



**BITÁCORA  
FANALCA 2020**

TRANSFORMANDO LAS  
DIFICULTADES EN  
OPORTUNIDADES, PARA  
SEGUIR AVANZANDO



# CONTENIDO

BITÁCORA  
FANALCA 2020

01.

CARTA DEL  
PRESIDENTE

02.

NUESTROS  
VALORES  
CORPORATIVOS

03.

ASPECTOS  
MATERIALES  
Y COBERTURA

04.

MATRIZ DE  
MATERIALIDAD

05.

NUESTROS  
ASUNTOS  
MATERIALES Y  
LOS OBJETIVOS  
DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE  
(ODS)

06.

PARTICIPACIÓN  
GRUPOS DE  
INTERÉS

07.

ESTRUCTURA DE  
GOBERNANZA DE  
LA ORGANIZACIÓN

08.

NUESTRAS  
UNIDADES DE  
NEGOCIO

09.

SOMOS  
EMPRENDEDORES

10.

ESTAMOS  
COMPROMETIDOS  
CON LOS RESULTADOS

11.

SOMOS  
CONFIABLES

12.

ACTUAMOS CON  
RESPETO

13.

SOMOS HUMANOS  
Y ACTUAMOS  
SOLIDARIAMENTE

14.

TABLA GRI

**Joaquín Losada Fina**  
PRESIDENTE

## CARTA DEL PRESIDENTE

### BITÁCORA FANALCA 2020

Iniciamos un 2020 definiendo objetivos de desempeño y desarrollo para todo el año, como usualmente lo hacemos; sin imaginarnos que afrontaríamos el desafío colectivo más difícil de nuestra generación.

El 2020 fue un viaje lleno de aprendizajes: ¿cómo cuidar nuestra salud física y emocional? ¿Cómo ayudar a mantener sanos a nuestros seres queridos? ¿Cómo apoyar a quienes tuvieron que interrumpir su fuente de empleo para cumplir el aislamiento físico? ¿Cómo aportar como organización en un momento de crisis e incertidumbre?

Fueron discusiones difíciles, pero encontramos soluciones siempre pensando en colectivo; de forma interdisciplinaria, teniendo en cuenta todas las experiencias, puntos de vista y emociones. El 2020 puso a prueba nuestra capacidad para ser flexibles, resilientes y empáticos.

Quiero aprovechar este medio para agradecer inmensamente al equipo que me acompaña construyendo esta gran organización: gracias líderes por encontrar caminos, gracias equipos por su flexibilidad para hacer posible cualquier nueva alternativa, gracias a nuestra Fundación Fanalca por ofrecer herramientas para acompañar las necesidades de la comunidad.

El 2020 fue uno de los viajes más importantes en la historia de Fanalca y de ahí surge el nombre de nuestro informe de sostenibilidad “Bitácora 2020”.

Mensualmente me reúno con los representantes del pacto colectivo: Juan Carlos, Franklin y Jesús Libardo, para compartir ideas y oportunidades para el crecimiento de los colaboradores y de la organización. En una ocasión, me dejaron de llamar Joaquín para llamarme capitán y fue algo que me conmovió porque es un término que se traduce en confianza.

Juan Carlos fue lanchero en las playas del Chocó y era su responsabilidad pisar tierra con la mercancía y las personas a salvo y lo que más recuerda de esa época es cómo, cuando el mar estaba picado, la tripulación lo alentaba: “Capitán, ¡ya casi tocamos tierra!”

¿Por qué les comparto esto? Porque el sentimiento de confianza y colectividad fueron claves para mantenernos a flote durante el 2020. La confianza entre compañeros y líderes mantuvo nuestra fe y nos enseñó a priorizar el bienestar colectivo.

Los invito a leer lo que significó el 2020 para nuestra organización y cómo nos apalancamos en nuestra cultura para sacar adelante cada meta.

Equipo de  
**Operaciones**



## CAPÍTULO 2

### NUESTROS VALORES CORPORATIVOS



Estamos comprometidos con los resultados



Actuamos con respeto



Somos humanos y actuamos solidariamente



Somos confiables



Somos emprendedores

El 2020 representó un entorno cambiante y tuvimos que adaptarnos a él de forma rápida. Para nuestra organización, la forma de asegurar esa transformación fue promoviendo el liderazgo, sin importar el rol dentro de la misma, y la flexibilidad en pequeñas, medianas y grandes acciones e iniciativas.

El principal diferenciador fue y continuará siendo nuestra cultura; los valores que representan a Fanalca y hacen parte de la forma de pensar, actuar y comunicarse de cada uno de nuestros colaboradores.

Nuestra cultura se ha fortalecido desde la transparencia y el respeto. Un reflejo de eso es que, a pesar de que no pudimos estar presentes físicamente en la organización y los escenarios eran inciertos, mantuvimos la continuidad de nuestros procesos.

GRACIAS FANALQUEÑOS POR NAVEGAR EL 2020 CON NUESTROS VALORES COMO BRÚJULA Y POR HACER POSIBLE LA SOSTENIBILIDAD DE NUESTRA ORGANIZACIÓN.

## CAPÍTULO 3

### ASPECTOS MATERIALES Y DE COBERTURA

Por tercer año consecutivo, asumimos el compromiso de presentar nuestras acciones enmarcadas en sostenibilidad durante el 2020, siguiendo los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI).

Para FANALCA S.A. se priorizaron un conjunto de asuntos propios del sector de automóviles, autopartes y metalmecánica, los cuales guían las iniciativas de sostenibilidad. El presente reporte, mantiene vigentes los aspectos materiales definidos el año anterior:

1. Desempeño económico
2. Presencia en el mercado
3. Prácticas de adquisición
4. Anticorrupción
5. Materiales
6. Energía
7. Agua
8. Emisiones

9. Efluentes y residuos
10. Evaluación ambiental de los proveedores
11. Empleo
12. Salud y seguridad en el trabajo
13. Formación y enseñanza
14. Comunidades locales proveedores
16. Salud y seguridad de los clientes
17. Marketing y etiquetado



## CAPÍTULO 4

### MATRIZ DE MATERIALIDAD

Para la validación de los doce asuntos de sostenibilidad de la organización se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

- Generar ingresos y permitir el acceso a nuevos mercados.
- Mejoras de la eficiencia operacional.
- Disminuir riesgos.
- Cumplir normas y regulaciones en el país.
- Cumplir con las expectativas de los grupos de interés prioritarios.
- La reputación y consolidación de la marca.



## CAPÍTULO 5

### NUESTROS ASUNTOS MATERIALES Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

La sostenibilidad de nuestras actividades y operación busca aportar a metas superiores como lo son los Objetivos de Desarrollo Sostenible de nuestro territorio. El compromiso que tenemos con nuestros colaboradores contribuye al cumplimiento de los siguientes ocho objetivos<sup>1</sup>:



<sup>1</sup> El aporte que hace Fanalca S.A. a los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, provienen de la alineación de indicadores GRI-G4 con ODS a través del documento SDG Compass (<http://sdgcompass.org/>)



## CAPÍTULO 6

PARTICIPACIÓN  
GRUPOS DE  
INTERÉS

## ● SOCIOS

- Aumento en la rentabilidad.
- Crecimiento de la organización.
- Retorno a la inversión.
- Riesgos controlados.
- Buena reputación e imagen de los productos y de la organización.

## ● CLIENTES

- Precios competitivos.
- Responsabilidad Social Corporativa.
- Transparencia y garantías en las negociaciones.
- Líneas de crédito.
- SGC certificado.
- Satisfacción.
- Los productos cumplen las especificaciones de calidad.
- Resolución de quejas y garantías (tiempo de respuesta requerido y no repetición de la queja).
- Cumplimiento con los requisitos específicos.
- Disponibilidad de producto.
- Cumplimiento en los pedidos (cantidades, producto y tiempo)
- Confidencialidad.
- Mejoramiento de calidad.

## ● GERENCIA

- Cumplimiento de objetivos.
- Información actualizada y confiable para la toma de decisiones.
- Productividad y eficiencia.

## ● COMPETENCIA

- Sana competencia.
- Transparencia.
- Relaciones de mutuo beneficio para el desarrollo de proveedores comunes.

## ● GOBIERNO Y ENTES DE CONTROL

- Cumplimiento de los reglamentos, leyes y normas aplicables.
- Generación de informes en los plazos requeridos.
- Pago de obligaciones.
- Generación de empleos.

## ● COLABORADORES

- Estabilidad laboral.
- Remuneración adecuada.
- Experiencia.
- Participación.
- Trabajar en un ambiente seguro y saludable.
- Desarrollo profesional y personal.
- Instrucciones claras.
- Desarrollo y participación familiar.

## ● PROVEEDORES

- Relación de largo plazo.
- Requisitos/especificaciones claras.
- Cumplimiento de contratos y/o negociaciones.
- Información de los cambios con antelación.
- Respuesta oportuna a requerimientos.
- Confidencialidad.

## ● CASA MATRIZ (HONDA)

- Cumplimiento de los reglamentos, leyes y normas aplicables.
- Generación de informes en los plazos requeridos.
- Pago de obligaciones.
- Generación de empleos.

## CAPÍTULO 7

### ESTRUCTURA DE GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN



**Joaquín Losada**  
Presidente



**Juan Carlos Escobar**  
Contralor Corporativo



**Giselle Bueno**  
Vicepresidenta  
Talento Humano



**Álvaro José Cruz**  
Vicepresidente  
de inversiones



**Nicolas Rendón**  
Gerente General  
Honda Autos



**José Fernando Londoño**  
Vicepresidente  
Honda Motocicletas



**Alicia del Pilar Lozano**  
Vicepresidenta de  
Transformación Digital



**Jorge Lozada**  
Vicepresidente  
Operaciones



**Rodrigo Taylor**  
Vicepresidente Tubería,  
Ambiental y Suministros



**Claudia Arango**  
Vicepresidenta Fianciera



**Bernardo Ávila**  
Vicepresidente Jurídico

## CAPÍTULO 8

## NUESTRAS UNIDADES DE NEGOCIO

**Autopartes**

- En nuestra planta de Yumbo y Bogotá fabricamos partes metálicas para automóviles y vehículos comerciales como camiones, pickups, buses, busetas; como puertas, travesaños y soportes para chasis.
- De igual manera, en nuestra planta ubicada en Bogotá, fabricamos mangueras, tuberías, radiadores y condensadores para aires acondicionados instalados en camiones y automóviles.
- En la planta ubicada en Medellín se realiza ensamble de partes metálicas para automóviles y vehículos comerciales; como paneles de pisos, cunas motor y trenes traseros para automóviles.
- Contamos con plantas de producción en Acopi, Yumbo (Valle del Cauca), Bogotá (Cundinamarca) y Medellín (Antioquia).

**Honda Motocicletas**

- Somos la marca del poder de los sueños y acompañamos a los colombianos a hacer realidad los suyos: #1 en motocicletas a nivel mundial.
- Somos la única planta de producción nacional a nivel mundial, con licencia para fabricar y ensamblar motocicletas Honda, por nuestros altos estándares de calidad. Nuestra planta de ensamble Honda motocicletas está ubicada en Acopi, Yumbo, Valle del Cauca.
- Comercializamos motos de 100 y hasta 250 centímetros cúbicos, repuestos y accesorios Honda e importamos motos Honda de alto cilindraje.
- Contamos con una red de distribución propia y una red de distribuidores que permite tener cobertura en el territorio nacional: 450 puntos de venta con presencia en los 32 departamentos, 265 talleres de servicio en el país y 1.265 almacenes de repuestos.

**Honda Autos**

- En Colombia, Fanalca inició la importación y comercialización de vehículos Honda en la década de 1990 y se consolida como la única marca en el país que ofrece una Garantía Real Total: mano de obra, insumos y repuestos sin costo, por 2 años y sin límite de kilometraje. Actualmente, la Garantía Total Honda es la única en el mercado que incluye mantenimiento preventivo, correctivo y predictivo sin costo.
- En tres décadas, nuestra marca ha logrado excelentes resultados de posicionamiento por su calidad, diseño, eficiencia y ecología; como también, de expansión: contamos con más de 32.000 clientes y una red de concesionarios compuesta por 26 vitrinas a nivel nacional, que prestan el servicio de venta y posventa.
- Nuestro servicio de Renting Total actualmente cuenta con una flota de 638 vehículos.

**Tubos y Perfiles de Acero**

- Fabricamos y comercializamos productos de acero formado como tubos soldados de acero al carbón (Cold Rolled, Hot Rolled Estructural y Galvanizado).
- Fabricamos y comercializamos perfiles de acero abiertos para la construcción (Drywall, Steel Framing, Entrepiso, Perfil C, Steel deck, Vigas y Fleje Cortina).
- Más de 1.000 clientes a nivel nacional con presencia geográfica en 28 departamentos de Colombia.
- Contamos con plantas de producción en Acopi, Yumbo (Valle del Cauca) y Guachené (Cauca).

**Ambiental**

- Fabricamos equipos para recolección de residuos sólidos desde el año 1981, liderando la innovación y la evolución de las cajas compactadoras de basura y contenedores de acero en Colombia.
- Comercializamos equipos complementarios de manejo de residuos como brazos hidráulicos, cajas de cargue lateral y barredoras.
- Tenemos una capacidad de producción de 42 equipos al mes, más de 30 referencias en nuestro portafolio y 3 patentes.
- Tenemos cobertura en 29 departamentos del territorio nacional, contamos con más de 250 clientes nacionales e internacionales, ubicados en países como: Panamá, Venezuela, Ecuador, India y Chile, gracias a que nuestros equipos se adaptan a diversos terrenos.

Planta de producción en Acopi, Yumbo (Valle del Cauca).

**Fanalvias**

- Fabricantes y comercializadores de defensas viales metálicas de carretera.
- Comercializadores de elementos para seguridad vial como amortiguadores de impacto y terminales especiales.
- Más de 120 clientes y presencia en los principales proyectos de infraestructura vial en el país.
- Contamos con plantas de producción en Acopi, Yumbo (Valle del Cauca) y Guachené (Cauca).

## CAPÍTULO 9

SOMOS  
EMPRENDEDORES

Como compañía, tenemos la convicción de que los momentos de crisis nos impulsan a encontrar oportunidades y actuar de manera flexible e innovadora.

Después de dar un vistazo por nuestras unidades de negocio, te compartimos algunos proyectos sobre los cuales trabajamos, en sinergia con diferentes áreas:

## Acaecimiento\*

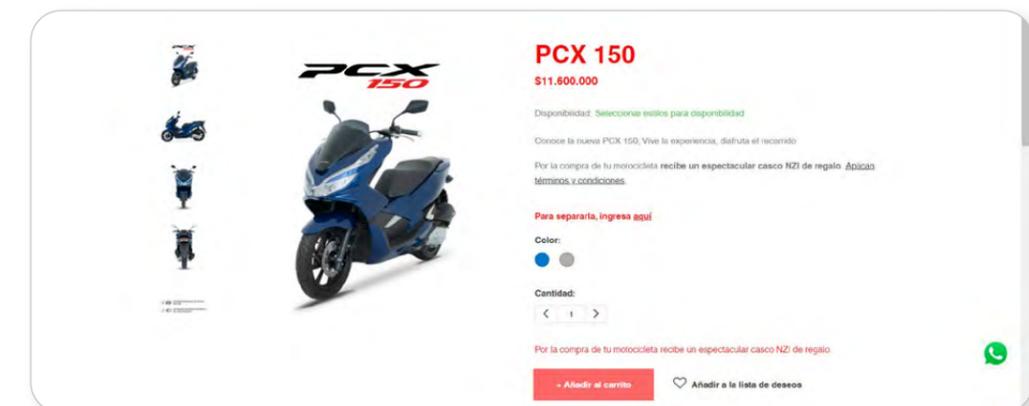
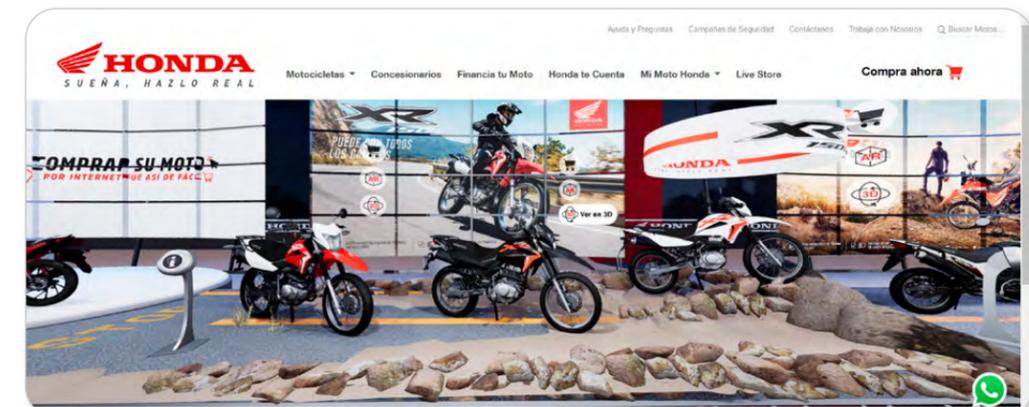
Perseveramos para encontrar oportunidades que nos ofrezcan ventajas competitivas y respondemos a ellas con pasión, innovación y flexibilidad.

\*Es la entrada en el diario de navegación en el que se recogen los sucesos y acontecimientos importantes para la navegación.

NUESTRA EXPERIENCIA VIRTUAL PARA COMPRA  
DE MOTOCICLETAS HONDA:  
LO SOÑAMOS Y LO HICIMOS REALIDAD DURANTE  
EL 2020

No solo aceleramos la cercanía con las herramientas digitales para mantener nuestros procesos internos andando, sino también para responder de forma oportuna a las necesidades de nuestros clientes.

La plataforma Live Store permite visualizar las referencias de motocicletas disponibles en 3D y explorar cada uno de sus detalles; además, se conecta con el canal de venta digital, el cual permite comprar la moto y programar la entrega en casa.

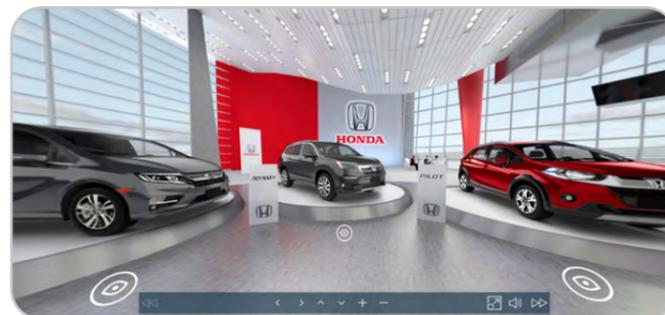
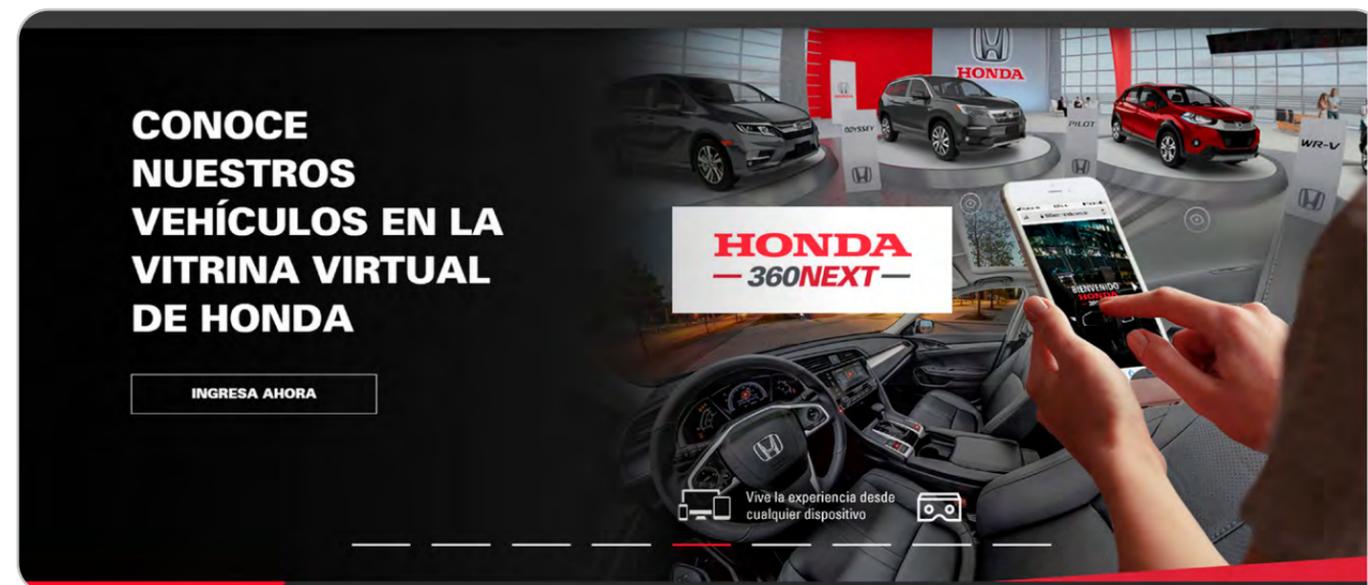




## HONDA 360 NEXT: LA PRIMERA VITRINA DE REALIDAD VIRTUAL EN COLOMBIA

Nuestra unidad de negocio Honda Automóviles también se transformó durante el 2020 para continuar ofreciendo acompañamiento a las necesidades de sus clientes, a través de la primera vitrina digital de autos del país. Mediante esta plataforma, es posible revisar la información técnica y beneficios de los vehículos, sin salir de casa.

Cada uno de los modelos cuenta con un desarrollo 360, que permite visualizar el vehículo interna y externamente, así como con accesos para solicitar servicios de posventa y recibir asesoría personalizada.



## PARTICIPAMOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE INFRAESTRUCTURA HOSPITALARIA PARA ATENDER CASOS DE COVID-19

Desde el inicio de la contingencia generada por el covid-19 nuestro principal objetivo fue aportar a la comunidad.

En línea con esto, participamos en el proyecto de dotación de infraestructura hospitalaria en Jamundí, Yumbo y Candelaria mediante el suministro del sistema Steel Framing, el cual permite construir estructuras completas en perfiles de acero galvanizado, de una manera rápida, limpia e industrializada.

Adicionalmente, facilitamos nuestras instalaciones para realizar el preensamble de estas estructuras.

En total se construyeron 6 módulos de 14mx7m cada uno, que permitieron albergar aproximadamente 20 camillas; nuestra compañía donó los que fueron instalados en el hospital de Yumbo.



## CAPÍTULO 10



### ESTAMOS COMPROMETIDOS CON LOS RESULTADOS

Nuestro desempeño económico va más allá del comportamiento de variables financieras. Representa la capacidad que tenemos de crear circuitos económicos virtuosos con nuestros grupos de interés a través de la generación de ingresos; esto nos permite contribuir al crecimiento de nuestro país.

Nuestra cultura organizacional y la vivencia de los valores apalancan el cumplimiento de nuestros objetivos de negocio.

#### VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Año	Ventas netas
2018	\$ 846.582.613
2019	\$ 953.064.712
2020	\$ 799.929.117

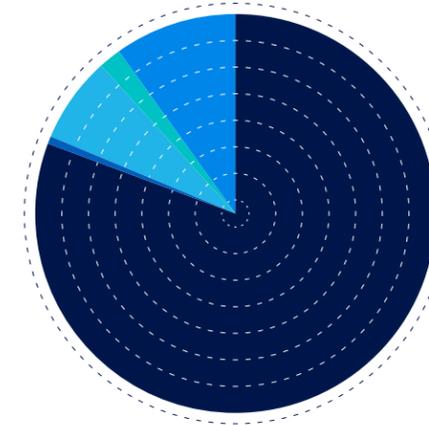
#### Acaecimiento\*

En medio de la pandemia, fue clave reconocer a aquellos colaboradores que se destacaron por vivir y promover los valores y sus comportamientos en el día a día.

Los ganadores fueron seleccionados por sus compañeros a través de una votación y su reconocimiento se realizó durante la fiesta de fin de año virtual.

\*Es la entrada en el diario de navegación en el que se recogen los sucesos y acontecimientos importantes para la navegación.

### 2018



**VALOR ECONÓMICO GENERADO - VEG**  
\$ 914.000.000, de los cuales el 98% corresponden a ingresos operacionales.

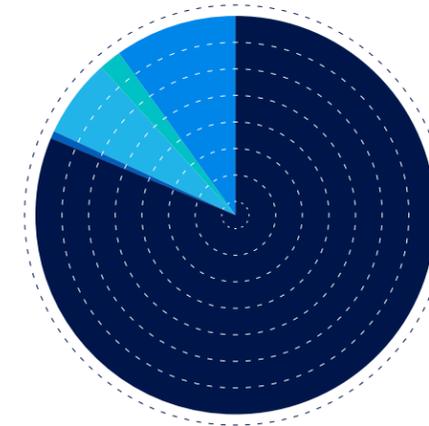
**VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO - VED**  
\$856 mil millones de pesos.

El 93,5% de la riqueza generada por Fanalca se devolvió a la sociedad en pagos a sus grupos de interés:

- Pagos a proveedores: **83%**
- Salarios y prestaciones sociales: **8,9%**
- Intereses financieros: **1,9%**
- Impuestos: **6%**
- Aportes a comunidad: **0,2%**

**VALOR ECONÓMICO RETENIDO - VER**  
6,3% del valor económico generado en el 2018 fue retenido por los accionistas.

### 2019



**VALOR ECONÓMICO GENERADO - VEG**  
\$ 1.052.209.022, de los cuales el 97% corresponden a ingresos operacionales.

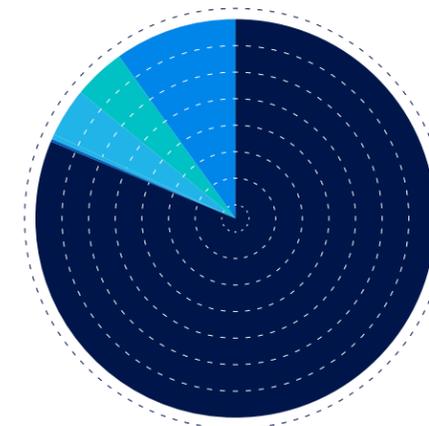
**VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO - VED**  
\$1.006.509.029.

El 95,7% de la riqueza generada por Fanalca se devolvió a la sociedad en pagos a sus grupos de interés:

- Pagos a proveedores (compras): **85%**
- Salarios y prestaciones de los empleados: **8%**
- Intereses financieros: **2%**
- Impuestos pagados: **4,5%**
- Inversiones en comunidades y donaciones para proyectos sociales: **0,2%**

**VALOR ECONÓMICO RETENIDO - VER**  
4,3% del valor económico generado en el 2019 fue retenido por los accionistas.

### 2020



**VALOR ECONÓMICO GENERADO - VEG**  
\$ 935.207.28, de los cuales el 90% corresponden a ingresos operacionales.

**VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO - VED**  
\$762.644.252.

El 81,5% de la riqueza generada por Fanalca se devolvió a la sociedad en pagos a sus grupos de interés:

- Pagos a proveedores: **84,2%**
- Salarios y prestaciones de los empleados: **9,7%**
- Intereses financieros pagados: **2,7%**
- Impuestos pagados: **3,3%**
- Inversión en comunidades y donaciones para proyectos sociales: **0,1%**

**VALOR ECONÓMICO RETENIDO - VER**  
18,5% del valor económico. De este porcentaje, el 1% fue retenido por los accionistas y el 17% fue destinado para capital de trabajo.

## CAPÍTULO 11



**SOMOS  
CONFIABLES**

### UNA ENTREGA CONTRA TODO PRONÓSTICO

En medio de la contingencia por covid-19 y de la incertidumbre que generaba el inicio de la cuarentena en Colombia, nuestra unidad de negocio ambiental logró entregar a tiempo 40 cajas compactadoras de basura y 19 volcos para la recolección de residuos en Barranquilla, como parte del proyecto Mi Ciudad de Renting Colombia.

Fanalca ganó esta licitación que tenía como fecha de inicio el 1 de junio. El equipo

encargado tenía previsto viajar en marzo para instalar la maquinaria durante los tres meses posteriores. Sin embargo, la crisis por el coronavirus representó un riesgo para cumplir los tiempos de entrega.

Al ser la recolección de basura una necesidad vital, mantuvimos la fecha de operación y gracias a la sinergia entre diversas áreas de la organización, el equipo logró viajar a Barranquilla y cumplir con la fecha pactada.

Esta es una muestra del compromiso que tenemos con los resultados y de nuestro valor enfocado en confiabilidad, hacia nuestros diferentes grupos de interés.

### OPERACIÓN CON PROVEEDORES LOCALES

Compras locales	Dato 2018	Dato 2019	Dato 2020
Valor del total de compras y/o adquisiciones.	\$ 91.742.306.530	\$ 79.627.199.752	\$ 55.155.322.655
Valor del total de compras y/o adquisiciones que realizó la empresa a proveedores locales.	\$ 11.009.076.784	\$ 7.325.702.377	\$ 4.963.979.039
Porcentaje del presupuesto para adquisiciones y compras que se destina a proveedores locales	12%	9,2%	9%

#### Acaecimiento\*

Valoramos la coherencia entre lo que pensamos, decimos y hacemos, cumplimos nuestras promesas fundamentando todas las decisiones en la transparencia y la ética.

\*Es la entrada en el diario de navegación en el que se recogen los sucesos y acontecimientos importantes para la navegación.

## CAPÍTULO 12



### ACTUAMOS CON RESPETO

#### ACAECIMIENTO\*

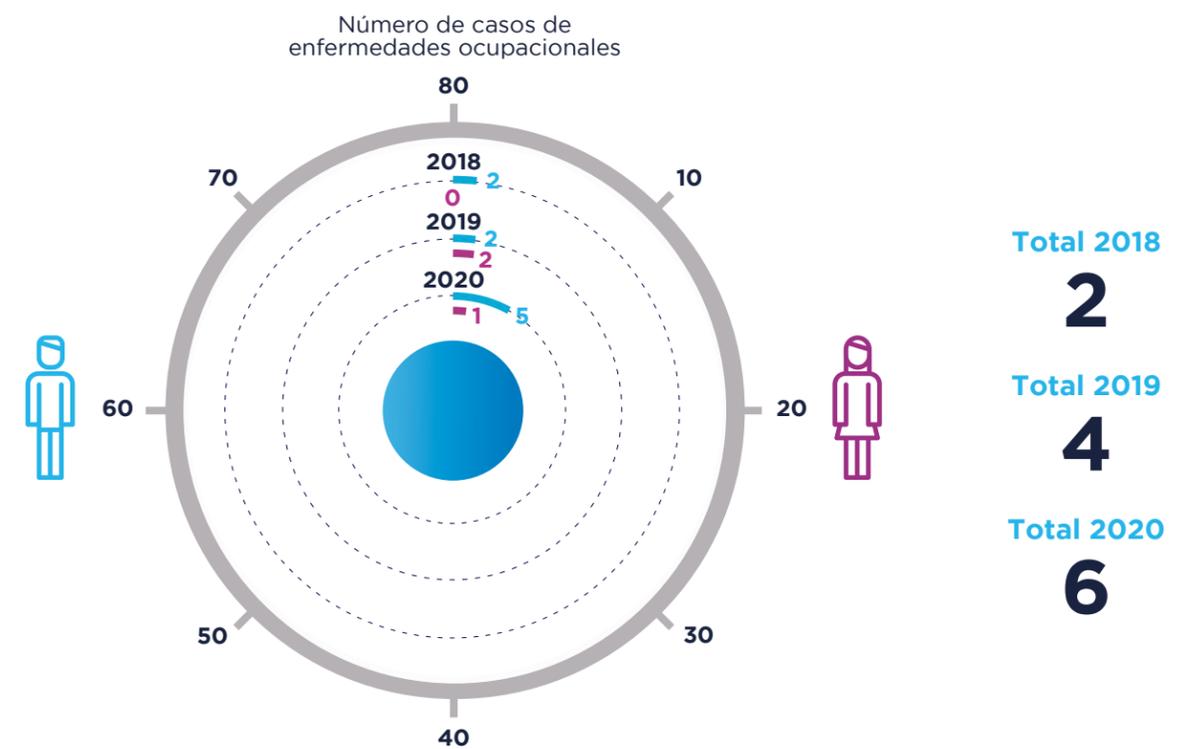
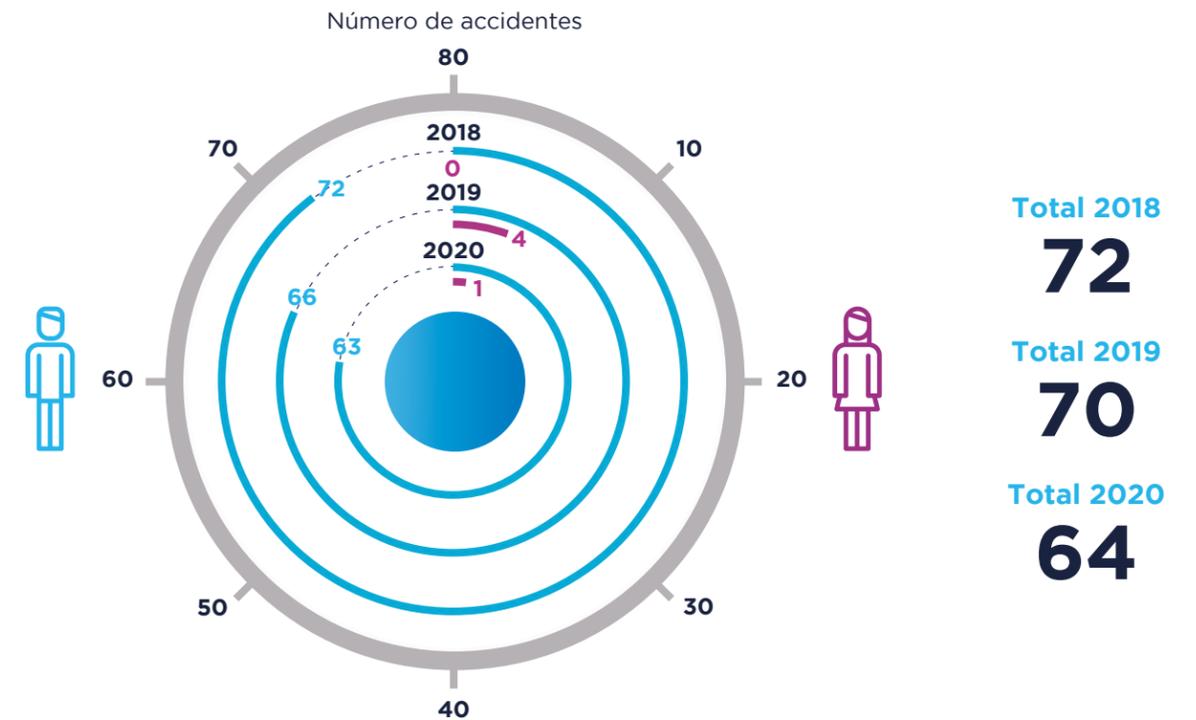
El valor de “actuamos con respeto” fue protagonista durante el 2020 a través del cumplimiento de nuestros protocolos de bioseguridad; ya que el cuidado de la salud era, y continúa siendo, un acto de respeto con cada uno y con la comunidad.

Resaltamos el compromiso de nuestros colaboradores, especialmente quienes se trasladaron a las plantas de producción, quienes continuaron su trabajo de campo visitando clientes o recibéndolos en las agencias y puntos de venta. Gracias a su disciplina con el autocuidado y el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad nuestros procesos se mantuvieron y tuvimos un número mínimo de contagios.

Valoramos la individualidad, las diferencias y contribuciones de todas las personas con las que nos relacionamos dentro y fuera de la organización, construyendo vínculos positivos y de largo plazo.

\*Es la entrada en el diario de navegación en el que se recogen los sucesos y acontecimientos importantes para la navegación.

### SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO



	2018			2019			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Número de accidentes	72	0	<b>72</b>	66	4	<b>70</b>	63	1	<b>64</b>
Número de casos de enfermedades ocupacionales	2	0	<b>2</b>	2	2	<b>4</b>	5	1	<b>6</b>
Número de días perdidos por accidente trabajo	1013	0	<b>1013</b>	1069	30	<b>1099</b>	1074	1	<b>1075</b>
Número total de días perdidos por enfermedades laborales	138	0	<b>138</b>	3	0	<b>3</b>	380	4	<b>384</b>
Total de días perdidos (por ausencia)	1151	0	<b>1151</b>	1072	32	<b>1104</b>	1454	5	<b>1459</b>

Tasa de accidentalidad



Tasa de enfermedades ocupacionales



ACAECIMIENTO\*

El número de accidentes y días perdidos se redujo respecto a 2019 debido a los tiempos de paro en la operación por la emergencia sanitaria ocasionada por el covid-19. Sin embargo, la enfermedad laboral aumentó respecto al año anterior debido a los casos de covid-19 calificados como de origen laboral.

En 2020 se logró reactivar la operación gracias a que se diseñaron e implementaron los protocolos de bioseguridad para la prevención del covid-19, donde se resalta la importancia de la estrategia de la detección temprana del virus por medio del diligenciamiento de la encuesta de salud y auto reporte de síntomas por parte de los colaboradores.

El reto para nuestra organización radica en continuar con la implementación de medidas de prevención en línea con los requisitos del gobierno nacional y las necesidades de la operación, con el fin de mitigar el riesgo de contagio del covid-19 y la prevención de accidentes y enfermedades laborales.



\*Es la entrada en el diario de navegación en el que se recogen los sucesos y acontecimientos importantes para la navegación.

## ACTUAMOS CON RESPETO POR NUESTRO MEDIO AMBIENTE

Trabajamos por minimizar la huella ambiental de nuestras operaciones, mantener niveles estables en la productividad del agua, ser más eficientes en el uso de la energía eléctrica y mantener altos estándares en el manejo de residuos sólidos:

### Agua

	2018	2019	2020
Consumo total de agua (consumo industrial y de prestación de servicios)	<b>62.513 m3</b> La productividad del agua es de 14,6 millones de pesos de ingreso total por metro cúbico de agua consumida.	<b>70.150 m3</b> La productividad del agua es de 14,3 millones de pesos de ingreso total por metro cúbico de agua consumida.	<b>72.224 m3</b> Pese a que en el año 2020 se detuvo nuestra operación, se incrementó el consumo de agua por actividades de limpieza y desinfección de los colaboradores y de las instalaciones.  Logramos promover la cultura del autocuidado y lavado de manos con los colaboradores y nuestro reto continúa siendo sensibilizar sobre el uso eficiente del recurso hídrico y generar controles en el ahorro del mismo (mejorar la medición de consumo por área y por proceso).



### Energía

	2018	2019	2020
Consumo total de energía:	<b>12.180.525 kwh</b> La productividad de la energía es de 75 mil pesos de ingreso total por kilovatio hora consumida de energía eléctrica.	<b>8.889.819 kwh</b> La productividad de la energía es de 113 mil pesos de ingreso total por kilovatio hora consumida de energía eléctrica.	<b>7.644.720 kwh</b> El consumo de energía más representativo fue el de la línea de ensamble con 19.11% conformado por motopartes, ensamble de motocicletas y el área de pintura, seguido del negocio de tubería 16.50% y consumo de los compresores 16.42% (suministro de aire comprimido).



### Emisiones directas de gases de efecto invernadero

	2018	2019	2020
Consumo de Gas natural (m3)	<b>314.118</b> toneladas de <b>CO2</b>	<b>278.716</b> toneladas de <b>CO2</b>	<b>478.553</b> toneladas de <b>CO2</b>

Factor de Conversión usado: 1 Kilogramo CO2 por 1,9806 Metros cúbicos de gas natural.

Pava M., Villalba D., Saavedra F., Carrasco J. y Rodríguez W., (2016). Factores de emisión considerados en la herramienta de cálculo de la huella de carbono corporativa MVC Colombia. Trabajo derivado del proyecto: Mecanismo para la mitigación voluntaria de emisiones de gases efecto invernadero para Colombia MVC.



## MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS

### 2018

	Reutilización	Reciclaje	Compostaje	Recuperación	Incineración	Vertedero	Total
Residuos peligrosos (kg)	0	5.814	0	5.239	52.604	0	<b>63.657</b>
Residuos NO peligrosos (kg)	151.845	3.704.365	52,676	1.190	0	115.67	<b>3.857.568</b>

### 2019

	Reutilización	Reciclaje	Compostaje	Recuperación	Incineración	Vertedero	Total
Residuos peligrosos (kg)	0	1.675	0	3.345	26.235	0	<b>33.374</b>
Residuos NO peligrosos (kg)	172.721	4.150.022	47.903	941	0	133.310	<b>3.531.065</b>

### 2020

	Reutilización	Reciclaje	Compostaje	Recuperación	Incineración	Vertedero	Total
Residuos peligrosos (kg)	0	2.534	0	0	30.840	0	<b>33.374</b>
Residuos NO peligrosos (kg)	13.890	3.372.530	32.355	0	0	112.290	<b>3.531.065</b>

	2018	2019	2020
Residuos peligrosos (kg)	1,6%	0,7%	0,9%
Residuos NO peligrosos (kg)	98,4%	99,3%	99,1%
Reutilización (% del total de residuos)	3,9%	3,8%	0,004%
Reciclaje (% del total de residuos)	94,5%	91,5%	0,95%

## CAPÍTULO 13



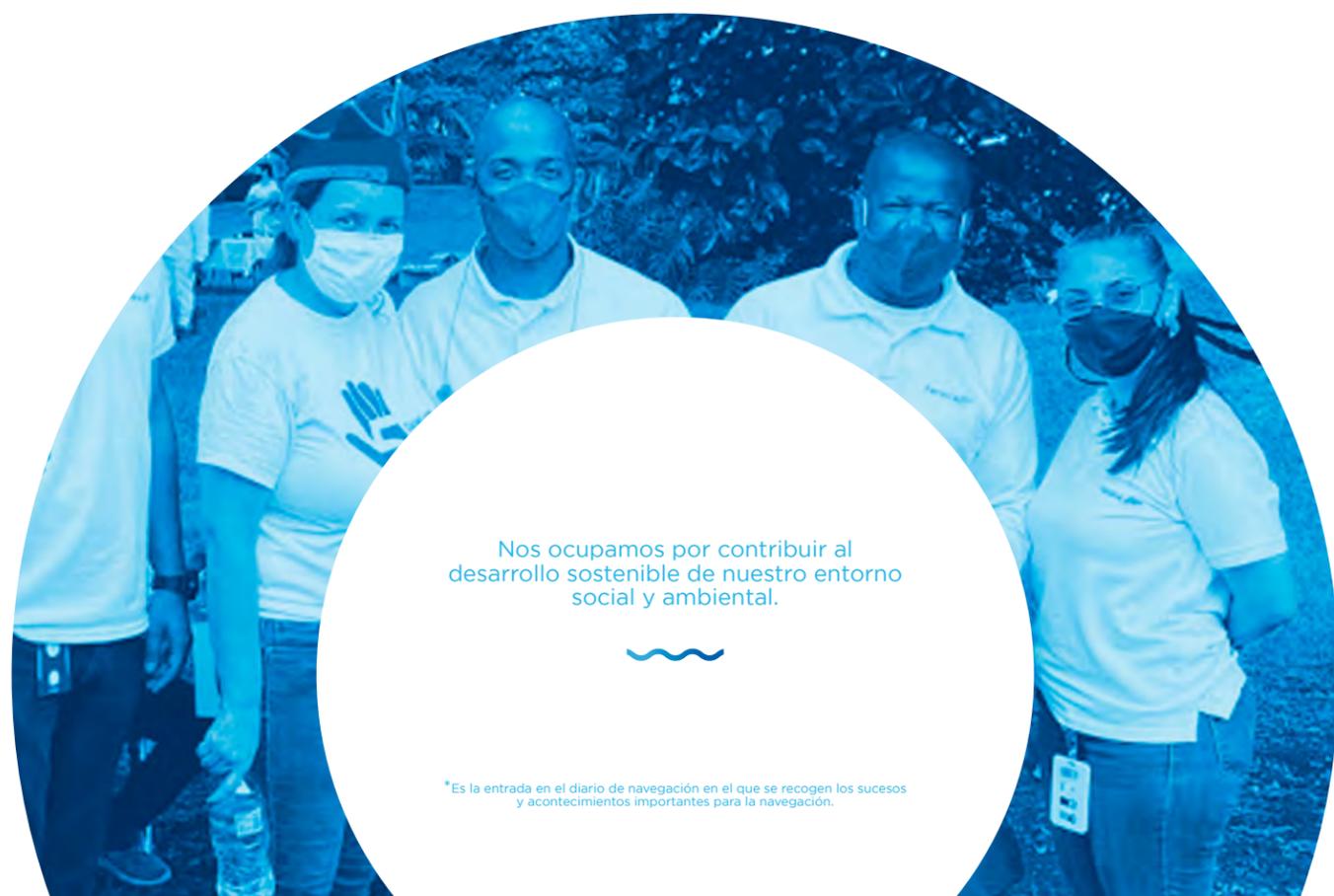
# SOMOS HUMANOS Y ACTUAMOS SOLIDARIAMENTE

### ACAECIMIENTO\*

Una de las preguntas más frecuentes en nuestros constantes espacios de conversación como organización era: ¿Cómo podemos aportar a la comunidad en este momento de crisis? La forma como nuestros colaboradores se unieron para apoyar a las familias que más lo necesitaban fue admirable.

*1.624 colaboradores recaudaron \$128 millones de pesos y la compañía donó una suma similar, alcanzando \$300 millones de pesos para la campaña #UnaSolaFuerza de ProPacífico. Estos recursos, más los de otras organizaciones, sirvieron para entregar mercados a cientos de familias afectadas al tener que interrumpir su única fuente de ingreso por la medida de confinamiento.*

Además, permitieron que, en articulación con el Instituto Nacional de Salud y la Gobernación del Valle, se entregaran recursos hospitalarios a los centros de salud priorizados para atender casos críticos por el virus: fueron donados 15 respiradores mecánicos de última generación a la Fundación Valle del Lili; y al hospital Universitario del Valle elementos biomédicos.



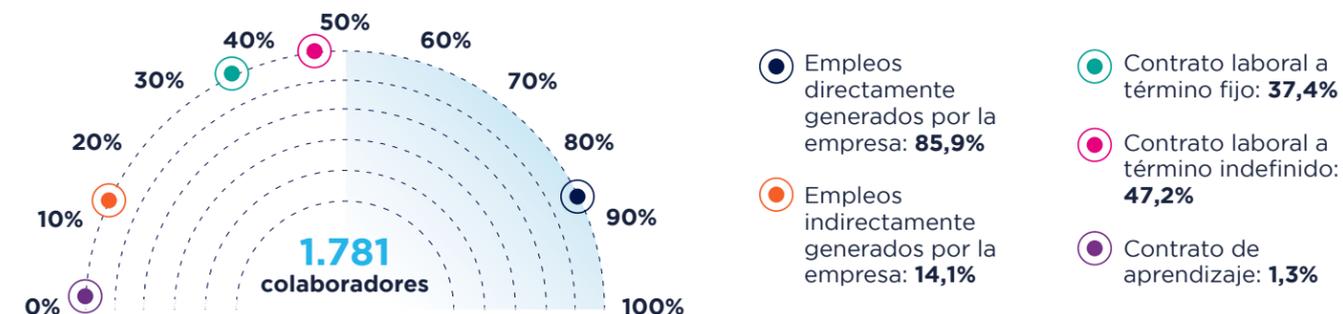
Nos ocupamos por contribuir al desarrollo sostenible de nuestro entorno social y ambiental.

\*Es la entrada en el diario de navegación en el que se recogen los sucesos y acontecimientos importantes para la navegación.

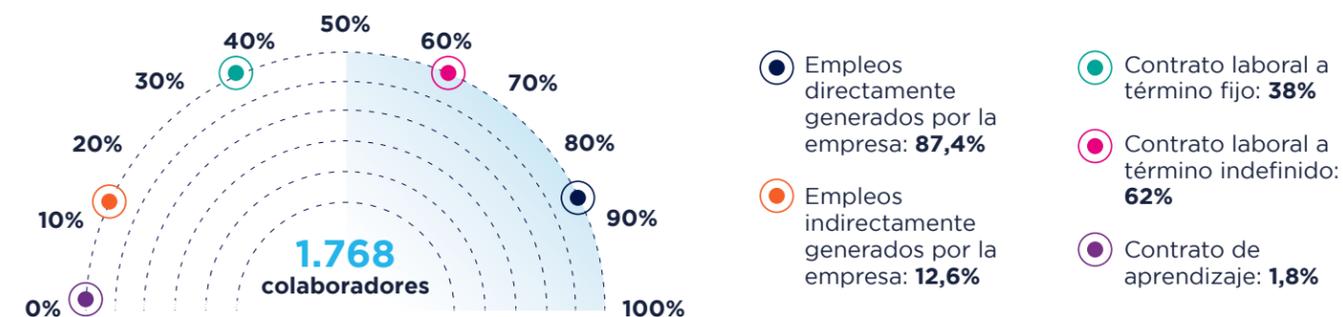
## NUESTROS COLABORADORES

Reconocemos que nuestra gente es el pilar fundamental donde se sustenta nuestra apuesta sostenible. El compromiso con nuestros colaboradores se enfoca en crear empleo que garantice las mejores condiciones de bienestar y desarrollo.

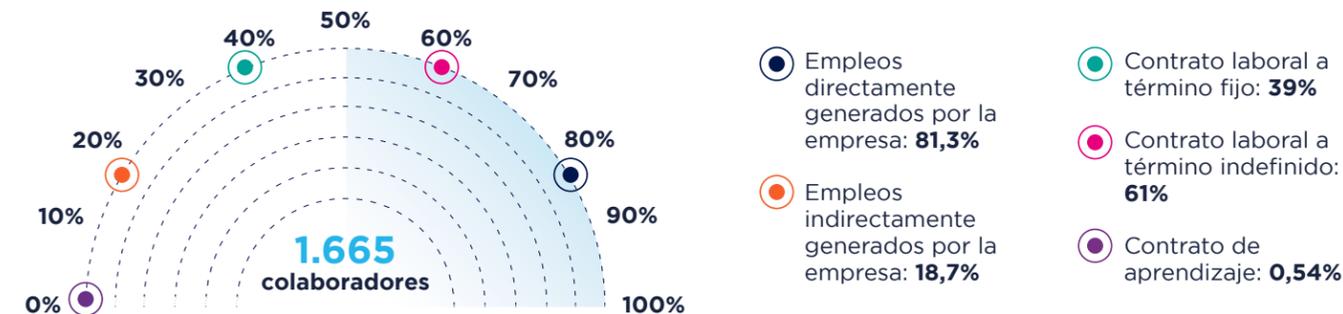
### 2018



### 2019



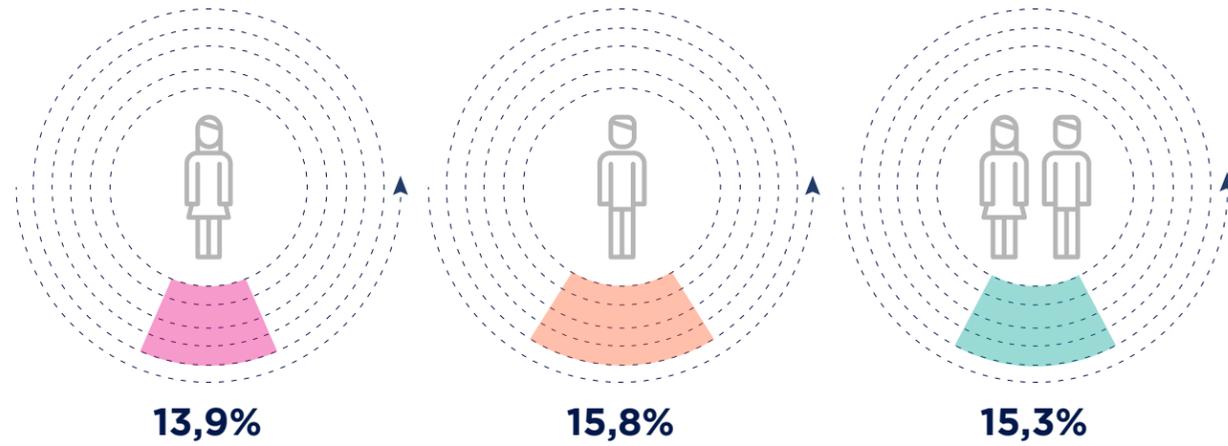
### 2020



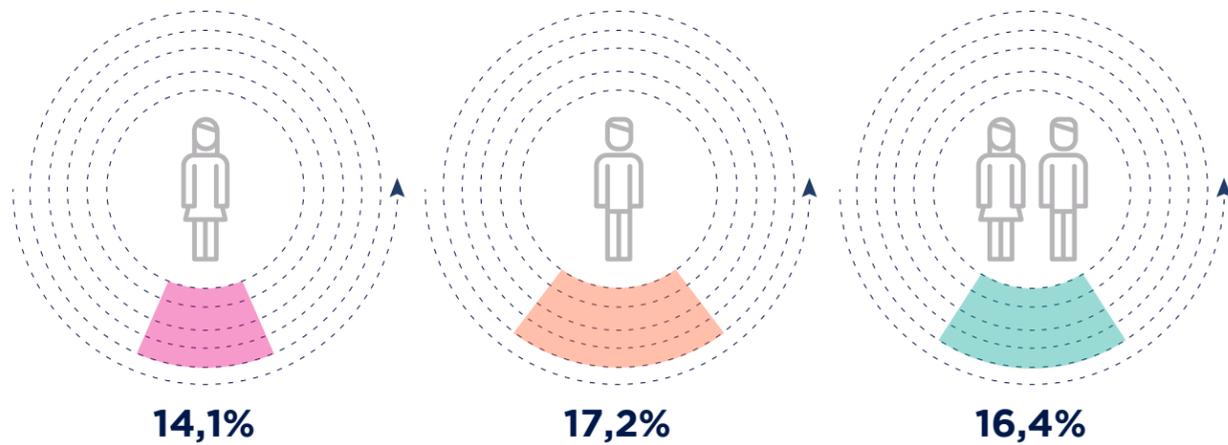
El ingreso promedio en cargos operativos en el 2020 fue de **\$1.188.865**, equivalente a un **35,44%** mayor al SMMLV.

## TASA ROTACIÓN

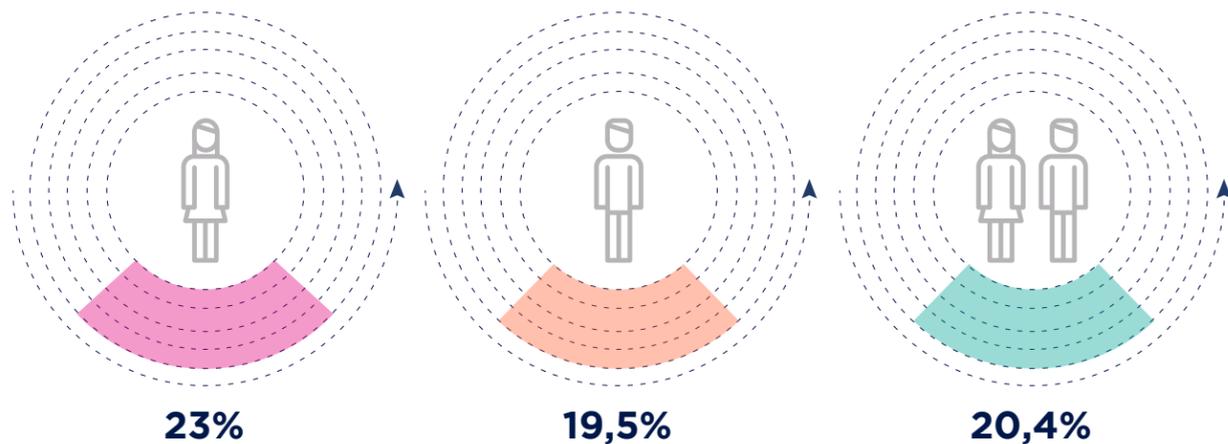
2018



2019



2020



## DESARROLLO DE NUESTROS COLABORADORES

Las acciones de formación y capacitación en nuestra organización durante el 2020 estuvieron orientadas a acompañar a nuestros líderes y a sus equipos de trabajo en el fortalecimiento de competencias relacionadas con trabajo remoto, resiliencia, comunicación, empatía, así como también en fortalecer nuestros valores corporativos, con el fin de afrontar la contingencia ocasionada por la pandemia.

2018



2019



2020



● Número total de horas a colaboradores administrativos.

● Número total de horas a colaboradores operativos.

\*La información corresponde a formación interna.

## BIENESTAR DE NUESTROS COLABORADORES

Transformamos las actividades de bienestar para acompañar a nuestra gente desde casa; rediseñamos la estrategia de prosperidad y calidad de vida para promover el bienestar físico, emocional, financiero y social.

Lanzamos nuestra red de apoyo organizacional interna, a través de la cual psicólogos de la compañía escuchaban a los colaboradores que requerían apoyo emocional y los redireccionaban según su caso.

También, realizamos nuestro "Bazar virtual Fanalqueño" en el que los colaboradores presentaban sus emprendimientos familiares y promovíamos la compra de sus productos o servicios.

## PROSPERIDAD FÍSICA:

Promover, prevenir y atender situaciones de riesgo físico y mental en el colaborador, velando por su tranquilidad y seguridad.

Se realizaron **8 actividades** durante el año.

Participaron

**366**

colaboradores  
y familiares.

Inversión

**\$1.933.680**

## PROSPERIDAD EMOCIONAL Y MENTAL:

Brindar acompañamiento al colaborador y su núcleo familiar, con el objetivo de mantener una actitud de optimismo, gratitud y satisfacción en su entorno:

Se realizaron **20 actividades** durante el año.

Participaron

**4.378**

colaboradores  
y familiares.

Inversión

**\$334.857.853**

## PROSPERIDAD FINANCIERA:

Cubrir necesidades básicas y deseos de crecimiento financiero de los colaboradores, apoyando su autorrealización y la tranquilidad para sus familias.

Se realizaron **8 actividades** durante el año.

Participaron

**613**

colaboradores  
y familiares.

Inversión

**\$72.434.542**

## PROSPERIDAD SOCIAL:

Promover equilibrio entre los aspectos laborales y sociales y una cultura de solidaridad y colaboración entre nuestros colaboradores.

Se realizaron **3 actividades** durante el año.

Participaron

**4.378**

colaboradores  
y familiares.



Mediante nuestra Fundación Fanalca, aportamos constantemente al desarrollo integral de nuestra ciudad a través de diversos programas sociales llevados a las comunidades más vulnerables.

En Fanalca entendemos que el sector privado es un actor relevante en el desarrollo de nuestros territorios, por ello mantenemos firme nuestro compromiso por crear comunidades más empoderadas capaces de generar transformaciones sociales sostenibles.

¿En qué municipios se desarrollan programas de inversión social y/o comunitaria?

**2019**  
Cali, Valle del Cauca  
Montería, Córdoba

**2020**  
Cali, Calle del Cauca

Valor en pesos de la inversión que la empresa realiza en programas sociales y/o comunitarios.

**2018**  
\$1.737.000.000

**2019**  
\$1.605.186.840

**2020**  
\$1.182.678.000

¿Qué tipo de programas de inversión social desarrolla su empresa en sus comunidades de impacto?



Cultura ciudadana



Educación



Arte y cultura



Generación de ingresos

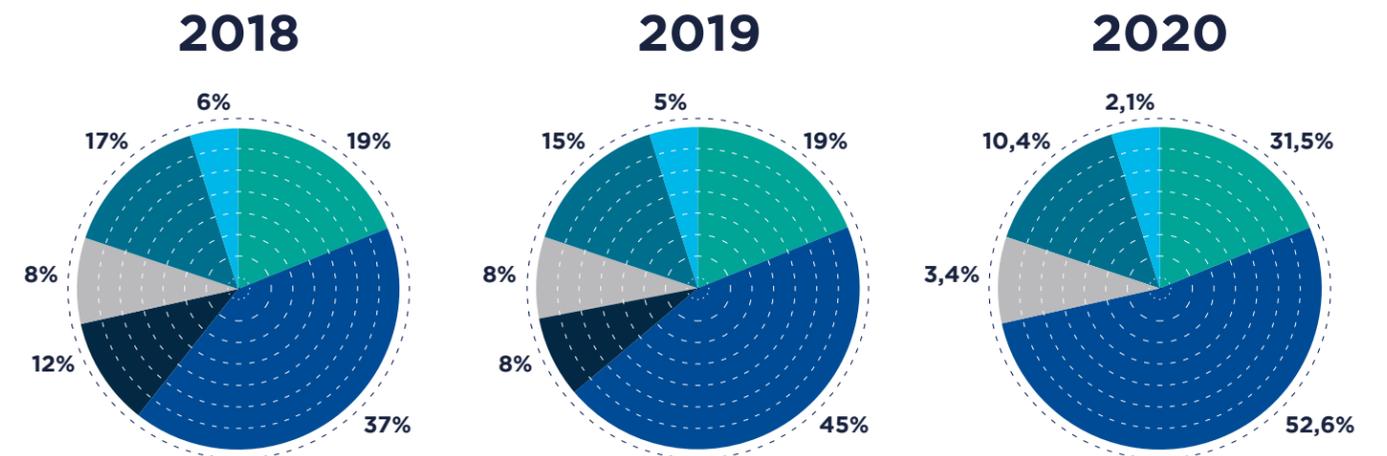
Participantes de la caracterización



Participantes según género



Participantes según edad



- 6 a 10 años
- 11 a 20 años
- 21 a 30 años
- 31 a 50 años
- Más de 50 años
- No responde

### Participantes grupo étnico

2018		2019		2020	
Mestizo	52%	Mestizo	52%	Mestizo	46,90%
Afrodescendiente	32%	Afrodescendiente	34%	Afrodescendiente	26,00%
Blanco	8%	Blanco	7%	Blanco	19,10%
Indígena	2%	Indígena	3%	Indígena	4,60%
Mulato	3%	Mulato	3%	Mulato	3,40%
No responde	2%	No responde	2%		

### Participantes de la caracterización

2018	2019	2020
<b>3.996</b>	<b>4.181</b>	<b>5.538</b>
 Cultura ciudadana	 Cultura ciudadana	 Cultura ciudadana
2204	2279	1941
 Educación	 Educación	 Educación
824	734	707
 Arte y cultura	 Arte y cultura	 Arte y cultura
742	906	1340
 Generación de ingresos	 Generación de ingresos	 Generación de ingresos
179	215	1550
 Proyectos especiales	 Proyectos especiales	
47	47	

## ACAECIMIENTO FUNDACIÓN FANALCA

### Algunos logros del 2020:

- Gracias a la virtualidad, ampliamos la cobertura de nuestros programas, llegando a 5.538 personas, quienes participaron de los programas de Generación de Ingresos, Cultura Ciudadana, Educación, Arte y Cultura.
- Construimos un sitio web con metodologías educativas para que cualquier persona cuente con herramientas para apoyar los procesos de educación desde casa, así como desarrollar actividades como las Cyber-Pintatones, en las que niños y niñas de diferentes lugares tuvieron la oportunidad de aprender de arte y cultura.
- La línea de Generación de Ingresos se fortaleció gracias a una alianza con el SENA, CEDECUR y líderes comunitarios, llegando a personas en diferentes lugares del país, y ampliando nuestra cobertura en la ciudad de Cali.

### Nuestros retos son variados:

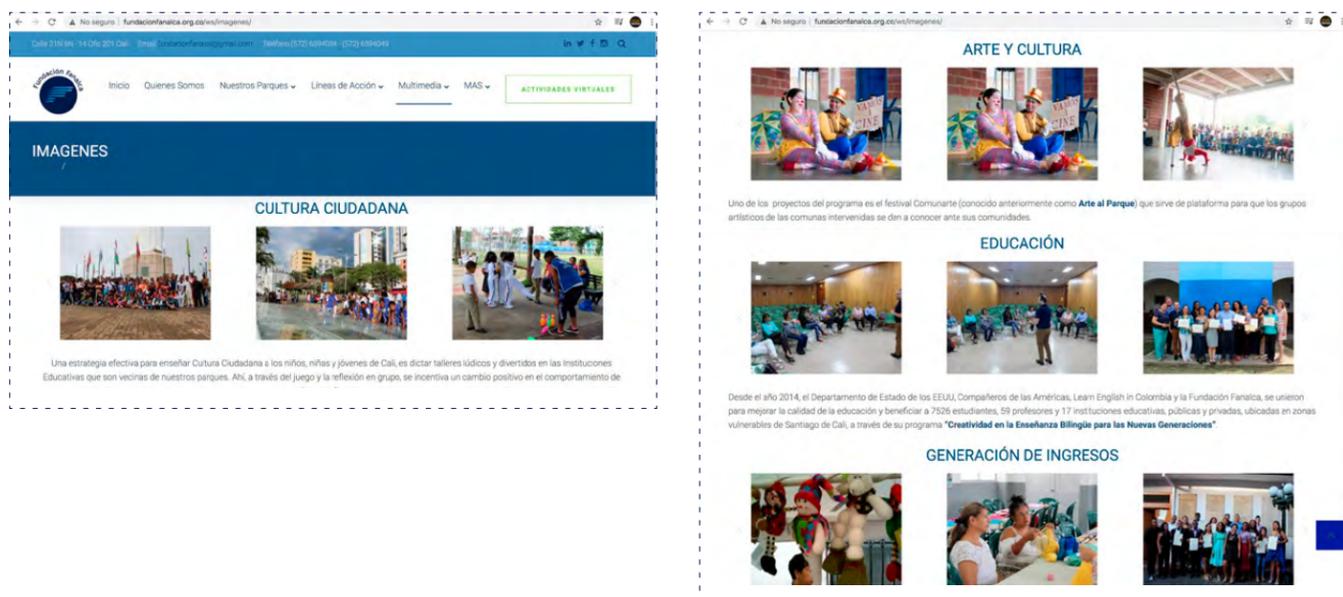
- Superar las barreras de acceso a las tecnologías que actualmente hacen posible el trabajo que adelanta la Fundación Fanalca.
- Retomar la presencialidad, entendiendo que el contacto humano para el desarrollo es indispensable, en la medida que las condiciones sanitarias y de bioseguridad lo permitan, regresaremos a los territorios.
- Impactar a más personas bajo la línea de Generación de Ingresos, entendiendo la grave problemática social y económica que la pandemia ha generado en nuestra ciudad y en el país.



## TE INVITAMOS A VISITAR LA PÁGINA WEB DE NUESTRA FUNDACIÓN FANALCA

Encontrarás una pestaña de Multimedia con diferentes recursos para promover el aprendizaje virtual, desde sus cuatro frentes: Cultura Ciudadana, Arte y Cultura, Educación y Generación de Ingresos.

<http://fundacionfanalca.org.co/ws/multimedia/>



<https://sites.google.com/view/activirtualfundacionfanalca>



## CAPÍTULO 14

### TABLA GRI

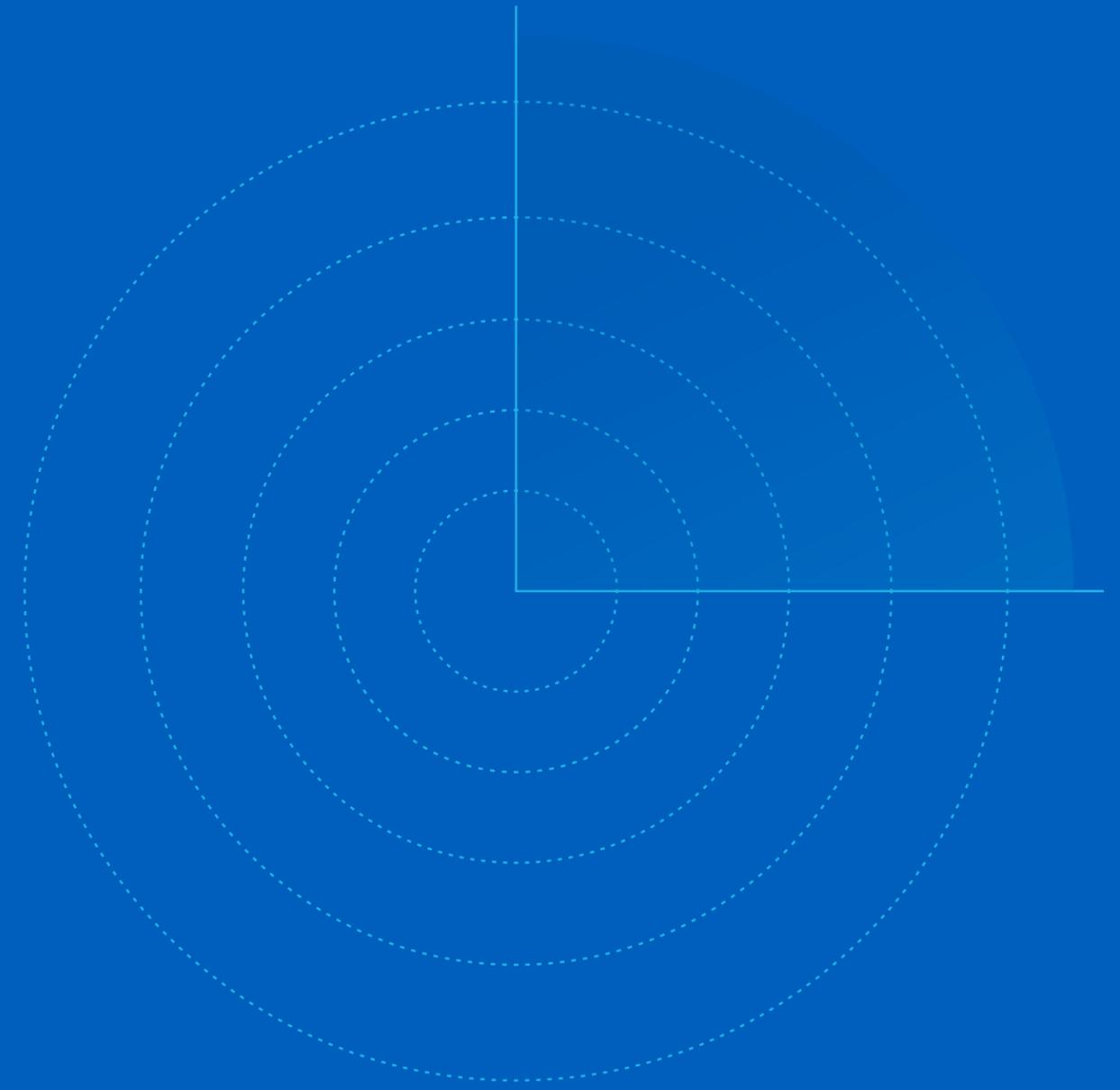
Estándar	Título	Página
102-1	Nombre de la organización	Fanalca S.A.
102-2	Actividades marcas, productos o servicios	Páginas 13-14
102-3	Ubicación de la sede de la organización	Yumbo (Valle del Cauca, Colombia)
102-4	Ubicación de las operaciones	Páginas 13-14
102-5	Propiedad y forma jurídica	Sociedad Anónima
102-6	Mercados servicios	Sectores económicos (Autopartes, tubería, automotriz, aplicaciones industriales) Páginas 13-14
102-7	Tamaño de la organización	Páginas 19-20 y 30
102-8	Empleados y otros trabajadores	Página 30
102-9	Cadena de suministro	No reporta
102-10	Cambios de la organización o su cadena de suministro	No se presentaron cambios
102-11	Enfoque de precaución	La empresa cuenta con un sistema de gestión certificado que le permite poder entender las necesidades de las partes interesadas y responder adecuadamente a sus expectativas. Así mismo brinda un marco de acción frente a situaciones que pueden poner en riesgo la sostenibilidad de la relación con sus grupos de interés
102-12	Iniciativas externas	No hacemos parte de iniciativas sociales y ambientales externas
102-13	Afiliación a asociaciones	Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)
102-14	Declaración de los altos ejecutivos	Página 4
102-16	Valores, estándares y normas de conducta	Página 5
102-18	Estructura de gobernanza	Páginas 11-12
102-40	Listado de grupos de interés	Páginas 9-10
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	La empresa no cuenta con un sindicato, sin embargo si tiene un Pacto Colectivo que cubre a los colaboradores de la empresa
102-42	Identificación y selección	Páginas 6-8
102-43	Enfoque participación grupos de interés	Páginas 6-8
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionadas	Páginas 6-8
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Fanalca S.A.
102-46	Definición del contenido del informe y la cobertura de los temas	Páginas 6-8
102-47	Lista de temas materiales	Páginas 6-8
102-48	Reexpresión de la información	Se hicieron ajustes en los indicadores de emisiones de gases de efecto invernadero para 2018, 2019 y 2020
102-49	Cambios en la elaboración de informes	Se hicieron ajustes en los indicadores de emisiones de gases de efecto invernadero para 2018, 2019 y 2020
102-50	Periodo objeto del informe	2020
102-51	Fecha del último informe	2019

Estándar	Título	Página
102-52	Ciclo de elaboración del informe	Anual
102-53	Punto de contacto	Mariana Roldán Madriñán, Jefe de Comunicación Organizacional, mroldan@fanalca.com
102-54	Declaración de elaboración del reporte de conformidad con los estándares GRI	El presente reporte se encuentra inspirado los Estándares GRI
102-55	Índice de contenidos GRI	Tabla final
102-56	Verificación externa	El presente reporte no cuenta con un proceso de verificación externa.

Dimensión	Estandar	Título	Aspecto o Asunto	Página
Económica	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Desempeño económico	Páginas 19-20
Económica	202-1	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	Presencia en el mercado	No reporta
Económica	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Prácticas de adquisición	Página 22

Dimensión	Estandar	Título	Aspecto o Asunto	Página
Ambiental	302-1	Consumo energético interno	Energía	Página 27
Ambiental	303-1	Extracción de agua por fuente	Agua	Página 27
Ambiental	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Emisiones	Página 27
Ambiental	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Efluentes y residuos	Página 28

Dimensión	Estandar	Título	Aspecto o Asunto	Página
Social	401-1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por edad, sexo y región	Empleo	Página 31
Social	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	Salud y seguridad en el trabajo	Páginas 24-25
Social	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Formación y enseñanza	Página 32
Social	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Comunidades locales	Páginas 35-39



Fanalca 

[WWW.FANALCA.COM](http://WWW.FANALCA.COM)

Concepto creativo,  
diseño y diagramación

**PARTNER**  
COMUNICACIÓN CREATIVA INTEGRADA