representantes legales en temas como: las oportunidades de desarrollo en la región para sus empresas, percepción sobre la responsabilidad social, ambiental y sostenibilidad de Indupalma. La encuesta se aplicó a 50 personas para ayudarnos a enfocar estrategias de formación y acompañamiento que nuestros grupos de interés detecten.
- Actividad de retroalimentación Hitos 2015 y retos para el 2016 con la comunidad empresarial en la cual se analizaron los hechos más relevantes que transcurrieron durante el año en sus organización, quienes realizaron nuevas inversiones, adquirieron activos, aumentaron su oferta de servicios, experiencias positivas y aspectos a trabajar y a mejorar durante el próximo año.
- Jornada de bancarización y acceso a instrumentos financieros con las instituciones presentes en el municipio de San Alberto que permita a las empresas prestadoras de servicios tener más oportunidades de acceso al crédito formal, constituyéndose en una opción para cuando se presente alguna necesidad empresarial. Se realizaron 2 jornadas con los representantes legales de las UAE y gerentes de instituciones financieras.
- Taller de planeación de actividades agronómicas con las UAE que tiene como objetivo la estructuración de una guía presupuestal que permita a las empresas planear sus presupuestos anuales de funcionamiento, como herramienta para una mejor administración de

sus actividades en busca de mejores resultados. En esta actividad participaron 29 representantes legales, miembros de consejos de administración y auxiliares contables de las empresas prestadoras de servicios agronómicos.

- Reunión de seguimiento a los proyectos asociativos Coopalmag, Coopalmares y Coopsabana, liderada por la corporación Desarrollo y Sociedad. En esta actividad se prestó asesoría legal y organizacional de las cooperativas, a través de una revisión documental, actas, información de los asociados, libros contables y demás elementos necesarios para su adecuado funcionamiento.

COLEGIO INDUPALMA

El Colegio INDUPALMA fue fundado por la empresa en 1964 con el propósito de brindar educación preescolar y básica primaria en jornada completa para los hijos de los trabajadores directos, los hijos y nietos de los pensionados y de los socios estratégicos. Desde 1994, el colegio ofrece también el programa de educación para adultos mediante ciclos lectivos especiales integrados, en jornada nocturna.

En este proceso INDUPALMA asume el 100% de los costos de funcionamiento de los dos programas, incluido el servicio de transporte escolar, la dotación de útiles y el Bibliobanco. Por otro lado, para los estudiantes cuyos padres no trabajan con la Empresa, se cobra en promedio \$40.000 (US \$14).

En el año 2015 cursaron estudios de nivel preescolar Grado Transición - 30 alumnos, en el nivel educación básica primaria Grados 1ro a 5to: 130 alumnos y en el programa de educación para adultos nocturno por ciclos lectivos especiales integrados (6 Ciclos): 60 adultos.



DIMENSIÓN SOCIAL



La estrategia pedagógica Modelo TEB- INDUPALMA ha sido reconocido a nivel nacional, y se sustenta en tres pilares: la creación de ambientes de aprendizaje enriquecidos con tecnologías de la información y la comunicación, el emprendimiento y el bilingüismo.

Este modelo ha sido distinguido por su aporte en el mejoramiento de la calidad de la educación y por la investigación sobre el impacto del uso de las TIC en la mediación del aprendizaje en niños de educación primaria, apoyando el desarrollo de las competencias y habilidades requeridas para el siglo XXI con los siguientes premios:

- XI Premio Nacional de Informática Educativa- Categoría de Experiencias Docentes en la Educación Inicial, Básica y Media en el Uso e Incorporación de las Tecnologías Informáticas. 2012.
- XVII Premio Santillana de Experiencias Educativas – La Pedagogía y la Tecnología: Elementos Estratégicos para Mejorar la Calidad de la Educación. 2012.

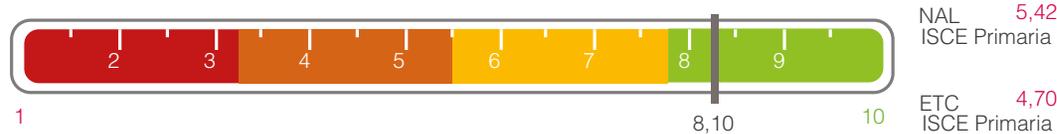
Incluir dentro de nuestra filosofía de Responsabilidad Social Empresarial, una estrategia que favorezca la educación como un pilar fundamental de nuestro compromiso por generar desarrollo y cambio social, es un esfuerzo continuo que cada vez nos genera mayores satisfacciones.

El objetivo institucional es la formación de cualquier persona en la región, incluidos los trabajadores/as asociados/as y/o trabajadores/as de las UAE, que voluntariamente deseen mejorar sus capacidades personales, con un soporte de calidad que supera el promedio nacional.

Algo para destacar son los resultados obtenidos por el Colegio Indupalma en la medición del Índice Sintético de la Calidad Educativa realizada por el Ministerio de Educación Nacional, al igual que el año anterior, el Colegio obtuvo resultados destacados; para el año 2015 alcanzó un resultado de 8,1 en una escala de 1 a 10, donde 10 es el puntaje más alto, cifra que corresponde a la sumatoria de los puntajes obtenidos en cada una de las cuatro variables: Progreso, desempeño, eficiencia y ambiente escolar.

EL ÍNDICE SINTÉTICO DE NUESTRA INSTITUCIÓN

La escala de valores es de 1 a 10 siendo 10 la más alta



EL ÍNDICE SINTÉTICO DE NUESTRA INSTITUCIÓN ES



Este resultado proyecta al Colegio como una de las 50 mejores instituciones de educación primaria del país al superar ampliamente el índice promedio nacional de 5.4 y el promedio del departamento del Cesar de 4.7

Para lograrlo desde el año 2009 se ha venido materializando una estrategia de implementación del currículo soportada en cinco acciones fundamentales:

- La alineación de todo el diseño curricular con los estándares básicos de competencia determinados por el Ministerio de Educación Nacional.
- Generación de un modelo de gestión de currículo por competencias, apoyado por el uso de las tecnologías de información y comunicación, el desarrollo de las competencias de lenguaje, matemáticas, científicas y ciudadanas.

DIMENSIÓN
SOCIAL

- El desarrollo de hábitos de estudio y disciplina positiva en los estudiantes.
- La formación permanente de los docentes.
- La participación de la familia en el acompañamiento a la educación de sus hijos.

El Colegio ha brindado atención educativa en educación inicial y básica primaria a 16.833 niños y niñas, desde 1994 a la fecha, en el programa de educación para adulto Nocturno ha atendido a 1.433 adultos y se han graduado 267 bachilleres.

En cuanto a las Pruebas Saber, se puede apreciar que la Institución ha obtenido resultados muy buenos desde el año 2009 al año 2015, ubicándose por encima de los promedios departamentales y nacionales.

Resultados pruebas Saber 2009-2015

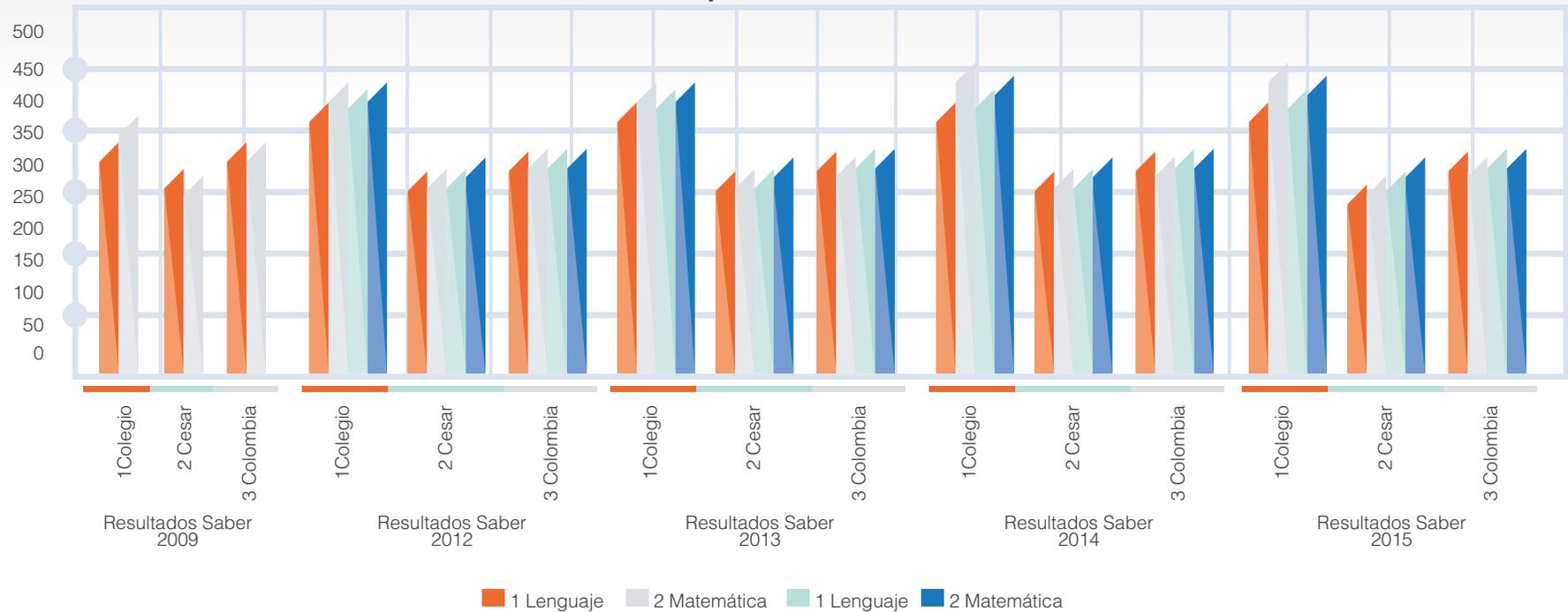
Grado	Área	Resultados Saber 2009			Resultados Saber 2012			Resultados Saber 2013			Resultados Saber 2014			Resultados Saber 2015		
		1 Colegio	2 Cesar	3 Colombia	1 Colegio	2 Cesar	3 Colombia	1 Colegio	2 Cesar	3 Colombia	1 Colegio	2 Cesar	3 Colombia	1 Colegio	2 Cesar	3 Colombia
5°	1 Lenguaje	327	280	300	370	275	303	393	271	303	381	273	309	412	274	298
	2 Matemática	364	276	299	385	273	265	396	271	290	448	270	310	449	279	302
3°	1 Lenguaje				380	277	298	388	280	302	391	284	324	401	284	307
	2 Matemática				385	288	297	356	288	301	412	282	319	396	293	305

Fuente: Datos MEN. Las pruebas saber para los años 2010 y 2011 no se realizaron en el país. Colegio Indupalma Resultado comparativo pruebas SABER años 2009 a 2015

DIMENSIÓN SOCIAL



Grafico 02 Resultados Comparativos Prueba Saber 2009 a 2015



Fuente: Datos MEN. Las pruebas saber para los años 2010 y 2011 no se realizaron en el país. Colegio Indupalma

COMUNIDADES

El departamento de Responsabilidad Social Empresarial a través de su área de relaciones con la comunidad, ha aumentado los diálogos con sus comunidades aledañas para generar estrategias comunicativas y fluidas en la cual las comunidades participan más en las decisiones que les competen a ellas; dándole así continuidad en el 2015 al reto que desde el 2013 se había establecido.

Nuestra meta es lograr que los diálogos con nuestras comunidades sigan siendo fluidas y que a través de la experiencia y capital humano que tiene la organización podamos capacitar y fortalecer aún más los lazos con las JAC que nos rodean.

LOGROS SOCIALES CON LAS COMUNIDADES:

- Indupalma, continúa apoyando con su capital humano, el programa

Anspac, específicamente en temas de formación como desarrollo de valores, derechos humanos y el descubrimiento de sí mismos.

- La compañía, continúa fortaleciendo la comunicación con las diferentes comunidades de su zona de influencia y grupos de interés.
- Se mantiene el programa deportivo Yo le Juego a la Paz, una iniciativa que contribuye con la formación en valores y buena convivencia de las comunidades aledañas a la empresa a través de la actividad física.
- Se generan capacitaciones a las comunidades alrededor del modelo cooperativo con la comunidad de Puerto Wilches, capacitación que solicitada por la misma comunidad en diálogos con ellos.
- Capacitaciones a las comunidades de Puerto Carreño, La palma, Los Ortega, El tropezón, sobre los medios de comunicación y el sistema de PQRS de la organización, con los pensionados de la organización, se realiza únicamente la capacitación del sistema de PQRS.

DIMENSIÓN SOCIAL



- Socialización y concertación con las comunidades aledañas de la organización alrededor de la evaluación de impactos sociales, en aras de concertar las acciones para mitigar los impactos negativos.
- Entrega en de 1.086 libros donados en el 2014 por los trabajadores/as y proveedores, a las comunidades de influencia de la organización.
- Visitas de orden social a los proveedores de fruto no administrado, en aras de fortalecer los lazos de confianza para con la organización.
- Se realiza en el mes de diciembre del 2015 la fiesta navideña, denominada Palmeritos Navideños, en la cual participaron los hijos de los proveedores de fruto administrado y no administrado. Esta actividad se desarrolló en el municipio de Sabana de Torres.
- Gracias a las contribuciones hechas por los colaboradores/as y proveedores de la compañía, se pudo hacer entrega de regalos de Navidad a los niños de las comunidades Ortega, El tropezón, La palma, Puerto Carreño, área de influencia de la compañía.

ESCUELA DE FÚTBOL FEMENINO

El relacionamiento con la comunidad, ha evidenciado la necesidad de integrar a la mujer a las diferentes actividades de esparcimiento, por lo que se busca capacitar y entrenar a un grupo de mujeres en la disciplina del Micro Fútbol y fútbol.

El proceso de formación inicia en el mes de noviembre del 2015 con una participación de 12 mujeres del municipio de San Alberto, se realizan varios encuentros deportivos con equipos de micro de diferentes corregimientos de la región para fomentar el interés por el proceso.

En el mes de diciembre, se da por terminado la formación, con miras en continuar durante el año 2016.

PROGRAMA DE FUTBOL “YO LE JUEGO A LA PAZ”

El programa “Yo le juego a la Paz” es desarrollado por Indupalma en el año 2001, que en sus inicios se denominó “Fútbol de la Paz”.

Actualmente, el programa continúa en la búsqueda de establecer y afianzar las buenas relaciones entre las personas y las comunidades, rescatando los valores humanos como medio para la resolución de los conflictos a través del deporte en el cual no existen jueces o intermediarios.

Hoy día en Indupalma el programa “Yo le juego a la paz” tiene como metodología las siguientes directrices:

1. Los equipos son conformados por 10 personas entre hombres y mujeres, de carácter mixto.
2. Cada equipo debe haber recibido una capacitación con antelación acerca de la metodología y sistema de juego en el programa.
3. No hay una figura del árbitro en los partidos, por lo que los mismos jugadores son quienes determinan la validez de sus jugadas y resuelven en el campo a través del diálogo sus conflictos o dudas alrededor de alguna jugada.
4. Antes de que comience cada encuentro, se hace una reunión en la cancha en donde los equipos deben establecer acuerdos de cómo se debe jugar. Estos acuerdos son escritos en la planilla de juego.
5. Existe un asesor, que es quién lleva la planilla de juego, de los acuerdos y a su vez está pendiente del cumplimiento de los compromisos. El asesor debe ser capacitado en mediación de conflictos y en el reglamento del fútbol.



DIMENSIÓN
SOCIAL

6. Los equipos deben elaborar al inicio del encuentro una frase que contenga un valor que se debe cumplir en el juego.
7. El primer gol en cada uno de los tiempos, lo debe ejecutar una mujer.
8. No se permite que en la cancha solo esté jugando una mujer, por lo cual como mínimo deben estar dos en el campo de juego.
9. No se permite en las actividades deportivas del programa el consumo de alcohol, cigarrillos o de cualquier otra índole.
10. Al terminar el encuentro deportivo, se reúnen nuevamente en el centro de la cancha y revisan si lo acordado se cumplió o no. En ocasiones los partidos se ganan por los goles pero por el no cumplimiento de los acuerdos se puede perder.

En el 2015, se ha incluido una nueva misión de trabajo: evitar el consumo de sustancia psicoactivas y alcohol, adicional a los demás valores que busca el programa como la recuperación de los valores, la equidad de

género y la integración intercultural.

Este año el programa inicia en San Alberto el 11 de noviembre y cuenta con la participación de 80 personas y culmina el 6 de enero de 2016.

En el programa, los participantes elaboraron 34 frases alusivas a la paz.

Frases Utilizadas:

1. "El programa yo le juego a la paz es para conseguir amigos y no enemigos"
2. "con honestidad. Todo se puede conseguir incluso la Paz"
3. "La tolerancia contribuye a la Paz"
4. "La paz nos hace libres por la paz juguemos limpios"
5. "Con la responsabilidad construimos paz"
6. "Con la puntualidad mostramos respeto con los demás"
7. "La asistencia nos hace responsables"
8. "Por la paz juguemos limpio"
9. "Integridad y honestidad siempre".
10. "El desespero nos lleva al fracaso"
11. "Viva el deporte en Paz."

DIMENSIÓN SOCIAL



RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO

INDUPALMA cuenta con dos líneas de negocio: la de venta de productos y la de prestación de servicios.

El 87% de los ingresos está focalizado en la venta de los productos Aceite de Palma y Aceite de Palmiste Crudos y el 5% en la venta de servicios de Operación Logística y Asistencia Técnica.

En INDUPALMA nuestros clientes de bienes y servicios forman parte del día a día.

Trabajamos para satisfacerlos y brindarles un excelente servicio.

En el Sistema de Gestión Integral se cuenta con varias políticas y procedimientos que aseguran una respuesta inmediata a las PQRS y que miden la satisfacción de la calidad de los productos y servicios, dichos documentos establecen las pautas de comercialización de los productos, definen los canales de comunicación, comercialización, despacho y atención.

Se maneja una relación abierta y cercana con los clientes, se proporciona información oportuna y veraz para la toma de las mejores decisiones y se resuelven las dificultades que les puedan surgir.

Las áreas de la empresa que tienen relación directa con los clientes de productos y servicios son:



La empresa comercializa los siguientes productos

- Aceite de Palma Crudo
- Aceite de Palmiste Crudo
- Torta de Palmiste
- Semillas Híbridas OxG Indupalma
- Plántulas de Híbrido OxG Indupalma
- Polen de palma de aceite

Ciclo de vida de los productos y seguridad de los clientes

Los productos de INDUPALMA tienen características y ciclos de vida diferentes; por su naturaleza, no todos están sujetos a procesos de investigación y desarrollo, mejoramiento del concepto del producto, afinamiento de los procesos de fabricación y producción, marketing, promoción, almacenaje, distribución, utilización, servicio y reciclaje.

Sin embargo, garantizar que el 100% de los productos cumplan con altos estándares de calidad y un alto nivel de satisfacción en los clientes, es un factor fundamental de la operación de la Empresa. Este esfuerzo se ha alcanzado gracias a los procesos de implementación y certificación de las normas RSPO, ISO 9001, ISO 14001, OSHAS 18001, Kosher of América, que abarcan todos los procesos de producción de fruto de palma de aceite, Aceites de Palma y de Palmiste Crudos, Torta de Palmiste, Semillas Híbridas OxG, Plántulas de Palma OxG y Polen.



DIMENSIÓN
SOCIAL

	Producción de fruto		Aceite de palma crudo		Aceite de Palmiste crudo		Torta de palmiste		Semillas híbrido OxG Indupalma		Plántulas OxG Indupalma		Polen	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Desarrollo del concepto del producto		X		X		X		X	O			X		X
I + D	O					X		X		X	O			X
Certificación	O		O		O		O		O		O		O	
Fabricación y producción		X		X		X		X	O			X		O
Marketing y promoción	O	X	O	X		X		X	O	X		X		X
Almacenaje, distribución y suministro		X		X		X		X	O			X		O
Utilización y servicio		X		X		X		X	O			X		X
Eliminación, reutilización o reciclaje		X		X		X		X		X		X		X

Aceite de Palma Crudo, Aceite de Palmiste Crudo y Torta de Palmiste

A pesar que el Aceite de Palma Crudo, el Aceite de Palmiste Crudo y la Torta de Palmiste son materias primas que no están sujetas a un proceso de mejoramiento de producto, ni a la revaluación permanente del proceso marketing y promoción para asegurar su comercialización, estos productos se producen con altos estándares de calidad certificados.

La calidad de esos productos depende, en gran medida, de la calidad del fruto de palma de aceite que ingresa a las plantas de beneficio para su producción. Para tal efecto, la productividad en campo y la calidad de fruto cosechado son aspectos que se estudian permanentemente mediante ensayos e investigaciones en materia de fertilización, manejo fitosanitario y control de laboratorio, los cuales indican cuál es el mejor manejo que se debe dar al cultivo en el campo para obtener los mejores resultados.

Semillas del Híbrido OxG Indupalma

Las Semillas Híbrido OxG Indupalma son el resultado de largos años de investigación, liderada por INDUPALMA. Estas semillas ofrecen las siguientes ventajas para los inversionistas de palma de aceite y sus productos industriales:

- Menos susceptibilidad a la pudrición del cogollo y otras enfermedades de la América Tropical
- La tasa de crecimiento de las plantas es un 50% más lenta que otras variedades, lo que garantiza una mayor vida útil del cultivo
- A pesar de que su nivel de extracción de aceite, en promedio, es un poco menor (19% frente a 22% de Guineensis) esto se compensa con una mayor producción en toneladas de fruto por hectárea al año (> de 30 ton)

DIMENSIÓN SOCIAL



- La calidad del aceite es superior, por su mayor contenido de ácidos grasos insaturados (oleína de palma).

En INDUPALMA, el proceso de producción de semillas de palma se ha hecho más eficiente, debido a la inversión hecha en la compra de mejores equipos y a la capacitación de personal especializado. Esto ha llevado a resultados significativos para la Empresa y el cliente. En efecto:

- Entre el año 2000 y el 2015 el porcentaje de germinación de las semillas mejoró del 3% al 55%.
- El precio de venta de la semilla se redujo de 3.5 a 2 dólares por unidad.

Dentro del proceso de producción se realizan controles de calidad que aseguran la trazabilidad del producto, tales como:

- La selección de las plantas genitoras que es muy rigurosa, con base en variables como nutrición, productividad, contenido de aceite, porte y desarrollo.
- El proceso de producción está diseñado para evitar mezclas de fruto que afecten la trazabilidad de cada semilla (origen). De este modo, el cliente puede conocer de dónde viene cada semilla, cuál es su historia y cuáles son las características de su origen.
- El control fitosanitario es muy riguroso durante todo el proceso. Se realiza tratamiento con fungicidas periódicamente y se descartan permanentemente las semillas que presentan alguna anomalía.

En el empaque y despacho se tienen en cuenta los siguientes aspectos para asegurar la satisfacción del cliente:

- Cuando las semillas son despachadas a otro país o a regiones apartadas del interior del país se seleccionan cuidadosamente aquellas germinadas cuya plúmula y radícula están aún pequeñas para evitar que se partan durante el proceso de traslado. Antes de ser empacadas se limpian, se tratan con fungicida y se hidratan.
- Las semillas se empacan en bolsas de 100 unidades, protegidas con plástico burbuja e icopor para mantener la humedad y evitar que se lastimen. Se sellan al vacío para que su crecimiento sea más lento por la falta de oxígeno.
- En una caja se empacan como máximo 2.000 semillas.

- Todo despacho al exterior del país cuenta con certificación fitosanitaria del ICA; INDUPALMA conserva una contra-muestra de los despachos, ante la posible ocurrencia de algún reclamo, duda o inconformidad.

- Todo despacho contiene un 5% de semillas adicionales, como porcentaje de reposición ante posibles problemas durante el traslado.

Si se presentan quejas fitosanitarias, se realiza un estudio de la trazabilidad del producto desde que fue despachado hasta que la queja se presentó, para determinar cuál fue la causa. En este caso, INDUPALMA hace las reposiciones que sean necesarias. Adicionalmente, dentro de los contratos de venta se incluye una visita técnica por parte de los profesionales de la empresa, si así lo requiere el comprador

Plántulas de Palma Híbrido OxG Indupalma

El control de calidad de las Plántulas OxG que produce INDUPALMA es muy riguroso tanto en la fase de pre-vivero como en la fase de vivero. La empresa realiza porcentajes de descarte de hasta un 30% de las plántulas para garantizar que el cliente reciba plántulas de la más alta calidad, cualquier anomalía, diferencias de forma, tamaño o desarrollo, conducen al descarte de la plántula.

INDUPALMA responde por las plántulas hasta el momento de la entrega en el vivero, sitio en el cual el cliente revisa que estén en buen estado y que toda la información relacionada con las mismas esté en orden.

El cliente es el responsable del descargue, transporte, distribución y manejo agronómico de las plántulas, después que se retiran del vivero de INDUPALMA.

Polen de palma de aceite

El proceso de recolección del polen que comercializa INDUPALMA se realiza también con muy altos estándares de calidad para garantizar su pureza.

Un aspecto importante del proceso de recolección de polen es la seguridad personal de quienes lo recolectan, pues deben estar debidamente certificados para el trabajo en alturas y contar con todo el equipo de protección personal necesario.

La calidad y cumplimiento del proceso de la recolección le garantiza al cliente que el polen que está comprando es puro y que sus niveles de humedad son adecuados, dentro de las pruebas de calidad que se realizan está el porcentaje de germinabilidad del polen, el cual debe estar por encima del 70%.

DIMENSIÓN SOCIAL



Igualmente, por cada despacho de polen se conserva una contra-muestra, para control de posibles reclamos por parte del cliente; todo el polen es empacado al vacío y almacenado en frío, a temperaturas entre -5 y -3 °C y cuando se requiere hacer envíos, la cadena de frío se conserva mediante cavas de Icopor en las cuales se empaqueta el polen acompañado de gel refrigerante, el cual ayuda regular la temperatura durante el traslado al sitio de consumo.

En los casos de las semillas y el polen, como productos no conformes que sean descartados del proceso, se les da baja incinerándolos en las calderas de la planta extractor, este proceso es debidamente auditado y registrado para asegurar su control.

Información de los productos y etiquetas

INDUPALMA cuenta con una ficha técnica de cada uno de los insumos requeridos para las diferentes etapas del ciclo productivo; dentro del proceso de etiquetado sólo son susceptibles de etiqueta los productos que son empacados; es decir, las semillas Híbridas OxG Indupalma y el polen.

En cada caja de semillas se remite una carta que contiene toda la información técnica de las mismas, incluyendo cantidades, pesos, historia y origen; se especifica también que el único producto químico con el que salen las semillas a la venta es un fungicida llamado Mancozeb y se alerta sobre la importancia de utilización de guantes para su manipulación.

	Semillas		Polen	
	Sí	No	Sí	No
Procedencia de los componentes del producto o servicio	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
Contenido, especialmente respecto a sustancias que podrían tener impacto medioambiental o social		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Utilización segura del producto o servicio	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
Forma de eliminación del producto y su impacto medioambiental o social		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>

SERVICIOS

Indupalma comercializa los siguientes servicios:

- Operación Logística
- Asistencia Técnica
- Compra de Fruto

Ciclo de vida de los servicios y seguridad de los clientes

En todas las fases del modelo de servicios de Indupalma, hay aspectos fundamentales que dan seguridad a los clientes y, por esta razón, están en constante proceso de mejoramiento y revisión.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Para INDUPALMA, medir la satisfacción de los clientes de productos y servicios es un factor determinante en la mejora continua y el éxito, tomando en cuenta que son ellos la clave del crecimiento y la rentabilidad.

La empresa se encarga de medir la satisfacción de los clientes mediante encuestas semestrales (vía telefónicas o por correo electrónico) las cuales permiten evaluar los procesos con los cuales tiene contacto el cliente y, de esta manera, encontrar aspectos a mejorar y tomar las medidas necesarias para brindarles una mejor propuesta de valor, teniendo como meta la excelencia

Encuesta de satisfacción de productos 2015

La encuesta de satisfacción a los clientes de productos fue aplicada en el año 2015, por diferentes medios (teléfono, formulario y contacto directo) obteniendo muy buenos resultados en cada uno de los productos vendidos por la Empresa, obteniendo los siguientes resultados:

Aceites de Palma Crudo

La empresa contó en 2015 con cinco clientes que realizaron la compra de los aceites de palma y de palmiste crudos, de los cuales tres hacen parte del mismo grupo empresarial.

Como se observa en la gráfica de los resultados de la encuesta, la variable mejor valorada con 100% de satisfacción fue la calidad del producto, la cual muestra que los clientes están satisfechos por las

DIMENSIÓN SOCIAL



pocas impurezas, la baja humedad y la baja acidez (AGL) en los aceites recibidos.

La encuesta reflejó una satisfacción del 96% con los servicios prestados por la empresa, de igual forma los clientes manifestaron estar satisfechos con la calidad del producto.

El precio tuvo una valoración del 92% junto con el servicio prestado, agilidad, valor agregado y trato amable a los clientes.

Nivel de Insatisfacción

La encuesta de satisfacción presenta algunas áreas que pueden mejorar a pesar de haber obtenido un resultado superior al 90% de satisfacción por parte del cliente.

Los clientes presentaron inquietudes en relación con la entrega del producto, especialmente en tres niveles:

- Plazos establecidos.
- Tiempo de espera.
- Tiempo de cargue.

También se presentaron quejas en cuanto al servicio prestado y la satisfacción con la empresa en los siguientes aspectos:

- Atención al transportador
- Trato amable
- Agilidad de la empresa

Principales acciones emprendidas

- En cuanto a los tiempos de entrega y cargue, el área de gestión de calidad en conjunto con el área de producción, desarrollaron un estudio con el fin de medir los tiempos promedio que estaba tomando la empresa para la entrega de los productos, para identificar acciones de mejora y después de la realización de este estudio de tiempos, se logró reducir de aproximadamente 6 horas a 4 horas el tiempo de entregas.
- Con respecto a las cantidades acordadas para la entrega, la empresa cambió su estrategia, con el fin de mejorar sus ingresos y el flujo de

caja, limitando por ello la oferta de productos a su grupo empresarial y enfocándose más en la exportación.

- En relación al servicio prestado, mediante un consultor externo se capacitó a todo su personal en servicio al cliente, tanto interno como externo.

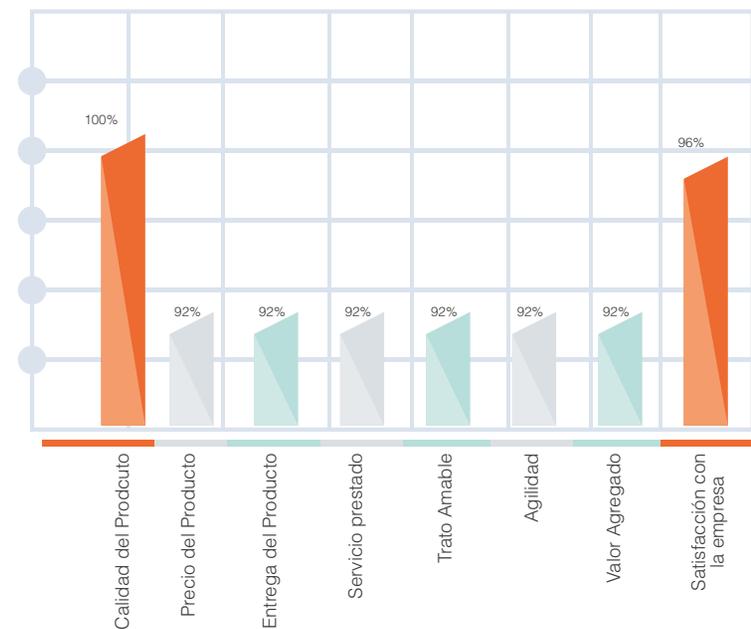
Se capacitó tanto al personal en plantación como en las áreas administrativas de la empresa, focalizando los esfuerzos en el área comercial y la entrega de un mejor servicio.

- Después de esa capacitación se hicieron cambios en la zona de despachos de la plantación, como la adecuación de espacios de espera para los transportadores mucho más acogedores.

Torta de Palmiste

Este producto se comercializa con una gran variedad de clientes nacionales localizados en las principales ciudades y en la región central del país. En el gráfico siguiente se relacionan los resultados de la encuesta de satisfacción aplicada en 2015.

Niveles de Satisfacción



DIMENSIÓN SOCIAL



Torta de Palmiste

Este producto se comercializa con una gran variedad de clientes nacionales localizados en las principales ciudades y en la región central del país. En el gráfico siguiente se relacionan los resultados de la encuesta de satisfacción aplicada en 2015.

La Torta de Palmiste se vendió en 2015 a 36 clientes, de los cuales un 96% manifestó estar satisfecho con la calidad del producto entregado por Indupalma, resultado muy satisfactorio para la gestión de la empresa.

Tomando en cuenta que la torta de palmiste es sustituto de otros productos como frijol soya, trigo y maíz, utilizados para la alimentación animal, el precio del producto tiene frecuentes variaciones tanto en el ámbito nacional como internacional por lo cual el cliente siempre tiene inquietudes sobre el mismo. La calificación que se obtuvo en esta variable fue de un 81% de satisfacción.

A pesar del alto porcentaje en la calificación de los clientes sobre la calidad y entregas del productos se recibieron algunas sugerencias sobre el empaque del producto, la demora en el proceso del permiso para el cargue, el tiempo de espera y la poca disponibilidad, del producto en algunos períodos del año lo que bajo el promedio general de calificación al (96%).

Nivel de Insatisfacción

Los clientes presentaron quejas en la entrega del producto, especialmente en dos niveles. En primera instancia se obtuvieron quejas en entrega del producto, por algunas áreas específicas como:

- Plazos establecidos
- Cantidades acordadas.

El segundo nivel empaque del producto, los clientes presentaron quejas en áreas específicas como:

- Presentación
- Conservación del producto
- Cantidad

Principales acciones emprendidas

- En cuanto a plazos establecidos, la empresa decide cambiar sus políticas de ventas debido a un aumento significativo en la demanda de su grupo empresarial, limitando las cantidades a los clientes externos y la mayor parte de su producción se ha venido destinando al grupo.
- Con relación al tiempo de cargue y espera, se gestionó un cambio con el área de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) con el fin de entregar desde el día anterior al cargue un permiso de entrada a la portería principal de la empresa, para reducir la espera y gestionar de manera organizada la entrada y salida de los productos, con esta medida se logró una reducción significativa en tiempos de cargue y espera.
- Respecto al empaque se solicitó al tramitó con el proveedor, mayor refuerzo para hacerlo más resistente.
- Sobre la cantidad de producto, desde el momento de vinculación de un cliente nuevo, se le advierte que la empresa cuenta con cargue manual por lo que nunca es exacto y se cambió la forma de cobro, para hacerlo sobre factura.

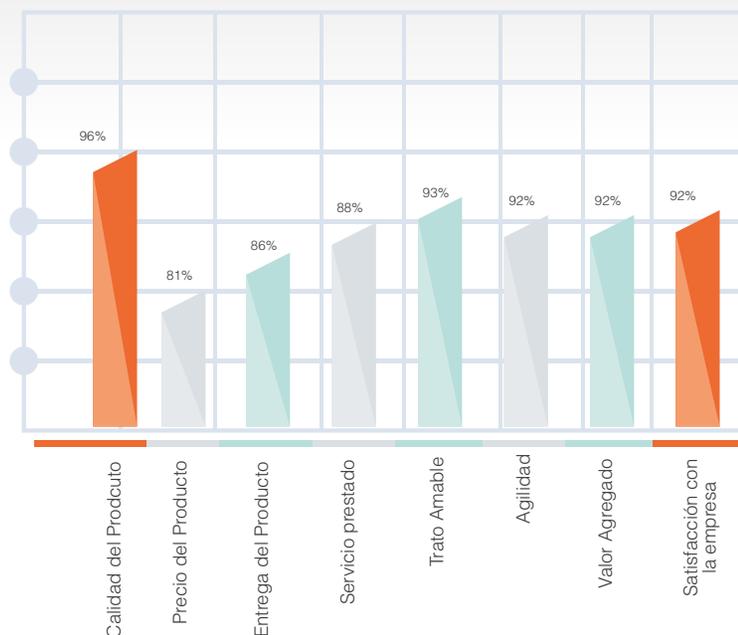
Plántulas de Híbrido OxG Indupalma

En 2015 se vendieron plántulas a 6 clientes a quienes se aplicó la encuesta de satisfacción. En esta categoría de productos se logró la mayor satisfacción con la empresa con un 97%. Esto se debe al reconocimiento sobre la calidad del servicio prestado por los funcionarios, la agilidad y amabilidad y el valor agregado que les genera el producto de Indupalma en sus plantaciones por la reducción de riesgo sanitario que les presenta este material híbrido



DIMENSIÓN
SOCIAL

Nivel de Satisfacción



La calidad y el precio tuvieron una excelente calificación sin embargo el servicio prestado y la entrega del producto se mantuvieron en un 93% sin ninguna queja.

Nivel de Insatisfacción

La principal queja en cuanto a las plántulas proviene del empaque del producto, sobretodo en:

- Presentación
- Llenado de las bolsas
- Manejo del producto

Principales acciones emprendidas

El problema indicado no se volvió a presentar gracias a un mayor cuidado en la selección de bolsas, empaque de las plántulas y un manejo más cuidadoso de las plántulas.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE SERVICIOS

En el primer semestre de 2015, el nivel de satisfacción de los clientes sobre el Servicio de Operación Logística fue del 74,4 %, cifra superior a la registrada en el segundo semestre de 2014 (72%) y por debajo de la meta propuesta del 90%.

Los servicios que presentaron mayor inconformidad entre los clientes fueron el de Gestión de Compras y de Alce y transporte que se realiza por la empresa ALRIO.

En el cuadro siguiente se muestran los resultados de la satisfacción de clientes de servicios del primer semestre de 2015, clasificado según el servicio prestado por proyecto. Además se muestran las causas y acciones identificadas, en su momento, para mejorar ese nivel de satisfacción.

Proyectos	Servicios	Manejo Agronómico	Alce y Transporte	Gestión de compras	Servicios Financieros	Atención a Clientes	Promedio por proyecto
COOPALMARES		71,4%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	78,3%
COOPSABANA		80,0%	80,0%	66,7%	100,0%	80,0%	81,3%
EL PALMAR		84,3%	80,0%	66,7%	95,0%	86,7%	82,5%
EL HORIZONTE		65,7%	60,0%	73,3%	100,0%	73,3%	74,5%
EMPALMAR I		78,6%	60,0%	66,7%	55,0%	83,3%	66,7%
EMPALMAR II		60,0%	60,0%	66,7%	40,0%	80,0%	61,3%
PROMEDIO		73,3%	70,0%	70,0%	78,3%	80,6%	74,4%

DIMENSIÓN SOCIAL



Los proyectos que, en promedio, recibieron mejor calificación en cuanto a nivel de satisfacción de los clientes fueron: Coopsabana (81,3%) El Palmar (82,5%) siendo el manejo agronómico, alce y transporte, servicios financieros y atención al cliente, los ítems de mayor valoración por parte de los clientes.

Nivel de insatisfacción:

Para el primer semestre de 2015 se realizaron 6 encuestas a clientes de los proyectos El Horizonte, El Palmar, Coopsabana, Coopalmares, Empalmar 1 y Empalmar 2.

El nivel de satisfacción de los clientes, según ítem evaluado, quedó de la siguiente manera: manejo Agronómico: 73,3%, Alce y Transporte de Fruto: 70%; Atención al Cliente: 80,6%; Gestión de Compras: 70% y Servicios Financieros: 78.3%.

Algunas causas de estas insatisfacciones fueron:

- Atrasos en el mantenimiento de los cultivos.
- Algunos reclamos sobre calidad de labores ejecutadas.
- Demoras en los tiempos de compra de fertilizantes y productos químicos.
- Complejidad de procesos para la adquisición o compra, así como también la necesidad del operador logístico para conseguir mejores precios vs los que dicen los clientes logran obtener directamente con los proveedores.
- Inconformidad por las pérdidas de producción ocasionadas por el fruto dejado en el piso.
- Afectación por el no pago oportuno a los transportadores que efectúan la labor de alce y transporte.
- Inconformidad con el pago oportuno del fruto y la aclaración sobre la trazabilidad y confiabilidad de datos contables de años anteriores.

Principales acciones emprendidas:

- Se retomaron los comités técnicos para algunos proyectos que se habían dejado de realizar y se aumentó la frecuencia de los mismos, los cuales se vienen llevando a cabo con regularidad. Este es un espacio fundamental para que los clientes puedan dar a conocer aspectos

operativos en los que se debe tomar acciones de inmediato.

- Se viene reforzando el aseguramiento de la capacidad de los proveedores de servicios contratados para la ejecución de labores, para lo cual se realizará un ejercicio sobre la efectividad de éstos y el cumplimiento de sus contratos, reforzando la comunicación con los mismos para cuando se deban tomar acciones correctivas por su desempeño o evaluar su sustitución.
- Se fortaleció la relación con los proveedores, la cual se había deteriorado por algunos atrasos en cuentas por pagar y con alta rotación con los mismos.
- El área de Proyectos y Servicios, con el apoyo de Almacén, Tesorería y Agronómico, ha venido aclarando la información solicitada por los clientes con referencia a la trazabilidad de información de entradas, salidas y saldos físicos en custodia de Indupalma.
- Se ha venido solucionando el pago atrasado de los transportistas de ALRIO, debido a que la misma empresa tiene como mecanismo de control sobre el fruto dejado en campo, sanciones a los transportistas. La revisión y búsqueda de soluciones, fue evaluada con la asesoría que se adelantó con la Empresas internacional Plexus en Indupalma.
- La Gerencia Financiera ha venido desarrollando estrategias de optimización y consecución de recursos para disminuir la rotación de días de pago de fruto a los clientes, con lo cual se ha logrado poner al día los pagos y conseguir que esta situación sea normalizada.



Para el segundo semestre del año 2015, el nivel de satisfacción de los clientes sobre el Servicio de Operación Logística fue del 77,3 %, cifra superior a la registrada en el primer semestre de 2015 (74.4%).

Los resultados de la encuesta en este segundo semestre se muestran en el cuadro siguiente:

Proyectos	Servicios	Agronómico	Transporte	compras	Financieros	Clientes	por proyecto
SANTA ROSA		82,9%	90,0%	66,7%	60,0%	60,0%	71,9%
COOPSABANA		74,3%	90,0%	60,0%	40,0%	73,3%	67,5%
COOPALMAG		68,6%	100,0%	80,0%	40,0%	86,7%	75,1%
EMPALMAR		94,3%	100,0%	100,0%	80,0%	100,0%	94,9%
PROMEDIO		80,0%	95,0%	76,7%	55,0%	80,6%	77,3%

El proyecto que, en promedio, recibió mejor calificación en cuanto a nivel de satisfacción de los clientes fue El Palmar (94.9%) siendo alce y transporte, gestión de compras y atención al cliente los ítems de mayor valoración con un 100%.

Nivel de insatisfacción:

El nivel de satisfacción de los clientes, según ítem evaluado, quedó de la siguiente manera: manejo Agronómico: 80%, Alce y Transporte de Fruto: 95%; Atención al Cliente: 80%; Gestión de Compras: 76.7% y Servicios Financieros con la menos calificación correspondiente a 55%.

Algunas causas de estas insatisfacciones fueron:

- Inconformidad con el servicio financiero debido a la demora en el pago del fruto;
- Inconvenientes con las compras de insumos, en especial Coopsabana quien no contaba con flujo de caja para hacerlo.
- Demoras en las visitas técnicas realizadas por parte de los agrónomos a los predios.
- Requieren que los ingenieros al igual que los supervisores, permanezcan más tiempo en los predios para solucionar los inconvenientes presentados.

Principales acciones emprendidas:

- Se viene coordinando entre las áreas Financiera, Tesorería y Comercial para programar semanalmente los flujos de caja para el pago oportuno del fruto, acorde con lo establecido en los contratos de cada proyecto.
- Se han incrementado las visitas en campo por parte de los ingenieros agrónomos y supervisores para mantener el contacto con los clientes y con el seguimiento del cultivo. Sobre este particular se implementó un control por medio de los registros que diligencian los Ingenieros Agrónomos en cada una de las visitas que realizan, de igual manera, en los comités técnicos se consignan los pendientes para dar pronta respuesta a los clientes.
- Se logró la reestructuración del crédito de Coopsabana, que permite aliviar el flujo de caja y no afectar labores agronómicas como la fertilización.
- Se mantendrá información constante a los clientes de todas las novedades del proyecto, tales como alertas financieras, fechas de pagos y otros temas de interés para el normal desarrollo de los proyectos.



INDICADORES GRI

No.	Descripción del Indicador	Página	Referencia	Reportado
1.1	Declaración de la alta dirección sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia	3	Carta del Gerente	Completo
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	3	Declaración de Apoyo al Pacto Global	Completo
2. Perfil de la organización				
2.1	Nombre de la organización.	7	Propiedad y características	Completo
2.2	Principales marcas productos y servicios.	7 y 8	Propiedad y características	Completo
2.3	Estructura operativa incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	9	Marcas, productos y mercados atendidos	Completo
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	12	Ubicación	Completo
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas, o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	12	Ubicación	Completo
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	7	Propiedad y características	Completo
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	9	Marcas, productos y mercados atendidos	Completo
2.8	Dimensiones de la organización informante incluido: Número de empleados, ventas netas, capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto; cantidad de productos o servicios prestados.	12 y 13	Datos Generales	Completo
2.9	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización incluidos: localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas cierres y ampliación de instalaciones; y cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital	-	Historia y cambios significativos	No se presentaron cambios significativos
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el período.	13	Certificaciones	Completo
3. Parámetros de la memoria				
3.1	Período cubierto por la información contenida en la memoria	16 y 17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo

TABLA
GRI

TABLA
GRI

10% 25%



3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente	16 y 17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
3.3	Ciclo de presentación de memorias.	16 y 17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria incluidos: determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos incluidos en la memoria, identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria, descripción sobre cómo ha aplicado la organización las orientaciones para la definición del contenido de la memoria y los principios asociados.	16 y 17	El contenido de la memoria fue definido por la Gerencia y la Dirección de Responsabilidad Social. Para nuestro negocio no existe todavía suplemento sectorial.	Completo
3.6	Cobertura de la memoria (ver protocolo sobre la cobertura)	16 y 17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura, si no cubren todos los impactos económicos, ambientales y sociales, indicar estrategia y cronograma para lograr la cobertura total.	16 y 17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
3.8	La base para incluir la información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones.	16 y 17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
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 y demás información de la memoria. Explicar los motivos por los que se ha decidido no aplicar los protocolos de indicadores del GRI, o las discrepancias con respecto a los mismos.	16 y 17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
3.10	Descripción del efecto que puede tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ej. fusiones y adquisiciones, cambio en los períodos informativos, naturaleza del negocio o métodos de valoración).	16 y 17	Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	16 y 17	Nuestra empresa - Parametros del reporte - Alcance y Cobertura	Completo
3.12	Existe una tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	94 - 104	Tabla de Indicadores GRI	Completo

TABLA
GRI

10% 25%



3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. Se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	-	Los estados financieros son revisados por el auditor anualmente.	-
4. Gobierno compromiso y participación de los grupos de interés				
4.1	La estructura de gobierno de la organización incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. Describe el mandato y la composición (incluyendo el número de miembros independientes y de miembros no ejecutivos) de dichos comités e indica su responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y ambiental.	10 y 11	Estructura Organizacional	Completo
		14, 15 y 16	Gobernabilidad y Compromisos con los grupos de interés	Completo
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	14	Los miembros de la Junta Directiva no tienen cargo ejecutivo y el Gerente General tiene voz pero no voto en la Junta.	Completo
4.3	Si la empresa tiene estructura directiva unitaria, cuál es el número de miembros del máximo órgano de gobierno que son independientes o no ejecutivos.	14	Ninguno de los miembros de la Junta Directiva trabaja directamente en Indupalma.	Completo
4.4	Mecanismos que permiten a los accionistas minoritarios expresar su opinión ante el máximo órgano de gobierno. Procesos de información y consulta a los empleados sobre las relaciones laborales, con órganos de representación formal tales como los comités de empresa y la representación de los empleados en el máximo órgano de gobierno.	15 y 16	Comités y mecanismos de comunicación con el órgano de gobierno.	Completo
4.5	Cuál es el vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos, incluyendo los acuerdos de abandono del cargo y el desempeño económico, ambiental y social.	-	-	-
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	14	Gobernabilidad	Completo

TABLA
GRI

10% 25%



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.	-	No existen tales procedimientos. Los miembros de la Junta Directiva son en su mayoría escogidos por los dueños a través de acuerdos de familia.	-
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, el estado de su implementación. Se explica el grado en el que se los aplica en toda la organización, en las diferentes regiones y departamentos/unidades Se explica el grado en el que hacen referencia a estándares acordados a el grado en el que hacen referencia a estándares acordados a nivel internacional.	13	Estrategia	Completo
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 relacionados. Adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	15 y 16	Mecanismos de consulta a grupos de interés	Completo
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental; y social.	15 y 16	Mecanismos de consulta a grupos de interés	Completo
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	14	Comités y mecanismos de comunicación con el órgano directivo	Completo
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como otros que suscriba o apruebe, incluyendo la fecha de adopción y a que países u operaciones se aplican, así como los distintos grupos de interés que participan en el desarrollo y administración de dichas iniciativas. Diferenciar entre iniciativas voluntarias y obligatorias.	15	Asociaciones a las que pertenecemos y/o entes nacionales e internacionales apoyados	Completo
4.13	Principales asociaciones a las que la organización pertenece. Entidades nacionales e internacionales a las que la organización apoya y está presente en los órganos de gobierno; participa en proyectos o comités; proporciona una financiación importante que excede las obligaciones de los socios; y tenga consideraciones estratégicas.	15	Asociaciones a las que pertenecemos y/o entes nacionales e internacionales apoyados	Completo
4.14	Lista de los grupos de interés.	15	Grupos de interés de Indupalma	Completo

TABLA
GRI

4.15	Procedimiento para la identificación y selección de los grupos de interés con los que la organización se compromete. Procedimiento para la determinación de los grupos de interés que participan y los que no.	15	Grupos de interés de Indupalma	Completo
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, frecuencia de participación por tipos de grupo de interés.	15 y 16	Mecanismos de consulta a grupos de interés	Completo
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés. Forma en que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	16	Grupos de interés de Indupalma	Completo
Dimensión Económica				
EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	32	Impacto económico de Indupalma en la zona	Completo
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	-	-	-
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	33	DONACIONES E INVERSIONES A LA COMUNIDAD COBERTURA DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN DEBIDAS A PROGRAMAS DE BENEFICIOS SOCIALES.	Completo
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	-	No hubo ayudas significativas recibidas del Gobierno.	-
EC5	Relación entre salario estándar y salario mínimo local en lugares donde se desarrollan actividades significativas	-	RANGO DE LAS RELACIONES ENTRE EL SALARIO INICIAL ESTÁNDAR Y EL SALARIO MÍNIMO LOCAL	-
EC6	Política, prácticas y proporción de compras a proveedores locales.	33	Impacto económico de Indupalma en la zona	Completo
EC7	Procedimientos para la contratación local	33	Impacto económico de Indupalma en la zona	Completo
EC8	Desarrollo e impacto de inversiones en infraestructura	32	Desarrollo e impacto de inversiones en infraestructura	Completo

TABLA
GRI

EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	42	Indicadores ambientales	Completo
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	42	Indicadores ambientales	Completo
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono.	42	Indicadores ambientales	Completo
EN20	NO , SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	42	Indicadores ambientales	Completo
EN21	Total de agua descargada, por calidad y destino.	43	Indicadores ambientales	Completo
EN22	Peso total de residuos, por tipo y método de eliminación.	44	Indicadores ambientales	Completo
EN23	Número total y volumen de los derrames significativos.	44	No se han presentado derrames o accidentes ambientales significativos.	Completo
EN24	Peso de desechos transportados, importados, exportados, o tratados los cuales se consideran peligrosos según los términos de la Convención de Basilea en los Anexos I,II,III y VIII, y porcentaje de desechos que han sido enviados a destinos internacionales.	44	Indicadores ambientales	Completo
EN25	Identidad, tamaño, estado de protección y valor en términos de biodiversidad de cuerpos de agua y hábitats relacionados que han sido significativamente afectados por descargas de agua y residuos líquidos según los reportes de la organización.	45	Indicadores ambientales	Completo
EN26	Iniciativas para mitigar el impacto ambiental de productos y servicios, y el alcance de la mitigación de impactos.	-	-	-
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de empaque que hayan sido reclamados, por categoría.	45	Indicadores ambientales	Completo
EN28	Valor monetario de multas significativas y número total de sanciones no monetarias por no cumplir con leyes y regulaciones ambientales.	45	No se presentaron multas o sanciones producto de infracciones o incumplimientos ambientales.	Completo
EN29	Impactos ambientales significativos por transportar productos u otros bienes y materiales utilizados en las operaciones de la organización y para transportar miembros de la fuerza de trabajo.	45	Indicadores ambientales	Completo
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales 61 Tabla de gastos e inversiones ambientales.	46	Indicadores ambientales	Completo
Prácticas laborales y ética en el trabajo				
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	50	Régimen laboral y sindicato (Sintraproaceites)	Completo

TABLA
GRI

10% 25%



LA2	Número total de empleados y rotación media, por edad, sexo y región	50	Régimen laboral y sindicato (Sintraproaceites)	Completo
LA3	Beneficios sociales para los empleados de jornada completa, que no se ofrecen a los temporales o de media jornada, por actividad principal.	52 - 53	Convención colectiva de trabajo	Completo
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	50	Régimen laboral y sindicato (Sintraproaceites)	Completo
LA5	Períodos mínimos de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	52	Convención colectiva de trabajo	Completo
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos dirección/empleados.	55	Seguridad y salud en el trabajo (SST)	Completo
LA7	Mostrar por región: Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos, y número de víctimas mortales.		Seguridad y salud en el trabajo (SST)	Completo
LA8	Programas que se aplican a los trabajadores, a sus familias o a la comunidad, en relación con enfermedades graves sobre: educación, formación, asesoramiento, prevención, control de riesgos.	56 - 57	Capacitación y control en SST	Completo
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	59 - 61	Seguridad y salud en el trabajo (SST)	Completo
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, por categoría de empleado.	58	Capacitación y control en SST	Completo
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.	57	Capacitación y control en SST	Completo
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.	-	No se realizaron evaluaciones de desempeño.	No se reporta
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	51	Régimen laboral y sindicato (Sintraproaceites)	Completo
LA 14	Relación entre el salario base de los hombres con respecto a las mujeres, desglosado por categoría profesional.	54	Relación entre el salario base de los hombres con respecto a las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Completo

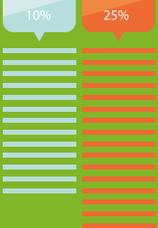
TABLA
GRI

Derechos Humanos DDHH				
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.	73	Derechos humanos y acuerdos de inversión	Completo
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	73	DERECHOS HUMANOS Y COMUNIDADES LOCALES EN LAS NUEVAS SEDES DE OPERACIÓN.	Completo
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 porcentaje de empleados formados.	56 - 57	CAPACITACIONES Y PROGRAMAS EN DERECHOS HUMANOS	Completo
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	68	Derecho a la no discriminación y a no ser sometido a penas ni a tratos crueles ni degradantes	Completo
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.	69	Derecho a la reunión pacífica y a la libertad de asociación	Completo
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	66	Derecho al trabajo en condiciones justas, dignas y favorables	Completo
HR7	Operaciones identificada como posibles generadoras de trabajos forzados o no consentidos, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	66	Derecho al trabajo en condiciones justas, dignas y favorables	Completo
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.	70	Derecho a la salud y seguridad de la persona	Completo
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	72	Derecho a la propiedad privada y derecho a una vivienda adecuada	Completo
Sociedad				
S01	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.	77 - 79	Programas sociales y gestión de impactos en las comunidades	Completo

TABLA
GRI

S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	74	Anticorrupción	Completo
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	74	Anticorrupción	Completo
S04	Medidas tomadas en repuesta a incidentes de corrupción.	74	Anticorrupción	Completo
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbyng".	74	Posición en las políticas públicas y participación	Completo
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos, a políticos o a instituciones relacionadas por países.	-	No se realizaron este tipo de aportaciones	Completo
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	-	No se han presentado acciones por esta causa	Completo
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	-	No se han presentado sanciones ni multas.	Completo
Responsabilidad sobre el producto				
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentajes de categorías de productos y servicios sujetos a evaluaciones.	85	Ciclo de vida de los productos y seguridad de los clientes	Completo
PR2	Número total de incidentes derivados de incumplimiento de 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 resultados de dichos incidentes.	-	No se han presentado estos casos. Normas y regulaciones concernientes al uso de productos y servicios	Completo
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.	88	Responsabilidad de los productos y etiquetas	Completo
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.	-	No se han presentado estos casos. Normas y regulaciones concernientes al uso de productos y servicios	Completo
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	88 - 93	Encuesta de satisfacción	Completo
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.	-	-	Completo

TABLA
GRI



PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a comunicaciones de marketing, incluidos regulaciones relativas a comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	-	No se han presentado estos casos. Normas y regulaciones concernientes al uso de productos y servicios	Completo
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	-	No se han presentado estos casos. Normas y regulaciones concernientes al uso de productos y servicios	Completo
PR9	Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de los productos y servicios de la organización.	-	No se han presentado estos casos. Normas y regulaciones concernientes al uso de productos y servicios	Completo



INDUPALMA[®]
Un racimo de oportunidades con la palma de aceite



INFORME SOSTENIBILIDAD 2015 INDUPALMA