

SEGUIR EMPRESAS

Carvajal, la campeona en reinversión empresari

Ha capoteado crisis financieras mundiales y la bancarrota. Ante la industria 4.0, está fortalecida.



-  Compartir
-  2 Comentar
-  Guardar
-  Reportar
-  Portada

Esta es la planta en la que se procesa el bagazo de caña de azúcar para la producción de papel, cartulina, vasos, entre otros.

Foto: Cortesía Carvajal

RELACIONADOS: [ECONOMÍA](#) | [EMPRESAS](#) | [CRISIS FINANCIERA](#) | [EMPRESAS EN COLOMBIA](#) | [CARVAJAL](#)

Por: [Economía y Negocios](#) 04 de noviembre 2019 , 09:04 p.m.

En pleno siglo XXI, en un mundo de libros electrónicos, periódicos digitales, empresas sin facturas en papel, el Grupo Carvajal, que comenzó con una imprenta editorial, se sigue moviendo como pez en el agua, tras navegar durante 115 años, a veces sobre aguas tranquilas y en muchas ocasiones entre las peores tormentas.

Temas relacionados

Daabon, número 1 del mundo en producción sostenible de aceite de palma

La construcción sostenible, una tendencia de ahorro para las empresas

La metodología que ayuda a reducir el estrés en el sector empresarial

En el recuerdo va quedando el directorio telefónico, que surgió en los albores de los años 60 como uno de los productos de Carvajal a través de Publicar, empresa con la cual ampliaron la visión de la impresión publicitaria.

La compañía aguantó golpes, como el de la Gran Depresión de 1929, que finalmente los llevó a la bancarrota, un momento duro que luego sirvió de plataforma para abrir nuevos negocios.

En las memorias de esta empresa hay diversidad de búsquedas: desde creación de marcas de cuadernos, como Norma, Kiut, Jean Book, hasta incursión en grandes licitaciones tecnológicas. Por ello quizás, en este momento de una nueva revolución industrial, está aún más fortalecida.

- 🔗 **Con compra de Air Europa, Grupo de Iberia toma ventaja**
- 🔗 **Corficolombiana va tras nuevos proyectos en sector de infraestructura**
- 🔗 **La indemnización que recibirá el saliente consejero de McDonald's**

En una curiosa cuna

Y es que el mismo nacimiento de la empresa fue una rareza. Empezó como una imprenta comercial con la que Manuel Carvajal Valencia se lanzó a prestar un servicio inexistente en el que entonces era un pueblo bucólico (Cali), lleno de frondosos cañaverales, hatos de ganado, 30.000 habitantes de viviendas alejadas una de otra, sin el menor vestigio de que por allá pudieran llegar pronto los servicios públicos.

Lejos del pensamiento de Carvajal Valencia estaban cifras como las 275.186 toneladas que representaron la producción vendible en el 2018 de Carvajal Pulpa y Papel, una de las seis líneas de negocio de la compañía, además de Empaques; Muebles de Oficina, Educación, Tecnología y Propiedad Raíz.

Solo con la línea de Pulpa y Papel, el año pasado, el Grupo empresarial tuvo un resultado financiero consolidado de \$ 817.728 millones, 9 % más que en la anualidad inmediatamente anterior, según el informe de la compañía.

Hace más de un siglo, en 1907, después de tres años de probar con la imprenta comercial, Carvajal Valencia había dispuesto de un capital que hoy no alcanzaría ni para comprar un dulce. “Con 200 pesos formalizó su actividad comercial con sus hermanos y constituyó la firma Carvajal & Cía.”, según registran las memorias. **Desde entonces, el secreto para recorrer un camino de más de un siglo y seguir como un joven lleno de vida ha sido la reinención.**

“Creo que no existe una fórmula única. Lo que hacemos es adaptarnos a las nuevas circunstancias, entrando en nuevos negocios y, eventualmente, abandonando negocios que ya no tienen la fortaleza del pasado”, expresó Bernardo Quintero Balcázar, actual presidente de la organización.

Los viajes por el mundo

Los buenos vientos soplaron sobre el emprendimiento, desde 1914 hasta que se desencadenó la crisis económica mundial de 1929. “En 1932, los empleados tuvieron la iniciativa de ofrecer una disminución de sus salarios para salvar la empresa”, recuerda Julio César Londoño en un libro sobre Manuel Carvajal Sinisterra, quien heredó de su padre (Hernando) las riendas de la compañía en 1938.

Para ese momento, **la empresa ya había subido una cresta, de la mano de Hernando Carvajal, y resbalado a la bancarrota, debido al coletazo de la crisis mundial.** “La visión internacional de Carvajal Sinisterra fue una de sus facetas más sorprendentes que permitió la expansión de la compañía, primero desde lo local, luego a lo nacional y, finalmente, al exterior”, señala Londoño en el libro.



Bernardo Quintero Balcázar, presidente de Carvajal S. A.
Foto: Cortesía Confecámaras

Más rápido que el país

En el historial de esta compañía está la evolución del país. El negocio probó las mieles que trae la introducción de un desarrollo vial como el ferrocarril (1914), que le puso todo el empuje a la zona (Cali y municipios cercanos).

Previendo ese auge, los pioneros de Carvajal ya se habían adelantado, con la importación de la primera máquina en el occidente colombiano, para ingresar en el mercado de cuadernos y libretas, lo que hoy, en medio de los cambios en las divisiones de la compañía, sigue siendo uno de sus fuertes. Para ese momento, apenas empezaba en el país la propagación de las máquinas de escribir, que luego abrieron campo al negocio con el papel sin líneas, en el que Carvajal tiene marcas como Reprograf.

Hoy, bajo el timonel de Quintero, hacen presencia en 11 países, emplean a 17.000 personas (12.000 con contratación directa) y en cada una de sus unidades de negocio no dejan de innovar. Por ejemplo, recientemente se metieron con una producción más amigable con el medioambiente, elaborando papel y cartulina a partir de residuos agroindustriales de la caña de azúcar. Con este material fabrican vasos, empaques y cuadernos.

“En productos sostenibles, la compañía lanzó su marca Cañatek, un hito para la

Organización Carvajal porque representa el trabajo colaborativo de Carvajal Empaques y Carvajal Pulpa y Papel”, señala el informe anual.

Diversificación

El ojo siempre puesto en cada oportunidad es la tarea cotidiana de estos empresarios. Abren un negocio, pero no se quedan allí, a la par que la evolución del mercado, les apuestan a las novedades.

En el 2018, por ejemplo, “el conjunto de empresas del sector de Tecnología y Servicios tuvo ingresos por \$ 788.184 millones”, evidencia el informe anual.

Ese resultado, 55 % mayor que el registrado en el 2017, se debió a una mayor participación de la compañía en los procesos contratados por la Registraduría Nacional para la realización de las elecciones nacionales, procesos que en 2018 incluyeron consultas internas de partidos, elección del Congreso de la República, primera y segunda vuelta presidencial y la denominada consulta anticorrupción. “Participamos en licitaciones” y en colaboración con otras firmas, como la reciente unión con Claro para hacer la renovación tecnológica del Sena.

“Los negocios que hoy tiene Carvajal son muy diferentes a los que tenía hace 20 años, y hace 20 años eran muy diferentes a los que tenía hace 40. Sin embargo, en el primer siglo de la compañía se mantuvo la línea de conducción alrededor de la impresión y la escritura. Con la tecnología se pasa a un negocio más orientado a servicios y especialidades en algunas industrias”, dice Quintero.



En el 2018, 275.186 toneladas representaron la producción vendible de Carvajal Pulpa y Papel, una de las seis líneas de negocio de la compañía, además de Empaques, Muebles de Oficina y Educación.

Foto: Archivo EL TIEMPO

Operación sin fronteras

Con la experiencia ganada en las regiones colombianas a través de décadas, el grupo empezó a extenderse hacia otros países.

“En 1961 se fundó Editorial Norma y en 1967 Mancol, esta última dedicada a la

fabricación de libros animados.

“Por esta época también se dieron los primeros pasos en la internacionalización de Carvajal, con la compra de la Corporación Gráfica de Puerto Rico y la inversión en una empresa de formas continuas en Panamá”, expresa Londoño en su libro.

Despachos a otras regiones, exportación, alianzas con empresas en otros países, subsidiarias propias para actividades comerciales y plantas propias en otras naciones han hecho parte de la estrategia para llegar a mercados globales. Pero, principalmente, la palabra clave del éxito ha sido la innovación.

“Hay un interés grande por la innovación. Siempre que hay una idea que lo amerite se la apoya con recursos para que se explore, se evalúe y, en la medida de lo posible, se convierta en negocio. Cualquier integrante de la organización puede proponer. Entre 10.000 y 15.000 millones de pesos al año se gastan en proyectos de innovación, formación de personas, investigación y desarrollo”, manifestó Quintero.

Del total de ingresos de la compañía, en promedio, entre el 50 y el 60 por ciento provienen de Colombia. Pero, “hay épocas en las que esta ecuación cambia”, expresa Quintero.

En el modelo de negocio de Carvajal, el fuerte no es ser gran exportador. Así lo explica este ingeniero que lidera la compañía. “Hay ingresos que provienen de fuera, con operaciones externas. Hay oficinas y fábricas en México, Centroamérica, Ecuador y Perú”, concluye el presidente de la compañía que reinventó hasta su lema: de ‘Carvajal hace las cosas bien’ pasó a ‘Carvajal marca la diferencia’.

REDACCIÓN ECONOMÍA Y NEGOCIOS
redaccioneconomicas@eltiempo.com

Descarga la app El Tiempo

Con ella puedes escoger los temas de tu interés y recibir notificaciones de las últimas noticias.

[CONÓCELA ACÁ](#) |

Descubre noticias para ti

ACCIDENTE DE TRÁNSITO 6:52 AM

Buscan al dueño de camioneta que arrolló a cinco motocicletas

CUNDINAMARCA 6:13 AM

‘Esta es una oportunidad histórica para Bogotá y Cundinamarca’

TIGER WOODS NOV 04

Tiger Woods volvió a ser un jugador intimidante

EMPRESAS

Empresas con un gran corazón

Empodera tu conocimiento

[COLPATRIA](#) 07:19 A.M.

[CONSULTORIO JURÍDICO](#) 12:00 A.M.

[MARÍA ISABEL RUEDA](#) 10:34 P.M.

[SÍNDROME DE DOWN](#) 10:30 P.M.